



La réglementation de la publicité en faveur de l'alcool est un numéro d'équilibriste entre liberté du commerce et protection de la santé publique. Le législateur s'est attaché à encadrer cette publicité tant sur ses supports que sur son contenu.

LES SUPPORTS

La loi définit limitativement les supports sur ou via lesquels la publicité en faveur de l'alcool est autorisée. Tous les supports non mentionnés par la loi sont interdits.

Ainsi la publicité à la télévision ou au cinéma est interdite, tout comme la publicité dans les publications destinées à la jeunesse ou à la radio aux heures où il est possible que des enfants soient à l'écoute. De même si la loi a autorisé la publicité sur Internet, elle a cependant exclu les sites destinés à la jeunesse ou liés au sport. La loi a toutefois autorisé la publicité par affichage.

LE CONTENU

La loi limite les contenus des publicités en faveur des boissons alcooliques à leurs éléments dits « objectifs » (origine, description, mode de consommation, etc.). Le but est de permettre une présentation des produits sans pour autant inciter à la consommation.

Sauf cas particuliers, les publicités doivent comporter un message sanitaire préventif « L'abus d'alcool est dangereux pour la santé ». La mention « À consommer avec modération » installée par l'usage n'est pas réglementaire.

La loi interdit également les opérations de parrainage (lors de manifestations sportives, festives ou culturelles par exemple) par les producteurs de boissons alcooliques. Seul le mécénat est autorisé.