

Réponses de Nicolas Sarkozy sur l'alcool

Alcool

- **1/ [Encadrement strict de toute publicité](#)** pour l'alcool
 - Soumettrez-vous au Parlement une loi encadrant la publicité pour l'alcool tel qu'initialement prévu dans la loi Evin en y ajoutant l'interdiction de la publicité sur l'Internet ?

Non. L'article L. 3323-4 du Code de la santé publique fixe limitativement la liste des mentions pouvant figurer en faveur des boissons alcoolisées. Ainsi, la publicité pour les boissons alcoolisées est limitée à l'indication du degré volumique d'alcool, de l'origine, de la dénomination, de la composition, des moyens de production et modes de consommation du produit, du nom et de l'adresse du fabricant.

Cet article a été modifié par la loi du 23 février 2005 relative au développement des territoires ruraux. La disposition introduite permet la description objective du produit, à des fins informatives, au travers de ses trois principales caractéristiques : sa couleur, son goût et son arôme. Elle précise que les publicités pour l'alcool peuvent comporter des références relatives aux appellations d'origine ou aux indications géographiques.

G9 : la réponse est précise, sans argument invalide. Elle veut bien dire : « je ne veux pas modifier la situation actuelle ». C'est dans sa réponse à notre question 3 que le problème de la publicité sur l'internet sera envisagé par le candidat, mais avec un simple rappel de ce qui a été voté par le parlement, sans envisager la modification d'un texte à nos yeux inapproprié et dangereux.

- **2/ [Taxation de l'alcool](#)** au gramme d'alcool pur
 - Découragerez-vous la consommation d'alcool dans un objectif d'amélioration de la santé publique par une taxe spéciale calculée sur la quantité d'alcool pur mesurable dans tout type de boissons qui en contient ?

Non. En France, l'alcool concerne 3,7 millions de consommateurs à risque. L'alcool reste la seconde cause de mortalité évitable par cancers, après le tabac. Il s'agit donc d'un enjeu de santé publique majeur, et pour lequel les risques spécifiques auxquels sont exposés les plus jeunes doivent être également pris en compte.

Dans le cadre d'une politique globale de prévention des addictions et de lutte contre les comportements à risque, le Gouvernement a souhaité en 2012 relever les prix des boissons alcoolisées, qui demeurent inférieurs à ceux de la plupart de nos partenaires européens. Il est proposé d'augmenter la fiscalité sur les boissons fortes (de l'ordre de 11 % pour les boissons titrant 40°). Le vin, les rhums et les productions régionales ne sont pas concernés par cette mesure.

G9 : précis mais refus, avec l'affirmation importante du refus d'accroissement des taxes sur le vin, le rhum et les productions régionales dans le budget 2012, mettant en évidence la volonté de ne pas contrarier les producteurs nationaux qui veulent maintenir une taxation

ne tenant pas compte de la quantité d'alcool dans les produits, alors que ce critère est le plus pertinent en terme de santé publique. Le risque est lié à la quantité d'alcool absorbée et non à la quantité d'eau qui l'accompagne.

- **3/ Modifier la nature des avertissements obligatoires** concernant la consommation d'alcool
 - Modifierez-vous la nature des avertissements obligatoires sur les produits contenant de l'alcool, de façon à prévenir tout consommateur que "L'alcool est dangereux pour la santé" ?

Oui éventuellement, à l'instar de ce qui se fait sur le tabac.

L'Institut national de prévention et d'éducation pour la santé a travaillé sur un pictogramme pour les femmes enceintes plus complet que celui existant actuellement. Cette proposition a été présentée et approuvée par le Comité de Modération et de Prévention (CMP), instance de concertation entre les alcooliers et le ministère de la santé. Le ministère de la santé est prêt à mettre ce projet dans le circuit réglementaire pour modifier le texte existant.

Il faut rappeler ce qui a été fait dans le cadre de la loi HPST sur l'alcool et notamment ce qui a été en direction des jeunes et pour la prévention de l'ivresse répétée majeure et rapide :

- l'interdiction des « open bars », mais nous avons tenu à préserver les dégustations lors de fêtes et foires nouvelles autorisées ou traditionnelles déclarées à travers la publication d'un décret spécifique.
- l'élargissement de l'interdiction de toute vente de boissons alcoolisées dans les stations-services aux plages horaires de 18 heures à 8 heures (au lieu de 22 heures à 6 heures),
- la vente d'alcool réfrigéré, destiné à une consommation immédiate et incompatible avec la conduite, est interdite à toute heure dans les points de vente de carburant ;
- l'obligation de suivre une formation pour vendre de l'alcool à emporter la nuit, un délai d'un an ayant été accordé aux commerçants pour se mettre en conformité ;
- l'encadrement de la vente à distance, assimilée à la vente à emporter ;
- l'encadrement de la publicité en faveur des boissons alcooliques sur internet et elle reste interdite sur les sites sportifs et ceux principalement dédiés aux jeunes (article 97 de la loi) ;
- affirmation du principe selon lequel le maire peut fixer une plage horaire d'interdiction de vente d'alcool à emporter de nuit dans sa commune, entre 20h et 8h ;
- un débit de boisson pratiquant des « happy hours » (vente de boissons alcooliques à un prix promotionnel pendant un horaire limité) doit proposer à prix réduit des boissons non alcoolisées ;

- interdiction de vente de boissons alcooliques à des mineurs, quels que soient le lieu et la catégorie d'alcool.

En plus de ces mesures issues de la loi HSPT, il a été décidé en août 2011 de rendre obligatoire la présence d'éthylotest dans les discothèques afin de réduire les accidents de la route impliquant des jeunes alcoolisés. Ceux-ci seront obligatoires également dans les véhicules.

G9 : il y a un oui, suivi hélas de éventuellement, concernant la modification des avertissements sanitaires. Les mesures adoptées par le gouvernement et citées dans ce texte sont pratiquement toutes en repli par rapport à leur formulation initiale. Il n'est pas pertinent de limiter aux seuls sites internet « sportifs ou principalement dédiés aux jeunes » les restrictions publicitaires pour l'alcool. L'internet est un espace ouvert à tous, jeunes ou moins jeunes. Il était facile de maintenir l'interdit publicitaire sur internet pour l'alcool, les financeurs de ces promotions étant identifiables. Il est manifestement plus facile de rendre obligatoire la présence d'éthylotests chimiques dans les véhicules (alors que le Comité interministériel de sécurité routière de décembre 2002 avait décidé leur abandon, du fait de leur précision insuffisante) que d'interdire toute vente d'alcool dans les stations service.