



ASSEMBLÉE NATIONALE

12ème législature

alcoolisme

Question écrite n° 2100

Texte de la question

M. Michel Voisin appelle l'attention de M. le ministre de l'équipement, des transports, du logement, du tourisme et de la mer sur la campagne grand public « Alcool été 2002 » qui a débuté le 5 août dernier. Cette campagne d'affichage et de radio, dont le thème est « Dès 0,5 g/l, l'alcool réduit votre champ de vision », utilise manifestement une étiquette de vin pour son illustration. A priori, tous les autres produits alcoolisés ne sont pas concernés. Chacun sait que l'alcool au volant n'est pas uniquement le fait des produits émanant de la filière viticole. Les vignerons, les négociants et les organisations professionnelles agricoles regrettent cette approche des pouvoirs publics qui conduit à une confusion entre des produits dont le degré de nuisances pour la santé humaine n'est pas comparable alors que des chercheurs américains et français ont mis en évidence les mérites d'une consommation modérée de vin au travers de ce qu'on a appelé le « french paradox ». Aussi il lui demande quelles mesures il entend prendre pour que les vins français en général soient préservés de telles campagnes.

Texte de la réponse

Les accidents de la route constituent un fléau contre lequel tous doivent se mobiliser, ainsi que l'a demandé le Président de la République. Il est établi que la consommation excessive d'alcool avant la conduite, les vitesses inadéquates et le défaut de port de la ceinture de sécurité demeurent des causes majeures de l'insécurité routière. La campagne de communication, réalisée par la direction de la sécurité et de la circulation routières qui a pour thème « l'alcool au volant », a pour objectif d'alerter le public non sur la consommation d'alcool en soi, mais sur l'incompatibilité entre consommation d'alcool et conduite. L'affiche, support de la campagne, essaie d'interpeller les conducteurs sur le fait que l'alcool diminue leurs capacités physiques, souvent à leur insu. C'est dans ce but que l'agence de communication en charge de la campagne, a imaginé d'évoquer, à partir d'une étiquette fictive, une consommation courante, sachant que le message figurant sur l'affiche « Dès 0,5 g/l, l'alcool réduit votre champ de vision » concerne, sans ambiguïté, tous les types de produits alcoolisés et leur consommation par les conducteurs. Il n'était donc nullement dans les intentions des responsables de cette campagne de s'attaquer tout spécialement à la production viticole et de négliger les conséquences néfastes sur la conduite automobile d'autres types de boissons alcoolisées. L'honorable parlementaire suggère que les organisations professionnelles soient mieux associées aux campagnes de communication. Des partenariats ont déjà été établis avec entreprise et prévention, groupe de réflexion et d'initiatives de producteurs de boissons, pour lutter contre l'alcool au volant. Le ministre de l'équipement, des transports, du logement, du tourisme et de la mer souhaite vivement qu'il en soit de même avec les organisations professionnelles viticoles à qui la déléguée interministérielle à la sécurité routière a proposé une rencontre en ce sens.

Données clés

Auteur : [M. Michel Voisin](#)

Circonscription : Ain (4^e circonscription) - Union pour un Mouvement Populaire

Type de question : Question écrite

Numéro de la question : 2100

Rubrique : Sécurité routière

Ministère interrogé : équipement, transports et logement

Ministère attributaire : équipement, transports et logement

Date(s) clé(e)s

Question publiée le : 2 septembre 2002, page 2970

Réponse publiée le : 25 novembre 2002, page 4462