

ALCOOLS ET INFORMATION DES CONSOMMATEURS :

Une exigence légitime

Association
Addictions
France



DÉCRYPTAGES N° 21

*Bernard BASSET
Alain RIGAUD
Franck LECAS*

DECEMBRE

20
16



DECEMBRE 2016 Numéro 21

ALCOOLS ET INFORMATION DES CONSOMMATEURS



Une exigence *Bernard BASSET*
légitime *Alain RIGAUD*
 Franck LECAS

Les difficultés de l'information sur le plaisir de consommer

6

Les freins à l'information sur les risques

6

Fausse information et propagande

7

Le slogan de la «modération» contre l'information sur le risque

8

Un avertissement sanitaire scientifiquement faux

8

L'apport calorique de l'alcool

9

Les pesticides et phyto-sanitaires

9

Les sulfites

10

Information du public et liens d'intérêts

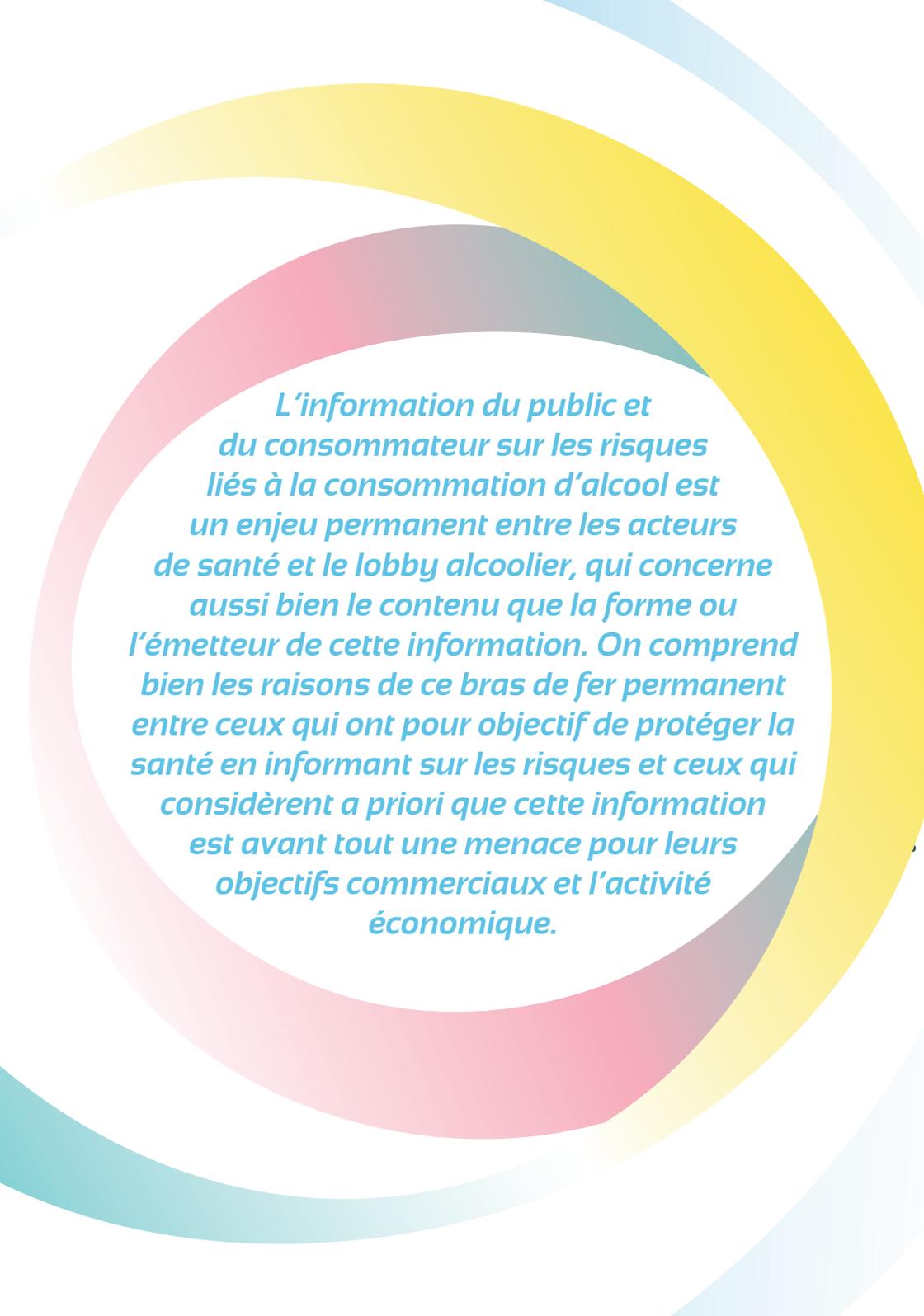
11

Qui est légitime pour informer ?

11

Quelle information ?

12



L'information du public et du consommateur sur les risques liés à la consommation d'alcool est un enjeu permanent entre les acteurs de santé et le lobby alcoolier, qui concerne aussi bien le contenu que la forme ou l'émetteur de cette information. On comprend bien les raisons de ce bras de fer permanent entre ceux qui ont pour objectif de protéger la santé en informant sur les risques et ceux qui considèrent a priori que cette information est avant tout une menace pour leurs objectifs commerciaux et l'activité économique.

Les difficultés de l'information sur le plaisir de consommer

Une information honnête et transparente ne saurait passer sous silence la motivation première qui est à la base de la consommation de tout produit psychoactif, licite ou illicite, et qui est la recherche de plaisir. Pour l'alcool, les effets les plus évidents qui incitent à la consommation, à des doses faibles, sont une légère euphorie, une détente ou une baisse de l'anxiété, et une désinhibition. Ces effets constants de la consommation d'alcool permettent de faciliter les contacts et les relations humaines, ce qui explique l'association de cette consommation avec la convivialité.

Pour autant, nous savons tous que le passage d'une légère gaieté à une ébriété plus ou moins prononcée, voire à une perte de contrôle de son comportement, est facile et fréquent. Cela dépend de la dose ingérée et de la rapidité de l'ingestion, et elle varie pour chacun d'entre nous.

L'information sur le plaisir de consommer, privilégiée par le lobby alcoolier pour des raisons évidentes, est pourtant un exercice d'équilibriste qui navigue entre plusieurs écueils car les alcooliers se prévalent de responsabilité :

- L'information sur une notion aussi complexe que le plaisir aura naturellement tendance à valoriser le produit qui le procure. On passera ainsi insensiblement de l'information à la promotion du produit et à l'incitation à le consommer.
- La recherche de plaisir via l'alcool a tendance à être présentée comme une composante normale des relations sociales, sans pour autant tomber dans la représentation repoussoir du « buveur d'habitude » qui boit pour boire.
- Il doit s'agir d'un plaisir distingué, sophistiqué, c'est pourquoi le plaisir de la dégustation raffinée des grands crus ou d'alcools hors d'âge aux saveurs singulières est privilégié. Or, ces alcools rares et chers ne représentent qu'une partie très minoritaire de la consommation globale de boissons alcooliques.
- La valorisation du plaisir de consommer pour les jeunes adultes doit être suffisamment subtile pour ne pas encourir le reproche d'incitation à la consommation d'alcool par les mineurs.

Toutes ces difficultés ont nourri l'élaboration de la loi Evin et alimentent les débats récurrents entre le lobby de l'alcool, qui souhaite valoriser ses produits dans un cadre le moins contraignant possible, et les acteurs de santé pour lesquels l'alcool n'est pas un produit de consommation sans risque. Pour cette raison, ceux-ci demandent un encadrement de l'information et de la promotion des boissons alcoolisées à l'origine, non seulement de plaisir immédiat, mais aussi à terme de 49 000 morts par an, dont 15 000 par cancer. Par ailleurs, la désinhibition, qui accompagne le plaisir, contribue à des passages à l'acte et à la survenue chaque année de 500 000 faits de violence, dont 50 000 personnes victimes de viols ou d'agression sexuelle.

Les freins à l'information sur les risques

L'information sur les risques de la consommation d'alcool est l'épouvantail sur lequel s'acharne en permanence le lobby de l'alcool. On peut le comprendre, la simple énumération des risques (maladies, morts, accidents, handicaps, violence routières, sociales ou domestiques...) apporte un gros bémol au plaisir de consommer, et la quantification de ces risques davantage encore.

Dans l'impossibilité d'occulter cette information sur les risques à une époque de valorisation de la transparence et du droit des consommateurs, le lobby alcoolier, dans le droit fil de l'industrie meurtrière du tabac, développe des méthodes visant à relativiser les risques en «instillant le doute» pour reprendre la formule pertinente de Richard Proctor¹. Cette instillation du doute est d'autant plus utilisée que la vérité scientifique se construit et s'affine progressivement sur la base d'interrogations, d'échanges voire de controverses. Toute divergence entre scientifiques, même de détail, peut ainsi être exploitée par le lobby de l'alcool. Et, comme on n'est jamais mieux servi que par soi-même, le lobby de l'alcool a créé ses propres organismes de recherche (l'IREB devenu en 2016 la Fondation pour la Recherche en Alcoolologie²), ou publie ses propres études (sans mention d'auteur ni de méthode) comme Vin & Société³ pour minorer le risque de cancer.

FausseS informations et propagande

L'énumération des fausses informations diffusées par le lobby de l'alcool⁴, déjà bien fournie, s'allonge sans cesse. Elles ont toutes un point commun : affirmer que l'alcool présente des avantages pour la santé afin de contrebalancer le discours scientifique sur les risques. Dans les dernières décennies, on a pu assister à quelques opérations de communication montées de toutes pièces sans justifications scientifiques :

- Le pseudo french paradox selon lequel les Français vivraient plus vieux, car ils boivent du vin
- Le vin (le whisky pour les Ecossais, ou la bière pour les Danois) qui diminuerait la mortalité cardio-vasculaire pour des consommations faibles
- Le resvératrol contenu dans le raisin comme anti-oxydant, qui protégerait le cœur.

Malheureusement, pour le lobby alcoolier, les mauvaises nouvelles s'enchaînent et se ressemblent :

- Les experts canadiens⁵, au terme d'une impressionnante revue de la littérature, concluent que la consommation «modérée» d'alcool n'a pas d'effets bénéfiques pour la santé
- Le resvératrol est très mal absorbé par l'estomac, et ne peut donc pas contribuer à la bonne santé du cœur⁶.
- Et, coup de grâce, les doses faibles d'alcool contribuent incontestablement à la survenue de cancer, notamment de cancer du sein⁷.

Face à ces études toutes plus décevantes les unes que les autres pour les alcooliers, il ne reste que l'affirmation péremptoire, l'argument d'autorité, les mantras répétés à satiété en espérant que cette forme primitive d'information, qu'on appelait autrefois de la propagande, finira par s'imposer. On entend ainsi tous ceux qui n'ont aucune compétence scientifique ou médicale se répandre sur les bienfaits de l'alcool, oubliant par là-même que la science progresse inexorablement, en matière d'alcool comme en tous les domaines, et que les connaissances prennent désormais un tour irréversible : non seulement il n'y a pas de consommation sans risque, mais l'alcool ne présente aucun bénéfice pour la santé.

**LES RISQUES ET LES DOMMAGES SONT DE MIEUX EN MIEUX CONNUS,
LES BÉNÉFICES SONT DE PLUS EN PLUS ILLUSOIRES.**

1 • Golden Holocaust, Richard Proctor, Ed. des Equateurs, 2014

2 • Cf. ANPAA, Décryptages n° 19 : « La «nouvelle» façade scientifique des alcooliers : la Fondation pour la Recherche en Alcoolologie », octobre 2016. <http://www.anpaa.asso.fr/lanpaa/actualites/alcool/833-decryptages-19-nouvelle-facade-scientifique-alcooliers-fra-fondation-recherche-alcoolologie>

3 • <http://www.vinetsociete.fr/eclairer-l-opinion/etude-vin-et-sante>

4 • Cf. ANPAA, Décryptages n°13 : « Alcool : désinformation et fausses allégations », mai 2016. <http://www.anpaa.asso.fr/decryptages-n-13-alcool-desinformation-fausseS-allegations>

5 • Do "Moderate" Drinkers Have Reduced Mortality Risk? A Systematic Review and Meta-Analysis of Alcohol 4 Consumption and All-Cause Mortality. Tim Stockwell et al.

6 • High absorption but verylowbioavailability of oral resveratrol in humans.Walle T, et al. 2004

7 • Alcohol consumption as a cause of cancer, Jeannie Connor, Addiction, 2016

Le slogan de la «modération» contre l'information sur le risque

Le lobby alcoolier s'accroche à une notion floue, la «modération», qui, selon lui, doit servir de message principal pour prévenir les dommages liés à la consommation d'alcool. C'est d'ailleurs le nom choisi récemment par l'organisme créé et financé intégralement par les alcooliers pour se positionner sur le champ de la santé (Avec *Modération!* ex-Entreprise et prévention)⁸.

Historiquement, le concept de modération a toujours été un cheval de bataille contre la loi Evin qui a rendu obligatoire en 1991 l'avertissement sanitaire «*L'abus d'alcool est dangereux pour la santé*». A l'époque, le lobby de l'alcool a cherché comment contrer dans les publicités cette information sur le risque lié à la consommation d'alcool. Il a ajouté à l'avertissement sanitaire sur le danger de l'alcool le conseil «*A consommer avec modération*» pour en atténuer la portée. Si les alcooliers acceptent d'ajouter une mention non obligatoire, on comprend bien qu'il s'agit de protéger ainsi leur intérêt et leur activité. «*A consommer avec modération*» exprime une invitation implicite à consommer de l'alcool, et la modération devient un habillage séduisant destiné à faire écran sur une information sur les risques. D'ailleurs, au fil du temps, la formule «à consommer avec modération» est devenue un rituel sans signification véritable, qui accompagne tout échange sur la consommation d'alcool, en général avec un clin d'œil, un sourire entendu ou un rire de connivence.

La *modération* ne signifie rien de précis pour le consommateur, et c'est bien pourquoi les alcooliers s'y accrochent. Elle leur permet uniquement et à bon compte de prétendre qu'ils contribuent à la prévention.

Un avertissement sanitaire scientifiquement faux

L'avertissement sanitaire légal qui figure sur les bouteilles d'alcool «L'abus d'alcool est dangereux pour la santé» correspond par son contenu à son époque :

- Les risques liés à la consommation d'alcool étaient moins bien connus qu'aujourd'hui, notamment le risque de cancers pour des consommations faibles.
- L'abus d'alcool, qu'on qualifierait aujourd'hui de consommation excessive ou d'addiction à l'alcool, entraîne des risques évidents et incontestés. Mais en ne mentionnant que les risques liés à une consommation excessive, on gomme tous les autres, et on passe implicitement ou explicitement le message que seul l'abus ou la consommation excessive est dangereuse, ce qui est scientifiquement faux.
- Ce message correspond à une étape historique dans l'information du consommateur, qui mérite aujourd'hui une actualisation en accord avec le progrès des connaissances scientifiques.

Le principe de l'avertissement sanitaire sur les contenants de boissons alcoolisées doit être maintenu, comme pour tous les produits de consommation à risques, mais :

- le message doit aujourd'hui évoluer pour être en accord avec les connaissances scientifiques actuelles,
- les informations dispensées ne doivent pas être réductrices, mais véritablement informatives, c'est pourquoi une rotation des messages sur les différents risques, comme c'est le cas pour le tabac, serait une solution adaptée.

8 • Cf. ANPAA, *Décryptages n°8* : «*Décryptage de la com' des alcooliers : Avec Modération!*», décembre 2015. ht

L'apport calorique de l'alcool

Alors que les pays développés connaissent une épidémie de surpoids et d'obésité, l'attention portée aux différents apports caloriques par le régime alimentaire s'impose. C'est pourquoi l'apport calorique lié à l'ingestion d'alcool, comme c'est le cas pour les aliments, est un élément d'information pour le consommateur qui souhaite équilibrer son alimentation. Or, le lobby alcoolier au niveau européen s'oppose farouchement à une obligation de transparence sur l'apport calorique des boissons alcoolisées. Une fois de plus, il fait prévaloir les intérêts économiques au détriment de l'intérêt général et de la santé. Quelques repères faciles à comprendre peuvent pourtant être utiles pour le consommateur tels que :

Type de boisson	Quantité (en cl)	Nombre de calories
Bière (4-5°)	25	100-120
Vin et effervescents 12°	10	70
Apéritif 18°	7	110
Rhum agricole 50°	2,5	70
Whisky 40°	2,5	55
Vodka 40°	2,5	55
Pastis 45°	2,5	55

Une information simple sur l'apport calorique par dose, ou par bouteille de vin, de bière, de whisky ou de vodka, peut influencer sur le niveau de consommation, et donc sur le chiffre d'affaires global du secteur, mais il est tout de même peu probable que cela conduise à un bouleversement du marché des alcools. En fait, ce bras de fer confirme de manière crue que l'information du consommateur n'est acceptable par le lobby alcoolier que si elle ne gêne en rien son commerce.

Les pesticides et phyto-sanitaires

L'utilisation de pesticides ou d'autres produits phyto-sanitaires dans la viticulture était connue, mais l'importance de ces pratiques a été mise à jour spectaculairement par l'enquête présentée dans l'émission Cash Investigation d'Elise Lucet le 2 février 2016. La viticulture qui représente 3 % des terres cultivées consomme 20 % des pesticides. Ainsi, logiquement, les départements les plus viticoles (la Gironde pour le Bordeaux, la Marne pour le Champagne, et la Loire-Atlantique pour le Muscadet) sont les plus gros consommateurs de pesticides.

Ces techniques de production intensive sont bien évidemment en décalage total, sinon en contradiction, avec le discours du lobby viticole sur le vin (produit naturel, de terroir et artisanal) que ses relais parlementaires ont martelé pour obtenir en 2016 une nouvelle restriction de la portée juridique de la loi Evin lors de la discussion de la loi sur la modernisation du système de santé.

La plupart de ces pesticides sont cancérigènes et la hausse du nombre des cancers infantiles (1 % par an depuis les années 80) et des malformations de nouveau-nés sont liées à l'utilisation excessive des produits phyto-sanitaires. Des analyses biologiques faites sur les cheveux des enfants des écoles à proximité des vignes pour l'émission Cash Investigation ont montré une teneur particulièrement élevée de pesticides et la variété de ceux-ci.

Une information du consommateur sur la teneur de ces produits dans les boissons alcoolisées, et en particulier dans la plus consommée, le vin, serait parfaitement légitime. Mais, contrairement aux aliments, la législation ne prévoit pas de limites de résidus de pesticides pour le vin. C'est une exception française qui s'explique évidemment par l'importance du marché national.

Conscients de l'effets désastreux de ces révélations auprès du public, le président du Comité Interprofessionnel des Vins de Bordeaux (CIVB), Bernard Farges, a déclaré le 25 avril 2016 que «*Oui, la filière des vins de Bordeaux a pour objectif la diminution forte, voire la sortie de l'usage de pesticides*»⁹. Cependant, cette déclaration d'intention a toutes les chances de rester lettre morte puisqu'aucun calendrier pour cette décroissance dans l'utilisation des pesticides n'a été fixé. Cette déclaration n'est qu'un contrefeu, et aucun élément concret n'indique un changement de politique et de pratiques en matière de pesticides.

Dans l'attente, on pourrait espérer un engagement d'information sur les teneurs en pesticides sur les bouteilles de vin et l'établissement d'un périmètre de protection autour des écoles, mais le souci premier de Bernard Farges ne semble pas d'informer le consommateur ni de protéger les écoliers.

Les sulfites

Sur la quasi-totalité des bouteilles de vin, on peut lire la mention «*Contient des sulfites*». Les sulfites (anhydride sulfureux ou SO₂) sont ajoutés, depuis très longtemps, dans le vin comme antiseptique, acidifiant et anti-oxydatif pour le stabiliser et le protéger de l'oxygénation, en clair pour éviter que cela tourne au vinaigre. Ces sulfites peuvent être ajoutés à toutes les étapes de la fabrication du vin.

Cependant, indépendamment de leurs propriétés physico-chimiques, l'ingestion de sulfites peut avoir des effets indésirables pour le consommateur, à type d'intolérance (le plus fréquent étant le mal de tête), notamment chez les asthmatiques, voire plus rarement d'allergie pouvant aller jusqu'au choc anaphylactique.

Dans un rapport de juin 2011 sur l'Etude de l'alimentation totale française¹⁰, l'Agence nationale de sécurité sanitaire alimentation, environnement et travail (Anses) indique que 3 % des adultes dépassent la dose journalière admissible de sulfites établie par l'OMS (0,7 mg par kg de poids et par jour, soit environ 50 mg par jour pour un individu de 70 kg), et ce «*principalement en raison de la consommation de vin*» qui représente à lui seul environ 70 % de nos apports en sulfites. En clair, si l'on s'en tient aux derniers recensements de l'INSEE, plus d'un million de Français sont en surdose de sulfites à cause du seul vin. Bien sûr, parmi les quelque 40 millions de Français qui boivent du vin au cours de l'année, il s'agit là des consommateurs les plus réguliers qui sont, mathématiquement, les plus exposés à cet additif chimique. Mais ce ne sont pas pour autant des alcooliques, cette «*dose journalière admissible*» de sulfites pouvant être atteinte bien avant ce stade avec 20 ou 25 cl de vin particulièrement sulfités.

Face à la pression sociale grandissante pour une demande de produits les plus «*naturels*» possibles, la législation a évolué progressivement, et c'est pourquoi la mention «*Contient des sulfites*» est obligatoire au-delà de 10.mg/l depuis 2006. De plus la dose maximale autorisée est de 150 mg/l pour les vins rouges et de 200 mg/l pour les blancs, les rosés et les effervescents, et de 400 mg/l pour les liqueux.

9 • Dépêche AFP

10 • <https://www.anses.fr/fr/system/files/PASER2006sa0361Ra2.pdf>

Mais là encore, la transparence s'arrête en chemin car, pourquoi ne pas indiquer clairement la dose réelle de sulfites contenus dans chaque bouteille afin que le consommateur, en fonction de sa préoccupation ou de sa sensibilité aux sulfites, puisse choisir de manière éclairée ?

Information du public et liens d'intérêts

L'information du public est un enjeu crucial pour tous les consommateurs, mais ici également pour des raisons de santé publique. Comme en bien d'autres domaines, le problème des conflits d'intérêts se pose de manière simple : *peut-on confier sans contrôle à une industrie ou un secteur économique la tâche d'informer sur les effets indésirables ou les dangers de ses produits ?* L'Histoire nous enseigne que non. De lui-même, le secteur économique, quel qu'il soit, minorera ou occultera les inconvénients ou les dangers de ses produits, et ce d'autant plus qu'il s'inscrit dans une logique de conquête de marché ou de contexte très concurrentiel. Les exemples abondent sur la manière dont ce dilemme, entre la pression du marché et l'information du public, est pratiquement toujours tranché par l'industrie :

- L'industrie alimentaire s'oppose à une information simple et facilement compréhensible par le consommateur sur la qualité nutritionnelle des aliments, et souhaite imposer ses propres avertissements contre l'avis des scientifiques de l'INSERM.
- L'industrie pharmaceutique n'a pas su prévenir le scandale du Médiateur.
- L'industrie automobile a triché à grande échelle sur les émissions des moteurs diesel.
- L'industrie du tabac a été le champion absolu de la communication malhonnête au 20ème siècle.

L'attitude de l'industrie alcoolière s'inscrit dans cette dynamique où la préservation et la conquête de marchés est l'objectif premier. Ce n'est pas en soi contestable pour peu que des procédures garantissent une information indépendante et transparente sur les éventuels effets indésirables.

C'est pourquoi, pour des produits ayant un impact négatif considérable pour la santé comme les boissons alcoolisées, l'information du consommateur ne peut être laissée à la seule discrétion du secteur économique et au jeu des liens d'intérêts. Elle ne peut pas non plus être subordonnée au bon vouloir du secteur économique comme c'est le cas actuellement.

Qui est légitime pour informer ?

Une information fiable et indépendante de tout lien d'intérêt est tout à fait possible sur le sujet de l'impact sanitaire de la consommation d'alcool. De nombreux organismes scientifiques sont reconnus internationalement pour la qualité de leur expertise, qu'il s'agisse par exemple de :

- L'Observatoire Français des Drogues et des Toxicomanies (OFDT)
- L'Institut National du Cancer (INCa)
- Santé Publique France (fusion notamment de l'INPES et de l'INVS)
- L'INSERM (Institut national de la santé et de la recherche médicale)

Le secteur économique de l'alcool doit comprendre, dans la période actuelle de préoccupation du public sur les questions de santé et d'environnement, qu'il a tout intérêt à tenir compte de la production scientifique indépendante et reconnue par la communauté internationale, plutôt que de financer ses propres études, via la Fondation pour la Recherche en Alcoologie, voire de faire des présentations hautement contestables comme sur le site de Vin & Société. A notre époque, ce lobbying sous habillage pseudo-scientifique ne trompe plus personne et ne fait à terme que renforcer la méfiance des consommateurs.

Les ministères, qui ont en charge le développement du secteur économique de l'alcool, sont dans la même position intellectuelle de conflit d'intérêt. Le ministère de l'Agriculture défendra toujours la viticulture contre celui de la santé. Le ministère des Finances privilégiera toujours les rentrées fiscales. Ce jeu de rôle, qui se fait au détriment de la santé de la population, exige une clarification et une définition des compétences ministérielles sur une base incontestable :

**SEUL LE MINISTÈRE DE LA SANTÉ EST COMPÉTENT ET LÉGITIME
POUR INFORMER LA POPULATION SUR LES RISQUES SANITAIRES.**

Quelle information ?

Nous l'avons vu, la consommation d'alcool s'inscrit dans une recherche de plaisir qu'il ne saurait être question de nier, et dont le lobby de l'alcool assure largement la promotion. Dès lors, l'enjeu principal est d'informer honnêtement les consommateurs sur les risques liés aux produits alcoolisés, pour qu'il gère sa consommation avec le moindre risque dans sa recherche de plaisir. Les grands axes de cette information du public, sous la responsabilité unique du ministère de la santé, pourraient être les suivants :

- Une information précise et quantifiée sur les pesticides et sulfites.
- Une information claire sur l'apport calorique des boissons alcoolisées.
- Un abandon de la notion floue de modération pour celle de la quantification des risques.
- Une mention plus visible du risque pour les femmes enceintes et l'enfant à naître.
- Des avertissements sanitaires actualisés en fonction de l'évolution des connaissances scientifiques.
- Des avertissements sanitaires plus nombreux et permettant une information sur la diversité des risques.

**CES INFORMATIONS SONT AUSSI LÉGITIMES QUE FACILES À COMMUNIQUER.
RIEN NE DEVRAIT Y FAIRE OBSTACLE.**

Décryptages N°20

Cannabis : *L'inévitable débat*

Décryptages N°19

La « nouvelle » façade scientifique des alcooliers : *la FRA : la Fondation pour la Recherche en Alcoologie*

Décryptages N°18

Alcool : *Députés et sénateurs en mission*

Décryptages N°17

Terrorisme et tabagisme dans les lycées :
Les éléments du débat

Décryptages N°16

La bière championne de l'Euro :
Sport, sponsoring et publicité

Décryptages N°15

Alcool et Sport : *Les liaisons dangereuses*

Décryptages N°14

« Recettes Pompettes » :
Pochade ou incitation à l'ivresse ?

Décryptages N°14 bis

Le bidonnage dangereux :
« Recettes Pompettes » (Suite)

Décryptages N°13

Alcool : *Désinformation et fausses allégations*

Décryptages N°12

« Education au goût » et Educ'Alcool :
Les miroirs aux alouettes du lobby de l'alcool

Décryptages N°11

Vin & Société :
L'offensive contre la santé

Décryptages N°10

Dépistage du cannabis au lycée :
Les questions posées

Décryptages N° 9

Retour sur un fiasco médiatique :
La campagne publicitaire de Vin & Société

Décryptages N° 8

Décryptage de la com' des alcooliers :
Avec Modération !

Décryptages N° 7

La façade scientifique des alcooliers :
L'IREB

Décryptages N° 6

Alcool et santé :
Une préoccupation internationale

Décryptages N° 5

Les méthodes du lobby de l'alcool :
Ou comment inciter les jeunes à boire

Décryptages N° 4

La cible du lobby de l'alcool :
Les jeunes - Les raisons de la mise en cause de la loi Evin

Décryptages N° 3

Publicité sur les boissons alcooliques :
Les véritables objectifs du lobby de l'alcool

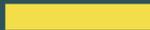
Décryptages N° 2

La loi Evin sur les boissons alcooliques :
de quoi parle-t-on ?

Décryptages N° 1

Le débat actuel de la loi Evin





L'information du public et du consommateur sur les risques liés à la consommation d'alcool est un enjeu permanent entre les acteurs de santé et le lobby alcoolier, qui concerne aussi bien le contenu que la forme ou l'émetteur de cette information. On comprend bien les raisons de ce bras de fer permanent entre ceux qui ont pour objectif de protéger la santé en informant sur les risques et ceux qui considèrent a priori que cette information est avant tout une menace pour leurs objectifs commerciaux et l'activité économique.



RECONNUE D'UTILITÉ PUBLIQUE
FONDÉE EN 1872 PAR LOUIS PASTEUR ET CLAUDE BERNARD
www.addictions-france.org • contact@addictions-france.org
ANPAA - 20 rue Saint-Fiacre, 75002 Paris • Tél. : 01 42 33 51 04

Suivez-nous sur :

 @AddictionsFr

 Association Addictions France

 Association Addictions France

