

tains travailleurs étrangers peuvent, pendant une période de deux mois à compter de la publication du présent décret, prétendre à l'aide publique à la réinsertion dans les conditions prévues pour les travailleurs visés au 1° de l'article 2.

Art. 10. - Le décret n° 84-310 du 27 avril 1984 créant une aide publique à la réinsertion de certains travailleurs étrangers est abrogé.

Art. 11. - Le ministre d'Etat, ministre de l'économie, des finances et de la privatisation, le ministre des affaires étrangères, le ministre de l'intérieur, le ministre des départements et territoires d'outre-mer, le ministre des affaires sociales et de l'emploi, le ministre de la coopération et le ministre délégué auprès du ministre de l'économie, des finances et de la privatisation, chargé du budget, sont chargés, chacun en ce qui le concerne, de l'exécution du présent décret, qui sera publié au *Journal officiel* de la République française.

Fait à Paris, le 16 octobre 1987.

JACQUES CHIRAC

Par le Premier ministre :

*Le ministre des affaires sociales et de l'emploi,*  
PHILIPPE SÉGUIN

*Le ministre d'Etat, ministre de l'économie,  
des finances et de la privatisation,*  
ÉDOUARD BALLADUR

*Le ministre des affaires étrangères,*  
JEAN-BERNARD RAIMOND

*Le ministre de l'intérieur,*  
CHARLES PASQUA

*Le ministre des départements et territoires d'outre-mer,*  
BERNARD PONS

*Le ministre de la coopération,*  
MICHEL AURILLAC

*Le ministre délégué auprès du ministre de l'économie,  
des finances et de la privatisation,  
chargé du budget,*  
ALAIN JUPPÉ

## SANTÉ ET FAMILLE

### Circulaire du 16 octobre 1987 portant modification du code des débits de boissons et des mesures contre l'alcoolisme en ce qui concerne la publicité en faveur des boissons contenant plus d'un degré d'alcool

NOR : ASEP8701441C

Paris, le 16 octobre 1987.

*Le ministre de l'intérieur, le ministre des affaires sociales et de l'emploi, le ministre délégué auprès du ministre des affaires sociales et de l'emploi, chargé de la santé et de la famille, et le secrétaire d'Etat auprès du Premier ministre, chargé de la jeunesse et des sports, à Messieurs les préfets, commissaires de la République, et à Messieurs les directeurs départementaux des affaires sanitaires et sociales*

La loi n° 87-588 du 30 juillet 1987 portant diverses mesures d'ordre social a été publiée au *Journal officiel* du 31 juillet 1987. Son article 97 réforme complètement deux articles, les articles L. 17 et L. 18, du code des débits de boissons et des mesures contre l'alcoolisme. Ces deux articles concernent la publicité pour les boissons alcooliques.

Cette nouvelle législation manifeste la volonté des pouvoirs publics de renforcer l'ensemble des actions menées contre ce fléau national qu'est l'alcoolisme. Elle s'inscrit dans l'esprit de la loi n° 87-519 du 10 juillet 1987 renforçant la lutte contre l'alcool au volant.

L'article L. 17 nouveau du code des débits de boissons interdit la diffusion de messages publicitaires en faveur des boissons contenant plus d'un degré d'alcool dans le cas :

- des messages diffusés par les chaînes de télévision publiques ou privées par voie hertzienne, par câble ou par satellite. Cette disposition s'applique à tous les messages télévisés émis ou reçus en France ;
- des messages dans les publications destinées à la jeunesse ;
- de la publicité sur les stades, les terrains de sport publics ou privés, dans les lieux où sont installées des piscines et dans les salles où se déroulent habituellement des manifestations sportives ainsi que dans tous les locaux occupés par des associations de jeunesse ou d'éducation populaire ;
- de la publicité en faveur de boissons dont la fabrication et la vente sont prohibées.

L'apport de ce texte est double.

D'une part, il traite de façon identique toutes les boissons alcooliques, c'est-à-dire toutes les boissons qui contiennent plus d'un degré d'alcool. Il met fin ainsi à la diversité des régimes en fonction des groupes de boissons définies à l'article 1<sup>er</sup> du code des débits de boissons et des mesures contre l'alcoolisme. Cette égalité de traitement de toutes les boissons contenant de l'alcool répond aux objectifs de santé publique et rend notre droit conforme aux règles européennes. Les effets néfastes de l'alcool sont dus à la dose absorbée et non à la nature de la boisson contenant cet alcool ou à sa concentration alcoolique.

D'autre part, il énumère, de façon expresse, les cas d'interdiction totale de publicité.

L'interdiction de la publicité à la télévision était devenue nécessaire. Les autres interdictions avaient déjà été prévues par des textes antérieurs (loi n° 49-956 du 16 juillet 1949, ordonnance n° 59-107 du 7 janvier 1959, ordonnance n° 60-1253 du 29 novembre 1960). Elles devront être respectées avec une rigueur accrue. Les affiches, prospectus, annonces sonores visant à faire connaître des boissons alcool-

liques et à inciter à leur consommation sont formellement proscrits sur les lieux et supports visés par l'article L. 17 nouveau. Dans la mesure où ils auront connaissance du non-respect de ces interdictions, les préfets auront à en saisir les procureurs de la République et à en informer le ministre des affaires sociales et de l'emploi.

L'article L. 18 nouveau traite de la publicité qui, n'étant pas formellement interdite, est, en conséquence, autorisée, par exemple la publicité par voie d'affichage, de prospectus, dans la presse pour adultes, par voie radiodiffusée et au cinéma.

Le premier paragraphe soumet cette publicité autorisée en faveur des boissons alcooliques à ce que l'on peut appeler un « code de bonne conduite » : introduction obligatoire d'un conseil de modération dans les messages publicitaires, interdiction de présenter les boissons comme dotées ou dénuées d'effets physiologiques ou psychologiques, interdiction de comporter quelque incitation que ce soit en direction des mineurs et d'évoquer d'aucune façon la sexualité, le sport, le travail, les machines et véhicules à moteur. Elle ne doit pas non plus avoir recours à des personnalités connues pour une activité n'ayant pas de rapport avec la production ou la distribution de boissons alcooliques, par exemple à des artistes ou à des sportifs.

Ces normes avaient, pour la plupart, déjà été adoptées par les professionnels à l'instigation du Bureau de vérification de la publicité. Elles ont désormais valeur législative et devront de ce chef être suivies par tous, producteurs, publicitaires, annonceurs. Le Bureau de vérification de la publicité a accepté de jouer un rôle de conseil auprès des publicitaires et des annonceurs afin que ce code de bonne conduite soit bien interprété et strictement respecté. La bonne interprétation suppose la collaboration des professionnels. La loi ne peut prétendre régler tous les cas susceptibles de se présenter. Par définition elle ne fixe que des principes.

Votre attention est particulièrement attirée sur la première disposition de ce paragraphe. Le conseil de modération doit figurer désormais de façon perceptible sur toute publicité.

Le deuxième paragraphe de l'article L. 18 nouveau introduit une précision indispensable : le conditionnement ne peut être reproduit que s'il satisfait aux exigences mentionnées ci-dessus. Cette clause pouvait aller de soi. Mais dans la mesure où ce qui n'est pas formellement interdit est autorisé, il est nécessaire de la préciser, afin d'éviter toute publicité déguisée.

Le troisième paragraphe prévoit dans le même esprit que les éléments caractéristiques des publicités pour les boissons alcooliques ne peuvent être utilisées dans les activités de parrainage ou dans une publicité en faveur d'un autre produit que s'ils respectent les règles visées ci-dessus. Cette disposition peut poser des problèmes d'interprétation.

Que faut-il entendre par activité de parrainage ? A la différence de la publicité qui vise à faire connaître des produits et à inciter le public à les acheter, le parrainage a essentiellement pour but de promouvoir l'image ou d'accroître la renommée d'une firme, en associant celle-ci à autre chose qu'à la vente de ses produits. Il s'exerce par le financement partiel ou total de fêtes ou de manifestations culturelles ou sportives qu'il contribue ainsi à soutenir.

La loi opère explicitement une distinction entre le parrainage et la publicité en faveur des produits. Les activités de parrainage n'étant pas expressément interdites sont autorisées. Les producteurs de boissons alcooliques peuvent continuer, comme par le passé, à soutenir ou à organiser les événements sportifs ou les manifestations culturelles. Les parrains peuvent, à cette occasion, faire apparaître dans les messages relatifs à ces événements ou manifestations leurs noms ou leurs sigles.

La proximité de ces deux démarches, publicité ou parrainage, conduit cependant à préciser certaines règles.

L'apparition du nom du parrain - sous forme écrite, sonore ou audiovisuelle - est permise, même dans les lieux visés par l'article L. 17 nouveau où la publicité proprement dite est interdite (stades, terrains de sport, etc.). Mais, dans ce dernier cas, à condition que la distinction avec la publicité en faveur des produits soit très scrupuleusement respectée. Cela signifie que le nom du parrain peut figurer sur les lieux de compétition et d'entraînement mais en excluant toute autre mention. Ne peut être admise la répétition insistante, par quelque moyen que ce soit, du nom du parrain apportant son appui à la manifestation, à une fréquence telle qu'elle vise à exercer une influence psychologique sur le public et s'assimile ainsi à une opération publicitaire.

En bref, dans les lieux et sur les supports visés à l'article L. 17, l'information relative au parrainage est autorisée, à la différence de la publicité en faveur des produits, mais elle doit être menée avec une particulière réserve.

Dans les lieux et sur les supports autres que ceux visés à l'article L. 17, la communication ou l'information réalisée à l'occasion d'une activité de parrainage est, par contre, plus libre, puisque dans ces lieux et sur ces supports la publicité en faveur des produits est autorisée.

Le troisième paragraphe de l'article L. 18 dispose que cette information doit alors - comme toute publicité indirecte - respecter les dispositions du premier paragraphe, et notamment les règles encadrant la conception des messages publicitaires.

Quelle peut être, dans ces conditions, la portée de l'interdiction de l'évocation du sport dans ces messages publicitaires ? Cette interdiction a pour but de proscrire toute association entre la consommation d'une boisson et la pratique du sport. Elle ne peut avoir pour effet d'interdire à une société productrice de boissons alcooliques de parrainer une manifestation sportive et de le faire savoir. Il lui est donc possible dans ses actions de communication de rappeler cette manifestation, de montrer par exemple le bateau ou le véhicule parrainé. Mais ce serait violer la loi que de laisser entendre que la conduite

de ce véhicule ou de ce bateau a pu être compatible avec la consommation de boissons alcooliques, ou que le succès dans la compétition a été dû à l'alcool.

Certains points du texte adopté par le législateur peuvent encore susciter des débats sur leur interprétation. C'est pourquoi le Bureau de vérification de la publicité a accepté d'élaborer avec l'ensemble des professionnels concernés des recommandations déontologiques permettant une application de la loi la plus fidèle possible à son esprit. Vous ne manquerez pas d'en être destinataires.

Il vous revient d'apporter à l'application de la loi une attention soutenue et de veiller par toutes actions appropriées au respect de ces dispositions. En outre, il vous appartient de saisir les procureurs de la République en cas d'infractions caractérisées et dûment constatées pour lesquelles les pénalités ont été d'ailleurs sensiblement renforcées par l'article L. 21 nouveau du code des débits de boissons et des mesures contre l'alcoolisme.

Vous voudrez bien associer à cette vigilance non seulement les services publics mais aussi les organisations et associations qui dans votre région ou votre département participent activement à la lutte contre la consommation excessive d'alcool.

*Le ministre délégué auprès du ministre  
des affaires sociales et de l'emploi,  
chargé de la santé et de la famille,*  
MICHELE BARZACH

*Le ministre de l'intérieur,*  
CHARLES PASQUA

*Le ministre des affaires sociales et de l'emploi,*  
PHILIPPE SÉGUIN

*Le secrétaire d'Etat auprès du Premier ministre,  
chargé de la jeunesse et des sports,*  
CHRISTIAN BERGELIN

## MINISTÈRE DE L'AGRICULTURE

### Arrêté du 28 septembre 1987 portant extension d'un accord interprofessionnel conclu dans le cadre du Comité national interprofessionnel de la pomme de terre et relatif au calibre minimum

NOR : AGRP8701797A

Le ministre d'Etat, ministre de l'économie, des finances et de la privatisation, et le ministre de l'agriculture,

Vu la loi n° 75-600 du 10 juillet 1975 relative à l'organisation interprofessionnelle agricole ;

Vu l'arrêté du 27 juillet 1977 portant reconnaissance du Comité national interprofessionnel de la pomme de terre ;

Vu l'accord interprofessionnel conclu le 3 septembre 1987 par les organisations professionnelles membres du Comité national interprofessionnel de la pomme de terre,

Arrêtent :

Art. 1<sup>er</sup>. - Les articles 1<sup>er</sup> à 5 de l'accord interprofessionnel conclu dans le cadre du Comité national interprofessionnel de la pomme de terre (C.N.I.P.T.) et relatif à un calibre minimum, figurant en annexe (1) au présent arrêté, sont étendus à compter de la date de publication au *Journal officiel* pour la campagne 1987-1988, à tous les membres des professions constituant cette organisation interprofessionnelle.

Les agents de la direction de la concurrence, de la consommation et de la répression des fraudes au ministère de l'économie, des finances et de la privatisation concourent, à l'occasion de leurs fonctions, à l'application de cet accord.

Art. 2. - Le directeur de la production et des échanges au ministère de l'agriculture et le directeur général de la concurrence, de la consommation et de la répression des fraudes au ministère de l'économie, des finances et de la privatisation sont chargés, chacun en ce qui le concerne, de l'exécution du présent arrêté, qui sera publié au *Journal officiel* de la République française.

Fait à Paris, le 28 septembre 1987.

*Le ministre de l'agriculture,*  
FRANÇOIS GUILLAUME

*Le ministre d'Etat, ministre de l'économie,  
des finances et de la privatisation,*  
ÉDOUARD BALLADUR

(1) L'annexe au présent arrêté peut être consultée au siège du Comité national interprofessionnel de la pomme de terre, 21, rue de Madrid, 75008 Paris, ou au ministère de l'agriculture (bureau de l'organisation interprofessionnelle et secrétariat du Conseil supérieur d'orientation et de coordination de l'économie agricole et alimentaire), 3, rue Barbet-de-Jouy, 75007 Paris.

### Arrêté du 28 septembre 1987 portant extension d'un accord interprofessionnel conclu dans le cadre du Comité national interprofessionnel de la pomme de terre et relatif à la séparation des calibres supérieurs à 75 mm

NOR : AGRP8701796A

Le ministre d'Etat, ministre de l'économie, des finances et de la privatisation, et le ministre de l'agriculture,

Vu la loi n° 75-600 du 10 juillet 1975 relative à l'organisation interprofessionnelle agricole ;

Vu l'arrêté du 27 juillet 1977 portant reconnaissance du Comité national interprofessionnel de la pomme de terre ;

Vu l'accord interprofessionnel conclu le 3 septembre 1987 par les organisations professionnelles membres du Comité national interprofessionnel de la pomme de terre,

Arrêtent :

Art. 1<sup>er</sup>. - Les articles 1<sup>er</sup> à 3 de l'accord interprofessionnel conclu dans le cadre du Comité national interprofessionnel de la pomme de terre (C.N.I.P.T.) et relatif à la séparation des calibres supérieurs à 75 mm, figurant en annexe (1) du présent arrêté, sont étendus à compter de la date de publication au *Journal officiel*, pour les campagnes 1987-1988, 1988-1989 et 1989-1990, à tous les membres des professions constituant cette organisation interprofessionnelle.

Les agents de la direction de la concurrence, de la consommation et de la répression des fraudes au ministère de l'économie, des finances et de la privatisation concourent, à l'occasion de leurs fonctions, à l'application de cet accord.

Art. 2. - Le directeur de la production et des échanges au ministère de l'agriculture et le directeur général de la concurrence, de la consommation et de la répression des fraudes au ministère de l'économie, des finances et de la privatisation sont chargés, chacun en ce qui le concerne, de l'exécution du présent arrêté, qui sera publié au *Journal officiel* de la République française.

Fait à Paris, le 28 septembre 1987.

*Le ministre de l'agriculture,*  
FRANÇOIS GUILLAUME

*Le ministre d'Etat, ministre de l'économie,  
des finances et de la privatisation,*  
ÉDOUARD BALLADUR

(1) L'annexe au présent arrêté peut être consultée au siège du Comité national interprofessionnel de la pomme de terre, 21, rue de Madrid, 75008 Paris, ou au ministère de l'agriculture (bureau de l'organisation interprofessionnelle et secrétariat du Conseil supérieur d'orientation et de coordination de l'économie agricole et alimentaire), 3, rue Barbet-de-Jouy, 75007 Paris.