



VIN & SOCIÉTÉ

MONSIEUR  
EVIN  
REVENEZ  
VOTRE LOI  
ON N'Y COMPREND  
PLUS RIEN

## VIN & SOCIÉTÉ, AU NOM DES 500 000 ACTEURS DE LA VIGNE ET DU VIN, PRÊTE AU DIALOGUE POUR CLARIFIER LA LOI EVIN

A quelques jours de la présentation des grandes lignes de la prochaine Loi de Santé Publique par le Ministère de la Santé, Vin & Société au nom des 500 000 acteurs de la vigne et du vin appelle à un débat constructif et fait trois propositions :



**Revenir à l'esprit originel de la Loi Evin :** encadrer la publicité et protéger les populations à risque



**Clarifier les frontières** entre ce qui relève d'une part de la publicité, d'autre part de l'information journalistique, du divertissement, de la création artistique et culturelle



**Permettre d'exprimer des messages de consommation responsable** (seule l'incitation à l'abus devant être condamnée) dans les publicités et diffuser les repères de consommation du PNNS (Programme National Nutrition Santé) <sup>1</sup>

### La Loi Evin : de l'imbroglio juridique à l'entrave à la liberté d'expression ?

La Loi Evin visait à encadrer la publicité pour éviter les abus et protéger les populations à risque, en particulier les jeunes. Ce cadre légal adopté en 1991 est l'un des plus restrictifs au monde. Malheureusement, la Loi Evin n'a pas donné de définition de la publicité. Face à ce vide juridique, les juges se sont substitués au législateur et ont défini la publicité comme « *tout acte en faveur d'un organisme, d'un service, d'une activité, d'un produit ou d'un article ayant pour effet, quelle qu'en soit la finalité, de rappeler une boisson alcoolique* » <sup>2</sup>.

« La loi Evin a été adoptée avec un objectif louable mais **nous ne comprenons plus ce qui est permis et ce qui est interdit en raison d'un flou juridique et d'une interprétation très restrictive faite par les juges**. Par ailleurs, il est devenu urgent de clarifier les frontières entre publicité, information journalistique, création artistique et culturelle ! Un article de presse ce n'est pas de la publicité, **pourtant Paris Match, Le Parisien et Les Echos ont été condamnés en raison de leur travail journalistique**. On n'y comprend plus rien puisque toute évocation du vin, même dans une œuvre culturelle ou un programme de divertissement, peut être condamnée par les tribunaux français pour publicité » déclare Joël Forgeau, Président de Vin & Société.

Peut-on par ailleurs encore faire de la publicité pour le vin en faveur d'une consommation modérée et responsable ? Les 500 000 acteurs de la vigne et du vin posent la question. Les vins de Bordeaux ont lancé une campagne publicitaire en 2005, comportant des slogans tels que « *des personnalités à découvrir* » et « *buvons moins buvons meilleur* ». Attaquée par l'ANPAA <sup>3</sup> en 2005, cette publicité est devenue un véritable feuilleton judiciaire dont l'épilogue n'est toujours pas écrit.

# Loi Evin : sortir de l'impasse !

Au-delà de la regrettable confusion entre publicité et journalisme, chacun constate également **un phénomène d'autocensure** croissant. Le vin est quasiment absent des programmes de divertissement relatifs à la gastronomie à la télévision, empêchant ainsi l'éducation et la pédagogie autour de l'association des mets et des vins par exemple. Faute d'un cadre clair et en raison des décisions de justice de plus en plus restrictives, les chaînes de télévision, les maisons de productions, les documentaristes, les journalistes évitent bien souvent de prendre des risques et éludent les sujets relatifs au vin. **76% des Français ne comprennent d'ailleurs pas l'absence quasi systématique du vin dans les émissions culinaires** <sup>IV</sup>.

« Nous déplorons **l'absence de dialogue constructif avec les pouvoirs publics dans notre pays**, en particulier avec le ministère de la Santé. **La place du vin sur Internet et les réseaux sociaux est menacée** <sup>V</sup>. Or, c'est un espace de liberté déjà encadré, à préserver. Ce n'est pas ainsi que nous lutterons contre le « binge drinking » chez les jeunes, ni contre l'alcoolisme chez les populations vulnérables. En revanche, on peut être sûrs de priver d'information 10 millions d'œnotouristes accueillis en France chaque année et on oublie un peu vite que 80% des Français préparent leurs week-ends ou leurs vacances en ligne. Encadrer oui, interdire non. Il faut être responsable et raisonnable ! » ajoute Joël Forgeau.

« Nous assistons à une **dérive vers un ordre moral, à la multiplication des interdits et à la déresponsabilisation des individus dans notre société**. C'est regrettable. Plus de 30 000 journalistes, des milliers d'artistes, d'écrivains, d'agences de publicité et de communication, des avocats, 31 millions de consommateurs responsables et 500 000 acteurs de la vigne et du vin sont concernés par l'application de la Loi Evin. Il ne s'agit pas de supprimer cette loi car nous acceptons l'encadrement de la publicité pour le vin mais nous devons la clarifier ! **Nous appelons à une véritable campagne d'information sur les repères de consommation que nous nous engageons à relayer car l'éducation est la seule façon de répondre efficacement aux enjeux de santé publique** » poursuit Joël Forgeau.

En effet, la consommation de vin a baissé de 30 % depuis 1991. En France, on boit moins mais mieux avec 45% de consommateurs occasionnels (1 à 2 fois par semaine ou plus rarement) et 38% de non consommateurs <sup>VI</sup>. Mais, dans le même temps, les pratiques de « binge drinking » (hyper-alcoolisation) ont beaucoup augmenté. Près de 28 % des jeunes de 17 ans déclarent au moins 3 épisodes d'ivresse dans l'année <sup>VII</sup>.

## Le site de débat et de témoignages !

[www.vinetsociete.fr/revenezmonsieurvin](http://www.vinetsociete.fr/revenezmonsieurvin)



**En ligne depuis le 10 juin 2014**, le site est un espace de débat et d'information dédié à la Loi Evin. Accessible à tous, **il fait état des enjeux actuels et a déjà réuni de nombreuses contributions de personnalités diverses : journalistes, hommes politiques, artistes, sociologues, politistes, avocats...**

« Nous lançons le débat parce que la Loi de Santé Publique est discutée tous les 5 ans. La clarification de la Loi Evin c'est maintenant qu'il faut en parler ! » conclut Joël Forgeau.

## Découvrez la vidéo qui fait le point sur les enjeux en 2 minutes



### Contact Presse Vin & Société Valérie Fuchs

**06 62 49 64 85 / 01 43 67 94 38**

**vafuchs@wanadoo.fr**

Paris, le 10 juin 2014



**VIN & SOCIÉTÉ**

AU NOM DES 500 000 ACTEURS  
DE LA VIGNE ET DU VIN

#### A PROPOS DE VIN & SOCIÉTÉ

Association de loi 1901, créée en 2004, Vin & Société réunit et représente les 500 000 acteurs de la vigne et du vin en France : production, négoce et interprofessions (28 membres, 7 organisations nationales, 21 organisations professionnelles régionales). Vin & Société a pour but de donner sa juste place à un savoir-faire traditionnel et à un secteur d'activité qui contribue à la fois à la vitalité économique et au rayonnement de la France. Transmettre les valeurs du vin, promouvoir une consommation qualitative et responsable, entretenir un dialogue permanent avec les institutions et les représentants de la société civile sont ses principales missions. <http://www.vinetsociete.fr/>

I. [Repères de consommation établis par le PNNS](#) (Programme National Nutrition Santé) du Ministère de la santé, page 57. (2 verres maximum par jour pour une femme, 3 verres maximum par jour pour un homme, 4 verres maximum en une occasion exceptionnelle, 1 jour d'abstinence par semaine)

II. Décision de la Cour de cassation, arrêt du 3 novembre 2004

III. Association Nationale de Prévention en Alcoologie et Addictologie

IV. Etude IFOP pour Vin & Société « Perception de la place du vin dans les médias ». Echantillon 1013 personnes, Mars 2014

V. [Plan Cancer 2014-2019](#), page 91

VI. [Etude quinquennale France Agrimer](#) sur la consommation de vin en France, 2010

VII. Source OFDT