



# ASSEMBLÉE NATIONALE

## 14ème législature

accises

Question écrite n° 39180

### Texte de la question

M. Rémi Delatte alerte Mme la ministre des affaires sociales et de la santé sur les fortes inquiétudes des professionnels de la filière vinicole à la suite de la parution du plan gouvernemental de lutte contre la drogue et les conduites addictives 2013-2017. Le document communiqué le 19 septembre 2013 propose que la propagande et la publicité en faveur des boissons alcoolisées soient retirées de la liste des activités autorisées aux services de communication en ligne (art. L. 3323-2-9). Cette mesure s'ajoute aux déclarations gouvernementales sur les modifications possibles de taxation des boissons alcoolisées pénalisant plus particulièrement le vin ou à un renforcement des messages sanitaires défavorables à ce produit, notamment à la suite du rapport de l'Institut national du cancer qui notait l'apparition d'un risque de cancer dès la consommation du premier verre de vin. Les études produites par la MIDLT montrent qu'en matière d'addiction le vin n'est pas celui qui entraîne le plus de dépendance ou de conduites à risques. Parallèlement, la filière vinicole française est le deuxième secteur exportateur français rapportant 7,8 milliards chaque année. Il souhaite connaître les modalités que le Gouvernement retiendra pour prendre en compte les spécificités culturelle et économique du vin en France, dans son plan de lutte contre les addictions.

### Texte de la réponse

Alors que l'alcool est la deuxième cause de mortalité évitable dans notre pays, la ministre des affaires sociales, de la santé et des droits femmes tient à rappeler qu'il s'agit là d'un sujet de préoccupation majeure pour le Gouvernement. La diminution globale des consommations quotidiennes chez les 18-75 ans depuis plusieurs décennies contraste avec la hausse significative des usages à risque de l'alcool et des ivresses depuis 2005, en particulier chez les 18-34 ans. En 2011, 10,5 % des jeunes de 17 ans déclaraient une consommation régulière d'alcool et 28 % des jeunes de 17 ans déclaraient avoir été ivres au moins 3 fois dans l'année. Depuis la loi Evin, la lutte contre les risques sanitaires associés à la consommation de boissons alcooliques passe, notamment, par l'encadrement de la publicité en faveur des boissons alcooliques. Ainsi, toute publicité est interdite, sauf sur des supports dûment recensés. La propagande ou la publicité est autorisée sur les services de communication en ligne à l'exclusion de ceux destinés principalement à la jeunesse, aux associations ou fédérations sportives. Cette publicité ne doit être ni intrusive, ni interstitielle. L'objectif est de permettre aux acteurs économiques de ces boissons de communiquer, tout en protégeant la population, en particulier la jeunesse. Dans un contexte d'émergence du phénomène de binge-drinking chez les jeunes, il convient d'examiner toutes les actions susceptibles de contrer cette évolution. La lutte contre ce phénomène passe par des mesures de prévention, menées au plus près des jeunes. Elle passe également par une évolution de la loi. C'est pourquoi, le projet de loi santé prévoit de renforcer les incriminations sanctionnant l'incitation à la consommation d'alcool des mineurs, ainsi que des majeurs dans le cadre du bizutage. Cette évolution a fait l'objet d'une concertation avec les parties concernées, dont les représentants des filières économiques, qui ont adhéré à cette proposition.

### Données clés

**Auteur :** [M. Rémi Delatte](#)

**Circonscription :** Côte-d'Or (2<sup>e</sup> circonscription) - Les Républicains

**Type de question :** Question écrite

**Numéro de la question :** 39180

**Rubrique :** Contributions indirectes

**Ministère interrogé :** Affaires sociales et santé

**Ministère attributaire :** Affaires sociales, santé et droits des femmes

[Date\(s\) clé\(s\)](#)

**Question publiée au JO le :** [8 octobre 2013](#), page 10426

**Réponse publiée au JO le :** [4 novembre 2014](#), page 9265