Les députés votent un amendement facilitant la publicité pour le vin

Dans le cadre de l'examen en seconde lecture du projet de loi sur les territoires ruraux, les députés ont voté, le 13 octobre dernier, un amendement visant à assouplir les règles encadrant la publicité pour l'alcool issues de la loi Evin. Restant centré sur « les produits bénéficiant d'une appellation d'origine ou une indication géographique», le texte modifie légèrement l'amendement voté par le Sénat dans la nuit du 5 au 6 mai dernier, en ce qu'il abandonne la proposition sénatoriale d'autoriser « les références aux caractéristiques sensorielles et organoleptiques » des vins ainsi que la possibilité d'effectuer des « représentations» de ces caractéristiques.L'amendement précise désormais que la publicité « peut comporter des références relatives aux caractéristiques qualitatives du produit», lesquelles « doivent être compatibles avec l'objectif de modération dans la consommation». Le projet de loi devrait revenir en janvier pour une deuxième lecture au Sénat, avant d'être définitivement adopté en Commission mixte paritaire. M. Douste-Blazy a affirmé son souhait de convaincre les parlementaires de revenir sur leur décision.