



# ASSEMBLÉE NATIONALE

9ème législature

## Alcoolisme

Question écrite n° 31623

### Texte de la question

M Jean-Jacques Weber attire l'attention de M le ministre de la solidarite, de la sante et de la protection sociale sur sa volonte d'interdire toute publicite sur les boissons alcoolisees. Car si chacun se doit de participer activement a la lutte contre le fleau que represente l'alcoolisme, il lui semble cependant que la clandestinite ne soit la solution ideale. En effet, il n'y a pas de publicite pour la drogue et, pourtant, on remarque que sa consommation augmente considerablement et regulierement. Par ailleurs les plus recentes etudes demontrent clairement que la publicite des boissons alcoolisees n'augmente pas la consommation, mais qu'elle deplace la consommation entre produits de meme categorie d'une marque vers une autre. Aussi lui demande-t-il de bien vouloir lui preciser s'il ne pense pas qu'une politique de prevention et d'education contre l'alcoolisme plutot qu'une interdiction totale dont les consequences dont les effets seraient de favoriser les grands groupes au detriment de certains autres qui disparaîtraient, tuant ainsi les petits producteurs et empechant a de nouveaux fabricants de se faire connaitre, ne serait pas opportune.

### Texte de la réponse

Reponse. - Il est indeniable que les publicites en faveur des boissons alcooliques s'efforciaient d'etre de plus en plus persuasives et constituaient donc un facteur d'incitation a une consommation excessive. Il n'en est pour preuve que les exemples du whisky et de la vodka. Depuis l'intervention, en 1980, de l'arret de la Cour de justice europeenne condamnant la France pour traitement discriminatoire, ces boissons ont pu acceder, a egalite avec les boissons d'origine francaise, aux supports publicitaires ; des lors, leurs ventes ont augmente de facon spectaculaire, au detriment de celles des autres boissons. Dans ces conditions, les restrictions apportees aux possibilites de faire de la publicite en faveur des boissons contenant de l'alcool par la loi no 91-32 du 10 janvier 1991 desavantagent relativement les grands groupes par rapport aux petits producteurs qui, de toute facon, ne peuvent proceder aux memes investissements publicitaires. Il faut, en effet, observer que la publicite par voie de presse et d'envoi de circulaires par les producteurs negociants et commercants a domicile, demeure autorisee. Par ailleurs, l'argument avance concernant le developpement de la drogue ne parait pas pouvoir etre retenu car aucun element ne permet de conclure a une consommation de drogue en augmentation. En effet, les statistiques en ce domaine attestent d'une stabilite, depuis plusieurs annees, du nombre des toxicomanes, soit autour de 100 000, alors qu'il y a plus de cinq millions de buveurs excessifs. Le ministre delegue a la sante convient avec l'honorable parlementaire qu'il est utile de developper, en corollaire d'un renforcement de la reglementation, des actions de prevention. C'est pourquoi une campagne nationale sera notamment developpee, en 1991 et 1992, par le Comite francais d'education pour la sante.

### Données clés

**Auteur :** [M. Weber Jean-Jacques](#)

**Circonscription :** - Union du Centre

**Type de question :** Question écrite

**Numéro de la question :** 31623

**Rubrique :** Boissons et alcools

**Ministère interrogé** : solidarité, de la santé et de la protection sociale

**Ministère attributaire** : santé

Date(s) clé(s)

**Question publiée le** : 16 juillet 1990, page 3336