

SENAT

JOURNAL OFFICIEL DES DEBATS ARLEMENTAIRES

Séance du 5 juin 2009

PROJET DE LOI PORTANT REFORME DE L'HOPITAL ET RELATIF AUX PATIENTS, A LA SANTE ET AUX TERRITOIRES

Extraits des interventions de Roland COURTEAU

.../... Article 24.../...

M. le président. La parole est à M. Roland Courteau, sur l'article.

M. Roland Courteau. Comme vous, madame la ministre, nous partageons la conviction qu'il est nécessaire de lutter fermement contre l'alcoolisme, notamment chez les jeunes.

Nous mesurons tous, sans exception, l'importance des drames humains qui se nouent autour de la consommation ou des consommations excessives d'alcool et de l'« alcool défoncé », ainsi que l'ampleur des conséquences sanitaires et sociales qu'elles entraînent.

Aussi, à l'heure où les « open bars » sont à l'origine d'immenses dégâts chez les jeunes, mettre un terme à ces consommations excessives d'alcool est une cause incontestablement louable.

En 2005, j'avais dénoncé ici même, sans que mes propos aient eu une quelconque suite, d'ailleurs, les pratiques de certains grands alcooliers, qui vont à la rencontre des jeunes, organisent des réunions festives pour leur offrir gratuitement des échantillons d'alcools durs afin, vous l'avez deviné, de les initier à cette consommation. À cette occasion, j'avais cité un rapport de l'INSERM qui traitait de ces pratiques véritablement condamnables.

Nous savons aussi que les pressions de certains alcooliers en direction des étudiants, par exemple, sont énormes.

M. Jean-Pierre Godefroy. Eh oui !

M. Roland Courteau. En certaines occasions festives, les fabricants d'alcool consentent des réductions de 30 %, livrent des boissons sur place, reprennent les invendus et assurent même l'animation ! Ils consentent parfois, pour entretenir les bonnes relations, à des gestes commerciaux, par exemple en offrant en cadeau telle ou telle quantité d'alcool.

Mes chers collègues, faut-il faire remarquer que le vin n'est jamais choisi pour pratiquer l'« alcool défoncé » ? Faut-il ajouter que la plupart des jeunes ne boivent d'ailleurs jamais de vin ?

Cela dit, nous sommes quelques-uns à penser que le texte qui nous est présenté aurait gagné à mettre davantage en avant les notions de prévention, de modération et, surtout, d'éducation. Or, pour l'heure, si j'en juge par le texte ou par les amendements qui nous sont proposés, les questions relatives à l'« alcool jeunes » ou à l'« alcool travail » ne sont traitées que sous l'angle de l'interdit, jamais sous celui de l'information et de l'éducation,...

Mme Roselyne Bachelot-Narquin, ministre. C'est un texte législatif !

M. Roland Courteau. ... même si, je le reconnais, madame la ministre, cela relève plutôt du domaine réglementaire.

Mme Roselyne Bachelot-Narquin, ministre. Voilà !

M. Roland Courteau. Certes, il est des situations où l'interdit s'impose, mais reconnaissons qu'il a ses limites ! En effet, que vaut l'interdiction sans éducation ? Ce qui s'est passé dans certains pays voilà des années est particulièrement révélateur à cet égard.

Je prendrai un exemple. La vente d'alcool est interdite depuis longtemps aux jeunes de moins de seize ans. Une telle interdiction était nécessaire. Malgré tout, on constate aujourd'hui que les chiffres de la consommation d'alcool chez les moins de seize ans sont très inquiétants. L'éducation ne ferait-elle pas défaut ?

Voilà pourquoi nous considérons qu'il faut améliorer les messages de prévention et mettre davantage l'accent sur l'éducation, afin de parvenir à équilibrer prévention, éducation et interdictions. Force est de constater qu'il est plus facile d'interdire que d'éduquer...

Mais j'en reviens à l'article 24.

Par rapport au texte initial, je constate que la discussion à l'Assemblée nationale a permis, sur certains points, d'aboutir à quelques clarifications qui sont bienvenues. Un compromis a bien été trouvé pour permettre de combattre les consommations excessives : tant mieux !

Comme vous l'avez dit à l'Assemblée nationale, madame la ministre, les amendements « écartent toute ambiguïté sur ce sujet, tout en respectant l'esprit du projet de loi ». « Le cheminement que nous avons bâti ensemble protège notre culture viticole, notre filière vinicole et la santé publique. »

Je pense notamment aux foires traditionnelles, aux salons, aux dégustations, en particulier en vue de la vente, au sens de l'article 1587 du code civil.

Toutefois, nous nous interrogeons, dans le texte proposé par la commission des affaires sociales, sur l'interdiction de vendre notamment des produits viticoles sur les aires de repos et de services en bordure des autoroutes et des routes à deux chaussées, par exemple.

Selon nous, une telle mesure est, d'une part, inefficace par rapport aux objectifs de santé publique et, d'autre part, discriminatoire, donc très pénalisante pour les maisons de produits régionaux, lesquelles sont autant de vitrines de nos savoir-faire et de nos produits pour les touristes qui fréquentent ces lieux de très grand passage. Faut-il rappeler qu'il s'agit là de ventes à emporter ?

D'une manière plus générale, il faudra nous expliquer comment on peut envisager d'inscrire la gastronomie française au patrimoine de l'humanité et en même temps mettre à l'index certains de nos savoir-faire et de nos produits régionaux, plus particulièrement viticoles !

En revanche, nous soutiendrons les dispositions de l'article 24 *quater*, qui concerne la publicité sur Internet. Nous le ferons d'autant plus volontiers que nous avons déposé en février 2008 une proposition de loi allant dans le même sens.

Bien évidemment, nous contestons l'affirmation selon laquelle le dispositif adopté ouvrirait sans limite la publicité sur Internet. Faut-il rappeler que l'autorisation de la publicité n'est valable que dans les limites strictes de l'article L. 3323-4 du code de la santé publique ?

Le texte qui nous est soumis autorise cette publicité, à l'exclusion des services de communications en ligne « principalement destinés à la jeunesse, ainsi que ceux édités par des associations, sociétés et fédérations sportives [...], sous réserve que la propagande ou la publicité ne soit ni intrusive, ni interstitielle. »

Voilà, en résumé, les quelques remarques que je souhaitais faire, en mon nom et également au nom de plusieurs de mes collègues, sur les articles 24 et 24 *quater*. .../...

Message de MODERATION, d'information et de COMPORTEMENT RESPONSABLE

M. le président. L'amendement n° 45 rectifié *bis*, présenté par MM. Courteau, Raoul, Navarro et Patriat, Mmes Alquier et Cartron et MM. Lagauche, Sutour, Anziani, Miquel, Rebsamen, Mirassou, Guillaume, Madrelle, Besson, Rainaud et Bérít-Débat, est ainsi libellé :

Avant le I de cet article, ajouter un paragraphe ainsi rédigé :

... - La première phrase du premier alinéa de l'article L. 3311-3 du code de la santé publique est complétée par les mots : « et faire appel à l'esprit de responsabilité des consommateurs ».

La parole est à M. Roland Courteau.

M. Roland Courteau. Nous sommes tout à fait favorables, cela a été dit et redit, à l'interdiction des « open bars » et autres pratiques qui n'ont d'autre but que la « défonce ». Nous souhaitons également sanctionner l'incitation à la consommation excessive d'alcool.

Protéger nos concitoyens, et plus particulièrement les jeunes, du fléau de l'alcoolisme est une impérieuse nécessité, nous nous rejoignons tous sur ce point, mais peut-être faudrait-il aussi leur apprendre à se protéger.

Certains interdits sont nécessaires, mais insuffisants à eux seuls. Prenons garde : à force d'interdire, on désresponsabilise ! Nous devrions faire davantage appel à l'esprit de responsabilité des consommateurs, par une vraie politique d'éducation en faveur de la modération et contre les consommations excessives. J'ai pu le constater, hélas ! il est plus facile et moins coûteux d'interdire que d'éduquer à la tempérance.

Je reprendrai volontiers les propos de l'un de nos collègues parlementaires, lequel posait le problème en ces termes : qu'attendons-nous de nos concitoyens, notamment des plus jeunes d'entre eux ? Qu'ils soient simplement capables de réagir à l'interdit et aux barrières ? Voulons-nous des citoyens déresponsabilisés ou, au contraire, des citoyens libres, éduqués et responsables ?

À titre d'exemple, la solution adoptée par le Québec repose sur la conviction que les problèmes engendrés par l'abus d'alcool sont liés non à la disponibilité des produits, mais plutôt à un manque d'information et d'éducation du public.

Les Québécois ont donc élaboré des stratégies de communication faisant appel à la raison et à l'intelligence. Ainsi, des campagnes d'éducation destinées aux jeunes ont été mises en place dans le réseau des institutions et des programmes d'enseignement du ministère de l'éducation. Tout est fait pour favoriser l'émergence d'une attitude responsable face à l'alcool. Les messages diffusés prônent l'équilibre et la modération, ce dernier terme n'étant ni grossier ni tabou.

Au Québec, la modération est un mode de consommation socialement intégré et culturellement accepté. Là-bas, on privilégie le développement de la culture de modération, par opposition aux pratiques de consommation excessive. Surtout, on développe l'éducation et la responsabilisation tout à la fois des consommateurs et des producteurs.

Ainsi, pour ce qui est des maladies liées à l'alcool, la province de Québec n'apparaît que dans la deuxième moitié du classement des dix provinces du Canada. Par ailleurs, elle est au dernier rang pour ce qui concerne le taux d'infractions pénales commises sous l'effet de l'alcool.

La politique québécoise a donc permis de réduire les problèmes de comportement liés à une consommation excessive d'alcool.

Je note par ailleurs que, du côté de l'Union européenne, le programme *Wine in moderation* représente la contribution du secteur viticole européen au forum « Alcool et santé » de la Commission européenne. Cette contribution repose sur une campagne éducative de grande ampleur, dont l'objectif est de promouvoir un comportement responsable, tout en instruisant les citoyens des risques d'une consommation excessive.

Cet amendement vise donc à favoriser le développement de ce comportement responsable.

M. le président. Quel est l'avis de la commission ?

M. Alain Milon, *rapporteur.* Je souhaite tout d'abord rappeler à l'ensemble de nos collègues notre position sur l'article 24.

La commission a considéré que le texte issu des travaux de l'Assemblée nationale était excellent et qu'il fallait y toucher le moins possible, pour ne pas ouvrir la boîte de Pandore. Nous sommes tous d'ardents défenseurs de nos régions, qu'il s'agisse du Languedoc, de l'Alsace, de la Provence, du Bordelais, de la Champagne ou de la Bourgogne. Nous avons tous de bonnes raisons de soutenir la vente des produits régionaux.

Cela étant, les membres de la commission des affaires sociales ont également la volonté de protéger la santé publique.

En conséquence, la commission émettra un avis défavorable sur l'ensemble des amendements déposés sur cet article, notamment sur l'amendement n° 45 rectifié *bis*.

M. le président. Quel est l'avis du Gouvernement ?

Mme Roselyne Bachelot-Narquin, *ministre.*
Défavorable !

.../...

M. le président. Je mets aux voix l'amendement n° 45 rectifié *bis*.

(L'amendement n'est pas adopté.)

AUTOROUTES AUTORISATION VENTE A EMPORTER

M. le président. En conséquence, nous allons examiner par priorité l'amendement n° 150 rectifié *quater*.

M. Roland Courteau. Monsieur le président, l'amendement n°74 rectifié *quater*, identique, doit être logiquement examiné simultanément. *(Exclamations sur les travées de l'UMP.)*

M. Guy Fischer. Ce sont les grandes manœuvres !

M. le président. Monsieur Courteau, l'amendement n° 74 dans sa version rectifiée *quater* ayant été déposé après l'amendement n° 150 dans sa version également rectifiée *quater*, il sera présenté à la suite.

Les amendements .../... 74 rectifié *quater* sont effectivement identiques. .../.....

L'amendement n° 74 rectifié *quater* est présenté par MM. Courteau, Patriat, Collombat, Guillaume, Madrelle,

Rainaud, Rebsamen, Besson et Piras, Mme Schillinger et MM. Soutour, Navarro et Raoul.

Ces deux amendements sont ainsi libellés :

Rédiger comme suit le deuxième alinéa du 2° du I de cet article :

« Il est interdit de vendre des boissons alcooliques sur les aires de repos et aires de service en bordure des autoroutes ainsi que sur ces mêmes aires en bordure des routes à deux fois deux voies matérialisées par une séparation centrale, à l'exception des boutiques de vente à emporter et des lieux de restauration. .../....

M. le président. La parole est à M. Roland Courteau, pour présenter l'amendement n° 74 rectifié *quater*.

M. Roland Courteau. La commission propose d'interdire la vente ou l'offre à titre gratuit de boissons alcooliques sur les aires de repos et de service situées en bordure des autoroutes et des routes à deux chaussées séparées par un terre-plein central.

Je voudrais attirer l'attention du Sénat, non seulement sur le caractère discriminatoire d'une telle mesure, mais aussi sur son inefficacité en termes de santé publique.

Discrimination et inefficacité, effet, car la vente de ces boissons serait interdite en bordure des autoroutes ou des routes à deux chaussées, tandis qu'elle serait autorisée dans un commerce ou une grande surface situés à quelques dizaines ou quelques centaines de mètres de là, par exemple immédiatement à la sortie de l'autoroute... Nous en connaissons tous de nombreux exemples.

Quelle sera l'efficacité de la mesure d'interdiction, alors qu'à quelques minutes de là on pourra acheter tout ce que l'on veut ?

Discrimination et inefficacité, encore, car la vente de boissons alcooliques à emporter serait interdite sur les aires d'autoroute et sur les routes à deux chaussées, mais elle serait autorisée sur l'ensemble du reste du réseau routier...

Je m'interroge sur la pertinence d'une distinction entre ces voies spécifiques de circulation que sont les routes et les autoroutes à deux chaussées et le reste du réseau routier, où le risque d'accident ne me semble pas moins important.

Enfin, je vous demande de bien vouloir considérer que les boutiques et autres maisons consacrées à la vente de produits régionaux sont surtout des vitrines qui servent à la promotion de nos produits. Comme vient de le souligner M. César, la plupart des visiteurs sont des touristes qui emportent des produits et ne les consomment pas sur place. Il s'agit donc de vente à

emporter, comme elle se pratique quotidiennement dans l'ensemble des commerces.

Dans le cas présent, la commission ne semble pas vouloir tenir compte de l'incidence économique d'une telle interdiction, alors même qu'elle semble y attacher la plus grande importance lorsqu'elle élargit la plage horaire durant laquelle la vente de ces boissons est autorisée dans les stations-service sur le reste du réseau routier.

Elle justifie cette dernière mesure par le fait que, dans certains cas, les points de vente de carburant jouent le rôle de commerces de proximité en zone rurale ou semi-rurale, ce qui est parfaitement vrai. Nous sommes donc d'accord pour soutenir ces points de vente, mais souffrez alors qu'avec mes collègues signataires de cet amendement nous reprenions à notre compte le même argument économique, la même crainte d'une discrimination, pour justifier que le même régime d'autorisation de vente à emporter soit appliqué aux maisons de produits régionaux et autres établissements ou boutiques situés sur les aires d'autoroutes ou en bordure des routes à deux chaussées.

J'y insiste, la rédaction de la commission est porteuse d'un risque de discrimination et sera inefficace en termes de santé publique.

M. le président. Je mets aux voix les amendements identiques n°s 150 rectifié *quater* et 74 rectifié *quater*.

Je suis saisi d'une demande de scrutin public émanant de la commission.

Il va être procédé au scrutin dans les conditions fixées par l'article 56 du règlement.

(Le scrutin a lieu.)

M. le président. Personne ne demande plus à voter ?...

Le scrutin est clos.

(Il est procédé au comptage des votes.)

M. le président. Voici le résultat du dépouillement du scrutin n° 182 :

Nombre de votants	314
Nombre de suffrages exprimés	309
Majorité absolue des suffrages exprimés	155
Pour l'adoption	274
Contre	35

Le Sénat a adopté. (*Exclamations sur certaines travées de l'UMP et du groupe socialiste.*)

.../...

M. le président. Les amendements n^{os} 76 rectifié *septies* et 244 rectifié sont identiques.

L'amendement n^o 76 rectifié *septies* est présenté par MM. Courteau, Patriat, Collombat, Guillaume, Madrelle, Rainaud, Rebsamen, Besson et Piras, Mme Schillinger, MM. Sutour, Navarro, Raoul, Carrère, Chastan, Domeizel, Mirassou, Anziani, Miquel, Signé et Bérit-Débat, Mme Cartron et MM. Pastor, Daunis et Teston.
.../...

Supprimer le 2^o du I de cet article.

La parole est à M. Roland Courteau, pour défendre l'amendement n^o 76 rectifié *septies*.

M. Roland Courteau. Cet amendement est défendu.
.../...

STATIONS SERVICES / PLAGE HORAIRES

M. le président. L'amendement n^o 1260, présenté par le Gouvernement, est ainsi libellé :

Dans le troisième alinéa du 2^o du I de cet article, remplacer le mot : vingt, par le mot :, dix-huit

La parole est à Mme la ministre.

Mme Roselyne Bachelot-Narquin, ministre. Cet amendement tend à élargir la plage horaire d'interdiction de la vente d'alcool à emporter dans les points de vente de carburant, en avançant l'heure de fin d'autorisation de vingt heures à dix-huit heures.

Je ne reprendrai pas mon exposé liminaire.

Il convient d'adopter des mesures fortes dans le domaine de la santé publique, et l'argument selon lequel l'interdiction de vente à compter de dix-huit heures serait de nature à créer une distorsion de concurrence entre les points de vente de carburant et les autres commerces n'est pas recevable.

En effet, dans les zones urbaines, de nombreux commerces ferment bien après vingt heures, alors qu'en milieu rural les commerces ferment en général bien avant cette heure.

C'est donc au contraire en autorisant la vente d'alcool dans les stations-service jusqu'à vingt heures que l'on créerait une distorsion de concurrence.

De toute manière, ce sont avant tout des raisons de santé publique qui me guident pour rétablir la plage horaire d'interdiction de vente adoptée par l'Assemblée nationale, c'est-à-dire entre dix-huit heures et huit heures.

.../...

M. le président. Les amendements n^{os} 77 rectifié *ter* et 152 rectifié *bis* sont identiques.

L'amendement n^o 77 rectifié *ter* est présenté par MM. Courteau, Patriat, Collombat, Guillaume, Madrelle, Rainaud, Rebsamen, Besson et Piras, Mme Schillinger, MM. Sutour, Navarro, Raoul et Bérit-Débat et Mme Cartron.../...

Ces deux amendements sont ainsi libellés :

Remplacer le dernier alinéa du II de cet article par un paragraphe ainsi rédigé :

... Après l'article L. 3331-3 du code de la santé publique, il est inséré un article L. 3331-3-1 ainsi rédigé :

« Art. L. 3331-3-1. - Les débits de boisson de vente à distance, lorsqu'ils ne sont pas entrepositaires agréés au sens de l'article 302 G du code général des impôts, doivent être titulaires de la licence à emporter prévue à l'article L. 3331-3 du code de la santé publique. »

La parole est à M. Roland Courteau.

M. Roland Courteau. La vente à distance ne peut être assimilée à la vente à emporter. Le ministère de la santé souhaite que les sociétés effectuant ces ventes soient connues des douanes et aient une licence de débit de boissons à emporter. Or la plupart des sociétés de vente à distance font déjà une déclaration beaucoup plus complète comme entrepositaires agréés, et seule une infime partie échappe à toute réglementation.

Il s'agit d'un phénomène nouveau observé dans les grandes agglomérations : certaines sociétés pratiquent en effet la vente à distance de boissons alcooliques à livraison immédiate, sur le modèle des livraisons de pizzas à domicile.

Il convient donc d'imposer à ces sociétés une réglementation spécifique tout en évitant de faire subir de nouvelles contraintes à ceux qui sont déjà déclarés comme entrepositaires agréés : supermarchés en ligne, négociants en vin sur internet et sites internet de viticulteurs avec possibilité de commande en ligne.

Cet amendement vise donc à imposer l'obligation de détenir une licence aux seules sociétés de vente à distance de boissons alcooliques à livraison immédiate.

M. le président. La parole est à M. Gérard César, pour présenter l'amendement n° 152 rectifié *bis*.

M. Gérard César. Il s'agit exactement du même amendement que le précédent, très bien défendu par mon excellent collègue Roland Courteau ! (*Sourires.*) .../....

M. le président. Quel est l'avis de la commission ?

M. Alain Milon, rapporteur. J'indique avant toute chose que la commission émet un avis défavorable sur l'ensemble des amendements.

Les amendements identiques n°s 150 rectifié *quater* et 74 rectifié *quater* sont contraires à l'amendement adopté par la commission des affaires sociales sur l'initiative de M. Nicolas About. Ils entendent en effet préserver la possibilité de vente à emporter dans tous les commerces présents sur les aires d'autoroutes et de routes nationales à deux fois deux voies.

J'en viens à l'amendement n° 76 rectifié *septies*. Si la première version de l'amendement comportait une idée qui aurait pu être intéressante, la version actuelle se contente de supprimer le texte de la commission./...

Concernant l'amendement n° 1260, la vente d'alcool dans les stations-service est surtout dangereuse le long des grands axes routiers. Dès lors qu'elle a été interdite par la commission des affaires sociales, il n'y a pas lieu d'imposer aux autres points de vente de carburant une contrainte qui ne s'impose pas aux commerces qui les entourent. ../.....

M. le président. Quel est l'avis du Gouvernement ?

Mme Roselyne Bachelot-Narquin, ministre. Le Gouvernement émet **un avis favorable** sur les amendements .../... 74 rectifié *quater* qui reviennent sur le texte adopté par la commission des affaires sociales interdisant toute vente d'alcool sur les aires d'autoroute.

S'agissant des stations-service, il préconise le retour au texte initial présenté au Sénat. Je défendrai d'ailleurs tout à l'heure un amendement visant à rétablir la plage-horaire initiale.

Si ces deux amendements sont adoptés, la vente d'alcool dans les points de vente situés sur les aires d'autoroute s'effectuera comme dans toutes les autres stations-service : il y aura ainsi autorisation de vente en journée et interdiction totale de vente de boissons alcooliques réfrigérées.

Ces amendements, en interdisant la vente d'alcool à consommer sur place qui ne serait pas servi avec un repas, limitent les risques liés à une consommation immédiate d'alcool avant de prendre la route. .../...

S'agissant des amendements identiques n°s 77 rectifié *ter* .../..., l'avis est défavorable. Ces amendements visent à soumettre les opérateurs de vente à distance, sauf s'ils sont entrepositaires agréés, à la détention d'une licence de vente à emporter./....

Messieurs Courteau, César et Barbier, votre demande d'exclusion des entrepositaires n'est donc pas nécessaire. La modification que vous proposez par rapport à la rédaction du Gouvernement risque d'être plus facilement contournable. .../...

M. le président. Je vais mettre aux voix les amendements .../... et 74 rectifié *quater*, appelés par priorité./....

M. le président. La parole est à M. Roland Courteau, pour explication de vote.

M. Roland Courteau. J'ai essayé de le démontrer voilà quelques instants, mais je le répète : la rédaction proposée par la commission sera source d'innombrables discriminations et sera inefficace ! On autorise la vente de boissons alcooliques dans un endroit, cependant qu'on l'interdit dans un autre, situé quelques dizaines ou centaines de mètres plus loin ; on tient compte de l'argument économique dans un cas, mais on l'ignore dans l'autre. Vérité au-delà des Pyrénées, erreur au-delà...

La mesure serait sans aucun effet positif pour la santé publique ; elle n'aurait qu'un seul résultat : supprimer les boutiques de vente de produits régionaux !

Cela étant, monsieur About, je suis prêt à rectifier l'amendement pour améliorer sa rédaction. Je voudrais simplement consulter Gérard César au préalable.

M. le président. La parole est à M. Guy Fischer, pour explication de vote.

M. Guy Fischer. Les sénateurs du groupe CRC-SPG suivront la position de la commission, défendue par M. Nicolas About./....

M. le président. La parole est à M. Marcel Rainaud, pour explication de vote.

M. Marcel Rainaud. L'interdiction de la vente d'alcool dans les points de vente de carburant et les boutiques de vente à emporter est inopérante.

Si une vigilance particulière peut et doit être portée sur les ventes à consommer sur place, la question des ventes à emporter est en effet bien différente, quoi qu'en pensent certains. Il n'y a aucune raison d'interdire ces dernières : cela pénaliserait principalement les points de vente et les

boutiques dans lesquelles les touristes achètent des produits du terroir.

C'est la raison pour laquelle je voterai ces deux amendements identiques..../...

.../.....

M. le président. Je mets aux voix l'amendement n° 1260.

Je suis saisi d'une demande de scrutin public émanant du Gouvernement.

Il va être procédé au scrutin dans les conditions fixées par l'article 56 du règlement.

(Le scrutin a lieu.)

M. le président. Personne ne demande plus à voter ?...

Le scrutin est clos.

(Il est procédé au comptage des votes.)

M. le président. Voici le résultat du dépouillement du scrutin n° 183 :

Nombre de votants	313
Nombre de suffrages exprimés	313
Majorité absolue des suffrages exprimés	157
Pour l'adoption	154
Contre	159

Le Sénat n'a pas adopté.

.../...

Je mets aux voix l'amendement n° 77 rectifié *ter*.

(L'amendement n'est pas adopté.)

.../.....

(L'article 24 est adopté.).../...

IV - INTERNET

Article 24 quater

(Texte non modifié)

Après le 8° de l'article L. 3323-2 du code de la santé publique est inséré un 9° ainsi rédigé :

« 9° Sur les services de communications en ligne à l'exclusion de ceux qui, par leur caractère, leur présentation ou leur ob apparaissent comme principalement destinés à la jeunesse, a que ceux édités par des associations, sociétés et fédérati sportives ou des ligues professionnelles au sens du code du sp sous réserve que la propagande ou la publicité ne soit ni intrus ni interstitielle. »

M. le président. L'amendement n° 40, présenté par Mmes Paye Morin-Desailly et MM. J.L. Dupont et Deneux, est ainsi libellé :

Remplacer le second alinéa de cet article par deux alinéas a rédigés :

« 9° Sur les services de communication au public en ligne producteurs, des fabricants, des importateurs, des négociants, concessionnaires, des entrepositaires, des distributeurs, grossistes et des détaillants de boissons alcooliques, des éleve ou de leurs organisations professionnelles ou interprofessionnell

« Un décret en Conseil d'État précise les conditions d'application précédent alinéa, notamment les formats de publicité autorisés, égard aux différentes technologies utilisées. ».../...

M. le président. La parole est à M. Roland Courteau, pour explication de vote.

M. Roland Courteau. Nous sommes quelques-uns, au sein du groupe socialiste, à ne pas être favorables à l'amendement n° 40 et à considérer que le texte qui nous est proposé à l'article 24 *quater* est un texte équilibré, en quelque sorte un bon compromis. On encadre la publicité sur internet, on respecte les règles de santé publique, on permet aux professionnels des offices de tourisme, de la gastronomie et du monde de la viticulture de disposer de cet outil de travail performant qu'est internet.

Oui, la publicité sur internet sera encadrée. Le texte de l'article 24 *quater* est parfaitement clair : on ne pourra pas faire n'importe quoi, la publicité en faveur des boissons alcooliques sera autorisée « sur les services de communications en ligne », mais à l'exclusion de ceux qui « apparaissent comme principalement destinés à la jeunesse » ou au sport, et « sous réserve que la propagande ou la publicité ne soit ni intrusive, ni interstitielle ». C'est là une première barrière.

Il existe également une deuxième barrière de protection.

J'imagine que chacun ici connaît l'article L. 3323-4 du code de la santé publique, qui encadre le contenu de toute publicité en faveur des boissons alcooliques. On ne peut donc pas faire n'importe quoi ! La publicité est ainsi limitée à l'indication de la dénomination, de l'origine, du mode d'élaboration du produit ou des terroirs, ce qui veut dire qu'elle est informative et non incitative. De plus, un message sanitaire accompagne obligatoirement toute publicité.

Comme vous le voyez, mes chers collègues, il y a deux barrières de protection, l'une pour les consommateurs, l'autre pour les jeunes.

Internet est un média qui permet à la fois de communiquer sur le vin et d'éviter certains publics, comme les jeunes, par exemple, ce qui n'est pas possible avec une campagne d'affichage, avec la radio ou avec les brochures. Au passage, je fais remarquer que les affiches, les radios et les brochures sont des supports publicitaires autorisés par la loi Evin à laquelle, nous dit-on ici, il ne faut pas toucher.

On ne subit pas la publicité sur internet.

M. Nicolas About, président de la commission des affaires sociales. Ce n'est pas toujours vrai !

M. Roland Courteau. On y accède à la suite d'une démarche volontaire, d'un acte de recherche, ...

M. Nicolas About, président de la commission des affaires sociales. Pas sur la page d'accueil des moteurs de recherche !

M. Roland Courteau. ... contrairement, je le répète, aux publicités par voie d'affichage, par exemple.

De plus, cela n'a rien à voir avec l'exposition subie par les jeunes lorsqu'il y a apparition de l'alcool dans un film. Notez que j'ai dit « apparition de l'alcool » et non publicité, puisque celle-ci est interdite au cinéma et à la télévision.

La publicité sur internet sera particulièrement encadrée, bien plus que celle sur les supports actuellement autorisés. Faut-il d'ailleurs rappeler que, jusqu'à la décision du TGI de Paris, en 2008, on s'en tenait à l'interprétation du Conseil d'État de 1998, fondée sur les débats parlementaires que nous avons eus ici sur la loi Evin.

M. Gérard César. Eh oui !

M. Roland Courteau. Le Bureau de vérification de la publicité avait d'ailleurs suivi sur ce point le Conseil d'État. Qui s'en est plaint durant plus de dix ans ?

La publicité sur internet a donc été autorisée pendant toutes ces années sans le moindre dispositif de protection spécifique à l'égard des jeunes. Qui l'avait remarqué ? Désormais, avec l'article 24 *quater*, cette double protection existera.

Quant à l'amendement n° 40, je constate qu'il vise à limiter la publicité aux seuls services de communication en ligne des producteurs, des négociants et des grossistes, notamment. En somme, adopter cette

disposition reviendrait à interdire aux internautes du monde entier de se servir des moteurs de recherche pour découvrir des sites consacrés à une région viticole et à sa production locale, ce qui fait pourtant souvent l'attrait d'un territoire. N'oublions pas non plus que pour nos petites exploitations, nos coopératives, qui ne peuvent s'adosser à un important réseau de distribution commerciale, internet représente un moyen moderne et précieux de faire connaître leur production.

Ainsi, seuls les producteurs français seront pénalisés. Les producteurs de vins espagnols, italiens, australiens, californiens, portugais ou argentins, quant à eux, pourront continuer à communiquer sur la grande toile mondiale, car ils ne seront pas soumis à des dispositions aussi contraignantes.

Toute la question est là, mes chers collègues : allons-nous nous tirer une balle dans le pied pendant que les autres pays producteurs continueront à faire de la publicité sur le net en faveur de leurs vins ? Trouveriez-vous normal que les internautes français, notamment les jeunes, puissent avoir accès aux vins de tous les pays, exceptés ceux des terroirs français ?

Telles sont les raisons pour lesquelles nous sommes opposés à l'amendement n° 40.../...

M. le président. Je mets aux voix l'amendement n° 40.

(L'amendement n'est pas adopté.)

M. le président. Je mets aux voix l'article 24 *quater*.

(L'article 24 quater est adopté.)

../....

**Articles additionnels après l'article 24
'(précédemment réservés)**

M. le président. L'amendement n° 46 rectifié *bis*, présenté par MM. Courteau, Patriat, Lagauche, Guillaume, Piras, Collombat, Sutour, Besson, Madrelle, Rainaud et Navarro, Mme Schillinger et M. Raoul, est ainsi libellé :

Après l'article 24, insérer un article additionnel ainsi rédigé :

Après la première phrase du premier alinéa de l'article L. 3311-3 du code de la santé publique, il est inséré une phrase ainsi rédigée :

« Ces messages peuvent comporter des informations relatives à des seuils de consommation définis par les autorités de santé et permettant d'objectiver la notion de modération. »

La parole est à M. Roland Courteau.

M. Roland Courteau. Nous proposons d'objectiver la notion de « modération ». Nous sommes tous d'accord pour reconnaître la nécessité de développer une démarche préventive, éducative, à l'égard des consommateurs de boissons alcooliques.

Des seuils de consommation ont été établis par les autorités chargées de la santé, l'Organisation mondiale de la santé par exemple. Ces seuils constituent une information importante, mais ils restent largement mal connus.

Quels sont ces seuils ? Les organisations de santé publique recommandent de ne pas consommer plus de deux unités d'alcool par jour pour les femmes, trois unités d'alcool pour les hommes, zéro unité d'alcool un jour par semaine et dans le cadre de situations à risques.

En 2004, l'INPES, je le rappelle, insistait sur les conseils de modération et les seuils à ne pas dépasser. La mission interministérielle de lutte contre la drogue et la toxicomanie, la MILDT, recommandait d'abaisser les consommations d'alcool aux seuils définis par l'OMS.

En novembre 2006, dans un rapport sur les risques liés à la consommation excessive d'alcool, l'Académie de médecine recommandait de se fonder sur la notion d'unités d'alcool.

Ces seuils restent méconnus. En effet, 64 % des Français ne savent pas citer précisément le seuil de consommation à moindre risque pour un homme et 54 % ne savent pas citer le seuil pour une femme. Pourtant, il y a un besoin d'information important : ces repères permettent en effet de définir les limites à ne pas franchir pour rester dans une consommation modérée.

Le Conseil de modération et de prévention a beaucoup travaillé sur un projet de plan d'éducation à la modération. Parler de « modération » n'est certainement pas un gros mot et ne fait pas rire. Il s'agit de permettre à chacun de bien gérer sa consommation en adulte responsable. D'où notre amendement visant à faire en sorte que, dans le cadre des campagnes d'information et de prévention de l'alcoolisme, les messages puissent comporter des informations relatives à des seuils de consommation définis par les autorités de santé permettant d'objectiver cette notion de modération.

M. le président. Quel est l'avis de la commission ?

M. Alain Milon, rapporteur. La commission émet un avis défavorable. En effet, dire aux femmes, vous pouvez boire deux unités d'alcool par jour, et aux hommes, trois unités d'alcool par jour, je ne suis pas sûr que tout le monde comprenne ce que cela signifie, moi-même je ne comprends pas très bien.

M. le président. Quel est l'avis du Gouvernement ?

Mme Roselyne Bachelot-Narquin, ministre. L'idée de seuils de consommation est extrêmement contestable en termes de santé publique.

Le chiffre de deux verres standard, soit deux fois dix grammes d'alcool pur par jour pour les femmes, trois pour les hommes, quatre en une seule occasion, zéro dans d'autres circonstances auxquelles vous faites allusion ne sont pas, contrairement à ce qu'on voit ici ou là, des recommandations de l'Organisation mondiale de la santé.

C'est simplement un index pour les professionnels de santé dans le cadre du colloque singulier qu'ils ont avec leurs malades pour voir à partir de quel moment il y a des comportements à risques.

Publier ces index de consommation pourrait laisser croire qu'il n'y a pas de risque en dessous de deux verres, qu'un homme peut impunément boire trois verres par jour et que ce serait même une consommation normale. Or il n'en est rien. L'Organisation mondiale de la santé ne diffuse qu'un seul message : « moins c'est mieux ».

Par ailleurs, définir le contenu des messages sanitaires ne relève pas du domaine législatif.

Telles sont les raisons pour lesquelles j'émet un avis défavorable.

M. le président. Monsieur Courteau, l'amendement n° 46 rectifié *bis* est-il maintenu ?

M. Roland Courteau. Je rappelle simplement que la MILDT a communiqué sur cette question, l'Organisation mondiale de la santé également, l'Académie de médecine voilà quelques jours à peine. Mais si personne n'en veut, je retire mon amendement.

M. le président. L'amendement n° 46 rectifié *bis* est retiré.

.../....