

Observatoire sur les pratiques des lobbies de l'alcool

Rapport 2019



SOMMAIRE

1. Alcooliser le sport : les multiples offensives des alcooliers	2
2. La prise en otage de la politique de prévention	5
Défi de janvier : la victoire du lobby de l'alcool face à la santé publique	5
Octobre rose : l'indécente campagne de Vin & Société	10
3. PLFSS 2020 : les tentatives de suppression de la taxe prémix par la filière viticole	12
4. Le vin : une exception française	20
Le retour de l'« éducation au goût » de l'alcool.....	21
Pantouflage aux Brasseurs de France	24
5. Conclusion	25

Le 14 janvier 2020, Santé publique France a publié de nouveaux chiffres¹ sur la consommation d'alcool en France qui confirment, si besoin en était, que la France se situe toujours à un très haut niveau de consommation dans le monde (11,7 litres d'alcool pur par an et par habitant). Cette étude vient confirmer la nécessaire priorité qui doit porter sur la prévention du risque alcool. La frilosité politique sur le sujet n'est plus de mise au moment où l'opinion publique est de plus en plus consciente des risques et des dommages liés à l'alcool.

Ce troisième rapport sur les pratiques du lobby de l'alcool publié par l'ANPAA vise à démontrer l'influence et les pratiques de l'ensemble des filières alcool – et plus particulièrement viticole – sur l'année 2019 qui ont nui aux actions et politiques de prévention en santé publique.

L'exemple le plus frappant est l'annulation par le Gouvernement de la campagne de prévention Mois sans alcool (« Dry January » à la française) prévue en janvier 2020 suite à la pression des milieux viticoles et de la gastronomie. Elle aura au final été portée avec succès par une coalition d'associations, dont l'ANPAA, qui ont pu pallier le manque de soutien de l'Etat par le militantisme associatif.

1. Alcooliser le sport : les multiples offensives des alcooliers

En février 2019, une proposition de loi a été déposée par 15 députés du groupe Les Républicains pour autoriser la vente d'alcool à l'intérieur des enceintes sportives². Cette proposition de loi faisait suite au rapport sur le financement des politiques sportives remis le 30 novembre 2018 par Perrine Goulet, députée de la Nièvre, au Premier ministre. Parmi les 34 pistes proposées par la députée pour un meilleur financement du sport, on trouvait notamment :

- L'autorisation de la publicité pour l'alcool sur les sites internet liés au sport ;
- L'augmentation à 15 du nombre d'événements annuels où un club sera autorisé à vendre de la bière ;
- La ré-autorisation du sponsoring des clubs de sport par les viticulteurs et les brasseurs français.

Début août 2019, 105 députés LREM sont revenus à la charge et ont déposé une proposition de loi dont l'article 18 « *vise à assouplir, de manière encadrée, l'application*

¹ <https://www.santepubliquefrance.fr/presse/2020/alcool-ou-en-sont-les-francais>

² http://www.assemblee-nationale.fr/dyn/15/textes/l15b1719_proposition-loi

de la loi Evin dans les stades en étendant l'octroi d'autorisations temporaires de vente d'alcool aux sociétés sportives »³. Sous le prétexte du soutien au sport, ces députés se font le relais fidèle du lobby alcoolier qui, année après année, rogne progressivement la plus grande loi de santé publique dont la France se soit dotée⁴.

«Relais fidèle du lobby alcoolier»

Des médecins et addictologues protestent contre la proposition de loi.

«Sous le prétexte de soutien au sport, ces députés se font le relais fidèle du lobby alcoolier», explique Bernard Basset, président de l'Association nationale de prévention en alcoologie et addictologie (ANPAA).

«La consommation d'alcool est incompatible avec le sport», plaide Bernard Basset. Il redoute que la proposition de loi «banalise la consommation générale».

C'est une «affaire de gros sous», selon Bernard Basset. La proposition de loi est déposée quelques années avant la Coupe du monde de rugby et les Jeux olympiques qui se dérouleront en France en 2023 et 2024.

En Allemagne, les ventes d'alcool et les partenariats avec producteurs et distributeurs rapporteraient 40 millions d'euros aux clubs. Une manne d'argent qui allèche de nombreuses personnes et en particulier le lobby alcoolier très puissant dans l'Hexagone.



LaDepeche.fr

Grâce aux réactions de l'ANPAA et de la Fédération Française d'Addictologie (FFA) ainsi qu'à la forte pression médiatique, la ministre de la Santé Agnès Buzyn a confirmé qu'elle était fermement opposée à un nouveau grignotage de la loi Evin⁵⁻⁶, tuant dans l'œuf cette initiative parlementaire.

³ <https://www.anpaa.asso.fr/presse/espace-presse/1032-6-aout-2019-des-deputes-appellent-a-une-nation-sportive-et-alcoolisee>

⁴ <https://www.ladepeche.fr/2019/08/09/des-deputes-veulent-faire-revenir-lalcool-dans-les-stades,8353683.php>

⁵ <https://www.anpaa.asso.fr/presse/espace-presse/1033-21-aout-2019-agnes-buzyn-confirme-son-refus-de-stades-alcoolises>

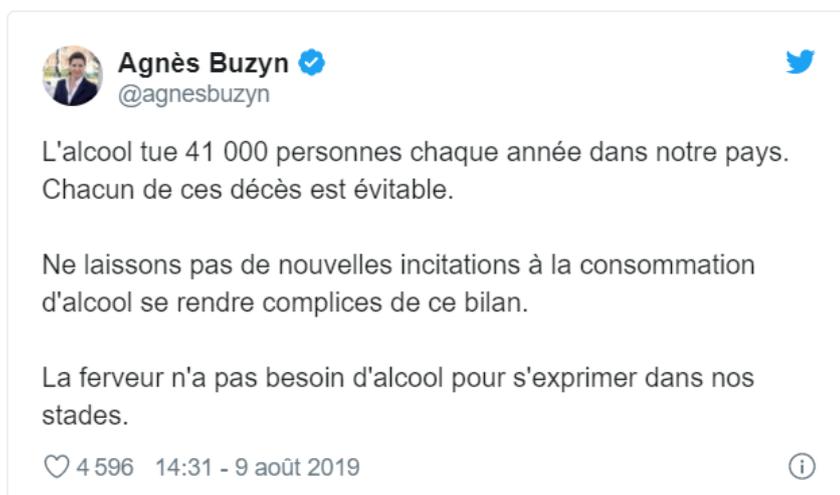
⁶ https://www.francetvinfo.fr/sante/sport-et-sante/agnes-buzyn-s-oppose-a-un-retour-de-lalcool-dans-les-stades_3570985.html

La ministre de la Santé, Agnès Buzyn, s'oppose à un retour de l'alcool dans les stades

Une centaine de députés LREM ont déposé, fin juillet, une proposition de loi pour autoriser, sous certaines conditions, la vente d'alcool dans les stades.

La ministre de la Santé, Agnès Buzyn, s'est opposée vendredi 9 août à l'hypothèse d'un retour de l'alcool dans les stades souhaité par certains députés. "La ferveur n'a pas besoin d'alcool pour s'exprimer dans nos stades", a jugé la ministre dans un message sur Twitter.

Fin juillet, 105 députés LREM (un tiers du groupe) ont déposé à l'Assemblée une proposition de loi "visant à faire de la France une nation sportive" dans laquelle ils proposent "d'assouplir de manière encadrée" la loi Evin "dans les stades en étendant l'octroi d'autorisations temporaires de vente d'alcool aux sociétés sportives". Ce n'est pas la première fois que la loi Evin est remise en cause : en janvier 2019, des députés LR ont également signé des propositions de loi allant dans le même sens.



Ces multiples offensives politiques sont source d'inquiétude à l'aube des compétitions internationales prochainement organisées en France : Coupe du monde de rugby en 2023 et Jeux Olympiques en 2024. La loi Evin et l'interdiction du sponsoring sportif sont plus menacés que jamais.

L'ANPAA a consacré un dossier Décryptages à ce sujet : « [Alcooliser le sport : la dernière frontière des alcooliers](https://www.anpaa.asso.fr/lanpaa/actualites/alcool/1034-decryptages-n-38) »⁷.

⁷ <https://www.anpaa.asso.fr/lanpaa/actualites/alcool/1034-decryptages-n-38>

2. La prise en otage de la politique de prévention

Alors que la perception des risques liés à la consommation d'alcool progresse inexorablement dans l'opinion, le lobby de l'alcool a dû s'adapter à la fois dans son discours et dans sa stratégie pour préserver ses intérêts et contrer l'influence des acteurs de santé. C'est ainsi qu'il prétend avoir autant sa place sur le champ de la prévention que les acteurs de santé eux-mêmes et qu'il développe ce discours sous différentes formes et supports, tout en essayant, avec plus ou moins de succès, des techniques d'infiltration des milieux de la santé.

Défi de janvier : la victoire du lobby de l'alcool face à la santé publique

Le Mois sans alcool ou « Dry January » à la française avait été annoncé officiellement en juin 2019 par Nicolas Prisse, président de la Mission interministérielle de lutte contre les drogues et les conduites addictives (Mildeca), puis par François Bourdillon, alors directeur général de Santé publique France. Dès lors, les équipes de Santé publique France avaient travaillé à l'élaboration d'une campagne prévue pour janvier 2020, se calant sur le calendrier de l'opération britannique.

Le désaveu politique

Cette initiative a néanmoins rencontré l'opposition de la filière notamment viticole dont la proximité avec le Président de la République est de notoriété publique⁸. Les milieux viticoles et de la gastronomie se sont ainsi activés pour faire annuler la campagne de prévention. Le 7 novembre, l'ANEV (Association Nationale des Elus de la Vigne et du Vin) publie un communiqué⁹ appelant le gouvernement à renoncer au « Janvier Sec » au nom de « l'art de vivre à la française » et de « la culture du vin ». Ils attirent également l'attention sur les difficultés de la filière en ces temps de Brexit et de menaces de taxes américaines.

⁸ Emmanuel Macron avait nommé, au début de son mandat, la déléguée générale de Vin & Société, Audrey Bourolleau, comme conseillère agriculture. Elle a quitté l'Elysée à l'été 2019.

⁹ <https://www.elusduvin.org/wp-content/uploads/2019/11/191107-CP-Mois-sans-alcool-%E2%80%93-Les-Fran%C3%A7ais-ne-doivent-pas-passer-le-mois-de-janvier-%C3%A0-sec-.pdf>



Communiqué de Presse – 07/11/2019

Les Français ne doivent pas passer le mois de janvier à sec !

Santé Publique France planifie un « mois sans alcool » pour janvier 2020. Inquiets face à ce projet, les coprésidents de l'Association Nationale des Élus de la Vigne et du Vin Nathalie DELATTRE et Philippe HUPPE appellent le Gouvernement à y renoncer.

Alors que les Français sortiront tout juste de la période des fêtes, que les vœux et réceptions se multiplieront après le Nouvel An et que les vigneronns fêteront leur saint patron pour la Saint-Vincent le 22 janvier, Nathalie DELATTRE et Philippe HUPPE prônent une consommation responsable face au projet de « janvier à sec » porté par Santé Publique France.

La filière viticole promeut depuis des années un message de modération, d'éducation à l'art de vivre à la française et à la culture du vin. Malgré ce travail de pédagogie, le gouvernement semble privilégier la promotion d'une abstinence totale en matière de consommation d'alcool et donc de vin.

Or, les coprésidents de l'ANEV rappellent que les vigneronns font aujourd'hui face à de graves difficultés commerciales, notamment avec la surtaxation américaine des importations de vin français ou l'incertitude entourant le Brexit. En incitant les Français à ne plus acheter de vin pendant un mois, le gouvernement renforcerait les nombreuses inquiétudes de la filière.

Le 14 novembre 2019, Emmanuel Macron rencontre les coprésidents du Comité Champagne, à Epernay, lors d'un déjeuner au restaurant étoilé Les Berceaux. C'est au cours de ce déjeuner que le Président leur aurait promis de faire annuler l'opération « Mois sans alcool ». Il leur aurait déclaré, selon Maxime Toubart, président du syndicat général des vigneronns de Champagne : « Vous pouvez faire savoir qu'il n'y aura pas de Janvier sec ». Alors que la campagne devait être annoncée par Santé publique France dans la même semaine, le lobby viticole s'empresse de relayer la déclaration présidentielle dans sa rubrique « Déception hygiéniste »¹⁰. C'est donc le lobby lui-même qui annonce l'annulation d'une campagne de prévention au nom de la défense de ses intérêts économiques, car aucune confirmation officielle ne viendra de l'Élysée.

¹⁰ <https://www.vitisphere.com/actualite-90897-Pas-de-janvier-sec-pour-le-president-de-la-Republique.htm>

Déception hygiéniste

Pas de "janvier sec" pour le président de la République

Mercredi 01 janvier 2020 par Marion Sepeau Ivaldi

 Lire plus tard
  Commenter
  Imprimer
  Envoyer
 





Emmanuel Macron a reçu un magnum de Champagne de Saint-Gall 1977, clin d'œil à son année de naissance. - crédit photo : SGV

La prise de position d'Emmanuel Macron a marqué un tournant face au projet du ministère de la Santé d'un premier mois appelant à la non-consommation d'alcool en 2020.

« Le président de la République nous a affirmé qu'il n'y aura pas de « Janvier Sec » » rapporte Maxime Toubart, président du Syndicat général des vignerons de la Champagne et co-président du Comité Champagne, à l'issue de son déjeuner avec le président de la République ce 14 novembre. En visite à Epernay, Emmanuel Macron a partagé la table des deux co-présidents Comité Champagne (dégustant notamment le Champagne de Damien Hugot, mais également un coteaux champenois blanc de Charles Dufour et un coteaux champenois rouge de René Geoffroy). Le président, qui n'a

Le président désavoue une agence gouvernementale sans assumer publiquement sa décision, renforçant ainsi son image de proximité avec un lobby qui ne cesse de s'opposer aux acteurs de santé.

La bataille médiatique

Si les circonstances du lancement du « Dry January » à la française lui ont assuré la curiosité des médias, les échanges d'arguments par voie de presse entre le lobby viticole et les acteurs de santé, qui vont se poursuivre tout au long du mois de décembre 2019, vont maintenir l'attention et permettre aux acteurs de santé de promouvoir une opération originale, loin de la caricature qu'en donne le lobby.

Denis Saverot, rédacteur en chef de la Revue du Vin de France, fait notamment éclater sa colère : « Il est grand temps d'ajouter l'Anpaa, l'OFDT, le Fonds Actions Addictions et quelques autres à la liste des comités Théodule à supprimer »¹¹.

Combien de temps la France va t-elle continuer à subventionner des associations hygiénistes qui font régner la peur en associant le vin à la mort et au cancer ? L'édito, par Denis Saverot

Le dernier épisode du “Janvier sec” est affligeant. Voilà que l'Anpaa, le Fonds Actions Addictions et une cohorte d'associations hygiénistes financées à 100 % par de l'argent public préconisent une abstinence totale pendant un mois. Pas un verre de vin, pas d'alcool. De l'eau ! Seul Emmanuel Macron a fait capoter cette cabale, interdisant au ministère de la Santé de soutenir cette camarilla prohibitionniste. Le destin du vin français tient-il désormais à un homme ?

Combien de temps va-t-on continuer à financer ces censeurs ? Quand va-t-on comprendre que l'Anpaa et ses coreligionnaires sont davantage préoccupés par le décuplement de leurs prébendes que par une quelconque efficacité : plus ils affolent la population, plus ils se distribuent des postes, des salaires, des titres, des subventions (des centaines de millions d'euros publics par an) et plus le nombre de personnes frappées par le fléau de l'alcoolisme reste stable dans



L'hebdomadaire Le Point, relais habituel du lobby du vin, titrait en Une d'un numéro spécial le 5 décembre « Qui veut la peau des bon-vivants ? Comment résister à la tyrannie des nouveaux moralisateurs »¹² et l'écrivain Philippe Claudel entraînait le 9 décembre dans Le Figaro quelques chefs et artistes derrière la proclamation « Arrêtez de culpabiliser les amateurs de vin ! »¹³. Bernard Basset, vice-président de l'ANPAA, et deux autres responsables associatifs (Amine Benyamina et Mickaël Naassila) répliquent avec vigueur le 10 décembre dans une tribune publiée dans le Figaro.

¹¹ <https://www.larvf.com/dry-january-l-avatar-de-trop,4663774.asp>

¹² https://www.lepoint.fr/societe/qui-veut-la-peau-des-bons-vivants-05-12-2019-2351600_23.php

¹³ <https://www.lefigaro.fr/vox/societe/arretez-de-culpabiliser-les-amateurs-de-vin-20191209>

Article du journal LE FIGARO du lundi 10 décembre 2019

"Dry January" : la réalité et les arbitres du bon goût

*Pr Amine Benyamina,
psychiatre addictologue*



*Pr Mickael Naassila,
neurobiologiste*



*Dr Bernard Basset,
médecin spécialiste en
santé publique*

Dans les colonnes du Figaro du 9 décembre est parue une étrange tribune en apesanteur. Elle défendait une France fantasmée, où l'harmonie universelle règnerait sans partage pour peu que l'on s'adonne aux plaisirs de l'alcool, et singulièrement du vin. Nous n'aurions pas plus réagi à cette tribune qu'à d'autres du même tonneau, qui ont pour seul objectif de présenter sous un jour peu amène les professionnels de santé, s'il ne s'était agi cette fois de contester une opération de prévention originale et ludique, dont l'intérêt n'échappe qu'à ceux qui vivent dans une bulle coupée des réalités que nous, médecins, affrontons quotidiennement.

Il faut relever que cette offensive médiatique mobilise essentiellement les défenseurs du vin. Les autres filières (bière, spiritueux), pourtant concernées par l'opération de mobilisation sociale, se font discrètes, percevant sûrement davantage l'état de l'opinion. Certaines grandes marques d'alcool en profitent au contraire pour vanter les mérites de leurs produits sans alcool¹⁴.

Face à l'initiative des acteurs de santé, le lobby viticole n'a pas su renouveler son discours. Parallèlement, la couverture médiatique de l'opération s'est étendue aussi bien dans les médias nationaux que dans la presse régionale et les promoteurs associatifs ont réussi à diffuser les objectifs de la campagne. Selon une étude réalisée

¹⁴ <https://www.lesechos.fr/industrie-services/conso-distribution/spiritueux-les-geants-mondiaux-se-lancent-dans-lalcool-sans-alcool-1160697>

par l'institut YouGov¹⁵, 61 % des Français ont entendu parler du Défi de Janvier et 68 % pensent que c'est une bonne chose.

Menace sur les défis futurs

Ne pouvant contester le succès du Défi de janvier, les producteurs d'alcool et leurs représentants ont proposé de limiter les futures campagnes à une fraction ciblée de la population en réfutant l'intérêt d'une campagne de mobilisation s'adressant à tous. Krystel Lepresle, déléguée générale de Vin & Société, a par exemple déclaré que « Toutes les consommations ne sont pas néfastes, et neuf Français sur dix boivent moins de 10 unités d'alcool par semaine. Ont-ils besoin d'un mois d'abstinence, ou plutôt d'être informés sur une consommation à moindre risque ? Et pourquoi ne pas mettre les moyens financiers sur les alcoolodépendants ? »¹⁶.

Il s'agit du discours classique destiné à protéger les intérêts de la filière en proposant de mettre les moyens financiers sur les buveurs excessifs, plutôt que de faire comprendre les risques à l'ensemble de la population française. Pour les producteurs, il est fondamental d'éviter d'interroger la place que l'alcool tient dans la vie des Français.

Pour en savoir plus sur le sujet, consultez notre 40^{ème} Décryptages « [Un Défi relevé et réussi en janvier : "Dry January" à la française en 2020](#) »¹⁷.

Octobre rose : l'indécente campagne de Vin & Société

La campagne « Octobre rose » vise à sensibiliser les femmes à l'importance du dépistage du cancer du sein. Les liens entre alcool et cancers du sein ont été démontrés par de rigoureuses études scientifiques. En France, selon Santé publique France, l'alcool est responsable de 1800 décès par cancers du sein par an¹⁸.

Vin & Société, qui représente l'ensemble de la filière viti-vinicole, s'est pourtant greffé à cette campagne nationale de prévention en lançant une campagne de

¹⁵ <https://fr.yougov.com/news/2020/01/29/dry-january-le-defi-de-janvier/>

¹⁶ <https://www.lefigaro.fr/sciences/mois-sans-alcool-un-succes-inattendu-malgre-la-polemique-20200202>

¹⁷ <https://anpaa.asso.fr/lanpaa/actualites/alcool/1057-decryptages-defi-releve-reussi-janvier-dry-january-2020>

¹⁸ BEH de février 2019

communication avec comme slogan « Un bon vin peut bien attendre neuf mois »¹⁹. Pour cette campagne diffusée dans les journaux et sur les sites de la presse féminine et familiale, une blogueuse influenceuse a été sollicitée : une technique qui prend de l'ampleur en matière de marketing alcool. Cette campagne était enfin accompagnée de la vente d'un bracelet évoquant une feuille de vigne, comme si une femme enceinte avait besoin d'afficher son attente pour boire de l'alcool.



VIN & SOCIÉTÉ

La filière vigne & vin

Nos engagements responsables

Nouvelles du vin

A propos

Chiffres clés



"Un bon vin peut bien attendre 9 mois" Campagne zéro alcool pendant la grossesse

Résumé

Vin & Société, au nom des 500 000 acteurs de la vigne et du vin, lance le 10 octobre une campagne d'information signée « Un bon vin peut bien attendre neuf mois ». Elle émet un message important à l'attention des femmes enceintes : en raison des risques que la consommation d'alcool peut représenter pour la santé du futur bébé, « par précaution, zéro alcool pendant la grossesse ».

 10 octobre 2019

La déléguée générale de Vin & Société a justifié cette campagne avec l'argument bien rôdé selon lequel « les femmes enceintes ont besoin d'un message engageant et positif, plutôt que d'un message anxiogène ». Avec cette campagne indécente, Vin & Société parvient non seulement à affaiblir le message de prévention auprès des femmes enceintes, mais surtout à promouvoir la consommation d'alcool en plein Octobre rose.

Un nouveau cheval de Troie dans la prévention du risque alcool

Les alcooliers ont également tout intérêt à soutenir et valoriser des acteurs de santé qui sont prêts à s'allier avec eux en échange de quelques moyens financiers. On en a vu un parfait exemple avec la création en octobre 2019 de l'association « Prévention et Modération »²⁰ par les brasseurs, les producteurs de spiritueux et d'apéritifs.

¹⁹ <https://www.vinetsociete.fr/un-bon-vin-peut-bien-attendre-9-mois-campagne-zero-alcool-pendant-la-grossesse>

²⁰ <https://www.fnb-info.fr/actualites/news/l-association-prevention-et-moderation-est-nee>



N° 994
vendredi 18 au jeudi 24 octobre 2019
Pages 6-7
187 mots - ⌚ 1 min



PROFESSION

Prévention et Modération, nouvel acteur de la prévention des risques

Brasseurs de France, la Fédération Française des Spiritueux et la Fédération Française des Vins d'Apéritif ont annoncé la création de l'association Prévention et Modération. Elle a pour mission de fédérer l'ensemble des initiatives des organisations professionnelles en matière de prévention des comportements à risque et de promotion de la consommation responsable. Préven-

tion et Modération est d'ores et déjà engagée dans la mise en œuvre du Plan de prévention des filières remis au président de la République en juin 2018, en étroite collaboration avec Vin & Société. « Prévention et Modération représente l'ensemble des entreprises productrices et distributrices de bière, spiritueux et vins d'apéritif, et va s'appuyer sur cette très grande représentativité pour développer des pro-

grammes de sensibilisation auprès des professionnels de la production et de la distribution. Nous ambitionnons également de contribuer de façon significative à la prévention des comportements à risque, comme le montre un premier partenariat d'envergure avec l'association SAF France », a commenté Michel Gayraud, président de Prévention et Modération. ■

Cette nouvelle association d'alcooliers a conclu un partenariat avec le Dr Denis Lamblin, président de SAF France afin de lutter contre les troubles liés à l'alcoolisation fœtale. Cette initiative a entraîné une protestation non seulement des acteurs externes à l'association SAF France mais aussi de ses propres adhérents (Vivre avec le SAF, Alcool Assistance...) ou de ses parrains (comme Axel Khan) qui s'en sont immédiatement désolidarisés.

Pour approfondir le sujet, l'ANPAA a publié un Décryptages complet sur « [Les alcooliers et la prévention : La stratégie du Cheval de Troie](#) »²¹.

3. PLFSS 2020 : les tentatives de suppression de la taxe prémix par la filière viticole

Depuis plusieurs années, l'ANPAA demande un alignement de la fiscalité des vins aromatisés (rosé pamplemousse et autres rouge cola) sur celle des prémix à base de spiritueux pour lesquels le législateur a fixé une taxe dissuasive en 2004. La taxe avait

²¹ <https://anpaa.asso.fr/lanpaa/actualites/alcool/1049-decryptages-n-39-les-alcooliers-et-la-prevention-la-strategie-du-cheval-de-troie>

eu un effet quasi immédiat et conduit à une chute de 40 % des ventes de prémix en 2005. A l'époque, les boissons aromatisées à base de vin avaient été épargnées.

Appelées Vinipops, ces boissons sont spécialement conçues pour les jeunes : elles sont moins alcoolisées que les vins (7 à 8°), ont des noms destinés à attirer ce segment de clientèle et sont vendues à des prix bas les rendant accessibles aux adolescents au faible pouvoir d'achat. En 2013, le propriétaire de la marque Rosé sucette déclarait ainsi : « ces bouteilles, à moins de 3 euros sur linéaire, seront un tremplin permettant aux néophytes d'accéder aux vins plus classiques. Notamment pour un public plutôt jeune et féminin »²².

Dans le cadre de l'examen final du PLFSS 2020, les parlementaires ont résisté aux pressions des lobbies qui ont brandi un certain nombre d'arguments fallacieux pour que l'amendement soit supprimé. Ils n'ont finalement obtenu qu'un report de l'entrée en vigueur de la mesure au 1er juillet 2020.

La Fédération Française des Vins d'Apéritif (FFVA) a été particulièrement active. La Lettre A écrit que la FFVA s'est rapprochée du conseiller d'Etat Yann Aguila, lequel a rédigé une note pour contester l'extension de la taxe prémix aux boissons alcoolisées à base de vin.

²² <https://www.sudouest.fr/2013/06/18/avec-la-gamme-sucette-le-boom-des-vins-aromatises-1088495-2780.php>

EXÉCUTIF

FRANCE: PLF 2020 : de Sanofi à Air France, les lobbyistes à l'assaut du Conseil constit'

Les lobbyistes ont mené leur ultime assaut sur le budget 2020 lors de son passage devant le Conseil constitutionnel, à la suite de recours déposés par plus de 60 parlementaires. Au total, une dizaine de contributeurs extérieurs ont fourni des notes aux sages concernant le projet de loi de finances et celui de la sécurité sociale. Une myriade de cabinets d'avocats se sont mobilisés pour défendre, entre autres, les intérêts du secteur aéronautique, pharmaceutique ou encore viticole. Lobbying de haut vol pour l'AITA et Air France-KLM Le lobby du transport aérien, réuni au sein de l' Association internationale du transport aérien (AITA), suivi par le groupe Air France-KLM, ont contesté devant le Conseil constitutionnel la légalité de l'article 72 du PLF. Le dispositif pré-

rupture du principe d'égalité devant l'impôt que représenterait cette contribution. En vain, les sages ont validé le dispositif dans leur décision du 27 décembre. Sanofi et le LEEM au chevet des Sages Le secteur pharmaceutique a également été très actif. Premier exemple : la branche française de Sanofi-Aventis a fait appel au cabinet Rocheteau et Uzan-Sarano pour attaquer un article additionnel au PLF qu'elle considérait comme un cavalier législatif. Le géant pharmaceutique conteste la nature et les missions d'un nouveau collège d'experts chargés d'émettre des avis sur les indemnisations de certains médicaments. Les robes noires mandatées considèrent que ces mesures n'ont aucun lien direct avec le PLF. Dans un autre registre, Les entreprises du médicament (LEEM) ont rédigé un

la Cour de cassation - pour dénoncer un "cavalier social" sur l'organisation des soins dans la profession.

Les raisins de la colère Le lobby viticole n'est pas en reste : la Fédération française des vins d'apéritif (FFVA) s'est rapprochée du conseiller d'Etat Yann Aguila, associé chez Bredin Prat et professeur à Sciences Po Paris. Le haut fonctionnaire a rédigé une note pour contester l'extension de la "prémix" aux boissons alcoolisées à base de vin, comme le rosé-pamplemousse. Cette mesure a été adoptée en octobre 2019 à l'Assemblée nationale à la suite de l'amendement de la députée de la majorité Audrey Dufeu Schubert (LREM). Malgré cette ultime tentative, le Conseil constitutionnel a validé la mesure. La Quadrature du net s'attaque à Bercy Enfin, le député Philippe Latombe

Aymeric de Beauvillé, président de la FFVA, a également publié une tribune²³ le 18 novembre 2019 : « Les vins d'apéritif ne sont pas des prémix ! ». Son argument, également relayé par plusieurs députés lors des débats à l'assemblée, est que « l'amendement aurait pour impact de taxer davantage des produits moins alcoolisés et donc de créer un effet de report sur des produits plus alcoolisés ».

²³ <http://infosvin.free.fr/wordpress/?p=22694>

Les vins d'apéritif ne sont pas des prémix !

Publié le 18 novembre 2019 par [infosvin](#)

Infosvin le 18/11/2019

Nous relayons avec plaisir l'information suivante:



Les vins d'apéritif ne sont pas des prémix !

Les vins d'apéritifs sont visés par la commission des affaires sociales de l'Assemblée nationale dans le cadre de l'examen du PLFSS2020. L'instauration d'une taxe comportementale prohibitive de 3 euros par décilitre d'alcool pur reviendrait à faire disparaître cette catégorie viticole pourtant définie dans un règlement européen depuis près de 30 ans et qui nécessite la mise en oeuvre de plus de 20 000 hectares de vignes. L'aromatisation des vins est une tradition ancestrale qui remonte à plus de 2000 ans ! « Il s'agirait d'une première taxe comportementale pour les Français sur des produits viti-vinicoles. Bien loin des enjeux de santé publique car les vins d'apéritifs sont peu alcoolisés et peu consommés par les jeunes, cette taxe ne prend absolument pas en compte les données de consommation » déclare Aymeric de Beauvillé, Président de la Fédération Française des Vins d'Apéritif.

De nombreux amendements²⁴ visant à supprimer l'article 9ter sur la taxation des prémix ont également été déposés en novembre 2019. Ces amendements étant quasi similaires les uns des autres laissent peu de doutes quant à la manœuvre des lobbies.

²⁴ http://www.senat.fr/amendements/2019-2020/98/Amdt_27.html
http://www.senat.fr/amendements/2019-2020/98/Amdt_277.html
http://www.senat.fr/amendements/2019-2020/98/Amdt_351.html
http://www.senat.fr/amendements/2019-2020/98/Amdt_384.html
http://www.senat.fr/amendements/2019-2020/98/Amdt_925.html



Direction de la séance

Projet de loi
PLFSS pour 2020
(1ère lecture)
(n° 98 , 104 , 103)

N° 277 rect. bis
12 novembre 2019

AMENDEMENT

présenté par

Mme Nathalie DELATTRE et M. Alain BERTRAND

C	Défavorable
G	Défavorable
Rejeté	

ARTICLE 9 TER

Supprimer cet article.

Objet

Les apéritifs aromatisés à base de vin sont définis et protégés par le règlement européen 251/2014 du parlement européen et du conseil du 26 février 2014, qui a remplacé le règlement n° 1601/91 du Conseil du 10 juin 1991.

Ces produits issus de recettes parfois ancestrales et d'un savoir-faire régional font partie intégrante de la gastronomie et de l'art de vivre à la française et ne peuvent être assimilés à des « premix ».

La fiscalisation à cette hauteur de ces boissons aurait un effet contre-productif de report sur d'autres boissons que celles protégées par le règlement européen, et parfois plus alcoolisées.

Aussi, il est proposé de supprimer cet article.

NB : La présente rectification porte sur la liste des signataires.



Direction de la séance

Projet de loi
PLFSS pour 2020
(1ère lecture)
(n° 98 , 104 , 103)

N° 351
7 novembre 2019

AMENDEMENT

présenté par

Mme LOPEZ

C	Défavorable
G	Défavorable
Rejeté	

ARTICLE 9 TER

Supprimer cet article.

Objet

Voté par l'Assemblée Nationale, l'article 9 ter nouveau a pour objectif de modifier la taxe dite « premix » en l'étendant aux apéritifs aromatisés à base de vin.

Or, cette initiative semble se fonder à la fois sur une méconnaissance de la nature de ces produits mais également sur une erreur d'appréciation des bénéfices espérés en terme de prévention de l'alcoolisme chez les jeunes.

- L'aromatisation des vins fait ainsi vivre une tradition qui remonte à des milliers d'années, et les vins produits qui nécessitent la mise en œuvre de plus de 20 000 hectares de vignes font partie d'une catégorie viticole bien précise et définie de longue date par le règlement européen 251/2014. Les apéritifs aromatisés à base de vin ne procèdent donc pas d'un processus de « seconde main », mais sont issus de recettes parfois ancestrales avec un savoir-faire régional reconnu.

- L'article en question ne répond pas en outre aux objectifs du Gouvernement en matière de prévention de l'alcoolisme pour des jeunes. D'après plusieurs études, ces produits ne sont en effet pas consommés par les jeunes mais à 80 % par les plus de 35 ans et à 61 % par les plus de 50 ans. Cette taxe sur les produits moins alcoolisés risque par ailleurs fortement de favoriser un report de la consommation sur des produits plus alcoolisés.

Le présent amendement vise donc à supprimer l'article 9 ter nouveau.



Direction de la séance

Projet de loi
PLFSS pour 2020
(1ère lecture)
(n° 98 , 104 , 103)

N° 925 rect. bis
12 novembre 2019

AMENDEMENT

présenté par

MM. PATRIAT et RAMBAUD, Mme CONSTANT et MM. DENNEMONT, GATTOLIN, BUIS, MARCHAND et CAZEAU

C	Défavorable
G	Défavorable
Non soutenu	

ARTICLE 9 TER

Supprimer cet article.

Objet

Cet amendement vise à supprimer la nouvelle taxe sur les apéritifs aromatisés à base de vin.

En effet, il s'avère que cette taxation touche d'autres produits qui sont définis et protégés par le règlement européen 251/2014 du parlement européen et du conseil du 26 février 2014 et abrogeant le règlement (CEE) n° 1601/91 du Conseil.

Ces produits issus de recettes parfois ancestrales et d'un savoir-faire régional font partie intégrante de la gastronomie et de l'art de vivre à la française et ne peuvent être assimilés à des « premix ». Cette taxe vise également les produits traditionnels européens tels que la sangria.

NB : La présente rectification porte sur la liste des signataires.

Le groupe Castel a notamment envoyé plusieurs mails aux parlementaires pour leur demander de voter contre l'amendement en 2^{ème} lecture à l'Assemblée nationale.

De : CROUZET Franck <franck.crouzet@vins-castel.wine>
 Envoyé : vendredi 22 novembre 2019 15:51
 À : CROUZET Franck <franck.crouzet@vins-castel.wine>
 Objet : Amendement 9ter PLFFS en séance dès lundi 25/11

Cher Parlementaire,

Toute la filière vitivinicole se mobilise pour la suppression de l'article 9ter, que ce soit en régions viticoles (Interprofessions et Maisons), au niveau de nos organisations nationales (CNAOC, CNIV, UMVIN, FFVA...), envers vous et jusqu'aux plus hautes instances de l'Etat encore dernièrement.

A l'occasion du débat qui débutera dès lundi prochain le 25/11, nous vous remercions de votre mobilisation et vote pour la suppression de cet article. Après lecture des éléments joints, beaucoup d'entre vous comprendront bien que cet article doit être supprimé pour l'avenir de notre filière vitivinicole déjà fragilisée.

Au titre de nos Maisons et en respect de nos engagements envers nos vignerons partenaires, nous ne voulons pas que ce soit la goutte de trop contre notre filière, déjà mise à mal par d'autres actualités et sujets bien trop nombreux.

Comptant sur vous,



Franck CROUZET
 DIRECTEUR DE LA COMMUNICATION
 21-24 rue Georges GUYNEMER
 33290 BLANQUEFORT - France
 Tél. : +33 (0)5 56 95 49 81
 Tél. : +33 (0)5 56 95 54 00
 Courriel : franck.crouzet@vins-castel.wine

Ces mails ont été accompagnés d'un argumentaire et d'un amendement de suppression clé en main, repris par un certain nombre de parlementaires (nous avons relevé [9 amendements](#)²⁵ reprenant les arguments de Castel).

PRECISIONS ET ARGUMENTATIONS CONTRE L'ARTICLE 9ter :

1/ Un niveau de taxation inédit.

Cette taxe de 3000€ par HL d'alcool pur, un niveau inédit sur une boisson alcoolisée, aurait des conséquences graves dans nos territoires dont l'arrêt de ces productions pour nos entreprises avec le chômage technique des équipes concernées.

2/ Une justification infondée, pas de succès commercial

Loin d'un enjeu de Santé Publique, les justifications de cette extension de la taxe "premix" sont infondées : l'article 9ter appuie son argumentation sur « le succès commercial du « rosé sucette », ou encore du « rosé bubble gum ». Or ces produits n'existent plus sur le marché. Ils n'étaient, par ailleurs, absolument pas dans l'esprit du règlement européen 251/2014.

Les boissons aromatisées à base de vin ne connaissent pas de « succès commercial » : leurs ventes sont en baisse de 14% par an et ils sont consommés majoritairement par des seniors en milieu rural.

3/ Des produits encadrés au niveau européen et issus d'un savoir-faire de nos régions

Les produits encadrés par le règlement 251/2014 sont des produits du Savoir-Faire français et européen, correspondant à des traditions locales et régionales comme les sangrias (que nous produisons aussi en France avec nos propres marques), les vins aux fruits, les vins de Noël, les préparations pour vin chaud etc... Il ne s'agit pas de « premix ». Loin des « premix » ou autres « vinpops » cités, qui ne sont ni définis ni encadrés, nos Vins d'apéritif sont strictement définis et réglementés par le règlement européen mentionné plus haut, et ceci depuis plus de 30 ans. Ces boissons peu alcoolisées correspondent au moment convivial de l'Apéritif, 1er moment du menu à la Française, classé au Patrimoine immatériel de l'Unesco.

4/ Des consommateurs plutôt seniors :

Les Aromatisés répondent à une demande de consommateurs plutôt seniors (80% des consommateurs ont plus de 35 ans selon l'ensemble des études Nielsen, IRI, Kantar), et leur consommation se fait majoritairement dans les territoires ruraux.

Si un problème d'alcoolisation des jeunes, était identifié, ce ne serait pas en taxant ces produits qu'ils consomment très peu qu'on apporterait une réponse à un problème de santé publique.

²⁵ <https://bit.ly/2UjeimU>

4/ Des consommateurs plutôt seniors :

Les Aromatisés répondent à une demande de consommateurs plutôt seniors (80% des consommateurs ont plus de 35 ans selon l'ensemble des études Nielsen, IRI, Kantar), et leur consommation se fait majoritairement dans les territoires ruraux.

Si un problème d'alcoolisation des jeunes, était identifié, ce ne serait pas en taxant ces produits qu'ils consomment très peu qu'on apporterait une réponse à un problème de santé publique.

5/ Une taxe discriminatoire et contraire au droit européen

Les justifications qui servent de fondement à ce projet de taxe, ne correspondent pas à la réalité de notre univers et sont loin d'être cohérents avec un enjeu de santé publique. Par un effet collatéral, cette extension de taxe, prohibitive, discriminatoire, voire contraire au droit européen, serait fatale à notre filière viti-vinicole qui s'est totalement engagée dans le plan de prévention remis au Président de la République en juin 2018 ainsi que dans une charte de bonnes pratiques.

La profession vitivinicole ne cautionne pas les produits cités dans les justifications des amendements et souhaite vivement, au contraire, revoir les pratiques associées au règlement pour éviter que des dérives soient possibles.

6/ Aucun financement de la sécurité sociale par cette disposition

Aucun des produits touchés par la taxe ne peut supporter économiquement un tel niveau de fiscalité et par conséquent les recettes de cette taxe seront nulles et engendreront à court terme, un report de consommation sur d'autres boissons alcoolisées. Il n'y aura aucun financement de la sécurité sociale.

Pour toutes ces raisons, la filière, par ailleurs inquiète des multiples difficultés actuelles à l'export, demande la suppression de l'article 9ter.

ARTICLE 9 TER

Supprimer cet article.

EXPOSE DES MOTIFS

L'article 9 ter vise à faire évoluer la taxation des « prémix » en y incluant les vins d'apéritif (vins aux fruits, sangrias, vins de Noël, vins chauds à la cannelle etc...)

Afin de taxer les vins d'apéritif à hauteur de 3000 euros par hectolitre d'alcool pur, l'article 9ter supprime la référence au règlement européen n° 1601/91 du Conseil du 10 juin 1991 qui renvoie aux « vins aromatisés, boissons aromatisées à base de vin et aux cocktails aromatisés de produits viti-vinicoles ».

Les apéritifs aromatisés à base de vin permettent de valoriser la production quand les résultats de la vinification ne sont pas suffisamment satisfaisants pour répondre aux règles des AOC et sont souvent issus de savoir-faire régionaux.

Si des vins espagnols ou italiens sont utilisés pour confectionner ces produits, on peut toutefois s'interroger sur l'instauration d'une taxe sur des produits européens qui pourrait apparaître comme une disposition protectionniste.

D'après plusieurs études, ces produits ne sont pas consommés par les jeunes mais à 80% par les plus de 35 ans et à 61% par les plus de 50 ans. Cette catégorie de produits voit ses volumes en baisse de 14% par an, avec une baisse plus marquée chez les moins de 35 ans.

La profession viticole est totalement engagée dans la mise en œuvre d'un plan de filière et de sa déclinaison en matière de prévention des consommations nocives d'alcool, privilégiant les deux priorités identifiées par le gouvernement : les femmes enceintes et les jeunes. Elle est également engagée auprès de l'autorité de régulation professionnelle de la publicité dans une démarche de communication responsable.

L'éducation et la prévention doivent être privilégiées plutôt que de s'orienter vers une nouvelle taxation qui ne saurait résoudre les problèmes d'addiction ou de consommation à risque.

Cette disposition adoptée sans concertation avec les acteurs concernés nécessiterait une réflexion plus approfondie.

Le présent amendement vise donc à supprimer l'article 9 ter nouveau.

La plupart des arguments avancés par la filière peuvent être facilement démontés et n'auront pas suffi à convaincre les parlementaires cette fois-ci. Il faut rappeler que la taxe prémix vise les vins entre 1.2 et 12% alors que les vins d'apéritif sont en général supérieurs à 14%. Par ailleurs, l'article du code général des impôts précise bien que sont touchées par la taxe les boissons « qui ne bénéficient pas d'indications géographiques protégées ou d'attestations de spécificité au sens de la réglementation communautaire » (or les vins d'apéritifs traditionnels ont une AOP ou AOC...).

Même si la taxe adoptée est très inférieure à celle des prémix à base de spiritueux, elle témoigne néanmoins de la volonté de lutter contre ces produits, une belle avancée saluée par les acteurs de santé. Pour rappel, en 2018, un amendement similaire avait été adopté par le Sénat et l'Assemblée avant d'être finalement supprimé du texte final.

4. Le vin : une exception française

En France, le vin a toujours bénéficié d'un traitement particulier par rapport aux autres alcools. Le lobby viticole se plaît à avancer que le vin est un produit à part aux yeux des Français, symbole de gastronomie et de culture, un produit incontournable de notre identité nationale.

En février 2018, Agnès Buzyn, alors ministre de la Santé, avait osé décrédibiliser la stratégie des producteurs de vin visant à faire croire – malheureusement non sans un certain succès – que le vin n'était pas un alcool comme les autres. La ministre avait ainsi critiqué la contradiction entre « *un discours sanitaire qui est que l'alcool est mauvais pour la santé et un discours culturel qui en fait une spécificité française, le bon vin* ». La réplique de la filière viticole ne s'était pas fait attendre, soutenue par le président Emmanuel Macron²⁶.

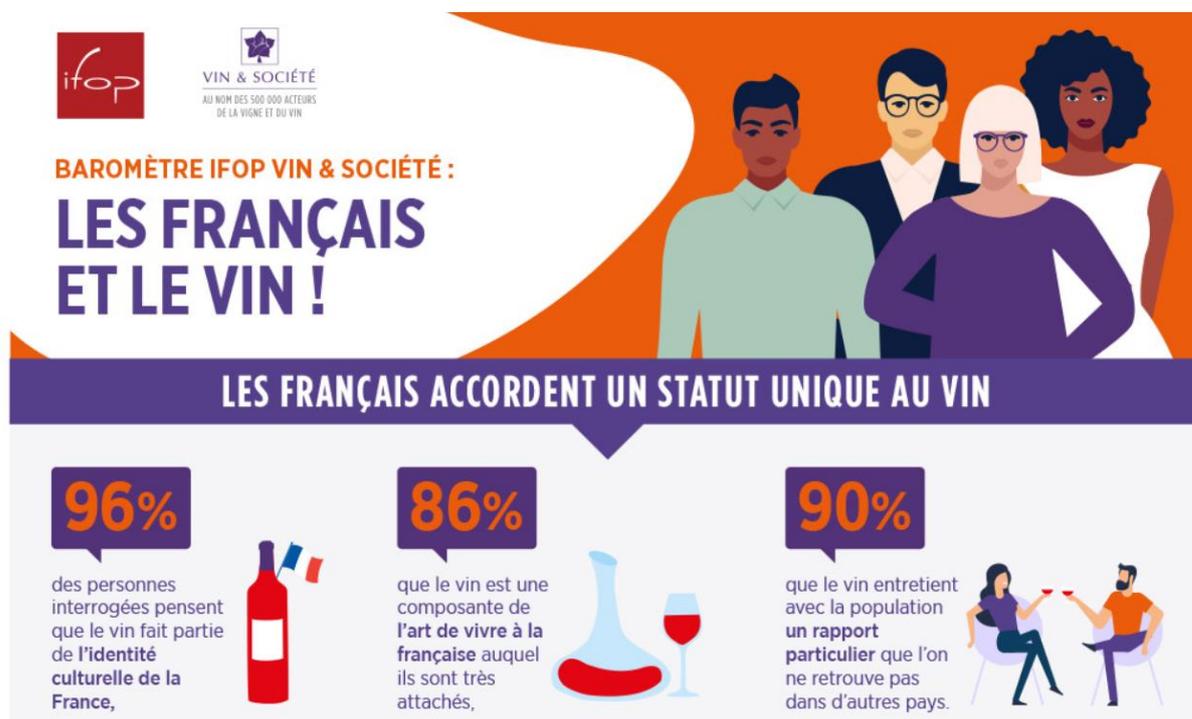
En 2019, plusieurs initiatives du lobby viticole ont repris cette stratégie. Le 14 novembre, Vin & Société a publié par exemple un baromètre Ifop « Les Français et le vin »²⁷ visant une nouvelle fois à renforcer le statut particulier accordé au vin. L'introduction indique que le vin est un « produit singulier » et que « sa consommation est devenue occasionnelle et responsable pour la plupart des Français ». La filière viticole est, quant à elle, perçue comme « dynamique car pourvoyeuse d'emplois et véritable étendard à l'international, même si elle doit faire face à de nombreux défis ».

Le baromètre est organisé selon 4 grands items, légèrement orientés :

- Les Français accordent un statut unique au vin
- Une consommation plus occasionnelle que quotidienne
- Des consommateurs curieux et éclairés
- Une filière perçue comme attractive et responsable

²⁶ https://www.lexpress.fr/actualite/societe/sante/alcoolisme-agnes-buzyn-seule-contre-le-lobby-du-vin_1993741.html

²⁷ <https://www.vinetsociete.fr/barometre-ifop-vin-societe-2019-les-francais-et-le-vin>



Le retour de l'« éducation au goût » de l'alcool

Après le soutien exprimé par Emmanuel Macron à la filière viticole, Jean-Michel Blanquer, ministre de l'Éducation nationale et de la Jeunesse, s'est également attelé à soutenir l'enseignement de la culture de la vigne et du vin.

En juin 2019, la députée LREM Marie-Pierre Rixain a alerté le ministre de l'Éducation nationale et de la Jeunesse sur la place de l'alcool dans les programmes scolaires²⁸. Le 28 février 2019, France 2 révélait en effet que le lobby « Vin & Société » avait signé un partenariat publicitaire avec des supports bien connus de l'édition jeunesse : les fiches « Les Incollables » et le journal « Mon quotidien ». En régions, les interprofessions de vignerons ont également créé des kits pédagogiques, proposés aux écoles des zones viticoles pour toutes les classes de la maternelle au collège. D'après l'interprofession viticole, environ 800 classes d'écoles publiques les utilisent depuis plusieurs années avec l'accord des rectorats. La députée déclarait, à juste titre, que si « l'éveil à la culture du vin dans des régions viticoles est évoqué pour justifier ces pratiques, la présence d'outils élaborés à des visées d'influence au sein de l'école publique ne peut qu'interroger ».

²⁸ <http://questions.assemblee-nationale.fr/q15/15-20067QE.htm>

Dans sa réponse, le ministre a notamment déclaré : « La culture de la vigne et le vin, particulièrement dans les régions [viticoles], font pleinement partie du patrimoine. A ce titre ils doivent être abordés en classe ». La déclaration, dont s'est félicité le lobby viticole, n'a pas tardé à être relayée sur le site Vitisphère²⁹.



Jean-Michel Blanquer soutient l'enseignement de la culture de la vigne et du vin

Vendredi 20 décembre 2019 par Alexandre Abellan

[Lire plus tard](#) [Commenter](#) [Imprimer](#) [Envoyer](#) [Twitter](#) [Facebook](#) [LinkedIn](#)



« Le ministère œuvre en matière d'éducation à l'alimentation et de prévention des conduites addictives [et] vise à favoriser les actions de sensibilisation et prévention contre la prise de substances psychoactives » précise le ministre de l'Éducation nationale et de la Jeunesse - crédit photo : Ministère éducation nationale et jeunesse

Dans une réponse parlementaire, le ministre de l'Éducation Nationale défend une sensibilisation scolaire encadrée des enfants aux pratiques vitivinicoles patrimoniales.

« La culture de la vigne et le vin, particulièrement dans les régions [viticoles], font pleinement partie du patrimoine. A ce titre ils doivent être abordés en classe » pose ce 17 décembre Jean-Michel Blanquer, le ministre de l'Éducation nationale et de la Jeunesse, en réponse à l'interpellation, et aux inquiétudes, de la députée parisienne Marie-Pierre Rixain (La République en

A LIRE AUSSI

ALCOOL
Didier Guillaume précise ses propos

SANS SOUTIEN GOUVERNEMENTAL

Les éléments de langage avancés par le ministre font étrangement penser à la théorie de l'éducation au goût³⁰. Cette théorie, développée par le lobby de l'alcool, vise à

²⁹ <https://www.vitisphere.com/actualite-90852-Jean-Michel-Blanquer-soutient-lenseignement-de-la-culture-de-la-vigne-et-du-vin.htm>

³⁰ <https://www.anpaa.asso.fr/lanpaa/actualites/alcool/765-educ-alcool-education-gout-miroirs-alouettes-lobby-alcool>

« l'apprentissage du bien boire » alors même que les études montrent que, plus on boit précocement et plus les risques de consommation excessives sont élevés à l'âge adulte.

Mais Jean-Michel Blanquer n'est pas le seul ministre à s'être illustré sur le sujet l'année passée. Le ministre de l'Agriculture Didier Guillaume a lui aussi accordé un état d'exception au vin comme le rappelle l'article « Alcool VS tabac : duel de lobbys, victoire du vin »³¹.

Le meilleur exemple de cette justification d'intérêts économiques par la culture et l'histoire de France nous vient de l'actuel ministre de l'Agriculture Didier Guillaume. En janvier 2019, il s'était fait remarqué en clamant son amour pour le vin: «Le vin n'est pas un alcool comme un autre, avait-il affirmé au micro de BFM-RMC. L'addiction à l'alcool est dramatique, et notamment dans la jeunesse, avec le phénomène du “binge drinking”. Mais je n'ai jamais vu un jeune qui sort de boîte de nuit saoul parce qu'il avait bu du Côtes-du-Rhône, du Crozes-Hermitage, du Bordeaux, jamais. Ils boivent des mélanges, de l'alcool fort.»

Il attaquait alors les spiritueux, peu présents sur le territoire, pour mieux défendre la viticulture, omniprésente. Une méthode de lobbyiste professionnel appliquée par un ministre de la République.

Alain Rigaud, président honoraire de l'ANPAA, rappelait également dans cet article le privilège fiscal accordé au vin.

³¹ <http://www.slate.fr/story/186041/alcool-vs-tabac-lobbys-taxations>

La France des bars et des vignobles

«L'État est extrêmement tolérant concernant les boissons alcoolisées, en particulier pour le vin qui fait l'objet d'un privilège fiscal incomparable, décrypte Alain Rigaud. Les spiritueux sont soixante-trois fois plus taxés et les bières quinze fois plus. Le vin fait l'objet d'un privilège fiscal.» En reprenant quelques chiffres du CNIV, un comité de professionnels du vin, on mesure l'importance du vin sur le sol français.

Cet article faisait enfin référence à l'Association nationale des élus de la vigne et du vin (Anev) qui regroupe différents élu·es de l'Assemblée et du Sénat, et des maires du pays. Un conflit d'intérêts évident auquel a réagi Alain Rigaud : « On parle beaucoup de la Haute autorité pour la transparence de la vie publique en ce moment [l'affaire Delevoye, ndlr], mais le rôle de cette autorité consiste également à encadrer les lobbys. Or, avec cette association, vous avez des élus qui se font le relais des lobbys viticoles, en étant au pouvoir grâce à des électeurs liés à la viticulture car très présente dans leur territoire et ce sont eux qui font la loi. Tout ça, sans être identifiés comme lobby ».

Pantouflage aux Brasseurs de France

Les liens étroits entre lobbystes et pouvoir ne concernent pas que la filière viticole. En juillet 2019, nous apprenions via un communiqué³² que Matthias Fekl, ancien secrétaire d'État en charge notamment du Commerce extérieur et brièvement ministre de l'Intérieur sous le gouvernement de François Hollande, était élu président de l'association Brasseurs de France. Il succède alors à François Loos, au gouvernement durant le second mandat de Jacques Chirac à l'Élysée. Matthias Fekl déclarait vouloir mettre « tout en œuvre pour représenter et promouvoir le secteur brassicole en pleine mutation et défendre l'agriculture et la gastronomie françaises ».

Une nouvelle preuve, s'il en fallait, des conflits d'intérêts et de l'influence de l'industrie de l'alcool sur le monde politique.

³² <https://twitter.com/BrasseursFrance/status/1153244522694004736>



Matthias Fekl ✓
@MatthiasFekl



Merci aux @BrasseursFrance pour leur confiance ! A un moment charnière pour la profession, je mettrai tout en oeuvre pour représenter et promouvoir le secteur brassicole en pleine mutation et défendre l'agriculture et la gastronomie françaises twitter.com/BrasseursFranc...

Brasseurs de France @BrasseursFrance

Le communiqué de presse : @MatthiasFekl @BrasseursFrance



Communiqué de Presse
Juillet 2019

Matthias FEKL élu à la présidence de Brasseurs de France

Camet
AGRO-ALIMENTAIRE
Brasseurs de France

Matthias FEKL est élu président de Brasseurs de France.

Matthias FEKL a été élu à l'unanimité président de Brasseurs de France par l'Assemblée générale.



Il prend ses fonctions de président de Brasseurs de France à un moment charnière pour la profession : avec plus de 1.600 brasseries réparties sur l'ensemble du territoire et une consommation de bière désormais en progression après une longue période de baisse. Dans ce contexte économique particulier de reconstruction de sa filière et de forte création d'emplois, le secteur brassicole a à cœur de défendre notamment ses engagements historiques de développement durable et de consommation responsable.

5. Conclusion

Malgré des moyens beaucoup plus limités que l'industrie de l'alcool, l'ANPAA ainsi que les associations et acteurs de santé publique ont poursuivi en 2019 leurs actions de prévention, d'information et de veille en matière de risques liés à l'alcool. Nous aurons d'ailleurs remporté deux batailles significatives – à savoir la non-réintroduction de l'alcool dans les stades et le succès de l'opération « Défi de janvier » malgré le désengagement de l'Etat – et nous poursuivrons nos efforts pour que la santé des Français continue de primer sur les intérêts économiques.

Ensemble

Changeons le regard sur les addictions

www.anpaa.asso.fr

Suivez-nous sur



ANPAA

20, rue Saint-Fiacre – 75002 Paris

Tél. : 01 42 33 51 04 – Fax : 01 45 08 17 02 – contact@anpaa.asso.fr - [@anpaa_asso](https://www.instagram.com/anpaa_asso) – www.anpaa.asso.fr