



DIRECTION
DE LA SEANCE

PROJET DE LOI

MODERNISATION DU SYSTEME DE SANTE (PROCÉDURE ACCÉLÉRÉE)

(n° 654, 653, 628, 627)

N°	32 rect.
----	----------

14 SEPTEMBRE 2015

AMENDEMENT

présenté par

M. CÉSAR, Mme FÉRAT, MM. DÉTRAIGNE, P. LEROY et PINTAT, Mmes DES ESGAULX et TROENDLÉ, MM. REICHARDT, D. LAURENT, GRAND, BOUCHET, DARNAUD, GENEST, COMMEINHES, GUENÉ, GROSERRIN, TRILLARD, HOUPERT et PIERRE, Mme LAMURE, MM. HOUEL, CHAIZE, POINTEREAU, MOUILLER, LONGUET, BONHOMME, CHATILLON, LEFÈVRE, J.P. FOURNIER et PILLET, Mme LOPEZ, MM. RAISON, G. BAILLY, HURÉ, MORISSET et DANESI, Mmes LOISIER et GOURAULT, MM. BONNECARRÈRE, DUFAUT, BOCKEL, LASSERRE, B. FOURNIER, KERN, LONGEOT, GABOUTY et CIGOLOTTI, Mme GATEL, MM. GUERRIAU, J.L. DUPONT, LAMÉNIE, de RAINCOURT, TANDONNET et BÉCHU, Mme ESTROSI SASSONE, MM. CORNU, VASPART, MARSEILLE, L. HERVÉ, CADIC, MAYET et DOLIGÉ, Mme GRUNY et M. MAUREY

C	Favorable
G	Défavorable

ARTICLE ADDITIONNEL APRES L'ARTICLE 4

Après l'article 4

Insérer une article additionnel ainsi rédigé :

Après l'article L. 3323-3 du code de la santé publique, il est inséré un article L. 3323-3-1 ainsi rédigé :

« Art. L. 3323-3-1. – Ne sont pas considérés comme une publicité ou une propagande, au sens du présent chapitre, les contenus, images, représentations, descriptions, commentaires ou références relatifs à une région de production, à une toponymie, à une référence ou à une indication géographique, à un terroir, à un itinéraire, à une zone de production, au savoir-faire, à l'histoire ou au patrimoine culturel, gastronomique ou paysager liés à une boisson alcoolique disposant d'une identification de la qualité ou de l'origine, ou protégée au titre de l'article L. 665-6 du code rural et de la pêche maritime. »

OBJET

La loi Evin de 1990 encadre notamment la publicité et la propagande en matière d'alcool afin de permettre aux professionnels et aux acteurs concernés de communiquer, tout en protégeant la population contre les risques liés à l'usage nocif d'alcool, en particulier la jeunesse. La législation actuelle précise les supports possibles et les formes de la publicité. Elle s'applique de manière indifférenciée aux différentes boissons alcoolisées (vin, mais aussi bière ou alcool fort).

Le présent amendement vise à préciser que ne relèvent pas de la publicité et de la propagande les contenus liés notamment à une région de production ou encore au patrimoine culturel, gastronomique ou paysager liés à une boisson alcoolique disposant d'une identification de la qualité ou de l'origine ou bien liés à un terroir protégé.

