



ASSEMBLÉE NATIONALE

12ème législature

alcoolisme

Question écrite n° 21856

Texte de la question

Mme Martine Aurillac appelle l'attention de M. le ministre de la santé, de la famille et des personnes handicapées sur les dispositifs de lutte contre la consommation trop élevée d'alcool. L'alcool serait responsable de 45 000 décès par an et contribue à 14 % des décès masculins et 3 % des décès féminins. Pour remédier à ce problème, le Gouvernement a mis en place notamment une nouvelle stratégie de lutte contre l'alcoolisme pour les années 2002 à 2004, un plan d'information en direction des jeunes et une réflexion sur l'encadrement de la publicité en faveur des boissons alcoolisées qui devait être engagée, notamment sur la nécessité ou non de renforcer les textes existants qui encadrent la promotion des boissons alcoolisées. En conséquence, elle lui demande où en est cette réflexion et quelles sont les orientations qui pourraient être prises dans le domaine de l'encadrement de la promotion des boissons alcoolisées.

Texte de la réponse

Il est exact que la consommation d'alcool par les mineurs constitue un véritable problème de santé publique en raison des conséquences immédiates qu'elle est susceptible d'engendrer en matière d'accidents, de violences et de rapports sexuels non protégés. De plus, les études soulignent que la consommation d'alcool, notamment chez les jeunes, est souvent associée à l'usage du tabac mais également à celui d'autres substances illégales. Ainsi, la prévention de la consommation excessive d'alcool chez les jeunes constitue un des axes essentiels de la nouvelle stratégie de lutte contre l'alcoolisme. Enfin, les campagnes de communication menées actuellement, d'une part, par l'Institut national de prévention et d'éducation pour la santé (INPES), d'autre part, par la sécurité routière, en vue de lutter contre les conduites d'alcoolisation des jeunes au volant ou lors de soirées festives, seront intensifiées. En ce qui concerne la publicité en faveur des boissons alcoolisées, elle est déjà encadrée par la loi du 10 janvier 1991, dite « loi Evin », qui énumère les supports publicitaires autorisés. Si cette loi (article L. 3323-2-1° du code de la santé publique) autorise la publicité en faveur de l'alcool dans la presse écrite destinée aux adultes, elle l'exclut expressément dans les publications destinées à la jeunesse. De même, l'article L. 3323-2-2° autorise cette publicité par voie sonore pour certaines catégories de radios et dans certaines tranches horaires. Celles-ci sont fixées par le décret du 23 septembre 1992 le mercredi, uniquement entre 0 heure et 7 heures, et les autres jours entre 0 heure et 17 heures, afin de toucher le moins possible les jeunes d'âge scolaire. Tout renforcement de l'encadrement de la promotion des boissons alcoolisées nécessiterait une modification législative.

Données clés

Auteur : [Mme Martine Aurillac](#)

Circonscription : Paris (3^e circonscription) - Union pour un Mouvement Populaire

Type de question : Question écrite

Numéro de la question : 21856

Rubrique : Santé

Ministère interrogé : santé

Ministère attributaire : santé

Date(s) clé(s)

Question publiée le : 14 juillet 2003, page 5546

Réponse publiée le : 8 septembre 2003, page 7008