OBSERVATOIRE SUR LES PRATIQUES DES LOBBIES DE L'ALCOOL

RAPPORT 2021

Association Addictions France

Edition JUIN 2022

Auteurs : Bernard Basset, Myriam Savy, Indra Seebarun

Introduction 2
Les principaux lobbies de l'alcool 2
Les leitmotivs de l'industrie 3
La culture française 3
L'opposition entre politiques préventives et actions de sensibilisation ou programmes de prévention 3
La prévention ne doit pas remettre en cause le modèle économique des alcooliers 3
Le French Paradox 4
La polarisation des positions 4

Chapitre 1 : Evolution sur les sujets phares 5
L'information des consommateurs : un débat légitime mais affaibli 5
Atermoiements sur le pictogramme « femme enceinte » 5
Ingrédients, calories... bientôt une information complète sur les bouteilles d'alcool ? 7
Une loi Evin malmenée : la valorisation de l'alcool pendant le quinquennat 9
Une lobbyiste du vin à l'Elysée : un marketing alcoolier jamais inquiété 9
Sport et alcool : comment les alcooliers et leurs défenseurs ont tenté d'alcooliser les rencontres 10
L'immersion des alcooliers dans la prévention 14
Les industriels : des acteurs de santé comme les autres ? 14
L'absence de soutien aux initiatives promues par les acteurs de santé 16
La fiscalité : l'acceptation difficile d'un levier de prévention efficace 18
Prémix à base de vin : comment éviter la taxation 18
L'incohérence fiscale des relais parlementaires du lobby alcoolier 20

Chapitre 2 : les acteurs 24
Emmanuel Macron, un président pro-vin 24
Une consommation décomplexée 24
Un discours nocif 25
Un Gouvernement très porté sur l'alcool 26
Des ministres de l'Agriculture toujours prompts à défendre le vin 26
Le lobby du vin s'est infiltré dans l'éducation 27
Pour l'Intérieur, le traitement différencié des drogues 27
L'influence du grand public : une technique de lobbying 28
La remise en question de la recherche scientifique 28
Laisser croire que le vin est protecteur face au Covid-19 30
Vérités et contre-vérités : Pernod Ricard contre Elise Lucet 31

Conclusion 32

Introduction

A l'aube d'un deuxième quinquennat pour Emmanuel Macron, ce rapport retrace l'influence des lobbies de l'alcool lors de ses cinq premières années de présidence en adoptant un point de vue critique, dans une optique d'amélioration des politiques de santé face aux risques et aux dommages liés à l'alcool. Tout d'abord, Addictions France propose une analyse de l'évolution de plusieurs sujets phares. Ensuite, le rapport met en lumière les acteurs qui ont permis ou qui ont pâti de l'influence des lobbies. Enfin, il présente les attentes de l'association à l'aune de ses constats.

Les principaux lobbies de l'alcool

En France, les principaux représentants des filières de boissons alcooliques sont :

• Pour la filière viticole, les associations « Fédération française des Vins d'Apéritifs » (FFVA) et surtout « Vin et Société » appuyées par des élus appartenant au Groupe d'études de la vigne et du vin du Sénat, au Groupe d'étude Vigne, vin et œnologie. L'Association nationale des élus de la vigne et du vin (ANEV) regroupe les élus français qui défendent les intérêts de la filière.

Pour la bière, la fédération professionnelle « Brasseurs de France », qui regroupe les acteurs de la filière y compris les grands groupes tels que Heineken, Ab Inbev. Pour rappel : 4 groupes possèdent 1400 marques de bière. A l'Assemblée nationale, leurs intérêts sont portés par le groupe d'étude de la filière brassicole.

• La Fédération Française des Spiritueux (FFS), qui regroupe des PME comme de grands groupes tels que Pernod Ricard, Moët Hennessy Diageo, Bacardi...

FFVA, FFS, et Brasseurs de France font partie de l'association Prévention et Modération, qui vise à « *fédérer l'ensemble des initiatives des organisations professionnelles en matière de prévention des comportements à risque et de promotion de la consommation responsable* ».

Déjeuner-débat du Club de la Gastronomie Française dont la photographie est issue (juin 2021). Il comprend des associations et fédérations représentant les intérêts de plusieurs produits.

*Selon Compublic', l'agence qui l'a créé en 2009, le club comprend aussi des alcooliers : les **Brasseurs de France, Pernod Ricard, la Galerie des millésimes**. Il organise régulièrement des événements auxquels des parlementaires, ministres et conseillers assistent : il s'agit d'une technique de lobbying indirect.*

Plusieurs de ses porte-parole sont des personnalités politiques impliquées dans les métiers de l'alcool : Jean-Philippe Ardouin, député de la Charente Maritime, est chef d'entreprise dans le cognac, tandis que Alain Suguenot, élu local, est un défenseur reconnu du vin.

Les leitmotivs de l'industrie

Tout au long de ce rapport, la nature des arguments des lobbies sont analysés et mis en perspective. En réalité, ceux-ci sont souvent similaires et réutilisés dans divers contextes.

La culture française

Pour dévoyer un débat portant sur la santé, les lobbies viti-vinicoles mobilisent un argument lié à la culture, à l'histoire de la vigne en France, au patrimoine.

Exemple :

> Le vin, un alcool comme les autres ? « Le vin, consommé avec modération, fait partie de l'alimentation traditionnelle des Français. Il faut le distinguer des autres boissons alcoolisées. »

Propos du sénateur PS de l'Aude, Roland Courteau,
Laure Mamet, « Alcool et femmes enceintes : le nouveau logo sur les bouteilles de vin fait polémique chez les vignerons », l'Indépendant, le 14/07/2018

Cet argument d'ordre idéologique, qui ne répond en rien aux enjeux sanitaires ou sociaux soulevés par le haut niveau de consommation d'alcool en population générale, est souvent suivi d'un argument portant sur les emplois créés par la filière en France.

L'opposition entre politiques préventives et actions de sensibilisation ou programmes de prévention

Les lobbies alcooliers retirent de leurs éléments de langage la formulation « politiques de prévention » et optent pour **une vision très restrictive de la prévention** qu'ils n'appréhendent que sous le prisme de programmes de prévention ciblés sur une catégorie de la population (jeunes, femmes enceintes) visant à modifier les comportements individuels.

Pourtant, chaque mesure ou action portées par les organisations de santé doivent être considérées comme faisant partie d'un ensemble d'instruments permettant de réduire les risques et les dommages liés à la consommation de substances psychoactives. Globalement, les « best buys », les « meilleurs choix » (mesures sur la fiscalité, le prix, l'accessibilité et les publicités) sont défendus par l'OMS pour réduire les risques et les dommages liés à l'alcool au regard de leur rapport coût-efficacité. Ils sont à corréler à toutes les campagnes d'information, la formation des professionnels de santé et les programmes de prévention menés par les associations.

Les lobbies, notamment ceux du vin, se focalisent toujours sur une mesure qu'ils souhaitent critiquer sans l'inclure dans l'ensemble des projets défendus par le ministère de la Santé ou les associations de santé qui ont à cœur d'agir pour l'intérêt général.

La prévention ne doit pas remettre en cause le modèle économique des alcooliers

Les alcooliers disent vouloir s'investir dans la prévention. Pour eux, celle-ci doit se contenter d'actions à destination de certains publics, comme les mineurs et les femmes enceintes. Surtout, elle porte sur « l'éducation », ou encore « la sensibilisation ».

Le but est de valoriser leur image en tant qu'entreprises engagées sans porter atteinte à leur chiffre d'affaires. Alors que 24% des Français ont une consommation excessive d'alcool et que 30% de la population concentre 90% de la consommation d'alcool dans le pays, ces actions sont loin d'être suffisantes. Pis encore, les alcooliers dénigrent les initiatives faites pour diminuer la consommation globale au sein de la population : ces initiatives vont à l'encontre de leur modèle lucratif.

Il s'agit là d'une vision libérale de la santé et des politiques qui l'entourent : chacun devrait être responsable de sa propre consommation. Cette vision libérale refuse les mesures politiques de prévention portant sur le prix, l'accessibilité et la publicité, des mesures qui toucheraient le marché de l'alcool et encadreraient les pratiques des alcooliers.

Le French Paradox

La consommation quotidienne d'une dose « modérée » d'alcool n'aurait pas d'effet néfaste sur la santé, bien au contraire : cet argument pourtant démenti est mobilisé par les producteurs d'alcool pour légitimer une consommation quotidienne, notamment de vin. Association Addictions France en fait une analyse complète dans un numéro de Décryptages dédié.

La polarisation des positions

Selon les paroles des représentants d'intérêts des filières « alcool », toute organisation de santé osant aborder les risques et les dommages de l'alcool et rappelant que toute consommation d'alcool comporte des risques est taxée d'hygiénisme et/ou de prohibitionnisme.

Ce dénigrement ne reflète pas la réalité de l'action des acteurs de santé publique qui est tournée vers la réduction des risques et des dommages et vers une conception pragmatique des politiques publiques sur la base de données scientifiques actualisées. L'élaboration des repères de consommation à moindres risques (pas plus de deux verres par jour et de 10 verres par semaine pour limiter les risques) est l'illustration de cette démarche que les lobbies occultent.

Chapitre 1 : Evolution sur les sujets phares

L'information des consommateurs : un débat légitime mais affaibli

Si l'étiquetage des produits alimentaires peut être harmonisé au niveau européen, les chiffres alarmants de la consommation en France appellent à une initiative nationale. En effet, notre pays est le deuxième plus gros consommateur d'alcool en Europe selon l'OCDE (2019) et 10% des femmes enceintes déclarent boire de l'alcool pendant leur grossesse[1].

Atermoiements sur le pictogramme « femme enceinte »

Aux origines : un contexte favorable en 2007

La mise en place du pictogramme « Zéro alcool pendant la grossesse » en 2007 avait fait l'objet de grandes réticences de toutes les filières d'alcool. Cependant, le contexte social marqué par une plainte pour défaut d'information suite à des naissances de bébés atteints du syndrome d'alcoolisation fœtale a influencé le processus en faveur de l'apposition obligatoire du pictogramme.

10 ans plus tard et eu égard aux critiques des professionnels de santé sur un pictogramme jugé peu visible et peu lisible, Agnès Buzyn, ministre des solidarités et de la Santé entre 2017 et 2020 et ancienne directrice de l'Institut National du Cancer, avait engagé les négociations pour revoir la taille, la couleur et le contenu du pictogramme : cette volonté d'améliorer la prévention et la protection des populations a été très mal perçue par la filière viti-vinicole qui refuse toute évolution sur cet enjeu de santé publique.

La filière a, pour l'instant, obtenu gain de cause puisque, 5 ans après l'annonce d'un agrandissement du pictogramme, celui-ci n'a toujours pas été mis en œuvre.

Arguments du lobby viti-vinicole & notre analyse

La mesure serait inefficace[2][3]

Les résultats sont mitigés, certes. Mais ils sont en eux-mêmes **révélateurs de l'influence des lobbies de l'alcool** dès le début des années 2000. En effet, la loi propose aux entreprises de choisir entre le message *« La consommation de boissons alcoolisées pendant la grossesse, même en faible quantité, peut avoir des conséquences graves sur la santé de l'enfant »* et le pictogramme, sans obligation d'accoler les deux éléments, alors que les recherches à l'international[4] montrent que la présence des deux éléments est importante, à l'instar de ce que nous pouvons voir sur des boîtes de médicaments.

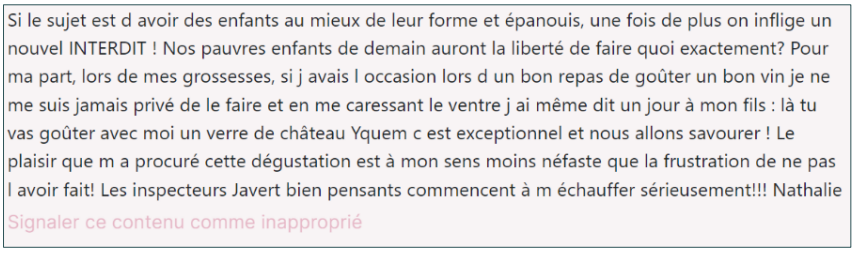
Il faut aussi comprendre **l'intérêt à long-terme** de cette mesure : les détracteurs du pictogramme "femme enceinte" s'appuient sur des résultats de recherche qui se focalisent sur les changements de comportement à très court-terme. Les résultats sont mitigés lorsqu'il s'agit d'évaluer le changement de comportement d'une personne face à un pictogramme ou un avertissement sanitaire à un instant T. Les porteurs d'intérêts de la filière vin omettent consciemment les recherches soutenues par l'OMS qui montrent que les informations, lorsqu'elles sont bien choisies, constituent un « outil » pour limiter la consommation excessive d'alcool sur le long-terme. Le pictogramme et le message sur les dangers de l'alcool pendant la grossesse sont ainsi destinés aux femmes enceintes mais aussi à toute la population consommatrice d'alcool à qui les

[1] https://www.lesechos.fr/industrie-services/pharmacie-sante/alcool-et-grossesse-chaque-jour-un-bebe-nait-avec-des-complications-138028#:~:text=1%20femme%20sur%2010%20boit%20de%20l'alcool%20durant%20sa%20grossesse&text=Parmi%20les%20femmes%20interrog%C3%A9es%2C%20enceintes,alcool%20occasionnellement%20pendant%20sa%20grossesse.
[2] https://www.vitisphere.com/actualite-84362-un-logo-facheux.html
[3] https://www.vitisphere.com/actualite-84320-vers-un-grossissement-du-logo-femme-enceinte-.html
[4] https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC8469468/

pouvoirs publics doivent, par tous les moyens, communiquer sur les conséquences de la consommation d'alcool pendant la grossesse.

Les femmes le sauraient déjà

10% des femmes enceintes continuent de boire pendant leur grossesse malgré un consensus scientifique affirmant que ne pas boire est l'option la moins risquée pour le fœtus, même dans les études portant sur la consommation légère pendant la grossesse[5].


Si le sujet est d avoir des enfants au mieux de leur forme et épanouis, une fois de plus on inflige un nouvel INTERDIT ! Nos pauvres enfants de demain auront la liberté de faire quoi exactement? Pour ma part, lors de mes grossesses, si j avais l occasion lors d un bon repas de goûter un bon vin je ne me suis jamais privé de le faire et en me caressant le ventre j ai même dit un jour à mon fils : là tu vas goûter avec moi un verre de château Yquem c est exceptionnel et nous allons savourer ! Le plaisir que m a procuré cette dégustation est à mon sens moins néfaste que la frustration de ne pas l avoir fait! Les inspecteurs Javert bien pensants commencent à m échauffer sérieusement!!! Nathalie
Signaler ce contenu comme inapproprié

Un commentaire sur l'article « Vers un grossissement du logo femme enceinte ? », présent sur Vitisphere.com, 2017

Les étiquettes n'auraient pas à faire de la prévention : c'est le rôle des associations de santé publique[6] qui devraient faire passer le message par d'autres moyens

Comme cela est expliqué par les professionnels de santé, des messages contraires portent atteinte aux actions entreprises par les organisations de santé. Les parlementaires qui défendent les intérêts de la filière viti-vinicole se sont concertés pour exposer leur aversion face à l'agrandissement du pictogramme. Cela a déjà été démontré dans le rapport de l'Observatoire de 2017 (p.4)

Et pourtant, pour tenter de montrer sa bonne foi, Vin et société a mis en place la campagne de prévention « Un bon vin peut attendre 9 mois », une opération critiquée par les professionnels de santé (voir p.10 du rapport 2019 de l'observatoire des lobbies de l'alcool).

L'information doit être faite par les professionnels de santé pendant la grossesse

Les consultations pendant la grossesse sont faites par des sages-femmes, essentiellement, et par des médecins. Cependant, plusieurs éléments limitent la transmission d'information sur ce sujet :

- La première consultation a généralement lieu lorsque la grossesse a débuté ;
- Le nombre de consultations pendant la grossesse est faible si on le compare aux occasions de boire alors que le pictogramme est présent sur toutes les bouteilles ;
- La raréfaction des personnels de santé les contraint mécaniquement à centrer leurs consultations sur les sujets cliniques plutôt que sur la prévention ;
- Les professionnels de santé peuvent avoir une connaissance parcellaire des risques du fait de l'absence de module obligatoire traitant des addictions dans leur formation initiale et continue ;
- Le pictogramme serait "anxiogène", mais est-ce plus anxiogène que de craindre la naissance d'un bébé en mauvaise santé ?

Le pictogramme portera atteinte à la vente de bouteilles

Pour le lobby, le pictogramme « Femme enceinte » montrerait le vin comme un produit « délictueux » (selon 64 domaines vinicoles) : tenter de l'agrandir mettrait donc à mal la compétitivité avec les autres pays et de facto les ventes.
Il s'agit d'un argument d'emphase qui donne au pictogramme une valeur juridique inexistante : ce pictogramme (qui, dans sa forme initialement soutenue par les organisations de santé, était accompagné d'un message de santé) a simplement vocation à rappeler les conséquences négatives de la consommation d'alcool sur le fœtus.
La logique de ces domaines vinicoles est faussée : lorsque certains médicaments portent un message sur les dangers encourus par leur ingestion en cas de grossesse, il est communément admis que les personnes qui ne sont pas enceintes se réfèreront aux recommandations de la

[5] https://academic.oup.com/ije/article/38/1/129/696932?login=true#12251028
[6] https://www.vitisphere.com/actualite-84428-le-logo-femme-enceinte-fait-voir-rouge-a-la-viticulture-girondine.html

notice et des médecins. Ainsi, le logo ne porte pas atteinte à la consommation desdits médicament par une personne non concernée par la grossesse.

En conclusion, alors que le débat sur le pictogramme « zéro alcool pendant la grossesse » portait sur la protection d'êtres vulnérables (les fœtus), le lobby viti-vinicole a mobilisé des arguments économiques avec une logique de victimisation qui mène la filière à se considérer comme « la profession la plus harcelée de France », selon la sénatrice Nathalie Delattre, membre de l'ANEV.

Ingrédients, calories… bientôt une information complète sur les bouteilles d'alcool ?

Contexte d'élaboration des étiquettes

Un enjeu européen

Le règlement européen concernant l'information du consommateur sur les denrées alimentaires stipule qu'une grande partie des denrées alimentaires a l'obligation d'afficher des informations telles que la déclaration nutritionnelle (nombres de calories, glucides, protéines etc.) et la liste des ingrédients du produit. Actuellement, **les boissons alcooliques n'y sont pas soumises.**

Association Addictions France, comme d'autres associations européennes réunies au sein de l'alliance Eurocare, plaide pour la fin de l'exemption accordée aux bouteilles d'alcool : l'alcool devrait être soumis aux mêmes règles d'étiquetage que les autres boissons, avec des informations complètes sur les ingrédients et la déclaration nutritionnelle. En effet, la transparence est une demande de la population de plus en plus soucieuse de sa santé et consciente des potentiels écarts entre les discours des industriels et la réalité de la composition des produits consommés, en témoignent les sondages mais aussi le développement d'applications d'analyse des étiquettes.

La Commission européenne devra prochainement se prononcer sur une harmonisation des règles, concernant aussi l'alcool. Dans un rapport publié en 2017, elle avait déjà conclu qu'il n'y avait aucune raison justifiant l'exemption accordée aux bouteilles d'alcool. La stratégie « De la ferme à l'assiette » a par la suite rappelé l'importance de l'information nutritionnelle et mené à la construction d'une feuille de route transversale à l'échelle européenne. Le règlement européen n'interdit pas par ailleurs les initiatives au niveau national. L'intérêt d'un étiquetage complet.

Outre l'enjeu d'information et de protection des consommateurs, l'apposition d'un étiquetage complet permettra de combattre des idées reçues entretenues par certains industriels. **La filière viticole, par exemple, a laissé croire que le vin était un produit naturel alors que nombreux ingrédients s'ajoutent aux raisins initiaux.** Une enquête de France Info a par ailleurs révélé que les taux de sulfites présents dans les vins étaient problématiques pour la santé humaine, d'où l'intérêt d'indiquer précisément ces données chiffrées. Les dernières données sur l'utilisation de pesticides montrent que les régions viticoles (Bordelais, Champagne, route des vins d'Alsace…) sont plus consommatrices que les autres productions agricoles[7].

Contre-argument des lobbies

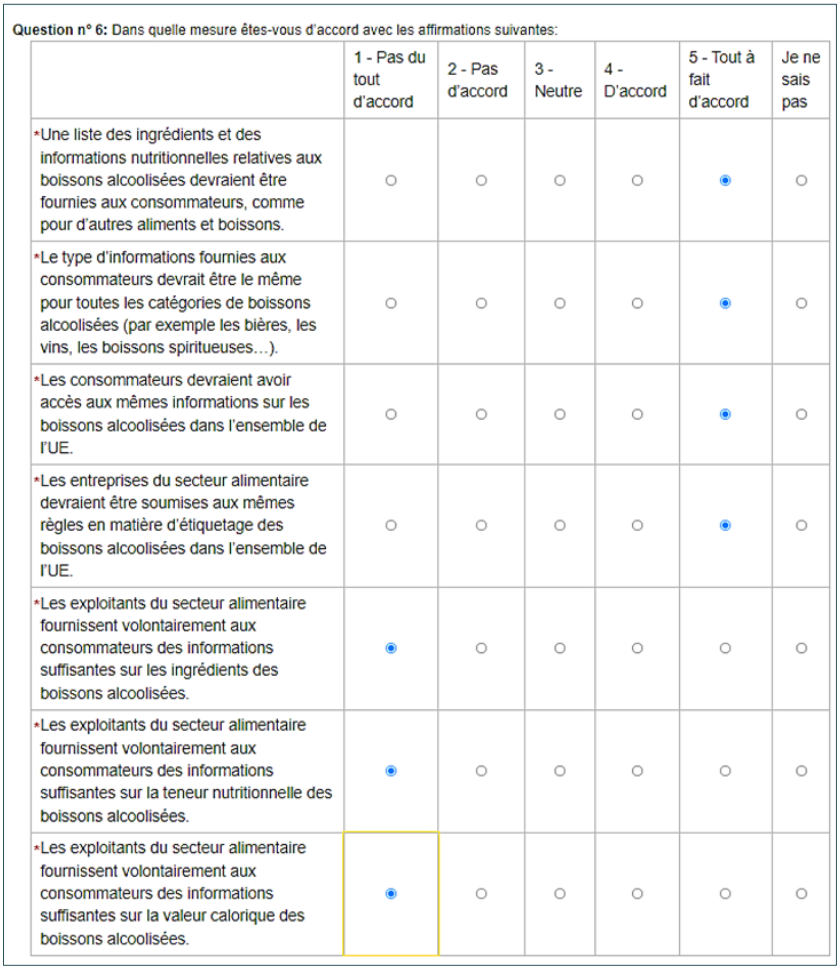
Pour contrer de futures règles contraignantes, les alcooliers européens ont tenté d'influencer le débat en leur faveur. Pour éviter de se soumettre à un affichage des informations directement sur l'étiquette des produits, les alcooliers ou leurs représentants d'intérêt (ex : le représentant des organisations syndicales et professionnelles agricoles et coopératives Copa Cogeca) ont proposé de :

- Laisser la liberté aux entreprises de décider de publier ou non sur ces informations, rendant la démarche de transparence volontaire et non plus obligatoire ;
- Limiter l'accessibilité de ces informations en les publiant en ligne uniquement

[7] https://solagro.org/nos-domaines-d-intervention/agroecologie/carte-pesticides-adonis

Il est inquiétant de constater l'importance accordée à ces propositions de la part les autorités européennes.

S'il est légitime que les parties-prenantes puissent émettre leur avis sur les lois qui les concernent, le rôle de l'autorité publique est de trancher en faveur de l'intérêt général, de la protection des consommateurs et de leur santé, et des implications économiques et sanitaires de la consommation d'alcool sur le long-terme. Pourtant, formulée en 2018, la proposition des lobbies semble avoir été légitimée à la fin de l'année 2021 lorsqu'une consultation publique a été lancée par la Commission européenne.



Question n° 6: Dans quelle mesure êtes-vous d'accord avec les affirmations suivantes:

	1 - Pas du tout d'accord	2 - Pas d'accord	3 - Neutre	4 - D'accord	5 - Tout à fait d'accord	Je ne sais pas
*Une liste des ingrédients et des informations nutritionnelles relatives aux boissons alcoolisées devraient être fournies aux consommateurs, comme pour d'autres aliments et boissons.	○	○	○	○	◉	○
*Le type d'informations fournies aux consommateurs devrait être le même pour toutes les catégories de boissons alcoolisées (par exemple les bières, les vins, les boissons spiritueuses...).	○	○	○	○	◉	○
*Les consommateurs devraient avoir accès aux mêmes informations sur les boissons alcoolisées dans l'ensemble de l'UE.	○	○	○	○	◉	○
*Les entreprises du secteur alimentaire devraient être soumises aux mêmes règles en matière d'étiquetage des boissons alcoolisées dans l'ensemble de l'UE.	○	○	○	○	◉	○
*Les exploitants du secteur alimentaire fournissent volontairement aux consommateurs des informations suffisantes sur les ingrédients des boissons alcoolisées.	◉	○	○	○	○	○
*Les exploitants du secteur alimentaire fournissent volontairement aux consommateurs des informations suffisantes sur la teneur nutritionnelle des boissons alcoolisées.	◉	○	○	○	○	○
*Les exploitants du secteur alimentaire fournissent volontairement aux consommateurs des informations suffisantes sur la valeur calorique des boissons alcoolisées.	◉	○	○	○	○	○

Capture écran d'une partie de la consultation sur l'étiquetage où il est proposé aux sondés de choisir pour des options défendues par les industriels allant à l'encontre des recommandations en matière de santé par les organisations.

Les propositions des alcooliers, qui défendent des intérêts privés et lucratifs, y est présentée au même niveau que celle des organisations de santé qui promeuvent des mesures dans une optique d'intérêt général. Cette inquiétude est partagée par les organisations de santé publique au niveau européen.

En 2022, les résultats de cette consultation ont montré que la santé publique est plébiscitée : les citoyens et organisations mobilisés pour cette consultation ont suivi l'avis d'un affichage complet obligatoire directement sur les contenants. Après 5 ans de travail, les organisations de santé européennes espèrent que l'influence des lobbies n'entraînera pas de retour en arrière de la part de la Commission. La décision en la matière est attendue fin 2022.

Une loi Evin malmenée : la valorisation de l'alcool pendant le quinquennat

Alors que le contenu de la loi Evin a été graduellement détricoté depuis son adoption, avec notamment la possibilité d'utiliser les panneaux publicitaires comme support (1994), de diffuser des publicités sur Internet (2009) et de faire la promotion d'un terroir (2015), la valorisation de l'alcool n'a pas connu de frein ces cinq dernières années[8] malgré ses effets délétères prouvés par la littérature scientifique[9] et les experts internationaux[10]. Pourtant, depuis 2016, la Cour des Comptes préconise[11][12], entre autres, un meilleur encadrement des publicités au regard des conséquences économiques attribuées aux dommages liés à l'alcool.

« Tant que je serai président, il n'y aura pas d'amendement pour durcir la loi Évin. »

Il faut relever que par cette formulation ambiguë, le président de la République s'engage, en février 2018, à ne pas durcir la loi Evin, mais n'exclut pas de l'affaiblir.

Une lobbyiste du vin à l'Elysée : un marketing alcoolier jamais inquiété

Patrimoine gastronomique, culturel et paysager : le nouveau marketing des alcooliers

Depuis 2015, le patrimoine culturel, gastronomique ou paysager lié à une boisson alcoolique peut être valorisé dans une publicité. A cette époque, Emmanuel Macron alors ministre de l'Economie empruntait le principal argument du lobby viti-vinicole pour défendre cette nouvelle possibilité accordée à la promotion de l'alcool : selon lui, la filière viti-vinicole crée de l'emploi et ce travail doit être valorisé. Cet argument est notamment défendu par la directrice de l'organisation professionnelle Vin et Société, Audrey Bourolleau, devenue par la suite conseillère agriculture auprès du Président Emmanuel Macron (voir les liens entre Emmanuel Macron et le milieu viti-vinicole en page 24).

Audrey Bourolleau affirmait que ces interdits – dits « interdits protecteurs » par les professionnels de santé - étaient inefficaces . Selon Vin et Société, l'éducation et la responsabilisation des consommateurs seraient mieux adaptés, le reste relevant de tactiques « anti-vin ». L'organisation suggérait que l'assouplissement de la loi Evin était une volonté des Français, en laissant croire que la loi « saoule » les Français alors qu'aucune étude n'avait été menée pour étayer ces propos. Mais ce discours purement libéral semble n'avoir qu'un seul but : l'accroissement du chiffre d'affaires de toutes les filières alcool – l'amendement n'étant pas restreint à la promotion du vin – par l'augmentation d'une consommation, valorisée par l'association entre alcool et gastronomie au cœur du marketing des entreprises, une association pendant longtemps interdite.
Les élections régionales approchant[13], les parlementaires avaient acté cet assouplissement de la loi Evin en omettant les conséquences en termes de santé publique.

Un engagement affirmé en faveur du marketing alcoolier

Les idées soutenues par Emmanuel Macron et Audrey Bourolleau en 2015 laissaient présager la vision soutenue par l'exécutif : en 2018, Emmanuel Macron déclara ainsi qu'il « n'y aura pas d'amendement pour durcir la loi Evin »[14] malgré une recrudescence des contenus sur Internet frôlant avec la légalité. Cette déclaration a été saluée par les lobbies viti-vinicoles[15], notamment la

[8] https://www.lemonde.fr/les-decodeurs/article/2022/03/21/les-annees-macron-un-quinquennat-reve-pour-le-secteur-alcoolier_6118424_4355770.html
[9] Karine Gallopel-Morvan, Jacques-François Diouf. Influence du marketing et de la publicité des industriels du tabac et de l'alcool. Les éditions Inserm. Conduites addictives chez les adolescents, expertise collective de l'Inserm, 2014, Expertise collective
[10] https://www.who.int/initiatives/SAFER
[11] https://www.ccomptes.fr/fr/publications/les-politiques-de-lutte-contre-les-consommations-nocives-dalcool
[12] https://www.ccomptes.fr/fr/publications/la-politique-de-prevention-en-sante
13 https://www.lejdd.fr/Societe/Sante/Assouplissement-de-la-loi-Evin-un-lobbying-sans-moderation-au-Parlement-767755
14 https://www.huffingtonpost.fr/2018/02/23/loi-evin-macron-boit-du-vin-le-midi-et-le-soir-et-ne-veut-pas-quon-emmerde-les-francais_a_23369066/
15 https://www.vitisphere.com/actualite-95664-emmanuel-macron-est-la-personnalite-de-lannee-2022-pour-la-revue-du-vin-de-france.html

Revue des Vins de France, qui l'a d'ailleurs élu personnalité de l'année 2022 (cf. portrait du Président p. 24).

Sport et alcool : comment les alcooliers et leurs défenseurs ont tenté d'alcooliser les rencontres

Marques « alibi » et 0% : une stratégie de contournement de la loi Evin

Rappelons-le : le parrainage et le sponsoring dans un but de publicité directe ou indirecte pour des boissons alcoolisées sont interdits (L. 3323-2 du Code de la Santé publique). Lorsqu'une marque est présente dans le décor, le logo doit être flouté.

La publicité indirecte correspond aux opérations réalisées « *en faveur d'un organisme, d'un service, d'une activité, d'un produit ou d'un article autre qu'une boisson alcoolisée qui, par son graphisme, sa présentation, l'utilisation d'une dénomination ou d'une marque, d'un emblème publicitaire ou d'un autre signe distinctif, rappelle une boisson alcoolisée.* »

Les marques alibi entrent dans cette définition. En 2016, Addictions France avait alerté sur la présence de la marque Carlsberg sous le nom de « Probably » dans les stades de l'Euro 2016. En mai 2022, à la télévision française et pendant la finale de la Ligue des Champions, il était possible de voir les mots « Enjoy responsibly » dont le visuel reprenait tous les codes de Heineken.

Finale de la Ligue des Champions, mai 2022 (capture écran - TF1 - UEFA)

Le problème se pose aussi pour les marques de boissons alcooliques proposant une offre de boissons sans alcool. En 2020, la marque Heineken 0.0 (sponsor officiel de l'UEFA) était omniprésente sur les écrans. Certes, la publicité indirecte porte sur une boisson qui ne contient pas d'alcool – la bière Heineken sans alcool –, mais la représentation de la marque reste problématique eu égard à « l'effet de halo » induit par la représentation du logo de la marque.

L'effet de halo se traduit par une publicité qui bénéficie à toutes les boissons proposées par une marque, y compris les boissons alcoolisées. Cet effet est renforcé par l'extrême similitude des packaging de ces boissons, indépendamment de leur degré d'alcool.

Paul Pogba retirant la bouteille de bière 0.0 de Heineken pendant une interview (Breizh Info)

Dans **la droite ligne des propos du Président Emmanuel Macron, aucune mesure n'a été acceptée par le Gouvernement et le Parlement face à ces contournements**, malgré une proposition d'un sénateur, Bernard Jomier, pour lutter contre les méfaits de l'alcool dans le cadre de l'élaboration de la loi relative à l'organisation des jeux Olympiques et Paralympiques de 2024 de mars 2018. Cette proposition visait à acter formellement l'interdiction de la représentation de marques alibi et de publicités d'alcool 0.0% adoptant les codes d'une marque de boissons alcooliques. **Le Gouvernement a alors rappelé qu'il ne souhaitait pas compléter la loi Evin[16] au grand dam des organisations de santé**. La nécessité de sanctionner avec fermeté les firmes en cas de non-respect de la loi Evin n'a même pas été mentionnée.

Réintroduction de l'alcool dans le monde du sport, un serpent de mer

Les parlementaires qui défendent les intérêts de la filière alcoolière, et plus précisément celles et ceux défendant la filière viti-vinicole, ont souhaité, à plusieurs reprises pendant le quinquennat, assouplir la loi Evin en proposant diverses mesures pour réintroduire l'alcool dans les stades[17].

2018 : Autoriser l'alcool dans les stades sans limite

Une proposition de loi[18] « portant autorisation permanente de vente de boissons dans les stades » a été déposée par des députés du groupe Les Républicains, dont Damien Abad, éphémère ministre des Solidarités, de l'Autonomie et des Personnes handicapées : l'enjeu de cette loi qui n'a finalement pas été votée y était très clair.

2019 : Glorifier le sport…grâce à l'alcool

Une proposition de loi « visant à faire de la France une nation sportive[19] », dédié à l'attractivité et au financement de l'activité sportive, a été présentée par des députés LREM en plein mois d'août 2019. Cette proposition comprenait un article visant à élargir la vente d'alcool aux sociétés sportives (comme les clubs professionnels).

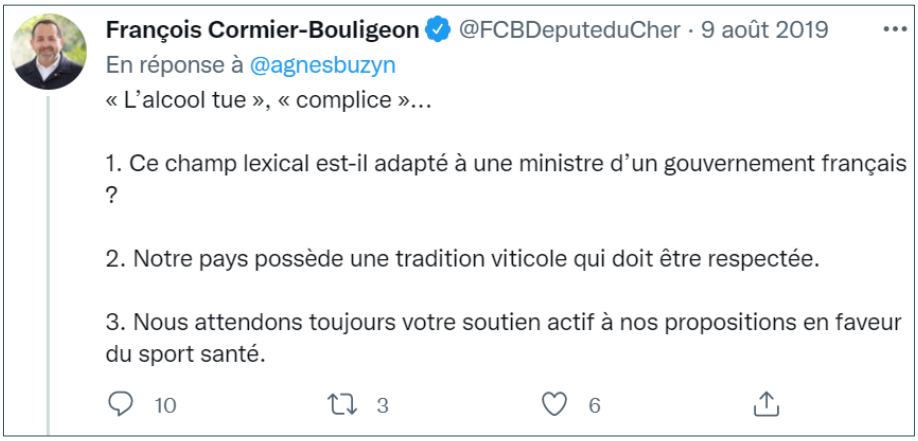
Article 18

Après le mot : « sport », la fin du *a* de l'article L. 3335-4 du code de la santé publique est ainsi rédigée : « et des sociétés sportives mentionnées à l'article L. 122-2 du même code, dans la limite de dix autorisations annuelles pour chacune desdites associations et chacune desdites sociétés qui en fait la demande ; ».

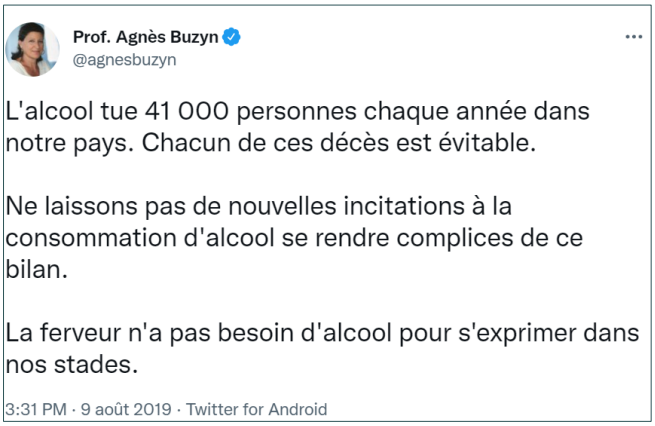
Extrait de la proposition de loi

[16] https://addictions-france.org/datafolder/uploads/2021/06/Decryptages-N-47-Les-marques-alibis-2021.pdf
[17] https://addictions-france.org/datafolder/uploads/2021/05/Decryptages-N-38-Alcooliser-le-sport-2021.pdf
[18] https://www.assemblee-nationale.fr/dyn/15/textes/l15b1719_proposition-loi
[19] https://www.assemblee-nationale.fr/dyn/15/textes/l15b2219_proposition-loi#D_Article_18

Premier signataire de cette proposition de loi : François Cormier-Bouligeon[20], député du Cher ayant déjà formulé sa défense du secteur viti-vinicole en reprenant tous les élément de langage du lobby (« terroir », « héritage », « histoire », « pédagogie »…) et en contournant la question de la lutte contre les consommations excessives pour attribuer ce rôle aux professionnels du secteur et non aux organisations de santé. A nouveau, les enjeux économiques de la filière viti-vinicole s'opposaient aux enjeux de santé publique.



Agnès Buzyn, alors ministre de la Santé et ancienne directrice de l'Institut National du Cancer, rappelait les données scientifiques et donnait son avis sur cette mesure de la proposition de loi.



Le principal signataire de cette proposition de loi, membre du groupe d'étude vigne, vin et œnologie à l'Assemblée, acteur du lobby viti-vinicole, fut tenté de réfuter les preuves scientifiques en ressortant l'histoire du vin. Comme tous les parlementaires défenseurs des enjeux économiques du vin, il oppose deux arguments sans rapport : les données scientifiques de santé *versus* l'histoire du vin en France. Ce faisant, il dévoile un des objectifs indirects de sa proposition de loi : augmenter la consommation de vin en passant par le sport.

[20] https://journal-du-vin.com/francois-cormier-bouligeon-depute-du-cher/

Vendre plus d'alcool pour financer la prévention : en quoi est-ce antinomique ?

Pour défendre cette mesure contre laquelle Addictions France (ex-ANPAA) a émis de vives critiques, des députés signataires de la proposition de loi ont souhaité rassurer les organisations de santé en exposant les mesures à prendre pour limiter les risques liés à la consommation d'alcool dans le cas où la vente serait à nouveau possible dans les stades. Une d'elles portait sur **le fléchage d'une partie des recettes liées à la vente d'alcool vers la prévention**[21].

Cette proposition échappe à toute logique : la vraie mesure de prévention, jugée efficace par l'OMS[22], c'est bien l'interdiction de vente et de consommation. Une mesure qui permet de débanaliser l'alcool et d'éviter de l'associer aux valeurs du sport dès le plus jeune âge.

Or c'est précisément cette mesure que les députés proposent de supprimer, reprenant en cela le discours des alcooliers qui opposent politiques publiques de santé basées sur les interdits protecteurs et actions ciblées de prévention et de promotion de la santé.

Grâce à la mobilisation des acteurs de santé, emmenés par Addictions France, la proposition de loi fut finalement retirée.

2020 : Après le Covid-19, l'alcool devrait financer le sport

Le secteur du sport a été marqué par la crise sanitaire : son attractivité et son financement sont devenus primordiaux pour assurer la continuité des activités sportives à tous les échelons. En 2020, un groupe de travail sénatorial de la Commission de la culture, de l'éducation et de la communication a proposé un ensemble de mesures dans ce cadre. Parmi elles, une mesure portait sur **la réintroduction des publicités pour l'alcool et de la vente d'alcool** sans limitation dans le temps dans les enceintes sportives. En réalité, plusieurs sénateurs et sénatrices étaient proches du lobby viti-vinivole, à commencer par la présidente de la Commission, Catherine Morin-Desailly, membre par ailleurs de l'Association Nationale des Élus de la Vigne et du Vin (ANEV)[23].

La mesure n'a finalement pas fait l'objet de proposition législative, pas même en 2021 lors de l'élaboration de la loi visant à démocratiser le sport et malgré un chapitre dédié au modèle économique sportif.

Néanmoins, ces différentes tentatives de réintroduction de l'alcool dans les stades, tout au long du quinquennat, montrent que les lobbies sont prêts à saisir n'importe quelle opportunité pour remettre le sujet à l'agenda avec, pour objectif principal, de promouvoir l'association alcool et sport, notamment auprès d'une cible jeune .

A l'aube des prochaines grandes rencontres sportives, la vigilance reste donc de mise. Plus d'informations sur « l'alcoolisation du sport » dans la revue Décryptage écrite par les experts d'Addictions France.

[21] https://www.lexpress.fr/actualite/politique/le-retour-de-l-alcool-dans-les-stades-un-projet-qui-divise_2093724.html
[22] Voir les recommandations de l'OMS sur l'accessibilité du produit : https://www.who.int/initiatives/SAFER
[23] Plus d'informations sur les arguments et les sénateurs ayant porté cette proposition sont disponibles dans le rapport 2020 de l'observatoire sur les pratiques des lobbies de l'alcool.

L'immersion des alcooliers dans la prévention

Le Président de la République l'avait promis : entre 2017 et 2022, une « révolution de la prévention » serait amorcée. En matière d'alcool, la révolution n'a pas eu lieu. Au contraire, les faits prouvent un manque de prise en compte des organisations de santé au profit de la valorisation des alcooliers.

Encouragées par un libéralisme politique et un Gouvernement qui a considéré officiellement les entreprises comme des actrices de prévention (souvent au mépris des conflits d'intérêts), **les actions de prévention menées par les alcooliers, touchant une petite partie de la population et destinées à ne pas porter atteinte à leur chiffre d'affaires, se sont développées**[24].

Les industriels : des acteurs de santé comme les autres ?

La place octroyée aux lobbies dans les politiques de prévention

Le Plan national de santé publique accorde une grande importance à la prévention. Cependant, l'importance que revêt la filière viti-vinicole aux yeux du Gouvernement a permis l'inclusion des producteurs d'alcool dans l'élaboration des politiques de prévention. L'Elysée a d'ailleurs affirmé en 2018 :

> *« Il est normal que l'ensemble des acteurs du secteur soient impliqués, il est normal que la filière du vin soit consultée par le ministère de la Santé et que leur expertise soit prise en compte. Personne n'a le monopole de la prévention. »*[25]

Cela a conduit les filières à proposer, à la demande de l'Elysée, leur propre plan de prévention – une consultation dont les acteurs de santé ont été exclus –, dont les insuffisances et les manques ont été révélés par Addictions France (alors ANPAA) dans une version revue et corrigée.

La concertation avec les producteurs dans le processus d'élaboration des politiques publiques n'est pas nouvelle, mais elle devient particulièrement problématique lorsque **l'intérêt général est mis à mal par les intérêts privés d'ordre économique**. Dans le cas des politiques de prévention des risques et des dommages liés à l'alcool, force est de constater que les lobbies de l'alcool et leurs propositions ciblées ont été soutenues par l'Etat au détriment des politiques préconisées par des associations reconnues d'utilité publique telles qu'Addictions France.

Comme mentionné précédemment, les alcooliers :

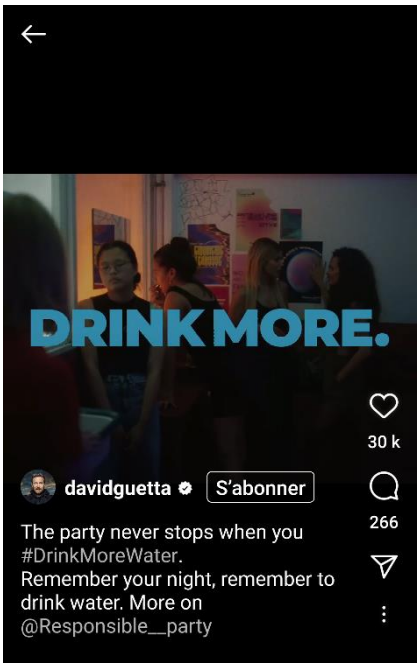
- Laissent penser qu'il faudrait agir uniquement sur les consommations problématiques, les personnes alcooliques et certains segments de la population comme les femmes enceintes et les jeunes concernés par le *binge drinking*, sans agir sur le haut niveau de consommation d'alcool dans notre pays,
- Conçoivent la prévention comme des initiatives d'éducation et de pédagogie mises en place pour que chaque individu soit "responsable" de sa consommation, à défaut d'agir sur l'environnement et les mesures sociétales.
- Prônent la modération, qui est un concept flou contrairement aux repères de consommation à moindre risque.
- Suggèrent que toute politique de prévention d'une autre nature (fiscalité, marketing…) défendue par les organisations de santé sont des atteintes à la tradition et à la culture françaises.

[24] https://addictions-france.org/datafolder/uploads/2021/01/Decryptage-n%C2%B039-Les-alcooliers-et-la-prevention.pdf
[25] https://www.tflinfo.fr/politique/emmanuel-macron-veut-permettre-a-la-filiere-viticole-de-faire-de-la-prevention-sante-des-addictologues-s-insurgent-l-elysee-assume-2077680.html

Financement d'actions de prévention par les alcooliers : où est le problème ?

Comparaison de deux campagnes préventives

En 2021, Pernod Ricard a lancé la campagne « Drink more…water ». Cette vidéo montre des jeunes en situation d'ivresse, dont certains individus incapables de tenir debout. Plusieurs éléments sont problématiques qu'il s'agisse du message ou des modalités de diffusion :



- Tout d'abord, le public ne voit qu'une phrase : « Drink more », un message portant à confusion. S'il peut être compris comme une critique de la pression sociale qui incite à boire *toujours plus*, la réalité est que la pression sociale incite simplement à boire. Dans cette campagne, « Drink » est une injonction : quel que soit le type de boisson, il faut « boire ».

- Le message de santé légitime serait « **Drink less alcohol** », ce qui correspondrait à la recommandation de l'OMS « less is better » (« moins c'est mieux »). Or le message « Drink more water » de Pernod Ricard déplace le problème de la consommation excessive : dans cette campagne, le manque d'eau serait à l'origine de l'ivresse alors que, dans les faits, la cause de l'ivresse est la surconsommation d'alcool.

Cette campagne vidéo est diffusée dans plusieurs pays mais pas en France, pour l'instant. Cependant, Pernod Ricard a créé un partenariat avec le célèbre DJ français David Guetta pour assurer un large partage, y compris en France.

Si l'on compare cette campagne avec celle diffusée depuis 2019 par Santé publique France (SpF) sur les repères de consommation à moindre risque, on voit toute la différence dans la manière d'appréhender les risques et les dommages liés à la consommation d'alcool. Le message de SpF est beaucoup plus proche des réalités scientifiques et des objectifs de santé publique en termes de prévention universelle et de réduction des risques.

Cette campagne rappelle ainsi :
*« Ceci est une publicité contre les ravages de l'alcool et il n'y a pas de type qui rentre en rampant, personne ne se réveille à côté d'un sombre inconnu, **parce qu'il n'y a pas besoin d'en arriver là** pour que l'alcool fasse des ravages »*.

L'absence de soutien aux initiatives promues par les acteurs de santé

Le Défi de Janvier : le désaveu de l'appareil gouvernemental

Le Gouvernement a décidé de ne pas soutenir l'opération « Défi de Janvier » inspiré du « Dry January » britannique, malgré l'engagement public de la Mildeca (Mission interministérielle de lutte contre les drogues et les conduites addictives) en 2019. L'observatoire sur les pratiques des lobbies de l'alcool de 2019 et 2020 décryptent l'action des lobbies viti-vinicoles et la réceptivité du Gouvernement face à leurs arguments.

Le « Défi de janvier » est une opération de marketing social, destinée à l'auto-évaluation de sa consommation d'alcool, sans remise en cause de quelque alcool ou alcoolier. Alors que les preuves de sa pertinence ont été publiées au Royaume-Uni[26], Olivier Véran, alors ministre de la Santé, a déclaré pour justifier l'annulation de la campagne prévue par Santé publique France : « *pour le Dry january, son impact fait encore débat dans la communauté scientifique* ». En réalité, l'influence des lobbies[27] a dès lors eu raison de l'expérimentation d'un nouveau dispositif.

Aujourd'hui, l'initiative est portée par une trentaine d'associations de santé et soutenue, depuis l'édition 2022, par diverses municipalités (Paris, Brest, Nantes, Grenoble...).

L'ANEV et les arguments biaisés contre la santé publique

L'incompréhension d'une opération de marketing social

Nathalie Delattre, membre du Parti Radical, membre de l'ANEV et soutien d'Emmanuel Macron, est vigneronne de profession, sénatrice de Gironde et vice-présidente du Sénat. Elle s'est farouchement opposée au Défi de Janvier 2022. Dans une interview accordée à RTL[28], elle affirme, en se prenant pour exemple, que les participants risquent de ne pas boire pendant un mois pour augmenter leur consommation dans les mois suivants.

Les propos de Madame Delattre illustrent l'incompréhension de l'opération. Le Défi de Janvier n'entre pas dans une vision abstinente ou punitive mais permet de faire un point sur sa consommation, d'évaluer sa capacité à s'abstenir de boire, voire de prendre conscience d'une possible dépendance ou surconsommation sur laquelle il serait possible d'agir. Par ailleurs, les faits montrent qu'au Royaume-Uni, 70% des personnes ayant fait le Dry January ont constaté une diminution de leur consommation d'alcool dans les mois suivants.

Madame Delattre ajoute :

> *« Cette initiative ne colle pas à nos traditions. Je pense qu'en France, nous avons une politique de prévention qui fonctionne. [...] La filière viticole s'implique énormément dans cette prévention : apprendre à déguster et bien comprendre la modération. »*

En tant que représentante des intérêts économiques de la filière, elle **invoque un argument subjectif, lié à la tradition, qu'elle oppose aux mesures de santé publique** tout en valorisant les actions de la filière viti-vinicole en matière de "prévention". Lesdites actions, telles que l'apprentissage du vin et de son goût dès le plus jeune âge[29], sont régulièrement remises en cause par les associations de santé et les professionnels des addictions.

[26] https://alcoholchange.org.uk/blog/2020/press-release-6-5-million-people-plan-to-do-dry-january-2021-up-from-3-9-million-in-2020#:~:text=Evidence%20shows%20that%20Dry%20January,campaign%20with%20support%20from%20Alcohol
[27] https://www.lepoint.fr/politique/m acron-et-le-vin-un-debat-qui-revient-avec-la-presidentielle-31-03-2022-2470344_20.php
[28] https://www.rtl.fr/actu/bien-etre/dry-january-la-france-doit-elle-soutenir-l-abstinence-d-alcool-en-janvier-7900111478
[29] https://www.francetvinfo.fr/replay-magazine/france-2/complement-d-enquete/complement-d-enquete-du-jeudi-28-fevrier-2019_3180761.html

Jouer avec les chiffres : une technique de lobbying

- **10 verres d'alcool par semaine : recommandation ou plafond ?**

Lors de cette même interview, Madame Delattre affirme qu'un consensus existe autour de 10 verres d'alcool par semaine avec deux jours sans consommation, propos qu'elle relate dans un tweet :

De manière confuse, Madame Delattre ne nomme pas le nom de ce repère de 10 verres, qui est le « repère de consommation à moindres risques ». Madame Delattre n'explique pas qu'il s'agit d'un seuil de risque acceptable au-delà duquel il existe une augmentation de la mortalité induite par l'alcool. Au contraire, **elle laisse entendre en premier lieu que 10 verres par semaine est une consommation de référence**. Elle affirme dans l'interview :

> *« Il y a quelques semaines encore, on avait cette référence : 'un verre par repas pour les femmes et deux pour les hommes'. Aujourd'hui, nous sommes arrivés à faire passer ce nouveau message qui est de '10 verres par semaine'. »*

D'une part, les repères de consommation à moindres risques (2 verres maximum par jour, 10 verres maximum par semaine) ont été réévalués dès 2017, et non en 2021 comme elle le suggère. D'autre part, il est scientifiquement prouvé qu'il n'existe pas de consommation d'alcool sans risque[30] et que les risques de cancer du sein, par exemple, augmentent à partir d'une consommation de moins d'un verre par jour (Institut National du Cancer)[31]. Ces propos sont superposables aux assertions du lobby viti-vinicole pour promouvoir leurs produits[32].

- **Confusion entre alcoolo-dépendance et consommation excessive**

A la fin de son intervention, Madame Delattre emploie un autre chiffre qui laisse entretient la confusion : *« 98% de la population est en dessous de ce seuil de 10 verres par semaine »*.

En réalité, Santé Publique France a publié des résultats d'enquête prouvant que 23,7% des Français dépassaient les repères de consommation à moindres risques, soit près d'un Français sur quatre. **Le chiffre employé est une manière déformée de dire que 97 à 98% des Français ne sont pas alcooliques**, or on peut avoir une consommation excessive sans qu'elle soit pour autant incontrôlable[33] ou qu'elle signifie une alcoolo-dépendance.

[30] https://www.euro.who.int/en/health-topics/disease-prevention/alcohol-use/news/news/2018/09/there-is-no-safe-level-of-alcohol,-new-study-confirms#:~:text=The%20international%20medical%20journal%20The,to%20loss%20of%20healthy%20life
[31] https://www.e-cancer.fr/Comprendre-prevenir-depister/Reduire-les-risques-de-cancer/Alcool?xtor=SEC-16-%5bGOO%5d-%5bCancer_Alcool%5d-%5b%5d-%5bS%5d-%5balcool%252Ocancer%5d&gclid=CjOKCQjw1tGUBhDXARIsAIJx01kmUhgfvOBySqcrRXs0daBJL-k9lKXvqw0hpmlc77xutYtMtyJURws4aAknIEALw_wcB&gclsrc=aw.ds
[32] https://addictions-france.org/datafolder/uploads/2021/03/Decryptages-N-36-French-Paradox-2021.pdf
[33] https://addictions-france.org/les-addictions/

Un plan Mildeca moins ambitieux que prévu

L'emprise du lobby alcoolier[34] sur les politiques de santé s'est également illustré lors de l'élaboration du Plan national de mobilisation contre les addictions 2018-2022. Dans une société qui compte 41 000 décès liés à l'alcool (sans compter les accidents de la route) et 23,7% des personnes consommant de manière excessive (Santé Publique France), **ce plan a été critiqué[35] pour son manque de prise en compte de la problématique de l'alcool** après avoir été vidé de sa substance lors des arbitrages ministériels. En ce sens, pour le journal *Le Monde[36],* cela tend à démontrer l'influence du lobby viti-vinicole sur ce plan. Par exemple, les prises de décision sur le pictogramme « femme enceinte », la publicité, la prévention universelle (dirigée vers tous les publics) ont été mises de côté.

Ces quelques exemples montrent que la prévention est un domaine dans lequel les alcooliers ont pris une influence importante. La présence de discours et de projets discordants avec les réalités scientifiques interroge la politique de santé publique en matière d'addiction : lutter contre les méfaits de l'alcool implique une vigilance accrue face aux demandes des producteurs d'alcool. Face au niveau élevé de consommation d'alcool, les actions de prévention doivent être assurées en toute indépendance par les acteurs de santé et encouragées financièrement par la taxation de ces produits à risques pour la santé.

La fiscalité : l'acceptation difficile d'un levier de prévention efficace

Alors que les politiques sur le prix de l'alcool feraient partie des plus efficaces pour réduire les risques et les dommages liés à l'alcool selon l'OMS ou encore l'Institut National de la Santé et de la Recherche Médicale, les propos tenus lors des débats sur la « taxe prémix » et le manque d'évolution autour de la fiscalité liée au vin est l'illustration du lobbying des alcooliers pour éviter toute avancée qui risquerait de porter atteinte à la (sur)consommation.
Pourtant, plusieurs organisations de santé dénoncent l'incohérence de la politique fiscale[37] et des exceptions accordées au vin, alcool le plus consommé en France, qui ne contribue pas à la cotisation à la Sécurité sociale.

Le vin « Rosé sucette »

Prémix à base de vin : comment éviter la taxation

En 2004, la taxe dite « prémix » a été adoptée : cette taxe avait pour but de limiter chez les jeunes la consommation de boissons alcoolisées composées d'un spiritueux et d'une boisson sucrée, des boissons nommées « prémix ». Moins alcoolisés que les vins non aromatisés, les prémix à base de vin sont aussi destinés à attirer les adolescents[38] et jeunes adultes grâce à un goût sucré, masquant le goût du vin, et un prix bas. Pourtant, ces prémix à base de vin n'étaient pas soumis à une taxation supplémentaire jusqu'en 2020.

Un soutien du gouvernement pour une mesure finalement adoptée...

Suite à l'essor de ces produits dans les années 2010, Addictions France a alerté pendant plusieurs années les parlementaires sur leur impact chez les jeunes. En 2019, lors de l'élaboration du projet

[34] https://www.lemonde.fr/les-decodeurs/article/2022/03/21/une-lobbyiste-du-vin-au-c-ur-du-quinquennat-et-de-la-campagne-electorale-d-emmanuel-macron_6118392_4355770.html
[35] https://www.lemonde.fr/societe/article/2019/01/07/un-plan-de-lutte-contre-les-addictions-adopte-en-catimini_5406058_3224.html
[36] [source : Audrey Bourolleau dans le Monde]
[37] https://www.lemonde.fr/les-decodeurs/article/2018/10/12/oui-l-alcool-et-surtout-le-vin-est-beaucoup-moins-taxe-en-france-que-le-tabac_5368351_4355770.html
[38] https://addictions-france.org/datafolder/uploads/2021/01/Observatoire-2019-Pratiques-des-lobbies-de-lalcool.pdf

de loi de financement de la sécurité sociale 2020, un amendement porté par plusieurs parlementaires a été adopté, permettant enfin d'étendre la taxe aux prémix à base de vin. Le Gouvernement représenté par Agnès Buzyn, alors qu'il s'y était opposé l'année précédente, a donné un avis favorable. Agnès Buzyn a ainsi déclaré :

« L'exonération dont bénéficient actuellement les boissons à base de vin ne repose sur aucun motif lié à la santé publique. »

Cependant, il est nécessaire de rappeler que l'acceptation de cette mesure a eu une condition : les prémix à base de vin sont près de 4 fois moins taxés que ceux à base de spiritueux. Une proposition plus ambitieuse, et plus cohérente avec la "taxe prémix" des spiritueux, n'aurait pas provoqué l'adhésion escomptée.

...malgré les protestations du lobby

Les parlementaires opposés à la mesure ont utilisé plusieurs types d'arguments qu'il est possible de déconstruire tant leur objectivité d'un point de vue sanitaire est critiquable. La Fédération Française des Vins d'Apéritifs est d'ailleurs à l'origine de plusieurs d'entre eux[39].

« Les consommateurs se tourneront vers les boissons plus alcoolisées. »

> L'adoption de ces deux amendements aura pour effet de taxer des boissons faiblement alcoolisées, donc de reporter la consommation sur des boissons beaucoup plus alcoolisées. Surtout, cela touchera un secteur qui exporte 26 % de ses produits et représente 20 000 hectares de vignes et 18 000 emplois en France. Voilà la réalité économique qui est en jeu. Il conviendrait de ne pas déstabiliser un secteur de production suffisamment fragilisé en ce moment du fait des aléas climatiques – gel, sécheresse –, des zones non traitées et des taxes Trump.

Propos de la députée Danielle Brulebois à l'Assemblée nationale le 24 octobre 2019[40]

> Par ailleurs, une taxe sur des produits moins alcoolisés risque de favoriser fortement un report de la consommation vers des produits plus alcoolisés, ce que, me semble-t-il, le Gouvernement ne peut que vivement refuser.

Propos de la sénatrice Vivette Lopez au Sénat le 13 novembre 2019 [41]

Le sujet ne porte pas sur le degré d'alcool. En effet, la critique est émise autour du goût, du prix et du packaging des produits du type « Rosé pamplemousse » ou « Rouge cola » qui sont des recettes sucrées, élaborées pour attirer les jeunes et les inciter à **consommer tôt et abondamment**. A un argumentaire prouvant l'initiation à la consommation dès le plus jeune âge s'oppose un argument portant sur la notion de degré d'alcool. La députée Danielle Brulebois (LREM) et la sénatrice Vivette Lopez (LR) détournent le sujet pour discréditer la mesure.

En réalité, sans fondement scientifique, elles alimentent l'idée reçue selon laquelle le degré d'alcool serait le seul facteur de dangerosité d'un produit, indépendamment de la quantité ingérée. Elles éludent l'autre problème soulevé par les défenseurs de la santé publique : les prix bas des alcools sucrés. La fin de l'intervention de Danielle Brulebois fait comprendre la raison principale de cet argumentaire : les enjeux économiques du secteur viti-vinicole.

« L'éducation est la seule mesure de prévention utile »

> M. Blanchet a prononcé un brillant exposé à propos de l'éducation que nous pourrions dispenser dans ce domaine et dans bien d'autres, comme celui du tabagisme, pour combattre les addictions. La taxation ne résoudra pas tous les problèmes ; celle des prémix me trouble et va envoyer un très mauvais message à la profession viticole.

[39] https://addictions-france.org/datafolder/uploads/2021/01/Observatoire-2019-Pratiques-des-lobbies-de-lalcool.pdf
[40] https://www.assemblee-nationale.fr/dyn/15/comptes-rendus/seance/session-ordinaire-de-2019-2020/premiere-seance-du-jeudi-24-octobre-2019
[41] https://www.senat.fr/seances/s201911/s20191113/s20191113_mono.html

Le député de Gironde, Pascal Lavergne, utilise l'un des principaux arguments du lobby viti-vinicole : l'éducation des individus permettrait d'agir sur les addictions, pas les taxes. Comme souvent, plutôt que d'appréhender les mesures préventives comme un tout alliant politiques sur les prix et actions de prévention ciblées, la logique d'opposition s'impose dans les discours.

« 80% des apéritifs à base de vin sont consommés par les plus de 35 ans »

> En outre, cet article ne répond pas aux objectifs du Gouvernement en matière de prévention de l'alcoolisme chez les jeunes. Comme mes collègues l'ont déjà souligné, plusieurs études montrent que ces produits sont consommés non pas par les jeunes, mais à 80 % par les plus de 35 ans et à 61 % par les plus de 50 ans.

Ici, les chiffres de Pascal Lavergne donnent une vision incomplète de la réalité : FranceAgriMer affirmait en octobre 2019 que « 29% des ménages de moins de 35 ans sont consommateurs »[42] d'apéritifs à base de vin. Or les prémix, s'ils sont élaborés à base de vin, sont des produits différents, visant une cible différente. De plus, toutes ces études excluent une clientèle potentielle clé : les adolescents et leur réceptivité face à un packaging attractif et un goût sucré. D'ailleurs, quelques années auparavant, aux premières heures de gloire des vins « Rosé pamplemousse » ou encore « Blanc Pêche », des entreprises et spécialistes ne cachaient pas la volonté du secteur d'attirer les jeunes vers ces produits :

> patron à la fois d'un domaine viticole et d'une discothèque. ce sont ses jeunes clients qui lui ont donné l'idée d'Ice tropez, qui existe aussi sans alcool.

LSA Conso, « Les vins mélangés plaisent aux jeunes adultes *», 2011*

> "Il s'agit de boissons à base de vin dont le taux d'alcool est faible, entre 8 et 10 degrés et qui peuvent séduire un public plus jeune et plus féminin que les amateurs de vin", indique Yannick Maret, le créateur du site internet www.rose-pamplemousse.com

Jean-François Arnaud, « L'incroyable succès des vins aromatisés au sirop *», Challenges, 2013*

> Certes cela ne réglera pas à court terme leur problématique économique et commerciale, mais le rosé pamplemousse peut être un véritable produit passerelle permettant d'initier au vin, à l'apéritif par exemple, des populations qui n'en consomment pas d'habitude.

Joëlle Brouard, « Le phénomène rosé pamplemousse *», Huffington Post, 2013*

Suite à l'adoption de la taxe prémix en 2019, les producteurs ont, comme à leur habitude, élaboré une stratégie de contournement[43] en modifiant la recette de leurs produits : en baissant légèrement le taux de sucre, ils ont permis à ces produits d'échapper à la nouvelle taxe. La vigilance reste donc de mise pour les acteurs de santé[44].

L'incohérence fiscale des relais parlementaires du lobby alcoolier

Les arguments contre les organisations de santé

Un exemple concret illustre les relais que les filières alcool détiennent au Parlement : les réactions à la présentation en février 2021 de la stratégie française 2021-2030 de lutte contre les cancers par l'Institut National du Cancer (INCA).

[42] https://www.franceagrimer.fr/fam/content/download/62469/document/12_Achats%20boissons%20alcoolis%C3%A9es%202008-2017_oct%202019.pdf?version=2
[43] https://addictions-france.org/datafolder/uploads/2021/08/Addictions_France_Rapport_lobbies_alcool_2020.pdf
[44] Lire aussi à ce sujet : La bière, les hard seltzers et le partage des eaux : l'absurdité selon Bercy, blog d'Addictions France, Juillet 2022

Des députés vont à l'encontre des recommandations de la lutte contre le cancer

Dans les médias, la députée du Tarn et présidente du groupe d'étude Vigne et Vin de l'Assemblée nationale, Marie-Christine Verdier-Jouclas s'est fortement opposée aux taxes.

> *« Nous sommes sensibles comme tout le monde à la meilleure santé des Français et des Français et pour la lutte contre les cancers, mais cela ne doit pas passer par des taxes ! »* indique la députée du Tarn Marie-Christine Verdier-Jouclas. Présidente du groupe d'étude vigne et vin de l'Assemblée Nationale, l'élue de la majorité ajoute que *« nous les parlementaires seront vigilants à ce que la promesse du président de la république soit tenue : pas de taxe supplémentaire sur le vin dans ce mandat ! »*

Alexandre Abellan, « Les vins davantage taxés pour lutter contre le cancer ? » *Vitisphère, 2021*

Les lobbies viti-vinicoles avaient en effet interpellé les élus pour leur demander de s'opposer à ce type de mesure.

> Alors que le vignoble français fait face aux effets économiques dévastateurs de la crise sanitaire et des surtaxes américaines, la crainte d'une stigmatisation d'une filière d'excellence à l'exportation est vive. Sollicitant ses élus loaux, le vignoble demance à ce que le gouvernement écarte ces propositions fiscales et soutiennent le message de consommation responsable de la filière. Dans la filière vin,

Alexandre Abellan, « Les vins davantage taxés pour lutter contre le cancer ? » *Vitisphère, 2021*

De fait, Patrick Loiseau (Modem) et Valérie Beauvais (LR) ont posé la même question au ministère des Solidarités et de la Santé :

> Mme Valérie Beauvais attire l'attention de M. le ministre des solidarités et de la santé au sujet des recommandations relatives à la stratégie décennale contre le cancer. La proposition de stratégie, adoptée par le conseil d'administration de l'Institut national contre le cancer (INCA) le 27 novembre 2020, prévoit notamment d'augmenter les droits d'accise sur le vin, d'étudier la mise en place d'un prix minimum et de taxer les dépenses de promotions de boissons alcoolisées. Pour cela, elle avance qu'une « meilleure harmonisation de la fiscalité actuelle pourrait être proposée dans le sens d'une réduction des écarts de fiscalité les plus manifestes entre produits à même titrage alcoométrique. Il conviendra en parallèle de poursuive l'évaluation des expériences étrangères en matière de prix minimum et de leur applicabilité dans le contexte français. Une taxation des dépenses de promotion de l'alcool pourrait également être proposée afin de cibler spécifiquement les actions de *marketing* et de publicité des industriels ». Sans être nommé, le vin est ici directement ciblé car ses droits d'accises sont inférieurs à ceux des autres boissons alcoolisées. Dans un contexte économique particulièrement tendu, et alors que la consommation de vin en France est à son niveau historique le plus bas, la mise en place d'une fiscalité comportementale, à l'efficacité non prouvée sur la réduction de la consommation abusive, affaiblirait davantage encore une filière qui participe pourtant au rayonnement économique et culturel de la France à travers le monde. De nombreux pays européens et mondiaux ne comprennent pas les attaques répétées de la puissance publique française à l'égard de sa filière viti-vinicole, qui draine des dizaines de milliers d'emplois et de la valeur ajoutée pour son économie. Alors que ces propositions sont actuellement examinées par le Gouvernement, elle lui demande de bien vouloir lui indiquer s'il entend arbitrer en faveur de mesures d'équilibre permettant de concilier entre la prévention des comportements à risques et la préservation d'un modèle de consommation responsable soutenu par la filière.

Ces députés défendent la filière viti-vinicole et posent régulièrement des questions identiques autour du vin en s'opposant aux mesures de santé publique. La similarité de ces questions suggère fortement qu'elles **sont issues d'un même groupe d'intérêt**. Ici, les députés refusent toute augmentation de la fiscalité des bouteilles de vin (qui est minime par rapport aux autres alcools et qui ne comporte pas de prélèvement spécifique au profit de la Sécurité sociale). Le principal argument utilisé par ces députés : **l'apport économique de la filière** et la tradition française.

Une annonce du plan Cancer nuancée par le Président

La stratégie de lutte contre le cancer sur 10 ans acte une avancée salutaire. Un budget conséquent y est alloué et l'alcool et le tabac sont reconnus comme facteurs de cancers évitables sur lesquels les institutions vont agir. Néanmoins, sa présentation officielle en février 2021 tend à ne pas heurter les alcooliers.

Tout d'abord, le Président Emmanuel Macron déclare : « *Les alcools, en particulier produits en France, qui font partie de nos traditions, appartiennent à notre art de vivre, notre sociabilité. Il ne s'agit pas d'aller vers le zéro alcool, mais bien de prévenir les excès et de mieux aider ceux qui sont dans une forme de dépendance à en sortir*. »

Cette phrase montre une volonté initiale de **concentrer le plan vers un segment de la population et non d'agir sur la consommation en général**.

Finalement, même si nous ne pouvons mesurer l'influence des lobbies dans le processus d'élaboration et de présentation de ce plan qui demeure très ambitieux et qui rappelle l'importance d'agir sur le marketing déployé par les marques, il faut noter que **les recommandations liées à l'harmonisation de la fiscalité et au prix de l'alcool, initialement portées par l'Inca, n'ont pas été retenues**, contrairement au tabac pour lequel l'augmentation des prix est reconnue comme une mesure clé à mettre en œuvre.

Les coûts pour les finances publiques : le déni gouvernemental

Un gouvernement peu prompt à agir

Didier Guillaume, ex-ministre de l'Agriculture avait annoncé la couleur au début du quinquennat[45] :

« Il ne faut pas toujours parler de taxe, la santé ce n'est pas plus de taxe ».

De même, Olivier Dussopt, alors ministre délégué chargé des Comptes publics, affirmait lors des débats sur le financement de la sécurité sociale en 2021[46] que :

« En règle générale, nous nous opposons à la création de toute nouvelle taxe. Par ailleurs, nous considérons que la prévention doit passer par un travail de pédagogie et de sensibilisation et que les taxes comportementales ont très souvent atteint les limites de leur efficacité, au vu des niveaux qu'elles affichent déjà. »

Cette phrase est représentative du caractère libéral des politiques de prévention préconisées par le gouvernement : le travail de pédagogie et de sensibilisation individuelle primerait sur les mesures collectives qui touchent l'activité des entreprises. Ce travail s'accorde par ailleurs avec la vision de la prévention soutenue par les alcooliers.

Pourtant, au-delà de la baisse de la consommation d'alcool, une harmonisation fiscale et une meilleure définition du prix de l'alcool permettrait :

- D'aboutir à une cohérence entre les différents types d'alcool (car les taxes indirectes représentent 50% du prix d'une bouteille de spiritueux mais à peine 4% du prix d'une bouteille de vin), alors que le vin représente 60% l'alcool consommé en France.
- De pallier les coûts engendrés par l'alcool. Comme l'explique l'Observatoire Français des Drogues et des Tendances addictives[47] : la taxation sur les alcools ne représente que 37% du coût des soins des maladies engendrées par l'alcool.

Un exemple concret : le projet de loi de financement de la Sécurité Sociale

Lors des discussions autour du projet de loi de financement de la Sécurité sociale pour 2022, un débat sur les droits d'accises (taxes indirectes), particulièrement basses pour le vin, a eu lieu. Contre l'avis et l'expertise de l'Institut National du Cancer, de l'Inserm, de l'OFDT et des

[45] https://www.francetvinfo.fr/sante/politique-de-sante/video-le-vin-est-lalcool-le-moins-taxe-en-france-alors-qu-il-y-a-un-lien-clair-entre-la-consommation-dalcool-et-le-prix-selon-l-economiste-pierre-kopp_4355411.html
[46] https://www.senat.fr/seances/s202111/s20211109/s20211109012.html
[47] https://www.ofdt.fr/publications/collections/notes/le-cout-social-des-drogues-en-france/

associations spécialisées sur les questions de cancer et d'addictions, la sénatrice Elisabeth Doineau, rapporteure du PLFSS 2022 proche du parti de la majorité, et Olivier Dussopt, se montrent défavorables à toute évolution sur la taxation du vin.

Plusieurs arguments sont avancés :

- **Seuls les jeunes et les alcools « forts » devraient être incriminés**

> Néanmoins, votre amendement vise à majorer la seule taxation du vin. Or on sait aujourd'hui que la consommation excessive d'alcool, notamment chez les jeunes, concerne plutôt des cocktails « explosifs », dirons-nous, d'alcools forts, mais aussi les mélanges avec boissons sucrées de type prémix.

Propos de Mme Doineau

Madame Doineau suit les discours du lobby viti-vinicole et conteste le fait que l'alcoolisation excessive puisse provenir d'une consommation de vin. Or la science montre que, plus on consomme de l'alcool jeune et à fortes doses, plus on a de risques de consommer de manière excessive à l'âge adulte.

- **Attendre les résultats de la stratégie nationale de lutte contre les cancers (2030)**

> Plutôt que d'envisager une augmentation cantonnée au vin, il serait peut-être utile, à ce stade, d'attendre les résultats de l'action inscrite dans la stratégie décennale de lutte contre les cancers, qui vise précisément à réduire les consommations d'alcool à risque.

Comme cela a été mentionné précédemment, les éléments portant sur le prix et la fiscalité figuraient dans le rapport initial de l'INCa sur la lutte contre le cancer. Ces éléments ont été ensuite effacés de la stratégie.

Chapitre 2 : les acteurs

Ce rapport retrace le précédent quinquennat en matière de lobbying alcoolier. Il est ainsi nécessaire de mettre en lumière les acteurs qui ont été les cibles de l'influence, voire qui ont permis aux lobbies d'obtenir gain de cause malgré les impacts négatifs vis-à-vis des politiques de santé.

Emmanuel Macron, un président pro-vin

Une consommation décomplexée

« Il faut arrêter d'emmerder les Français avec ces conneries »[48]

Cette phrase a été dite par le Président de la République lui-même. Face à des habitants du Tarn-et-Garonne, Emmanuel Macron a ainsi publiquement désavoué sa ministre des Solidarités et de la Santé Agnès Buzyn, ancienne directrice de l'Institut National du Cancer qui avait eu l'audace de dire :

« L'industrie du vin laisse croire aujourd'hui que le vin est différent des autres alcools. En termes de santé publique, c'est exactement la même chose de boire du vin, de la bière de la vodka, du whisky, il y a zéro différence ! On a laissé penser à la population française que le vin serait protecteur, qu'il apporterait des bienfaits que n'apporteraient pas les autres alcools. C'est faux. Scientifiquement, le vin est un alcool comme un autre ».

Le président rappela à cette occasion son action pour défendre le tourisme vinicole à l'époque où il était ministre de l'Économie.

Tweet de 2021

Il déclara aussi : « J'ai été élevé par mes grands-parents qui avaient cette formule : 'le vin rouge est un antioxydant' il n'y avait pas de caractère culpabilisant. »[49]

Du point de vue de la santé publique, ces paroles choquent car les grandes avancées telles que la loi Evin, ainsi que les études comme celle du Lancet (2019), démontrant qu'il n'existe pas de consommation sans risque, sont **assimilées à des tentatives de culpabilisation des individus** alors que leur but est d'informer, de déconstruire les imaginaires, et de protéger la population de maladies évitables.

Le président entretient un discours d'apparence mesuré, assurant à Vitisphère, l'un des principaux médias des industriels du vin, qu'il compte dans son prochain quinquennat travailler contre la consommation excessive et les consommations à risques, les femmes enceintes et les jeunes par exemple.[50]

[48] http://www.slate.fr/story/158089/emmanuel-macron-vin-midi-soir-emmerder-francais
[49] Ibid.
[50] https://www.vitisphere.com/actualite-96424-ce-quemmanuel-macron-promet-a-la-filiere-vin.html

Valorisation de la consommation et banalisation des risques

Cependant, cette mesure dans les propos est calculée et sert d'argument à une politique de banalisation en faveur des industriels. Loin d'être un simple amateur de vin, Emmanuel Macron est allé jusqu'à faire office de porte-drapeau : il est élu en 2022 « Personnalité de l'année » par le fameux journal « La Revue des vins de France ». Quelques années plus tôt, en décembre 2016, il acceptait un entretien filmé proposé par le journal Sud-Ouest et le magazine Terre de Vins. On y voyait l'actuel représentant de l'Etat déguster des vins à l'aveugle. Il déclarait à cette occasion, « qu'un repas sans vin est un peu triste » et que boire de vin en mangeant « participe de notre civilisation ». [51]

Cette consommation revendiquée se situe au-delà des seuils recommandés par les professionnels de santé. En plus d'influencer la perception de la consommation d'alcool au sein de la population, ces déclarations entérinent une divergence entre les autorités de santé et les idées défendues par le Chef d'Etat autour de cette substance psychotrope qui entre dans le champ des drogues.

Un discours nocif

L'utilisation des revendications des lobbies au sommet de l'Etat

L'Etat est garant de la protection de la santé des citoyens. A ce titre, on attend de la Présidence de la République une prise de position mesurée, impartiale et objective, c'est-à-dire en adéquation avec la science. Concernant l'alcool, l'inverse a été jugé trop fréquent par divers professionnels des addictions : vouloir seulement « lutter contre les abus », prôner la « modération », affirmer que « les jeunes ne se soûlent pas avec du vin », omettre les mesures politiques encadrant le marché au profit de la responsabilisation de chaque individu face à sa consommation sont **des idées partagées avec les lobbies au détriment des recommandations de santé**.

Le cabinet d'Emmanuel Macron a accueilli dès le début du quinquennat l'ancienne déléguée générale de Vin et Société, Audrey Bourolleau, nommée conseillère agriculture, pêche, forêt et développement rural. Ainsi, une enquête du journal Le Monde souligne ce conflit d'intérêts, dont l'influence s'est par exemple traduite dans les éléments de langage utilisés par Audrey Bourolleau et repris par Emmanuel Macron :

- « Viser les comportements abusifs » et non la « consommation modérée »
- Eviter les « politiques hygiénistes »

« *Le message qu'on a pu entretenir avec Monsieur le Président, c'est que le vin c'est un moment de partage, et non pas une consommation abusive* » explique à l'AFP Samuel Mongermont, président de Vin et société. En effet, le Président de la République a déclaré « *il y a toujours cette espèce de générosité un peu joyeuse qu'offre le vin. Ce n'est pas un alcool qu'on prend pour s'enivrer mais pour être bien à table, et à plusieurs.* » Les propos selon lesquels l'ivresse par le vin est inexistante ont été démentis à de nombreuses reprises par les acteurs de la santé, mais servent à asseoir l'influence du lobby, en gommant toute image négative.

Ainsi, la ligne gouvernementale est donnée. Malgré l'engagement de Santé publique France, l'Etat a subitement renoncé en 2020 à soutenir l'opération "Défi de Janvier" qui encourage à arrêter sa consommation d'alcool pendant un mois afin de prendre du recul sur celle-ci (voir page 23). L'abandon de la campagne a été annoncée par un représentant des viticulteurs à l'issue d'une visite d'Emmanuel Macron. On voit là toute l'influence de ce lobby sur les politiques publiques.

[51] https://avis-vin.lefigaro.fr/o150808-emmanuel-macron-president-oenophile-un-repas-sans-vin-est-un-peu-triste

Un Gouvernement très porté sur l'alcool

Des ministres de l'Agriculture toujours prompts à défendre le vin

Didier Guillaume et l'alcool pas comme les autres

En parallèle, les membres du Gouvernement se sont parfois efforcés de banaliser l'alcool. Didier Guillaume, ministre de l'Agriculture de 2018 à 2020, mis régulièrement en lumière l'importance de l'aspect culturel du vin en France en déconsidérant les aspects de santé publiqu.

En défendant le "caractère culturel" du vin en France, en employant l'argument favori du lobby selon lequel « le vin n'est pas un alcool comme les autres », certains membres du Gouvernement ont fait fi des questions de dangerosité. Cela pose la question politique du poids de la santé face à l'importance de prôner une consommation éclairée.

Julien Denormandie pour l'atténuation du Plan européen de lutte contre le cancer

Après que l'Organisation Mondiale pour la Santé, la revue The Lancet et plusieurs associations de lutte contre le cancer ont publié des recherches rappelant que l'alcool est un facteur de risque de cancer, et non seulement dans le cadre d'une consommation abusive, le ministre de l'Agriculture **Julien Denormandie**[52] **a adopté des positions ambigües autour de la santé publique**. En 2021, il déclare : « *il y a des prises de position de la Commission spéciale [sur le plan de lutte contre le cancer] du Parlement européen qui vont plus loin que les positions que nous avons toujours défendues* ».

« Le vin est une partie de notre identité. Pouvoir célébrer le vin en cette saint-Valentin est un élément important » indique le ministre Julien Denormandie (au centre, cravate bleue), lors de sa déambulation (ici sur le stand des Bordeaux). - crédit photo : Alexandre Abellan (Vitisphere)

En effet, dans la première version des recommandations du comité spécial dédié à la lutte contre le cancer au niveau européen (BECA)[53], un paragraphe stipulait clairement qu'il n'existait pas de consommation sans danger (« there is no safe level of alcohol consumption »). Julien Denormandie ajoute qu'il a travaillé « à rétablir le bon équilibre »[54], rassurant la filière du vin. Celle-ci craignait des conséquences économiques mais aussi la diffusion auprès du grand public de cette information encore trop méconnue : les alcools sont un carcinogène et interviennent dans de nombreux types de cancer.

[52] https://www.vitisphere.com/actualite-95997-le-ministre-souhaite-le-meilleur-la-filiere-vin-veut-en-voir-la-couleur.html
[53] https://www.europarl.europa.eu/committees/en/beca/home/highlights
[54] https://www.vitisphere.com/actualite-95654-la-france-veut-mettre-du-vin-dans-leau-dun-plan-anticancer-et-antialcool.html

Finalement, l'année 2021 s'est soldée par une victoire des lobbies[55] au niveau européen : la portée des recommandations du comité BECA a été atténuée sur le sujet de l'alcool avec notamment la réintroduction de l'adjectif « excessive » après « consommation » laissant croire que seule la « consommation excessive » comporte des risques de cancer.

Le lobby du vin s'est infiltré dans l'éducation

On peut citer comme exemple l'opération d'initiation à la vigne, financée par Vin et Société, qui déploie des moyens importants pour intégrer le sujet du vin dans les activités de 800 écoles, et in fine, enseigner aux enfants l'appréciation du vin[56]. Les procédés sont plus que contestables : des outils et jeux sont pensés pour les enfants dès la maternelle, avec des questions portant sur le goût du vin. Malgré des alertes, le Gouvernement n'a toujours pas interdit ce dispositif clairement incitatif à la consommation dès le plus jeune âge

Dans un numéro d'un Complément d'Enquête en 2019 « Milliardaires, lobbies du vin : vous reprendrez bien un petit verre ? », France 2 montrait l'impact que de tels outils pouvait avoir sur des enfants. A la question de la journaliste « Cela te donne envie de goûter [du vin] ? », les enfants ont répondu :
« Oui » (majoritairement)
« Oui, un petit peu »
« On est des enfants, ce qui nous intéresse c'est le raisin, comment on le fabrique ».

Quand la question a été posée au ministère de l'Education nationale[57], celui-ci a répondu que des enseignements concernant les abus de substances existent dans le programme **sans pour autant interroger la place donnée à un programme développé par les représentants de la filière viti-vinicole dans les écoles françaises**.

Pour l'Intérieur, le traitement différencié des drogues

Les positions du Gouvernement sur l'alcool sont difficilement compréhensibles si on les compare au traitement réservé aux autres substances psychoactives. Le ministre de l'Intérieur Gérald Darmanin s'est particulièrement illustré dans la publicité qu'il offre régulièrement aux industriels de l'alcool (comme ci-dessous sur Twitter) au détriment de la loi Evin, alors qu'il fait de la lutte contre le cannabis, substance pourtant moins addictive, la mère de toutes les batailles.

[55] https://www.ceev.eu/newsletter/ceev-is-puzzled-by-the-outcome-of-beca-committee-vote-on-report-strengthening-europe-in-the-fight-against-cancer/
[56] https://addictions-france.org/datafolder/uploads/2021/01/Observatoire-2019-Pratiques-des-lobbies-de-lalcool.pdf
[57] Question n°20067 - Assemblée nationale (assemblee-nationale.fr)

L'influence du grand public : une technique de lobbying

La remise en question de la recherche scientifique

Le lobby viti-vinicole contre The Lancet

Les conclusions de l'étude du Lancet

En 2018, la revue scientifique The Lancet publiait une étude majeure démontrant qu'il n'existe pas de consommation d'alcool sans risque pour la santé. Cette étude ne préconise pas l'abstinence, mais démontre un fait scientifique : tout verre d'alcool comporte un risque. Aux autorités de santé de se saisir de ces données pour mettre en place des politiques de santé qui protégeront les consommateurs (information, repérage, taxation etc.).

Cette étude n'est pas du goût des représentants de la filière viti-vinicole et pour cause **: une des conclusions de l'étude est qu'il faut agir sur la consommation globale de la population, ce qui signifie qu'une politique de santé ne saurait se focaliser uniquement sur les consommations excessives et l'alcoolo-dépendance**. Les « *résultats soulignent le fait que l'usage d'alcool, indépendamment de la quantité, mène à une perte de santé au sein des populations* »[58].

Instaurer le doute pour ne pas provoquer de baisse des ventes

En cas de publication et de médiatisation d'un travail scientifique allant à l'encontre de leurs intérêts économiques, **le but des lobbies est de semer le doute sur la véracité des informations et de tenter d'atténuer, dans l'opinion, la portée des résultats**.

> La présentation médiatique de cette étude avait mis en exergue le message principal suivant : « il n'y a pas de consommation d'alcool sans risque pour la santé ». Notre analyse de l'étude rappelle en contraste ce qui est le principal enseignement de l'étude : il n'existe pratiquement pas de différence de risque absolu de développer une pathologie liée à l'alcool, que l'on soit abstinent ou consommateur modéré. D'après cette étude, sur 100 00 personnes abstinentes, 914 personnes ont le risque de développer une maladie. Sur 100 000 personnes consommant un verre par jour, le chiffre est de 918. Ainsi, ce n'est pas la consommation modérée qui est en question mais bien la consommation excessive. D'autres études publiées cette année, également dans The Lancet, ont mis en avant l'effet protecteur sur la santé d'une consommation modérée d'alcool[1].
>
> En analysant plus en détail l'étude publiée dans The Lancet, et en signalant les biais méthodologiques de l'étude, Vin & Société ne prétend pas remplacer les professionnels de santé ni apporter une expertise médicale. Il est établi que boire avec excès ou de manière nocive présente des risques pour la santé. Il est cependant important de faire connaître au public les véritables conclusions, avec toutes leurs nuances, de cette étude. Cela peut être fait en prenant en considération la notion de risque absolu plutôt que de risque relatif, les différentes situations sanitaires et sociales des pays considérés, leurs habitudes et leurs modèles culturels, ou encore les différences entre les types de boissons alcoolisées consommées.

Vin et Société, Analyse de l'étude : « Alcohol use and burden for 195 countries and territories, 1990-2016: a systematic analysis for the Global Burden of Disease Study 2016 » Lancet – Août 2018

S'il est normal de vouloir rappeler les biais et conclusions des études en général, la démarche de Vin et Société est autre : en 2019, **l'organisation a souhaité prouver que la consommation quotidienne de vin à raison d'un à deux verres par jour était protectrice**. Cette entreprise est différente de celle annoncée au début de l'analyse : « l'éclairage » sur les effets de la consommation modérée de vin.

En réalité, Vin et Société renvoie à des sources internationales douteuses et vise à démontrer la différence du vin par rapport aux autres alcools, à rappeler les effets positifs allégués du vin rouge sur le cœur et le diabète en omettant sciemment les effets délétères sur les cancers, à **reformuler**

[58] https://www.thelancet.com/action/showPdf?pii=S0140-6736%2818%2931310-2

les propos de l'étude pour suggérer que les risques encourus par un à deux verres quotidiens étaient minimes. Elle laisse aussi oublier que l'alcool est un déterminant majeur de santé en le minimisant face à d'autres facteurs.

> *Un porte-parole de l'ISWR (structure qui rassemble des données économiques sur l'alcool) a commenté : « La conclusion de l'étude ne reconnaît pas que les pays avec la plus forte consommation d'alcool ont les meilleures espérances de vie, tandis que ceux à faible consommation ont de faibles espérances de vie, ce qui indique que les résultats en matière de santé dépendent de bien des facteurs démographiques et devraient donc être interprétés au niveau national et non pas mondial. »*

Extrait des annexes de l'analyse de Vin et Société

Pernod Ricard : la responsabilisation des individus sur la base de données erronées

Peu de temps après la publication du Lancet en 2018, l'Obs a réalisé un portrait d'Alexandre Ricard, PDG de Pernod Ricard, où les questions de santé publique, notamment à l'aune de l'étude du Lancet, ont été abordées.

> Entouré de centaines de litres d'alcool, on lance alors le sujet qui fâche : et la santé publique ? Le discours est rodé. "Moi, je crois à l'éducation, à la sensibilisation, à la communication. Et ensuite, désolé d'utiliser ce mot-là, à la responsabilisation. On explique que l'abus d'alcool est très mauvais, qu'il ne faut pas boire enceinte ou avant 18 ans, tant que le cerveau n'est pas formé ; et une fois que tout cela est su, à chacun d'être responsable."
>
> "Moi, je pense que le plus important pour les humains, c'est de trouver le bon compromis. Les 'anti-alcool' ne sont pas forcément ceux qui ont la plus belle et la plus longue vie. Tout est question d'équilibre."

Extraits de l'article : « On a pris l'apéro chez Alexandre Ricard (et on n'a bu qu'un seul verre) » de Clément Lacombe, L'Obs, 29/08/2018

Dans cet article, il dénomme les organisations de santé « anti-alcool », alors qu'elles relaient une information scientifique nécessaire à la sensibilisation et à l'élaboration des politiques de santé sur des bases fiables, sans prôner l'abstinence. Par ailleurs, sa phrase *« les anti-alcools ne sont pas forcément ceux qui ont les plus belles et longues vies »* rappelle les propos du professeur Pierre-Louis Teissedre, président de la commission Sécurité et Santé de l'Organisation Internationale de la Vigne et du Vin et professeur à l'Institut des Sciences de la Vigne et du Vin. Celui-ci explique[59] que l'alcool apporte du plaisir et fait partie d'un équilibre, d'un mode de vie favorable à la santé au sens de l'OMS qui la définit comme un état complet de bien-être physique, mental et social. Il concluait alors que :

« La consommation modérée de vin concourt à notre bien-être et donc à notre santé. »

Sans aller jusqu'à de telles affirmations qui peuvent être démenties, Alexandre Ricard reprend l'argument du mode de vie « équilibré », qui ne s'appuie sur aucun fondement scientifique mais sur une vision purement subjective.

La contestation des données scientifiques : florilège dans les médias

En refusant le consensus scientifique, les lobbies utilisent leurs propres données pour influencer les pouvoirs publics mais aussi le grand public. Ce faisant, ils laissent place au doute. En

[59] https://www.vitisphere.com/actualite-94486-la-consommation-moderee-de-vin-concourt-a-notre-bien-etre-et-donc-a-notre-sante.html

conséquence, les médias peuvent véhiculer des informations biaisées ou erronées auprès du grand public.

Quelques exemples observés en 2021-2022 :

Les 10 bienfaits du vin rouge qui vous garderont en bonne santé

Relance running – 08/11/2021

Boissons alcoolisées : leurs bienfaits inattendus sur la santé

Si l'on connaît bien les effets délétères de l'alcool sur notre organisme, on connaît moins ses potentiels bienfaits. Pourtant, il peut aussi en avoir, à condition que sa consommation reste modérée. On fait le point.

Medisite.fr – 31/03/2021

Par ailleurs, il est à noter que le champagne est un alcool peu calorique par rapport aux autres types de boissons alcoolisées. Il partage les mêmes antioxydants que le vin blanc et le vin rouge. Cela permet notamment de réduire le mauvais cholestérol. D'autre part, le champagne est une boisson qui contient du magnésium, du potassium et du zinc. Le champagne doit toutefois être consommé avec modération.

Ouest France, « Quelles sont les meilleures marques de champagnes ? » – 04/01/2022

Boire de l'alcool est globalement mauvais pour la santé, même si la consommation reste modérée. À faibles doses, cependant, l'alcool ne présenterait pas de sur-risques de maladie cardiaque. Dans une nouvelle recherche, parue le 27 juillet dans le *JACC*, des scientifiques australiens de l'université d'Adélaïde affirment que dans cette optique tous les alcools ne se valent pas et que pour diminuer le risque de développer une fibrillation auriculaire, mieux vaut privilégier le vin à la bière.

L'ESSENTIEL

- Boire moins de six verres d'alcool par semaine n'augmente pas le risque de développer une fibrillation auriculaire.
- Il est important de noter que ces résultats ne s'appliquent pas aux personnes qui souffrent déjà de fibrillation auriculaire, qui peuvent trouver que réduire leur consommation d'alcool peut réduire leurs symptômes.
- Il n'y a pas de différence entre les hommes et les femmes.

Pourquoi docteur, « Pour votre cœur, privilégiez le vin à la bière » - 31/07/2021

Laisser croire que le vin est protecteur face au Covid-19

Les molécules présentes dans le vin protègeraient du virus du Covid-19 : tel serait le résultat d'une étude menée in vitro dans une université Taïwanaise, selon le magazine phare du milieu du vin, Vitisphere.

Le chercheur a bon espoir qu'un traitement pharmaceutique soit prochainement développé. En attendant, il recommande aux citoyens de consommer des aliments et des boissons riches en tanins pour renforcer leur immunité. *« C'est le cas du raisin, du vin, de la banane, du thé, et des légumes ».*

Extrait de l'article Vitisphère : « Une nouvelle étude étaye l'hypothèse d'un effet protecteur des composés du vin contre la covid-19 [modifié] » de Marion Bazireau

Ce résultat a été relayé par Vitisphère en 2021 et a été repris par divers magazines qui ont tenu à rétablir la vérité (France Bleu, TF1[60], Futura Santé) : boire du vin ne permet pas de se prémunir contre le Covid-19.

Il est possible d'imaginer que ce raccourci[61] mis en avant par Vitisphère avait pour but de valoriser l'achat et la consommation le vin auprès du grand public en appuyant la théorie, fausse, selon laquelle ses composants - hormis l'éthanol - aurait un effet protecteur.

Vérités et contre-vérités : Pernod Ricard contre Elise Lucet

Cash Investigation ne serait pas une émission sérieuse

Cash Investigation est une émission à succès. En mars 2021, le numéro « Alcool, les stratégies pour nous faire boire » avait réuni près de 2 millions de téléspectateurs. Parmi les différents sujets, ce reportage soulignait l'alcoolisation régulière des commerciaux de la société Pernod Ricard, apparemment nécessaire à la conclusion de leurs contrats.

En juin 2021, Alexandre Ricard s'est exprimé sur son entreprise et a réagi au reportage de Cash Investigation sur le plateau de l'émission « C à vous ». Il dénigre la qualité du travail des journalistes, en stipulant que l'émission est « à charge », et explique que les cas présentés dans l'émission étaient des cas isolés, alors que les journalistes dénoncent une pratique globale.

Son argument : un commercial ne peut être en état d'ébriété. Or la dénonciation est plus subtile : le commercial interviewé expliquait l'installation d'une dépendance par la fréquence élevée de la consommation, et non l'ivresse. Le propos est donc détourné par le PDG.

Le mépris de la loi Evin

Ce plateau est l'occasion pour M. Ricard d'employer un discours très travaillé sur les initiatives de prévention des consommations excessives au sein de l'entreprise. Comme à l'accoutumée, seule la prévention ciblée, destinée aux femmes enceintes, aux mineurs et aux conducteurs est mentionnée.

Les journalistes de « C à vous » n'interrogent pas M. Ricard sur l'autre sujet du reportage de Cash Investigation : **le contournement de la loi Evin par Pernod Ricard à travers des partenariats avec des artistes et des influenceurs[62], une technique marketing interdite par la loi**. Au contraire : à la télévision en juin 2021, France 5 diffuse un spot pensé pour la communication interne de l'entreprise, destiné à faire la promotion (sans la citer) d'Absolut vodka.

Cette valorisation de la vodka semble parfaitement ironique, si ce n'est antinomique, après avoir abordé le sujet de la prévention et assuré que le cadre de travail de Pernod Ricard n'encourageait pas à la consommation excessive d'alcool.

[60] https://www.tflinfo.fr/sante/boire-du-vin-protege-t-il-vraiment-du-covid-19-attention-c-est-totalement-faux-2177704.html
[61] https://www.leparisien.fr/societe/boire-du-vin-protege-t-il-contre-le-covid-19-05-02-2021-8423420.php
[62] https://addictions-france.org/articles/loi-evin-ce-que-revele-le-reportage-de-cash-investigation-sur-le-marketing-de-lalcool/

Conclusion

Malgré une forte influence des alcooliers dans les politiques publiques, plusieurs avancées ont eu lieu en cinq ans :

- La mise en place d'une Stratégie décennale de lutte contre le cancer assortie de l'annonce d'un plan national lié à l'alcool (toujours pas rendu public) ;
- La mise en place d'une taxe sur les vins sucrés (prémix à base de vin) ;
- Un nouveau cabinet présidentiel ne comptant plus de conseillers issus d'un lobby alcoolier.

Mais ces quelques avancées ne peuvent laisser oublier les chantiers stoppés ou affaiblis dans leur ambition parce qu'ils se heurtaient aux intérêts économiques de la filière.

Si déconstruire les discours des lobbies auprès des citoyens est une nécessité, Addictions France, comme de nombreuses organisations de santé, attend du prochain quinquennat une meilleure appréhension de la problématique, avec un pragmatisme qui appellerait à une élaboration des politiques de santé ambitieuse tant pour la santé de la population que pour l'économie à long-terme.

Association Addictions France

ENSEMBLE, CHANGEONS DE REGARD SUR LES ADDICTIONS

Reconnue d'utilité publique
Fondée en **1872** par Louis Pasteur & Claude Bernard
www.addictions-france.org • *contact@addictions-france.org*
ANPAA - 20 rue Saint-Fiacre 75002 PARIS • **T :** 01 42 33 51 04

Suivez-nous sur :
@AddictionsFr
Association Addictions France
Association Addictions France