

DES EXEMPLES CONCRETS D'APPLICATION DE LA LOI EVIN



VIN & SOCIÉTÉ

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

Pour mieux cerner l'impact de la Loi Evin, voici quelques situations qui posent question... et des réponses qui posent un cadre clair : possible ou pas possible !

Je suis journaliste, je veux écrire un article sur le vin.

- En principe, c'est possible. La distinction entre information et publicité, en 2016, a contribué à sécuriser le travail des journalistes. Pourtant, par le passé, certains juges ont considéré que des articles sur « le triomphe du Champagne » ou l'export constituaient des publicités.

Je vends du vin dans toute l'Europe, je peux communiquer partout de la même façon.

- Pas possible. Chaque pays a sa propre législation pour encadrer la publicité du vin, la France faisant partie des pays les plus restrictifs en la matière. Il faudra donc adapter votre communication pays par pays.

Je suis vigneron, je veux communiquer sur mon vin avec des publicités « pop-up ».

- Pas possible. S'il est possible d'avoir son site internet, et d'afficher ses publicités sur des sites, il est interdit de faire de la publicité lorsqu'il s'agit de formats intrusifs tels que les « pop-up », ou encore sur des sites principalement destinés à la jeunesse.

Je suis un conseil régional, je veux communiquer auprès des touristes sur les vignobles de ma région, la route des vins...

- Possible. Depuis la clarification de 2016, ce genre de communication oenotouristique ne pose plus de problème. Il s'agit alors de promotion des territoires, du patrimoine.

Je suis une émission TV dédiée à la gastronomie. Je veux parler des accords mets et vins.

- Possible mais... L'article L3323-3-1 autorise l'information sur le patrimoine gastronomique en lien avec le vin. Mais attention, la publicité pour les boissons alcoolisées reste interdite à la télévision !

Je suis négociant, je veux faire connaître mes vins via une collaboration commerciale avec un influenceur.

- Possible. La loi de 2023 visant à encadrer l'influence commerciale réaffirme que la loi Evin s'applique à ces collaborations commerciales. Il faudra cependant veiller à ce que ces publications respectent les thématiques autorisées par la loi Evin.

Je suis un publicitaire, j'ai l'idée de mettre en scène des personnes buvant du vin, dans une ambiance conviviale.

- Pas possible. La justice a toujours censuré les publicités mettant en scène des consommateurs en train de boire du vin, de façon conviviale ou non !

Je suis publicitaire, je veux montrer un sommelier au travail.

- Possible. C'est en effet autorisé, comme l'a confirmé la Cour de Cassation en 2015. Il est ainsi possible de montrer des professionnels clairement identifiés.