

Le 18 avril 2008

QUESTION ECRITE

M. Jean-Claude PEREZ appelle l'attention de M. le ministre de l'agriculture et de la pêche sur les dernières décisions de la cour d'appel de Paris concernant l'interdiction de publicité des produits alcoolisés *via* Internet.

En effet, suite à un procès mené par l'ANPAA à l'encontre d'Heineken, le TGI de Paris avait ordonné la fermeture du site au motif qu'Internet n'est pas un support promotionnel autorisé par la loi Evin.

Il lui rappelle cependant qu'en 1991, année où fut adoptée la loi Evin, Internet n'existait pas et qu'aucune adaptation n'est malheureusement intervenue depuis. La décision du TGI du 8 janvier vient d'être confirmée par un arrêt de la cour d'appel de Paris qui a fait de la loi Evin une application stricte, interdisant toute forme de promotion consacrée au vin par Internet.

Il souligne que cette décision menace la liberté d'expression et d'information sur Internet puisque celle-ci ne concerne pas que la publicité au sens strict du terme mais la promotion en général. Aussi, la frontière entre la promotion et l'information étant souvent ténue, la confusion qui ne va pas manquer de s'installer va desservir les intérêts de la filière viticole. Il ne lui a pas échappé que cette filière traversait une crise majeure et qu'aujourd'hui, plus de 13 % des vignerons font de la promotion *via* leur site Internet.

Au moment où la consommation de vin en Europe du Nord, mais aussi dans le monde, est en croissance régulière comme le démontrent certaines études qui indiquent qu'à l'horizon 2010, elle aura augmenté depuis ces dernières années de 20 % aux Etats-Unis, de 35 % en Chine, et de 33 % en Russie, se passer d'un tel outil priverait la viticulture d'un atout majeur pour une sortie de crise durable.

Avec cette décision, il est à craindre que dans le contexte actuel de concurrence internationale exacerbée, les viticulteurs de notre pays, à commencer par ceux du Languedoc-Roussillon, ne soient condamnés à subir le recul de nos exportations de vin, tel qu'il a déjà été constaté, alors même que la nécessité d'une mise en oeuvre de mesures d'aides à l'exportation sur les marchés étrangers s'imposent.

Il lui rappelle en conclusion que nos concurrents sur cette filière ne connaissent pas ce genre de tourments et, si aucune mesure significative n'est rapidement mise en oeuvre, il sera possible à l'internaute de Pékin ou de Washington, de connaître et de commander des vins du nouveau monde mais pas de France. Ce qui est à la fois regrettable, eu égard à la qualité de nos produits, et scandaleux pour ceux qui se battent au quotidien pour faire vivre cette filière.

En conséquence, il lui demande, comme cela semble hautement souhaitable, s'il envisage une modification de la législation afin de moderniser la loi Evin et l'ajout d'Internet comme média autorisé.