



Paris, le 17 mars 2009

Communiqué de presse

Une Loi sur la santé abandonnera-t-elle un des axes majeurs de la lutte contre la consommation excessive d'alcool ?

Les députés viennent d'adopter en première lecture un amendement autorisant la publicité pour l'alcool sur Internet. Elle était, jusqu'à présent, interdite puisque ce support de communication, l'un des plus puissants et des plus utilisés par les jeunes, n'existait pas au temps de l'adoption de la Loi Evin (1991). Il a fallu 15 ans pour mettre en œuvre la partie tabac de cette Loi. Il aura fallu 15 ans pour que la partie alcool soit petit à petit dénaturée et démantelée. Considérant que la consommation excessive des boissons alcooliques entraîne des effets néfastes sanitaires et sociaux (maladies chroniques, cancers, maladies mentales, syndrome d'alcoolisation fœtale, maltraitance, accidents du travail, de la circulation...), la loi Evin encadrerait strictement leur publicité. Or, les supports actuellement autorisés sont devenus nombreux :

- ◆ presse écrite pour adultes ;
- ◆ radio entre minuit et 17h, sauf le mercredi ;
- ◆ affiches et enseignes, y compris dans les stades, rétabli par un amendement en 1994 ;
- ◆ brochures commerciales ;
- ◆ affichettes et objets dans les lieux de vente spécialisée, fêtes, foires traditionnelles, musées, véhicules de livraison, objets promotionnels.

L'amendement de janvier 2005 a, de plus, autorisé les références aux appellations d'origine et celles objectives relatives à la couleur et aux caractéristiques olfactives et gustatives des produits.

La publicité sur Internet sera-t-elle autorisée à compter de 2009 ? Ce serait une régression terrible de notre politique alcool car la publicité a pour objet même l'incitation à consommer. Cette mesure, si elle est adoptée par le Sénat, irait à l'encontre des objectifs de santé publique votés dans la Loi de 2004. Rappelons-le, ils sont de : « *Diminuer la consommation annuelle moyenne d'alcool par habitant de 20 %* » et « *Réduire la prévalence de l'usage à risque ou nocif de l'alcool et prévenir l'installation de la dépendance* ».

La commission des affaires sociales avait adopté une position équilibrée : autorisation de la publicité uniquement sur les sites professionnels de l'alcool (producteurs, fabricants, importateurs, négociants...) ; position qui avait reçu l'agrément des associations de santé publique. Les députés, sous l'impulsion de leurs collègues de l'Hérault, de la Marne, de la Côte d'Or et des autres départements viticoles, n'ont pas respecté cet équilibre et souhaitent autoriser la publicité pour alcool sur l'ensemble de l'Internet, à l'exclusion des sites sportifs et dédiés aux jeunes qui sont en réalité indéfinissables.

Un récent sondage montre que 78% des Français ne sont pas favorables à l'autorisation de la publicité pour l'alcool sur Internet.

Messieurs les parlementaires, ressaisissez-vous. N'inscrivez pas dans une Loi sur la santé une mesure contraire à la santé publique.

Mme la ministre de la Santé, l'amendement « Internet et alcool » n'est pas un compromis, il déséquilibre tous les acquis obtenus par des efforts de plusieurs années en matière de prévention des effets de l'alcool. On ne troque pas une interdiction à application incertaine pour une autorisation de publicité sur le média le plus prisé des jeunes et qui permet des diffusions massives de messages. Comment pourrions-nous considérer la loi HPST comme une loi de santé publique alors que nous allons observer dans les années à venir, une remontée de la consommation d'alcool dans notre pays et notamment des plus jeunes ?

Contact

Dr François Bourdillon

Tél. : 03.83.44.94.11 - Fax : 03.83.44.37.76

Email : accueil@sfsp.info

<http://www.sfsp.fr> - <http://www.sfsp.fr/activites/activites.php>