Amendement en seconde lecture du projet de loi modifiant la loi Evin

Le 19 janvier dernier, le Sénat a voté l'amendement sur la publicité en faveur de l'alcool présenté par Philippe Douste-Blazy au nom du gouvernement dans le cadre de la seconde lecture du projet de loi sur le développement des territoires ruraux, revenant donc sur l'assouplissement de la loi Evin voté en première lecture (v. LPn° 216, Flash, p. 150). Aux termes de cet amendement, la publicité en faveur des boissons alcooliques « peut comporter des références relatives aux terroirs de production, aux distinctions obtenues, aux appellations d'origine telles que définies à l'article L. 115-1 du Code de la consommation ou aux indications géographiques telles que définies dans les conventions et traités internationaux». La publicité « peut également comporter des références objectives relatives à la couleur et aux caractéristiques olfactives et gustatives du produit».