

Publicité et sponsoring des marques d'alcool : vers une évolution de la loi Evin ?

La loi Evin, promulguée en 1991, 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.

Dans un rapport remis à Matignon dans le cadre du nouveau mode de financement du sport, Perrine Goulet, députée LREM de la Nièvre, en propose un assouplissement. Une évolution qui concernerait « la publicité pour des marques d'alcool sur les sites internet sportifs, le retour du sponsoring d'équipes françaises pour les viticulteurs et les brasseurs, ainsi qu'une augmentation du nombre d'événements sportifs où un club serait autorisé à vendre de la bière ». Telles sont les solutions évoquées par la députée de la Nièvre, dans ce rapport commandé par le Premier ministre.

L'élue s'interroge en effet sur la cohérence des dispositions restreignant l'alcool, dès lors que les supporters peuvent consommer de l'alcool avant de rentrer dans les stades et que des publicités d'alcool apparaissent régulièrement à l'écran lors de la diffusion de compétitions européennes par les chaînes française (Heineken, lors des coupes d'Europe de Rugby et de Football, par exemple). La députée compare cette situation avec celle de nos pays voisins (Allemagne, Espagne, Royaume-Uni) où les lois sont plus souples et permettent aux différents championnats de générer plus de 30 millions d'euros supplémentaires par saison.

Une autre question abordée dans ce rapport concerne une hausse de la « taxe Buffet » (de 5 à 7% pour les tranches supérieures à 100 millions d'euros) dont les bénéfices seraient reversés intégralement au football amateur.

Rappelons que les dépenses sportives en France s'élèvent (ménages compris) à environ 37 milliards d'euros par an. L'Etat, qui a revu à la baisse son budget alloué au sport, y a consacré 5,4 milliards d'euros contre 9,2 milliards pour les collectivités territoriales. (Lire le rapport des propositions)