

Observatoire sur les pratiques des lobbies de l'alcool

Rapport 2017



Sommaire

1. Relais parlementaires contre un grossissement du pictogramme femmes enceintes	3
Questions des députés.....	4
Questions des sénateurs	5
Des arguments repris mot pour mot	6
2. Le (Vrai)Faux du discours des producteurs d'alcool pendant la campagne présidentielle	9
3. La campagne de dénigrement de « Avec Modération! » à l'encontre du rapport d'experts de Santé publique France et de l'INCa.....	11
4. Audrey Bourolleau et l'affaire du tire-bouchon	13
La nomination d'une ex-lobbyiste du vin à l'Elysée	13
L'affaire du tire-bouchon.....	13
5. Mobilisation des producteurs contre l'information des consommateurs lors des Etats généraux de l'alimentation.....	15
6. Autres exemples relevés en 2017.....	17
Cas de pantouflage chez Brasseurs de France.....	17
Une publicité illustrant le double discours des brasseurs.....	18
La diffusion du programme « Une minute Un vignoble », une initiative de Vin et Société....	18

Comme le soulignait la Cour des comptes dans un rapport publié en 2016 sur les politiques de lutte contre les consommations nocives d'alcool¹, les lobbies de l'alcool, de par leur influence au sein de la sphère politique, ont longtemps réussi à contrer toute tentative de mise en œuvre d'une politique de santé publique réellement efficace en matière de réduction du risque alcool. La Cour des comptes appelait ainsi à « *tirer les leçons du fait que, sous l'influence des intérêts des producteurs, les arbitrages rendus sur la plupart des mesures pouvant affecter la vente de boissons alcoolisées l'ont été en défaveur de la santé publique* ».

Ces pratiques sont toujours en cours aujourd'hui. L'année 2017 se caractérise ainsi par une série d'initiatives menées par l'ensemble de la filière alcool qu'il s'agisse du vin, des spiritueux ou de la bière. En France, ces principaux acteurs sont :

- Pour la filière viticole, l'association « Vin et Société », appuyée par deux regroupements d'élus : le Groupe d'études de la vigne et du vin du Sénat et l'Association nationale des élus de la vigne et du vin.
- Pour les grands groupes industriels, l'association « Avec modération ! » qui réunit Bacardi-Martini, Brown Forman, Heineken France, Société des Produits Marnier Lapostolle, Pernod Ricard, Rémy Cointreau, William Grant & Sons. Une branche existe aussi pour l'île de la Réunion (Brasseries de Bourbon, Diageo Réunion, Rhums Réunion, Sorebra, Distillerie Chatel).
- Pour la bière, la fédération professionnelle « Brasseurs de France »
- La Fédération Française des Spiritueux
- La Fondation pour la Recherche en Alcoologie (FRA) dont le conseil exécutif est composé de Bacardi-Martini, Heineken Entreprise, Kronenbourg, Pernod, Pernod Ricard, Rémy Cointreau et Ricard)

Au cœur de ces initiatives, une stratégie, déjà éprouvée par le lobby du tabac, visant à décrédibiliser les études scientifiques sur les risques liés aux consommations d'alcool et à instiller le doute dans l'esprit des politiques et du grand public (production d'études pseudo-scientifiques, diffusion de contre-vérités, remise en cause/occultation des preuves scientifiques, allégations sanitaires favorables, infiltration des réseaux politiques). Un constat d'ailleurs mis au jour dans une récente étude australienne².

Ce rapport 2017 a dès lors pour objectif de déconstruire ces stratégies ainsi que les éléments de langage sur lesquels elles s'appuient afin de contribuer au rétablissement de la réalité des faits scientifiques.

¹ <https://www.ccomptes.fr/fr/publications/les-politiques-de-lutte-contre-les-consommations-nocives-dalcool>

² https://www.theguardian.com/australia-news/2017/feb/01/alcohol-industry-subverting-science-to-prevent-greater-regulation-study-finds?CMP=share_btn_fb

1. Relais parlementaires contre un grossissement du pictogramme femmes enceintes

Annoncé le 2 décembre 2016, le lancement d'une réflexion sur un éventuel grossissement du pictogramme femmes enceintes présent aujourd'hui sur toutes les bouteilles vendues en France, mais souvent peu visible, suscite une forte mobilisation chez les producteurs, notamment de vin. Conformément à leurs pratiques, ils alertent les parlementaires.

La production se mobilise

Non au grossissement du logo femmes enceintes

Vendredi 13 janvier 2017 par [Bertrand Collard](#)

Le 11 janvier, Vin et Société et les organisations nationales de la production ont écrit aux parlementaires pour dire leur opposition au grossissement du logo femmes enceintes voulu par le gouvernement.

Pour la filière, c'est non et non. Non au grossissement du logo femmes enceintes. Le 2 décembre dernier, le comité interministériel du handicap a décidé qu'il fallait « améliorer la lisibilité et la visibilité » de ce logo. Ce comité estime qu'il est « noyé » dans le packaging.

« Les fabricants favorisent l'harmonie du packaging au détriment de la visibilité et de la lisibilité du message », soutient le comité dans son relevé de décision. Il ajoute que la notoriété du logo est en baisse. Autant de raisons pour augmenter la taille et le contraste de ce pictogramme.

"Cette façon de procéder est inacceptable"

Vin et Société, la Cnaoc, les Vif, la CCVF et VinIGP s'opposent vigoureusement à cette mesure. Le 11 janvier, ces organisations ont adressé un courrier aux parlementaires. « Imposée unilatéralement, avec une mise en œuvre dans quelques semaines (début 2017), cette modification interviendrait sans concertation avec la filière viticole, alors que c'est l'ensemble des 500 000 acteurs de la vigne et du vin qui se verraient directement affectés par ces changements brutaux. Cette façon de procéder est inacceptable », écrivent-elles.

La filière estime que le grossissement du logo « n'est pas la réponse adéquate » à la prévention du syndrome d'alcoolisation fœtale. « Support marketing avant tout, l'étiquette n'a pas vocation à apporter des indications médicales détaillées, quel que soit le produit considéré », écrit-elle aux parlementaires, tout en rappelant que les étiquettes comportent déjà huit mentions obligatoires.

Le courrier souligne également l'engagement de la filière dans la prévention des situations à risque. Il appelle les parlementaires à s'opposer au projet « inefficace en termes de santé publique » du comité interministériel. Étonnamment, le négoce ne semble pas avoir pris la peine de le diffuser.

Le message est bien reçu et, en l'espace de quelques semaines, de nombreux parlementaires déposent des « Questions au gouvernement » (QAG), reprenant les arguments de la filière³. Au total, 23

³ <https://www.vitisphere.com/actualite-84364-Non-au-grossissement-du-logo-femmes-enceintes.htm>

parlementaires répondent à l'appel de la filière⁴ : 17 QAG sont posées par 16 députés (ainsi qu'une question orale pendant la séance publique du 14 février) et 7 QAG par des sénateurs.

Questions des députés

N°	Intitulé	Date
14ème législature - QE 103241	M. Jean-Claude Bouchet (Les Républicains) - Vaucluse <i>femmes - femmes enceintes - alcoolisme. lutte et prévention</i> Ministère : Affaires sociales et santé	Publiée au JO le 07/03/2017 Réponse JO le 02/05/2017
14ème législature - QE 103056	Mme Marie-Lou Marcel (Socialiste, écologiste et républicain) - Aveyron <i>femmes - femmes enceintes - alcoolisme. lutte et prévention</i> Ministère : Affaires sociales et santé	Publiée au JO le 28/02/2017 Réponse JO le 07/03/2017
14ème législature - QE 102438	M. Charles de Courson (Union des démocrates et indépendants) - Marne <i>femmes - femmes enceintes - alcoolisme. lutte et prévention</i> Ministère : Affaires sociales et santé	Publiée au JO le 07/02/2017 Réponse JO le 28/02/2017
14ème législature - QE 102437	Mme Catherine Vautrin (Les Républicains) - Marne <i>femmes - femmes enceintes - alcoolisme. lutte et prévention</i> Ministère : Affaires sociales et santé	Publiée au JO le 07/02/2017 Réponse JO le 28/02/2017
14ème législature - QE 102436	Mme Marie-Line Reynaud (Socialiste, écologiste et républicain) - Charente <i>femmes - femmes enceintes - alcoolisme. lutte et prévention</i> Ministère : Affaires sociales et santé	Publiée au JO le 07/02/2017 Réponse JO le 28/02/2017
14ème législature - QE 102435	M. Bernard Perrut (Les Républicains) - Rhône <i>femmes - femmes enceintes - alcoolisme. lutte et prévention</i> Ministère : Affaires sociales et santé	Publiée au JO le 07/02/2017 Réponse JO le 28/02/2017
14ème législature - QE 102434	M. Philippe Vitel (Les Républicains) - Var <i>femmes - femmes enceintes - alcoolisme. lutte et prévention</i> Ministère : Affaires sociales et santé	Publiée au JO le 07/02/2017 Réponse JO le 28/02/2017
14ème législature - QE 102093	M. Jean-Claude Mathis (Les Républicains) - Aube <i>femmes - femmes enceintes - alcoolisme. lutte et prévention</i> Ministère : Affaires sociales et santé	Publiée au JO le 24/01/2017 Réponse JO le 28/02/2017
14ème législature - QE 102092	M. Alain Suguenot (Les Républicains) - Côte-d'Or <i>femmes - femmes enceintes - alcoolisme. lutte et prévention</i> Ministère : Affaires sociales et santé	Publiée au JO le 24/01/2017 Réponse JO le 28/02/2017
14ème législature - QE 102091	M. Alain Suguenot (Les Républicains) - Côte-d'Or <i>femmes - femmes enceintes - alcoolisme. lutte et prévention</i> Ministère : Affaires sociales et santé	Publiée au JO le 24/01/2017 Réponse JO le 28/02/2017

⁴ Voir toutes les questions en annexe

N°	Intitulé	Date
14ème législature - QE 102090	M. Patrice Verchère (Les Républicains) - Rhône <i>femmes - femmes enceintes - alcoolisme. lutte et prévention</i> Ministère : Affaires sociales et santé	Publiée au JO le 24/01/2017 Réponse JO le 28/02/2017
14ème législature - QE 101964	M. Olivier Audibert Troin (Les Républicains) - Var <i>femmes - femmes enceintes - alcoolisme. lutte et prévention</i> Ministère : Affaires sociales et santé	Publiée au JO le 17/01/2017 Réponse JO le 28/02/2017
14ème législature - QE 101963	M. Pierre Aylagas (Socialiste, écologiste et républicain) - Pyrénées-Orientales <i>femmes - femmes enceintes - alcoolisme. lutte et prévention</i> Ministère : Affaires sociales et santé	Publiée au JO le 17/01/2017 Réponse JO le 28/02/2017
14ème législature - QE 101862	M. Frédéric Roig (Socialiste, écologiste et républicain) - Hérault <i>femmes - femmes enceintes - alcoolisme. lutte et prévention</i> Ministère : Affaires sociales et santé	Publiée au JO le 10/01/2017 Réponse JO le 28/02/2017
14ème législature - QE 101653	M. Dino Cinieri (Les Républicains) - Loire <i>femmes - femmes enceintes - alcoolisme. lutte et prévention</i> Ministère : Affaires sociales et santé	Publiée au JO le 27/12/2016 Réponse JO le 28/02/2017
14ème législature - QE 101652	M. Philippe Armand Martin (Les Républicains) - Marne <i>femmes - femmes enceintes - alcoolisme. lutte et prévention</i> Ministère : Affaires sociales et santé	Publiée au JO le 27/12/2016 Réponse JO le 28/02/2017
14ème législature - QOSD 1671	M. Florent Boudié (Socialiste, écologiste et républicain) - Gironde <i>femmes - femmes enceintes - alcoolisme. lutte et prévention</i> Ministère : Affaires sociales et santé	Publiée au JO le 07/02/2017 Réponse JO le 15/02/2017

Questions des sénateurs

Questions	Date
Pictogramme préconisant l'absence de consommation d'alcool par les femmes enceintes Question n° 24782 posée par M. Yves Détraigne (Marne) <i>Réponse du Ministère des affaires sociales et de la santé</i>	26/01/2017
Projet de modification du pictogramme préconisant l'absence de consommation d'alcool par les femmes enceintes Question n° 24617 posée par Mme Marie-Pierre Monier (Drôme) <i>Réponse du Ministère des affaires sociales et de la santé</i>	12/01/2017
Projet de modification du pictogramme préconisant l'absence de consommation d'alcool par les femmes enceintes Question n° 24803 posée par M. Christophe Béchu (Maine-et-Loire) <i>Réponse du Ministère des affaires sociales et de la santé</i>	26/01/2017

Pictogramme destiné aux femmes enceintes Question n° 25297 posée par Mme Marie-France de Rose (Hauts-de-Seine) <i>Réponse du Ministère des affaires sociales et de la santé</i>	02/03/2017
Grossissement du pictogramme de prévention de l'alcoolisme des femmes enceintes Question n° 24531 posée par M. Henri Cabanel (Hérault) <i>Réponse du Ministère des affaires sociales et de la santé</i>	29/12/2016
Étiquetage viticole et syndrome d'alcoolisation fœtale Question n° 24535 posée par M. François Commeinhes (Hérault) <i>Réponse du Ministère des affaires sociales et de la santé</i>	29/12/2016
Lutte contre le syndrome d'alcoolisation fœtale Question n° 24853 posée par M. Gilbert Bouchet (Drôme) <i>Réponse du Ministère des affaires sociales et de la santé</i>	02/02/2017

On relèvera que chacun de ces parlementaires est élu de département viticole, à l'exception de la sénatrice des Hauts-de-Seine, et est (ou était) membre d'un groupe d'étude sur la viticulture : Groupe « Vigne et Vin » Sénat, Groupes d'études « Viticulture » et « Œnologie et Territoires » à l'Assemblée nationale (à l'exception de la députée Marie-Lou Marcel).

Des arguments repris mot pour mot

On retrouve chez 4 députés un texte exactement identique, mot pour mot :

14ème législature

Question N° 102434	de M. Philippe Vitel (Les Républicains - Var)	Question écrite
------------------------------	--	------------------------

Ministère interrogé > Affaires sociales et santé	Ministère attributaire > Affaires sociales et santé	
Rubrique > femmes	Titre > femmes enceintes	Analyse > alcoolisme. lutte et prévention.

Question publiée au JO le : **07/02/2017** page : 858
Réponse publiée au JO le : **28/02/2017** page : 1667

Texte de la question

M. Philippe Vitel attire l'attention de Mme la ministre des affaires sociales et de la santé sur les conséquences néfastes du projet de modification du pictogramme apposé sur les unités de conditionnement des boissons alcoolisées et préconisant aux femmes enceintes de ne pas consommer d'alcool. Cette mesure, annoncée lors du comité interministériel du handicap le 2 décembre 2016, augmente la taille du pictogramme représentant une femme enceinte tenant un verre, qui devrait apparaître barré de rouge. Si le syndrome d'alcoolisation fœtale (SAF) est un réel problème de santé publique à la prévention duquel le secteur viticole participe de manière très active, le grossissement prévu du pictogramme ne semble pas être la réponse adéquate. D'une part l'étiquette apposée sur les produits conditionnés n'a pas vocation à transmettre des messages sanitaires mais constitue avant tout un support marketing réalisé aux frais des producteurs. D'autre part, les étiquettes comportent déjà huit mentions obligatoires, le grossissement du logo précité contribuerait à les rendre illisibles contrairement à leur objectif ; aucune étude n'a d'ailleurs été menée sur l'impact des avertissements existant depuis 2006. Enfin la prévention des comportements à risque, en particulier de l'alcoolisme et du SAF, ressort des questions de santé publique et doit être menée par les pouvoirs publics et non par les producteurs. L'OCDE a pour sa part soulevé l'insuffisance des dépenses de prévention en France où elles sont moindres que dans les autres pays européens. Il lui demande en conséquence quelles mesures il entend prendre pour veiller à ce que les étiquettes commerciales apposées sur les boissons alcoolisées ne deviennent pas le vecteur des messages sanitaires au détriment de la filière viticole.

Question N° 101652	de M. Philippe Armand Martin (Les Républicains - Marne)	Question écrite
Ministère interrogé > Affaires sociales et santé		Ministère attributaire > Affaires sociales et santé
Rubrique > femmes	Titre > femmes enceintes	Analyse > alcoolisme. lutte et prévention.
Question publiée au JO le : 27/12/2016 page : 10590 Réponse publiée au JO le : 28/02/2017 page : 1667		
Texte de la question		
<p>M. Philippe Armand Martin attire l'attention de Mme la ministre des affaires sociales et de la santé sur les conséquences néfastes du projet de modification du pictogramme apposé sur les unités de conditionnement des boissons alcoolisées et préconisant aux femmes enceintes de ne pas consommer d'alcool. Cette mesure, annoncée lors du comité interministériel du handicap le 2 décembre 2016, augmente la taille du pictogramme représentant une femme enceinte tenant un verre, qui devrait apparaître barré de rouge. Si le syndrome d'alcoolisation fœtale (SAF) est un réel problème de santé publique à la prévention duquel le secteur viticole participe de manière très active, le grossissement prévu du pictogramme ne semble pas être la réponse adéquate. D'une part l'étiquette apposée sur les produits conditionnés n'a pas vocation à transmettre des messages sanitaires mais constitue avant tout un support marketing réalisé aux frais des producteurs. D'autre part, les étiquettes comportent déjà huit mentions obligatoires, le grossissement du logo précité contribuerait à les rendre illisibles contrairement à leur objectif; aucune étude n'a d'ailleurs été menée sur l'impact des avertissements existant depuis 2006. Enfin la prévention des comportements à risque, en particulier de l'alcoolisme et du SAF, ressort des questions de santé publique et doit être menée par les pouvoirs publics et non par les producteurs. L'OCDE a pour sa part soulevé l'insuffisance des dépenses de prévention en France où elles sont moindres que dans les autres pays européens. Il lui demande en conséquence quelles mesures il entend prendre pour veiller à ce que les étiquettes commerciales apposées sur les boissons alcoolisées ne deviennent pas le vecteur des messages sanitaires au détriment de la filière viticole.</p>		

Question N° 101964	de M. Olivier Audibert Troin (Les Républicains - Var)	Question écrite
Ministère interrogé > Affaires sociales et santé		Ministère attributaire > Affaires sociales et santé
Rubrique > femmes	Titre > femmes enceintes	Analyse > alcoolisme. lutte et prévention.
Question publiée au JO le : 17/01/2017 page : 246 Réponse publiée au JO le : 28/02/2017 page : 1667		
Texte de la question		
<p>M. Olivier Audibert Troin attire l'attention de Mme la ministre des affaires sociales et de la santé sur les conséquences néfastes du projet de modification du pictogramme apposé sur les unités de conditionnement des boissons alcoolisées et préconisant aux femmes enceintes de ne pas consommer d'alcool. Cette mesure, annoncée lors du comité interministériel du handicap le 2 décembre 2016, augmente la taille du pictogramme représentant une femme enceinte tenant un verre, qui devrait apparaître barré de rouge. Si le syndrome d'alcoolisation fœtale (SAF) est un réel problème de santé publique à la prévention duquel le secteur viticole participe de manière très active, le grossissement prévu du pictogramme ne semble pas être la réponse adéquate. D'une part l'étiquette apposée sur les produits conditionnés n'a pas vocation à transmettre des messages sanitaires mais constitue avant tout un support marketing réalisé aux frais des producteurs. D'autre part, les étiquettes comportent déjà huit mentions obligatoires, le grossissement du logo précité contribuerait à les rendre illisibles contrairement à leur objectif ; aucune étude n'a d'ailleurs été menée sur l'impact des avertissements existant depuis 2006. Enfin la prévention des comportements à risque, en particulier de l'alcoolisme et du SAF, ressort des questions de santé publique et doit être menée par les pouvoirs publics et non par les producteurs. L'OCDE a pour sa part soulevé l'insuffisance des dépenses de prévention en France où elles sont moindres que dans les autres pays européens. Il lui demande en conséquence quelles mesures elle entend prendre pour veiller à ce que les étiquettes commerciales apposées sur les boissons alcoolisées ne deviennent pas le vecteur des messages sanitaires au détriment de la filière viticole.</p>		

14ème législature

Question N°
102093

de M. Jean-Claude Mathis (Les Républicains - Aube)

Question écrite

Ministère interrogé > Affaires sociales et santé		Ministère attributaire > Affaires sociales et santé	
Rubrique > femmes	Titre > femmes enceintes		Analyse > alcoolisme. lutte et prévention.

Question publiée au JO le : **24/01/2017** page : 413
Réponse publiée au JO le : **28/02/2017** page : 1667

Texte de la question

M. Jean-Claude Mathis attire l'attention de Mme la ministre des affaires sociales et de la santé sur les inquiétudes exprimées par la filière viticole concernant le projet de modification du pictogramme apposé sur les unités de conditionnement des boissons alcoolisées et préconisant aux femmes enceintes de ne pas consommer d'alcool. Cette mesure, annoncée lors du comité interministériel du handicap le 2 décembre 2016, augmente la taille du pictogramme représentant une femme enceinte tenant un verre, qui devrait apparaître barré de rouge. Si le syndrome d'alcoolisation fœtale (SAF) est un réel problème de santé publique à la prévention duquel le secteur viticole participe de manière très active, le grossissement prévu du pictogramme ne semble pas être la réponse adéquate. D'une part l'étiquette apposée sur les produits conditionnés n'a pas vocation à transmettre des messages sanitaires mais constitue avant tout un support marketing réalisé aux frais des producteurs. D'autre part, les étiquettes comportent déjà huit mentions obligatoires, le grossissement du logo précité contribuerait à les rendre illisibles contrairement à leur objectif ; aucune étude n'a d'ailleurs été menée sur l'impact des avertissements existant depuis 2006. Enfin la prévention des comportements à risque, en particulier de l'alcoolisme et du SAF, ressort des questions de santé publique et doit être menée par les pouvoirs publics et non par les producteurs. L'OCDE a pour sa part soulevé l'insuffisance des dépenses de prévention en France où elles sont moindres que dans les autres pays européens. Il lui demande en conséquence quelles mesures elle entend prendre pour veiller à ce que les étiquettes commerciales apposées sur les boissons alcoolisées ne deviennent pas le vecteur des messages sanitaires au détriment de la filière viticole.

Dans les autres questions, de petites variations mais avec toujours les mêmes arguments :

- L'absence de concertation avec la filière viticole (alors qu'il s'agissait juste de l'annonce d'une réflexion, aucune décision n'ayant été prise).
- Des changements brutaux qui affecteraient les 500 000 acteurs de la vigne et du vin.
- Le grossissement du logo n'est pas la réponse adéquate.
- Le conditionnement des produits n'est pas le vecteur adapté pour diffuser des messages sanitaires car il s'agit d'un support marketing réalisé aux frais des producteurs.
- Les mentions obligatoires sur les étiquettes, déjà au nombre de huit, portent atteinte à la lisibilité des étiquettes.
- L'absence d'étude approfondie conduite sur les impacts des avertissements existant depuis 2006.
- Le travail de prévention doit être assuré par le personnel médical (médecins généralistes, gynécologues, sages-femmes...).

Sur la même période, un seul sénateur pose une question (orale) en faveur d'une plus grande visibilité du pictogramme. Une bonne illustration du rapport de force entre pro-vin et pro-santé publique au Parlement.

Syndrome d'alcoolisation fœtale Question n° 1589S posée par M. Alain Milon Réponse du Secrétariat d'État, auprès du ministère des affaires sociales et de la santé, chargé des personnes handicapées et de la lutte contre l'exclusion	15/12/2016
--	------------

A noter que depuis, plus aucune déclaration n'a été faite par le Gouvernement quant à un grossissement effectif du pictogramme.

2. Le (Vrai)Faux du discours des producteurs d'alcool pendant la campagne présidentielle

Pendant la campagne présidentielle, deux organisations représentant des acteurs de la filière alcool en France, [Vin & Société](#) et [Avec Modération !](#), ont rendu publiques leurs propositions aux candidats. Ces documents, très bien construits, véhiculent un certain nombre de « contre-vérités » et mettent en doute des données validées scientifiquement alors même que les travaux de tous les experts convergent sur les mesures à prendre, et sont préconisées aussi par l'OMS, l'OCDE et la Cour des comptes.

Pour chacune des assertions identifiées dans le discours des alcooliers, des réponses sont apportées s'appuyant sur l'état des dernières connaissances scientifiques.

Discours de la filière

« Vin & Société voit apparaître dans le discours public le message « Moins c'est mieux ». Nous nous interrogeons non seulement sur la source, mais également sur la pertinence de ce slogan. Un tel message souffre d'une absence de clarté pour le consommateur et demeure extrêmement subjectif [...] Moins c'est mieux » laisse entendre qu'il n'y aurait pas de consommation sans risque, ce qui ouvrira la voie à des mesures de plus en plus prohibitionnistes vis-à-vis de l'alcool dans notre pays. » (Vin et Société)

« En France, les repères de consommation à moindre risque figurent depuis 30 ans dans les guides et les sites grand public édités par la plupart des autorités sanitaires. La position selon laquelle les repères de consommation à moindre risque ne doivent pas être communiqués à la population prévaut aujourd'hui au sein des autorités sanitaires françaises. » (Avec Modération !)

➤ Le vrai du faux :

« Moins c'est mieux » est un message promu par l'Organisation mondiale de la santé car **l'évolution des connaissances** a montré l'existence de risques liés à de faibles consommations.

Cet argument retourne la critique adressée à la notion de « modération », également totalement subjective. La Cour des comptes indiquait par exemple : « S'agissant des repères de consommation en vigueur en France, la Cour a déjà relevé le caractère ambigu des messages des pouvoirs publics, qu'il s'agisse de la notion de consommation « modérée » ou de la référence aux normes du comité d'experts OMS, également reprises par l'Institut national de la prévention et d'éducation pour la santé (INPES) à partir de 2004. »

Le message "A consommer avec modération" a été ajouté de leur propre chef par les alcooliers après l'avertissement obligatoire « L'abus d'alcool est dangereux pour la santé ». Le terme « abus » avait déjà été obtenu, pendant les débats parlementaires, par le lobby de l'alcool contre les positions des acteurs de santé. Car c'est bien l'alcool qui est dangereux. Boire de l'alcool est un plaisir que nous ne nions pas, mais chacun doit pouvoir gérer ce risque sur la base d'une information non biaisée.

L'abstinence ou la mise en place d'une politique prohibitionniste, qui a fait la preuve de son inefficacité aux Etats-Unis, ne sont en aucun cas les objectifs finaux des autorités et des acteurs de la santé.

Discours de la filière

« La question de savoir s'il faut lutter contre toute forme de consommation ou plutôt cibler l'abus est une question politique. Quel que soit le niveau à partir duquel on fixe le risque admissible, celui-ci ne peut pas ou ne devrait pas être 0, sauf à ce que le champ de l'alcool soit le seul à ne pas reconnaître la réduction des risques, qui est le concept central de l'addictologie. » (Avec Modération !)

➤ **Le vrai du faux :**

La politique à mener en matière de réduction du risque alcool constitue d'abord une question de santé publique. Elle doit faire l'objet d'un débat apaisé, fondé sur les dernières connaissances scientifiques disponibles. Selon les Principes directeurs de la stratégie mondiale de l'OMS adoptée en 2010, *« les politiques et les interventions appliquées dans le secteur public pour prévenir et réduire l'usage nocif de l'alcool doivent être **motivées par des préoccupations de santé publique, viser des objectifs de santé publique** clairement définis et **reposer sur les données les plus fiables** dont on dispose. »*

Discours de la filière

« Alors que l'objectif est de lutter contre les pratiques excessives et/ou à risque, le lien entre fiscalité et consommation peine à être démontré et une fiscalité élevée n'est pas le gage d'une baisse des comportements à risque. » (Vin et Société)

➤ **Le vrai du faux :**

Cette affirmation entre en contradiction avec les données scientifiques comme le rappelle la Cour des comptes : *« L'action par les prix et la fiscalité apparaît dans toutes les études récentes (dont la dernière étude de l'OCDE de 2015) comme l'une des mesures les plus efficaces pour la santé publique et la réduction des coûts sanitaires et sociaux de l'alcool. »*

Par exemple, la hausse de la taxation des Premix en 2004 a d'ailleurs conduit à une chute de 40 % des ventes de prémix en 2005. Les vins aromatisés étant exclus du champ d'application de la taxe, ce sont eux qui ont profité de cet effondrement avec le développement de vins et cidres aromatisés, ciblant clairement les jeunes via leur packaging ou leur appellation (Rosé sucette).

Discours de la filière

« En tout état de cause, en matière de santé publique, seules les politiques de prévention et de promotion d'une consommation responsable permettent de lutter contre les comportements excessifs. » (Vin et Société)

« Orienter l'action publique vers une politique ciblée sur les populations et les usages à risques plutôt que de se contenter du réflexe réglementaire. » (Avec Modération !)

➤ **Le vrai du faux :**

C'est l'argument phare de la filière, repris par un grand nombre de parlementaires : faire porter la responsabilité uniquement sur les consommateurs pour mieux rejeter les mesures réglementaires visant à agir aussi sur l'environnement et l'offre des producteurs. Encore une fois, cette argumentation

est contraire aux recommandations de l'OMS et de l'OCDE qui évoquent différents leviers pour réduire les risques liés aux consommations d'alcool : encadrer la publicité, agir sur les prix, jouer sur l'accessibilité des produits, développer une politique de prévention indépendante de l'influence des producteurs, favoriser une recherche indépendante...

3. La campagne de dénigrement de « Avec Modération! » à l'encontre du rapport d'experts de Santé publique France et de l'INCa

En mai 2017, Santé publique France et l'INCa rendent public un rapport d'experts sur le discours public sur l'alcool qui, à l'instar du rapport 2016 de la Cour des comptes, dénonce un double discours public contradictoire. Principale conclusion des experts, le discours est mal compris par les consommateurs et les risques pour la santé restent encore largement ignorés. Les experts formulent une série de recommandations devant faciliter la prise de conscience par le grand public que l'alcool n'est pas un produit ordinaire.

La publication de ce rapport fait bondir les producteurs d'alcool, au premier rang desquels l'association Avec Modération!, qui réunit les principales entreprises françaises du secteur des vins/champagnes, bières et spiritueux (cf. supra). Loin de prendre acte des conclusions et recommandations de ce rapport scientifique – ce que l'on aurait pu attendre d'une organisation dont le but est de prévenir le risque alcool et de promouvoir les repères de consommation à moindre risque –, l'association s'attache à remettre en doute ces conclusions. Les experts avaient pourtant été sélectionnés pour leur indépendance vis-à-vis des alcooliers mais aussi du milieu de l'alcoologie⁵.



Communiqué de presse

Recommandations du groupe d'experts « sur le discours public sur l'alcool »
Les professionnels s'inquiètent d'une application à l'extrême du principe de précaution conduisant à la disparition de la notion d'abus d'alcool

Paris, le 4 mai 2017 – Le groupe d'experts piloté par l'INCa et Santé Publique France recommande une révision drastique des repères de consommation d'alcool et préconise de retirer la référence à l'abus d'alcool dans le message sanitaire apposé sur les publicités. L'association Avec Modération ! s'interroge sur les fondements d'une telle position et redoute que la notion de repères à moindre risque ne devienne inopérante pour les consommateurs.

⁵ La candidature d'un représentant de l'ANPAA avait d'ailleurs été rejetée du fait de ce souci d'indépendance.

Extraits du communiqué de presse de « Avec Modération ! »⁶ :

- « *L'association Avec Modération ! s'interroge sur les fondements d'une telle position* » ; « *on peut notamment s'interroger sur les fondements scientifiques de ces travaux* » : remise en cause des recherches scientifiques ;
- « *Plusieurs pays ont récemment révisé ces repères, en les modifiant, comme en Grande Bretagne, ou en les conservant tels quels comme les Etats-Unis². Ceci sur la base des mêmes données scientifiques mais également à l'issue de consultations très approfondies sur une durée moyenne de 18 mois à deux ans (et non quelques mois comme dans l'expertise française)* » : d'une part, la note de bas de page renvoie à l'exemple américain dont les recommandations sont plus laxistes et oublie d'indiquer que la Grande-Bretagne a durci ses recommandations. D'autre part, en mettant en doute la durée de l'étude des experts, l'objectif est de décrédibiliser la recherche ;
- « *Concernant la population des « jeunes », qui n'est pas définie mais qui est distinguée de celle des « adolescents », le groupe d'experts recommande de substituer au repère actuel de 4 verres, qui ne serait pas réaliste pour cette population, un message d'abstinence totale !* » : le repère auquel il est fait référence est totalement tronqué dans la mesure où ce n'est pas 4 verres pour les jeunes mais pour tout le monde, et qu'il s'agissait de "pas plus de 4 verres en une seule occasion" ;
- « *La réduction des risques étant le concept central de l'addictologie, comment imaginer que l'alcool soit placé en dehors de ce cadre en fixant à un niveau infime le risque admissible ?* » : on peut s'interroger sur cette assertion : est-ce que, 10 verres par semaine et 2 verres par jour, peut vraiment être considéré comme un « niveau infime » ?

⁶ Recommandations du groupe d'experts « sur le discours public sur l'alcool : Les professionnels s'inquiètent d'une application à l'extrême du principe de précaution conduisant à la disparition de la notion d'abus d'alcool. Ce communiqué de presse n'est pas disponible en ligne.

4. Audrey Bourolleau et l'affaire du tire-bouchon

La nomination d'une ex-lobbyiste du vin à l'Élysée

Pendant la campagne présidentielle, Audrey Bourolleau affirmait publiquement sur Twitter sa double casquette : directrice générale de Vin et Société et référente agriculture du candidat Emmanuel Macron.



En mai, elle est nommée conseillère Agriculture du nouveau Président de la République, ce qui suscite de fortes inquiétudes au sein des associations et acteurs de santé publique.

L'affaire du tire-bouchon

Quelques mois plus tard, confiante d'avoir un appui en plus haut lieu, la filière viticole dénonce violemment une campagne de prévention de l'INCa sur le risque alcool et demande le retrait des affiches représentant un tire-bouchon, symbole du vin. Une pétition est créée qui récolte plus de 11 000 signatures.

Monsieur le Président, c'est le tire-bouchon de trop!

Le Ministère de la santé et l'Institut National du Cancer (INCA) ont lancé le mardi 5 septembre une nouvelle campagne d'information. Un visuel de cette campagne (voir ci-joint) laisse penser que c'est uniquement la consommation de vin qui représente un facteur de risques de cancers.

Cette stigmatisation du vin est inacceptable.

C'est le tire-bouchon de trop!

Plus de 11 000 interpellations d'Emmanuel Macron sur letirebouchondetrop.fr !

Merci à toutes et à tous pour votre soutien.

Le 28/09/2017, les organisations de la production viticole ont remis les signatures du letirebouchondetrop.fr ministre de l'Agriculture Stéphane TRAVERT sous la forme de 3 tomes de plus de 650 pages. Elles lui ont demandé de remettre ces signatures au Président de la République Emmanuel MACRON lors du prochain conseil des ministres.

Oui à la prévention et à la consommation responsable ! Non à la stigmatisation du vin !



La filière espère également regagner rapidement son influence au sein de la nouvelle Assemblée nationale grâce au groupe d'étude viticole qu'elle appelle à reformer rapidement. Celui-ci voit le jour en janvier 2018⁷.

Appel aux députés viticoles

La filière à la recherche de nouveaux relais

Lundi 02 octobre 2017 par Bertrand Collard

Le 29 septembre, la Cnaoc a fait savoir aux députés qu'elle a hâte de voir se reformer le groupe d'étude viticole de l'Assemblée nationale. La filière a besoin de relais auprès du gouvernement.

C'est un appel aux députés qu'a lancé Eric Tesson. « On a hâte que vous formiez le groupe d'études viticoles car il nous permet de faire passer des messages. Nous avons vraiment besoin d'un relai avec le gouvernement », a expliqué le directeur de la Cnaoc le 29 septembre au domaine des Deux moulins à Juigné-sur-Loire. C'était lors de la « journée vendange » organisée par la confédération des syndicats d'AOC à laquelle une vingtaine de parlementaires, d'élus locaux, de fonctionnaires et de journalistes ont participé.

Aujourd'hui, ce relai servirait à faire un message de mécontentement. « Il y a un tire-bouchon qui a beaucoup fâché les vigneron, a rappelé Joël Forgeau, président de la Confédération des vigneron du Val de Loire et membre de la Cnaoc. Alors que selon la loi, les campagnes de prévention doivent se faire sans stigmatiser une famille de produit, l'Inca a mis en avant un tire-bouchon sur un visuel, ciblant ainsi le vin, et a dit qu'il vaut mieux ne pas boire du tout de vin. »

Pour la filière cette campagne est inadmissible. Le 28 septembre, elle a remis 10 000 signatures de la pétition « Le tire-bouchon de trop » à Stéphane Travert, demandant au ministre de l'Agriculture de les porter au Président de la République.

Mettre en avant la place du vin

Devant ses invités, Joël Forgeau a aussi demandé qu'on « mette en avant la place du vin dans la société ». Il cité l'exemple de l'Espagne où les pouvoirs publics et la viticulture ont su s'entendre pour lancer une campagne autour du slogan « Qui sait boire sait vivre ».

Stella Dupont, députée LREM de la circonscription de Juigné-sur-Loire, a répondu à ces appels. « On scie la branche sur laquelle on est assis. La consommation de vin et la gastronomie font partie de la culture française. Mais il ne faut pas se voiler la face : il y a un problème d'alcoolisme », a-t-elle déclaré devant l'assistance.

Appel à une rencontre avec la ministre de la Santé

Comme beaucoup d'autres députés de la majorité présidentielle, c'est son premier mandat. « Je suis très attachée à la prévention, à la lutte contre l'alcoolisme, nous a-t-elle confié par la suite. En même temps, on ne peut pas déstabiliser une filière. On va se mobiliser pour faire évoluer les choses. » L'élue se dit prête à faire son possible pour faciliter une rencontre entre la filière viticole et le ministère de la santé, une rencontre que la filière appelle depuis longtemps de ses vœux.

La Cnaoc a hâte de voir le groupe d'étude viticole de l'Assemblée nationale se reformer car c'est un soutien de la filière alors que les revendications ne manquent pas. Outre le retrait de la campagne de l'Inca, la Cnaoc demande la création d'un dispositif d'épargne de précaution défiscalisée en prévision des aléas climatiques et un assouplissement du droit de la concurrence pour que les organisations professionnelles puissent parler de prix rémunérateurs pour les producteurs.

⁷ http://www2.assemblee-nationale.fr/instances/resume/OMC_PO747266/legislature/15

Enfin, en janvier 2018, la filière se félicite publiquement d'avoir eu gain de cause, en témoigne ce tweet sans ambiguïté :



5. Mobilisation des producteurs contre l'information des consommateurs lors des Etats généraux de l'alimentation

Dans le cadre des Etats généraux de l'alimentation, l'ANPAA a contribué, en juillet 2017, à la consultation en ligne sur le thème de l'information des consommateurs, proposant d'aligner les règles d'étiquetage des boissons alcooliques sur celles applicables aux denrées alimentaires et boissons sans alcool⁸. Chaque proposition est soumise au vote POUR ou CONTRE et des arguments peuvent être publiés.

← Retour

Proposition
Solutions

ANPAA • 24 juillet 2017 à 15:58 - modifié le 24 juillet 2017 à 18:11

Boissons alcoolisées : donner un minimum d'information aux consommateurs

188 votes • 26 arguments • 4 sources

Boissons alcoolisées : donner un minimum d'information aux consommateurs

Contrairement aux autres aliments et aux boissons non alcoolisées, il n'y a **aucune obligation pour les producteurs de boissons alcoolisées de fournir des informations** sur la composition et l'apport nutritionnel de leurs produits.

Pourtant, l'apport calorique lié à l'ingestion d'alcool est un élément d'information essentiel pour le consommateur qui souhaite équilibrer son alimentation. Pour rappel, **un gramme d'alcool est plus calorique qu'un gramme de chocolat !**

Afin de permettre à chacun de savoir ce qu'il consomme, les étiquettes des boissons alcoolisées doivent faire apparaître les informations suivantes :

- la composition avec notamment la **teneur en sulfites** (plus d'un million de Français dépassent la dose journalière admissible de sulfites « principalement en raison de la consommation de vin » qui représente 70 % de nos apports en sulfites)
- l'**apport calorique** (un demi de bière à 5° contient 120 calories et un verre de vin de 12° contient 70 calories)
- la **teneur en résidus de pesticides** et autres produits phytosanitaires

Partager
Signaler

⁸ Contribution visible sur : <https://www.egalimentation.gouv.fr/profile/anpaa>

Alors que la proposition de l'ANPAA recueillait une soixantaine de votes jusqu'au 19 octobre (dont seulement un vote contre)⁹, des **votes massifs CONTRE cette proposition ont eu lieu en l'espace de quelques jours**. Nous sommes ainsi passés entre le 19 et 21 octobre de **68 à 163 votes en 3 jours dont 89 CONTRE**.

De même, alors que seulement 6 arguments avaient été publiés en l'espace de 3 mois (tous en faveur), 20 arguments CONTRE ont été déposés en 3 jours, dont la plupart évoquent le vin, et reprenant les éléments de langage habituels (nécessité de promouvoir la filière viticole plutôt que de l'affaiblir, attaques à l'encontre des associations « hygiénistes », étiquettes qui ne servent à rien car personne ne les lit, pas de place suffisante sur les étiquettes...).

Exemples :

 Rémi
21 octobre 2017 à 08:51

Juste pensons économie 5 minutes: La France 1er pays exportateur de vin au monde en valeur soit un chiffre d'affaires de 7,9 milliards d'euros. (équivalent à 156 rafales ;-) Alors pensez vous qu'en mettent toute ses "conneries" dessus nous allons aller dans le bon sens ? On a rien à cacher mais avant d'encore stigmatiser le vin regardez plutôt ce que vous acheter, regardez d'où vient le produit et déjà vous mettez toutes les changes de votre coter pour avoir un produit avec moins de substances sachant que la ferme France à le plus de contraintes par rapport à ses pays voisins.

 0  

 Jeanlia
20 octobre 2017 à 18:08

Ce n'est pas possible de tout afficher sur une bouteille surtout pour le vin où il y a trop de composants. Pour ceux qui sont intéressés, il faudrait créer un site internet.

 0  

 dudul
19 octobre 2017 à 18:21

A FORCE DE CONTRAINTES INUTILES NOUVELLES VOUS ALLEZ FAIRE DISPARAITRE LES PETITS VIGNERONS AU PROFIT DES TRUSTS ... EN ETES VOUS CONSCIENT ?

 0  

⁹ La consultation était théoriquement ouverte jusqu'au 20 octobre mais il a encore été possible de voter jusqu'en novembre.

Une fois la consultation fermée, le rapport de force était alors de 112 votes CONTRE et 74 votes POUR.



Il semblerait donc qu'un **mot d'ordre a été envoyé aux producteurs** pour qu'ils se mobilisent contre la proposition de l'ANPAA.

6. Autres exemples relevés en 2017

Cas de pantouflage chez Brasseurs de France



mercredi 30 août 2017 10:06
252 mots

: PROCESS ALIMENTAIRE

Maxime Costilhes est nommé délégué général de Brasseurs de France

Maxime Costilhes succèdera le 1er septembre prochain à Pascal Chèvremont au poste de Délégué Général de l'association Brasseurs de France. Diplômé de Sciences Po Grenoble, Maxime Costilhes a débuté sa carrière au Ministère de l'Intérieur, d'abord à la cellule diplomatique en 2009-2010 puis en qualité de chef-adjoint de cabinet de plusieurs ministres en 2010-2011. Il a exercé les mêmes fonctions auprès du Président de la République en 2012 avant de passer conseiller du Secrétaire général de la SNCF de 2012 à 2015, avec pour missions les relations institutionnelles et la gestion de crise. Il devient en 2015, pour les primaires de la droite et du centre, le chef de cabinet de Bruno Le Maire. Cette proximité avec l'actuel Ministre de l'économie et des finances sera sans nul doute un atout pour la fonction. « Son parcours et son expérience dans le secteur public et le secteur privé constitueront aux côtés de François Loos, président, un atout pour les brasseurs face à la montée de nouveaux enjeux et aux exigences d'un marché en profonde évolution », confirme l'association. Comprendre, à demi-mots, qu'il ne serait être question de relever une nouvelle fois les taxes sur les produits alcoolisés ou encore de durcir la loi Evin... Après six années passées à ce poste de Délégué Général, Pascal Chèvremont, quant à lui, regagne la haute fonction publique.

Une publicité illustrant le double discours des brasseurs

En 2017, on a aussi vu de nombreuses campagnes de publicité pour des boissons alcooliques. L'une de ces campagnes était particulièrement choquante, celle pour la bière 8-6. Pourquoi choquante ? Parce qu'elle fait la promotion d'un produit qui, en un seul conditionnement (contenant non refermable), fait dépasser les repères de consommation journaliers recommandés par les autorités sanitaires.

En effet, une cannette de 50 cl de cette bière titrant 8,5% représente 3 à 4 unités d'alcool alors que, pour limiter les risques pour sa santé, il est recommandé de ne pas consommer plus de 2 verres d'alcool par jour avec au moins deux jours sans consommation dans la semaine.



La diffusion du programme « Une minute Un vignoble », une initiative de Vin et Société

Conséquence de l'adoption de l'amendement œnotourisme en 2015, un programme un peu particulier a fait son apparition au printemps 2017 : un programme court, diffusé juste avant le 20h sur France 2, à une heure de grande écoute donc, consacré à la promotion d'un vignoble et donc du vin, produit et financé par l'organisation représentant la filière Vin et Société.

Le lobby du vin godille pour s'affranchir de la loi Evin

Les représentants du secteur viticole vont intensifier leur communication "culturelle" autour du vin à la télévision.

Le lobby du vin entend pérenniser sa présence à la télévision, en profitant d'une modification de la loi Evin votée fin 2015, à l'issue d'une bataille parlementaire remportée contre le ministère de la santé de l'époque. L'arrivée de **Krystel Lepresle** à la tête de **Vin & société**, en remplacement de **Audrey Bourolleau** (LLA n°1778), nommée conseillère à l'agriculture à l'Élysée, devrait renforcer le positionnement "culturel" de ce puissant lobby. Au cœur de la straté-

gie de **Vin & société**, le programme court "1 minute 1 vignoble", déjà diffusé au printemps avant le 20 h de **France 2**. Il restera sur les écrans du service public jusqu'en novembre.

Ces publi-reportages, produits et financés par **Vin & société** et les producteurs régionaux, échappent désormais à la loi Evin sur la publicité, qui accorde la possibilité de faire de l'information sur l'œnologie ou de promouvoir l'œnotourisme. Aux yeux des professionnels du secteur, ce type de promotion pourrait désormais s'étendre aux émissions culinaires populaires, qui évitaient soigneusement le sujet, de peur d'être sanctionnées par le **Conseil supérieur de l'audiovisuel (CSA)**. ●

Ce programme a reçu, en juin 2017, un prix de l'Association nationale des élus de la vigne et du vin – une association résumant à elle seule le mélange des genres entre politiques et monde du vin. Dans ce communiqué, l'ANEV se félicite même « *d'avoir largement contribué à la modification de la loi Evin en 2015, modification sans qui la réalisation et surtout la diffusion de tels films n'auraient jamais pu être possible.* »



Le Prix Adelphe / Anev - Trophée cep d'Or Partenaire-
prix de la meilleure action d'intérêt général a été décerné aux films
« Une minute, un vignoble.. »

Produit par Kabo Réalisé par Pavlé Savic

« A L'occasion du Festival Œnovidéo qui vient de se dérouler à Bordeaux, à la Cité du vin le Jury Adelphe / Anev a décerné son **Trophée cep d'Or Partenaire-** prix de la meilleure action d'intérêt général aux films « **Une minute, un vignoble..** » Produit par Kabo Réalisé par Pavlé Savic.

Adelphe et l'Anev ont voulu reconnaître par ce Prix tout d'abord une action de communication réussie pour la vigne, le vin et l'oenotourisme et aussi la qualité de films (18) qui proposent aux spectateurs une promenade qui les conduit à la découverte des terroirs et met en lumière un paysage, une histoire, un lieu, un savoir-faire et la Culture du Vin en France. Elles félicitent le réalisateur mais aussi « Vin et Société » et les interprofessions qui ont pris cette initiative. L'ANEV est d'ailleurs heureuse d'avoir largement contribué à la modification de la loi Evin en 2015, modification sans qui la réalisation et surtout la diffusion de tels films n'auraient jamais pu être possible

Ensemble, prévenons les risques addictifs

www.anpaa.asso.fr

Rejoignez-nous sur



A.N.P.A.A.

20, rue Saint-Fiacre – 75002 Paris