

«RECETTES POMPETTES» :

Pochade ou incitation à l'ivresse ?

Association
Addictions
France



DÉCRYPTAGES N° 14

*Bernard BASSET
Alain RIGAUD
Franck LECAS*

AVRIL

20
16



AVRIL 2016 Numéro 14

«RECETTES POMPETTES»



Pochade Bernard BASSET

ou incitation à Alain RIGAUD

l'ivresse ? Franck LECAS

**«Recettes Pompettes» ou comment
s'arsouiller en direct à la télé**

6

Le contournement revendiqué de la loi

6

Ivresse ou simulation de l'ivresse ?

6

La biture comme «révélateur de l'âme»

7

Boire, c'est courageux ?

7

Addictions France allume la mèche

8

Les réactions des pouvoirs publics

8

Les autres réactions et les silences équivoques

8

L'humour comme paravent de l'irresponsabilité

9

Les liens d'intérêts occultés

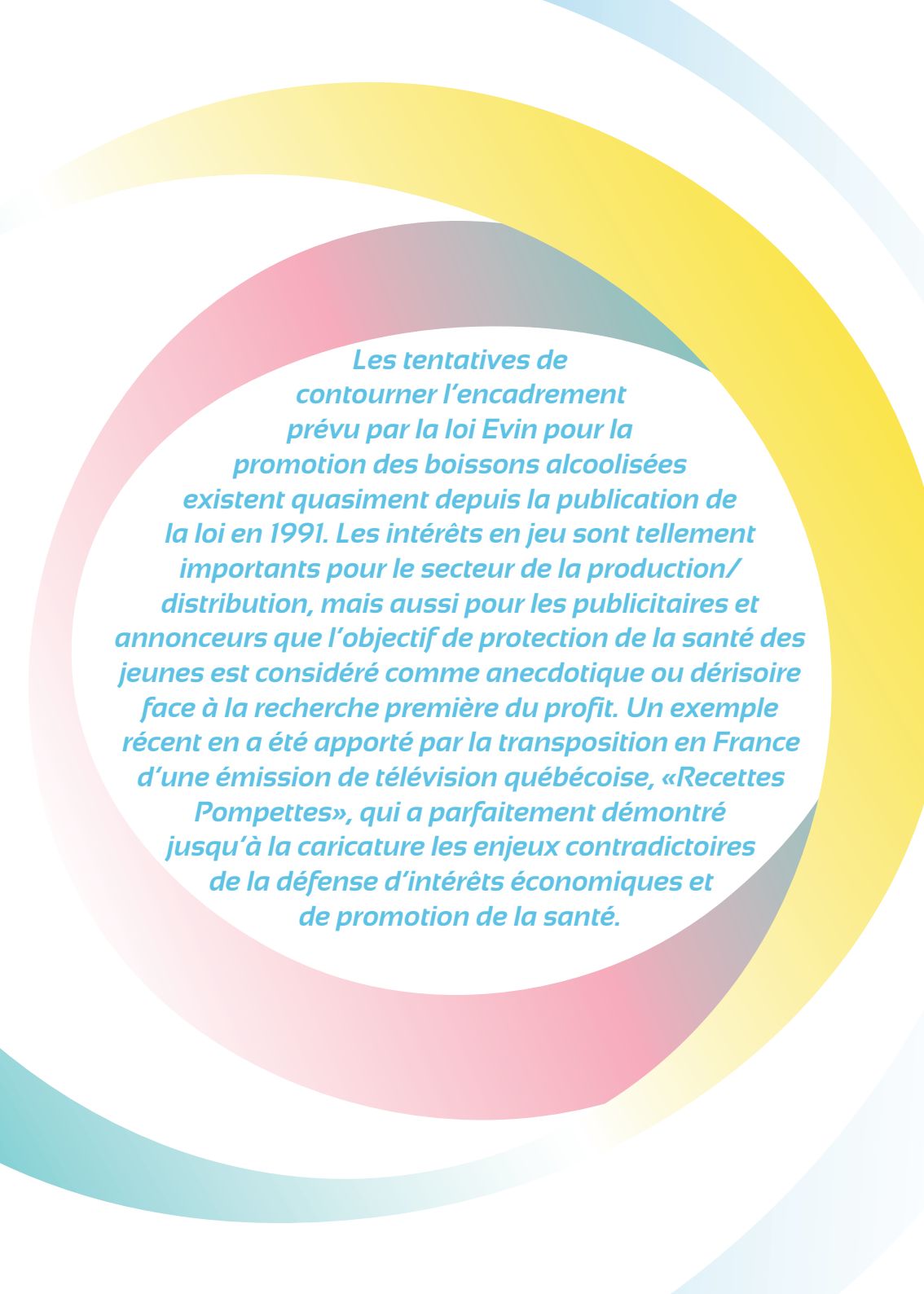
10

Conclusion

10

Annexes

11



Les tentatives de contourner l'encadrement prévu par la loi Evin pour la promotion des boissons alcoolisées existent quasiment depuis la publication de la loi en 1991. Les intérêts en jeu sont tellement importants pour le secteur de la production/distribution, mais aussi pour les publicitaires et annonceurs que l'objectif de protection de la santé des jeunes est considéré comme anecdotique ou dérisoire face à la recherche première du profit. Un exemple récent en a été apporté par la transposition en France d'une émission de télévision québécoise, «Recettes Pompettes», qui a parfaitement démontré jusqu'à la caricature les enjeux contradictoires de la défense d'intérêts économiques et de promotion de la santé.

«Recettes Pompettes» ou comment s'arsouiller en direct à la télé

Le principe de l'émission, tant au Québec qu'en France, est simple, voire simpliste, et parfaitement résumé par son slogan : «Faire à manger, Boire de l'alcool». Un animateur d'émission de télévision et une personnalité (un people) sont censés réaliser une recette de cuisine tout en buvant régulièrement des shots de vodka.

En pratique, la partie culinaire n'a strictement aucun intérêt, et d'ailleurs la promotion de l'émission n'insiste pas sur la qualité des plats mais sur le degré progressif d'ivresse des invités de l'émission. Les animateurs de l'émission, aussi bien au Québec (Éric Salvail) qu'en France (Monsieur Poulpe), n'ont d'ailleurs aucune référence à présenter en matière de gastronomie. Le premier invité de l'émission française a été Stéphane Bern, l'ami des aristocrates.

Le contournement revendiqué de la loi

La transposition en France de l'émission canadienne s'est heurtée à un obstacle qui est la position de l'autorité de régulation, le Conseil Supérieur de

l'Audiovisuel (CSA)¹, exprimée en 2008 et qui stipule notamment que «Si l'évocation de boissons alcooliques n'est pas interdite au sein des émissions télévisées et de radio, notamment des émissions d'information ou des documentaires, cette présentation ne doit être ni complaisante ni laudative et ne doit pas revêtir de caractère promotionnel» et que «la consommation d'alcool par les participants ne doit être ni excessive ni régulière». Les producteurs de l'émission française connaissent parfaitement cette position constante du CSA qui n'est que l'application de la loi Evin. Dès lors, ils vont profiter d'une imprécision quant aux compétences du CSA : l'autorité du CSA s'étend-elle aux émissions télévisées sur le web ou se limite-t-elle aux médias télévisuels classiques ? Cette incertitude juridique va être exploitée par les producteurs et revendiquée publiquement comme un moyen de contourner la loi, ajoutant l'incivisme à la promotion de l'ivresse.

Ivresse ou simulation de l'ivresse ?

Aussi bien Monsieur Poulpe que Stéphane Bern, conscients d'être sur un terrain glissant, se sont défendus de faire l'apologie de l'ivresse, en particulier dans le *Petit Journal* du 6 avril sur Canal+ consacrée à la polémique initiée par le communiqué de presse d'Addictions France sur les Recettes Pompettes. Stéphane Bern a déclaré qu'il était un peu pompette, mais sans plus, alors que dans un autre média, il a affirmé : «Je n'étais pas très en forme à la fin du tournage qui a duré 1h30 environ. Après le tournage, je n'étais pas très bien – j'étais malade toute la soirée pour dire les choses – et le week-end a été un peu pénible²». Monsieur Poulpe lui-même prend la précaution de prévoir un retour à domicile en voiture car «il faut rentrer accompagné quand on est saoul».

1 • Délibération du CSA n° 2008-51 du 17 juin 2008 relative à l'exposition des produits du tabac, des boissons alcooliques et des drogues illicites à l'antenne des services de radiodiffusion et de télévision.

2 • Le Figaro télé du 17 mars : <http://tvmag.lefigaro.fr/programme-tv/article/television>

Monsieur Poulpe lui-même tient des propos ambigus indiquant que, dans son émission, on ne boit pas que de la vodka pure, mais aussi un mélange d'eau et de vodka, alors qu'à Yann Barthès du *Petit Journal*, il a déclaré ingurgiter plus de 10 shots de vodka par émission, et qu'il fait un métier à risque !

Ces déclarations alambiquées, aussi bien de Stéphane Bern que de Monsieur Poulpe, révèlent surtout qu'ils n'ont pas le courage d'assumer publiquement le véritable ressort de l'émission : la mise en scène de l'ivresse. Qu'importe qu'elle soit réelle ou en partie simulée, c'est la promotion de la cuite qui est vendue au spectateur.

La deuxième émission, avec comme invité Antoine de Caunes, a été encore plus explicite. A la fin de l'émission, Monsieur Poulpe et Antoine de Caunes recrachent le «plat» qu'ils viennent de préparer. Ils dévoilent ainsi le véritable objectif qui se réduit à «*Boire de l'alcool*».

La biture comme «révélateur de l'âme»

L'animateur de l'émission, Monsieur Poulpe, aurait des prétentions journalistiques plus ambitieuses que de montrer simplement des peuples bourrés. Interviewé par Yann Barthès³, d'ailleurs assez dubitatif, il explique que l'ingurgitation d'alcool «*amène l'invité à se montrer sous une autre facette*», «*les masques tombent*», «*l'invité se livre vraiment*», et «*il y a un truc qui se passe*». Toutes ces considérations vagues n'ont qu'un objectif, faire passer l'idée que le moteur de l'émission n'est pas uniquement de montrer des personnalités ivres, contrairement à ce que tout le monde a compris, mais de proposer une sorte d'interview-vérité grâce à l'effet désinhibant de l'alcool à fortes doses. Dans la réalité, nous le savons tous, les conversations sous l'emprise de l'alcool, loin de livrer la vérité profonde de chacun, ne donnent à voir de notre personnalité qu'une vision distordue par les effets d'un produit psychoactif. Il est difficile également de discerner, dans les échanges embrumés par l'alcool, les subtilités de l'esprit. L'intellect devient aussi pâteux que la langue qui exprime les idées. D'ailleurs, on serait bien en peine, une fois l'émission terminée, de dire ce qu'on a appris de Stéphane Bern, si tant est que l'on soit parvenu à s'y intéresser.

Ce qu'on voit dans l'émission, n'en déplaise à Monsieur Poulpe, ce n'est pas la vérité d'un être, c'est la vérité des effets de l'alcool sur un être.

Boire, c'est courageux ?

Toujours dans la même interview, Monsieur Poulpe ne se contente pas de valoriser son métier à risque - avaler plus de 10 shots de vodkas par émission - mais il considère que les invités font preuve de courage en acceptant de participer à son émission. On ne comprend pas très bien si c'est le courage de boire autant ou celui de participer à une émission où ils vont se montrer sous un jour peu reluisant.

Cette mise en avant du pseudo-courage qui consiste à boire jusqu'à l'ivresse démontre à l'évidence que le ressort de l'émission est bien loin des prétentions intellectuelles de Monsieur Poulpe. Il s'agit de faire de l'audience sur le spectacle de l'ivresse des gens célèbres. Parler de courage à ce propos n'est qu'un moyen de les motiver, en réactivant les vieux clichés sur la virilité associée à la capacité à «encaisser».

Addictions France A allume la mèche

Par communiqué de presse le 4 avril, Addictions France attire l'attention sur une «*émission stupide et désolante, dans laquelle les stars des médias banalisent et encouragent l'ivresse, va sans doute faire des émules parmi les jeunes alors que le binge drinking (les bitures expresses) se développe*».

Addictions France relève que «*Recettes Pompettes*» nous vient du Québec, pays où l'industrie des boissons alcooliques soutient un organisme de prévention, appelé Educ'Alcool, qui est censé éviter les abus par une éducation au bien boire (l'éducation au goût) et à la consommation modérée et responsable». En conclusion «*Addictions France demande aux deux ministres de la Santé et de la Culture de faire cesser immédiatement ces émissions dégradantes qui incitent les jeunes à l'ivresse et valorisent une consommation d'alcool qui cause chaque année la mort de 50 000 personnes, représente la moitié de la délinquance routière et est impliquée dans 200 000 faits de violences générales*».

Les réactions des pouvoirs publics

Le ministère de la Santé évoque une «*incitation à la consommation excessive d'alcool*» et ajoute qu'il «est regrettable et dangereux de laisser croire, en particulier aux jeunes, que l'ivresse serait un comportement anodin, voire valorisant».

Parallèlement, l'Institut national de prévention et d'éducation pour la santé (INPES) et la Mission interministérielle de lutte contre les drogues et les conduites addictives (MILDECA) «*condamnent donc fermement cette vidéo, qui encourage objectivement les internautes à adopter des comportements dangereux pour leur santé*».

On peut néanmoins relever que la ministre de la Culture et de la Communication, Audrey Azoulay, s'abstient de toute déclaration de solidarité avec la ministre de la Santé, alors même que le producteur de l'émission se vante de contourner l'autorité du CSA.

Les autres réactions et les silences équivoques

La CAMERUP, qui fédère cinq associations d'entraide reconnues d'utilité publique, a écrit le 7 avril à la ministre de la Culture et de la Communication une lettre ouverte dont l'objet était «*L'apologie de la bêtise humaine sur le web*». La CAMERUP qualifie le concept de l'émission de «*paroxysme de la bêtise humaine en matière d'incitation à la défonce*», et «*se déclare solidaire des actions engagées par Addictions France et demande aux ministres de la Santé et de la Culture de faire cesser immédiatement ces émissions d'incitations à la consommation «dangereuse» et de l'apologie de la «connerie» de certains*».

La Fédération Addiction. Jean-Pierre Couteron, président de la Fédération Addiction, déclare dans Le Monde du 9 avril qu'il ne serait *«pas parti en guerre sur ce sujet-là»*. La Fédération Addiction confirme sa position par communiqué de presse le 11 avril. Ce communiqué semble assimiler la dénonciation de l'apologie de l'ivresse à un objectif d'abstinence. *«Interdire toute évocation des usages et pratiques, c'est à l'inverse s'enfermer sur le seul axe de l'abstinence, oubliant les apports de la réduction des risques et des dommages qui choisit de les accompagner. Réclamons de penser ensemble cette émission pour y construire le cadre d'un usage modéré. (...) Il est temps de sortir de cette confusion qui nuit à la modération, entre interdire et laisser faire, défendons la place de la Modération»*.

Vin & Société. Le lobby du vin, qui a fait de la dégustation son cheval de bataille pour défendre les intérêts de la filière, oublie pour l'occasion les gros buveurs (de petits vins !) qui assurent ses recettes. Vin & Société *«déploire et condamne le programme «Les Recettes Pompettes» qui va être diffusé en France à partir du 13 avril via You Tube. Autour du slogan «Faire à manger ; Boire de l'alcool», il mettra en scène des personnalités issues du milieu du spectacle, de la culture ou des médias, en état d'ivresse manifeste. Cette approche banalise, voire valorise l'état d'ivresse et la consommation excessive d'alcool. En cela, «Les Recettes Pompettes se situent aux antipodes des principes prônés par les acteurs de la filière viticole qui, au contraire, sont attachés à la consommation responsable et mesurée, très loin des représentations mises en scène dans ce programme»*. Il est vrai que l'animateur et l'invité de l'émission boivent de la vodka, la condamnation est plus aisée que s'ils n'avaient bu que du vin.

Avec Modération ! L'organisme (ex-Entreprise et Prévention) entièrement financé par les industriels de l'alcool garde un silence éloquent qui vaut approbation de l'émission, tant il lui aurait été facile de se dédouaner en brochant, comme Vin et Société, sur la consommation responsable (du consommateur). Mais, comme au moment de la remise en cause de la loi Evin en 2015, le silence de *Avec Modération !* et de son directeur Alexis Capitant indique qu'ils se félicitent silencieusement de tout ce qui peut affaiblir les acteurs de la prévention en santé. Son conseil scientifique est également resté silencieux. Avec Modération! joue parfaitement son rôle d'appendice du lobby.

L'humour comme paravent de l'irresponsabilité

L'argument de l'humour, qui autoriserait tout, est un classique pour réfuter la critique. Il permet de marquer ceux qui critiquent du sceau des rabat-joie. Parmi les arguments diffusés sur YouTube pour justifier le maintien de l'émission dans laquelle on fait l'éloge de la cuite sous couvert de *«PTDR»* – entendons *«se péter dessus de rire»* (sic) – on relève *«l'humour»*, le clin d'œil et les jeux de mots qui sont des ressorts classiques des publicitaires pour inciter à l'achat et à la consommation. Monsieur Poulpe fait semblant de l'ignorer pour les besoins de la cause (commerciale). De la même manière, *«l'humour»* de Recettes Pompettes ne permet pas de prendre de la distance, mais banalise la consommation excessive, et valorise l'ivresse comme amusante en escamotant toute perception des risques qu'elle comporte. Mais *«l'humour»* n'efface pas l'incitation à l'ivresse, ni sa valorisation.

Les liens d'intérêts occultés

La maison de production de *Recettes Pompettes*, Bagel Productions, est une filiale de Canal+. Lorsque Yann Barthès invite Monsieur Poulpe en direct sur le plateau du *Petit Journal*, il n'est à aucun moment fait mention du lien d'intérêt qui existe entre les producteurs de *Recettes Pompettes* et la chaîne Canal+, qui diffuse le *Petit Journal*, une omission surprenante pour un magazine décalé, qui fait dans le décryptage des dessous de la politique et des médias.

Conclusion

Recettes Pompettes a joué un rôle de révélateur sur plusieurs plans :

- l'incivisme revendiqué de producteurs d'émission qui mettent en avant le contournement de la loi pour la promotion d'une émission stupide et dangereuse,
- l'irresponsabilité de ceux qui valorisent l'ivresse, quand les bitures expresses des jeunes (*binge drinking*) sont une préoccupation prégnante de santé publique. Les leaders d'opinion ou les personnalités préférées des jeunes devraient s'interroger sur leur propre responsabilité quant à l'exemple qu'ils offrent à leur public,
- la difficulté pour certains acteurs à distinguer l'éloge de l'ivresse de la réduction des risques, l'absence de solidarité gouvernementale entre le ministère de la Santé et celui de la Culture.

Dans ce contexte, Addictions France ayant introduit une action en Justice, la parole est au juge.

CP d'Addictions France

Paris, le 4 avril 2016

Apologie de la biture sur You Tube Les Recettes Pompettes

S'arsouiller dans une émission sur le web, voilà le nouveau concept qui nous vient du Québec et que Stéphane Bern, l'ami des aristocrates, va inaugurer. Il s'agit d'une série d'émissions intitulée, avec une désinvolture choquante qui se veut amusante, «Les Recettes Pompettes». Et le slogan de l'émission ne dissimule pas son objectif : «Faire à manger, Boire de l'alcool». Le principe est le suivant : une personnalité du monde du spectacle ou de la culture (un peuple) prépare une recette de cuisine et boit à intervalle régulier une importante dose d'alcool (un shot). Il finit naturellement l'émission complètement ivre. La bande annonce de l'émission n'épargne pas les scènes d'ingestion répétées et l'état final déplorable de Stéphane Bern.

Cette émission stupide et désolante, dans laquelle les stars des médias banalisent et encouragent l'ivresse, va sans doute faire des émules parmi les jeunes alors que le binge drinking (les bitures expresses) se développe. Bel encouragement des peuples à les imiter dans ces conduites dangereuses et avilissantes.

La bêtise de «Recettes Pompettes» nous vient du Québec, pays où l'industrie des boissons alcooliques soutient un organisme de prévention, appelé Educ'Alcool, qui est censé éviter les abus par une éducation au bien boire (l'éducation au goût) et à la consommation modérée et responsable.

Cette émission offrant le spectacle de la défonce à l'alcool sera diffusée en France par You Tube sur le web, media préféré des jeunes dont le lobby parlementaire de l'alcool a obtenu en 2009 l'ouverture à la publicité. Le choix d'Internet pour diffuser cette émission permet de contourner les restrictions posées pour la télévision par la loi Evin et par le Conseil Supérieur de l'Audiovisuel (CSA), car cette autorité n'a aucune compétence pour réguler le web. Après les vidéos de «neknomination» incitant les jeunes à la consommation massive d'alcool relayées en 2014 par des réseaux sociaux comme Facebook, cette émission idiote et pernicieuse montre, par son excès-même, la nécessité d'une régulation sérieuse du média internet sur le problème de l'alcool et particulièrement de ces éditeurs qui, étant hors sol, ne peuvent être tenus responsables des contenus qu'ils diffusent.

Par sa diffusion large sur You Tube, «Recettes Pompettes» sape les efforts de prévention et brouille tous les messages envers les personnes ayant une consommation déjà problématique. Que leur dire quand ils verront une émission mettant en valeur Stéphane Bern complètement «bourré» ?

Addictions France demande aux deux ministres de la Santé et de la Culture de faire cesser immédiatement ces émissions dégradantes qui incitent les jeunes à l'ivresse et valorisent une consommation d'alcool qui cause chaque année la mort de 50 000 personnes, représente la moitié de la délinquance routière et est impliquée dans 200 000 faits de violences générales.

Contacts :

Dr Alain Rigaud, Président 06.08.22.25.29.

Dr Bernard Basset, Vice-président 07.86.55.54.53.

CP de la ministre de la Santé Direction générale de la Santé

Paris, le 7 avril 2016

Emission «Les Recettes Pompettes»

Le ministère des Affaires sociales et de la Santé demande au producteur de retirer la bande-annonce et de renoncer à l'émission

La bande-annonce de l'émission «Les Recettes Pompettes», disponible sur You Tube, représente une incitation à la consommation excessive d'alcool.

Le ministère des Affaires sociales et de la Santé condamne fermement cette initiative : les conséquences de la consommation excessive d'alcool sur la santé sont trop graves pour être prises à la légère. Il est regrettable et dangereux de laisser croire, en particulier aux jeunes, que l'ivresse serait un comportement anodin, voire valorisant.

Par conséquent, le ministère des Affaires sociales et de la Santé a demandé au producteur de l'émission de retirer la bande annonce et de renoncer à l'émission. Le ministère étudie par ailleurs les différentes voies de recours.

L'alcool est directement responsable de 49 000 décès par an, soit 135 par jour. Il peut causer des dommages à court et long terme (violences, accidents, cancers, cirrhoses, retards de développement, addiction, etc.), dont beaucoup sont irréversibles. Malgré cette réalité, les phénomènes d'alcoolisation massive sont en augmentation chez les jeunes Français.

Portée par Marisol TOURAINE, ministre des Affaires sociales et de la Santé, la loi du 26 janvier 2016 relative à la modernisation de notre système de santé s'attaque aux phénomènes d'alcoolisation excessive, le «binge-drinking» : elle interdit l'incitation à la consommation excessive d'alcool lors de bizutages et lorsque cette incitation concerne un mineur. Par ailleurs, il est désormais obligatoire d'exiger la preuve de majorité lors de la vente d'alcool. Enfin, les boissons alcooliques font l'objet de dispositions particulières lorsqu'il s'agit d'en faire de la publicité ou de la propagande, qu'elle soit directe ou indirecte.

Contact presse : Mission Information et Communication : 01 40 56 84 00 - presse-dgs@sante.gouv.fr

CP de MILDECA-INPES

07/04/2016

«Recettes pompettes» : L'Institut national de prévention et d'éducation pour la santé (INPES) et la Mission interministérielle de lutte contre les drogues et les conduites addictives (MILDECA) condamnent une incitation au «binge- drinking».

Après le jeu «Neknomination» (défis à boire sur les réseaux sociaux) aux conséquences dramatiques pour les jeunes, c'est au tour des stars de se mettre en scène en état d'ivresse.

La bande-annonce d'une nouvelle émission, «Les Recettes pompettes», disponible sur You Tube dévoile un nouveau concept : inviter une star pour cuisiner et aligner les «shots» d'alcool jusqu'à l'ivresse. Cette vidéo contribue malheureusement à banaliser les consommations excessives d'alcool, qui sont loin d'être uniquement synonymes de fête. On connaît aujourd'hui les conséquences du «binge-drinking» et des fortes consommations d'alcool, en particulier chez les jeunes : à la fois à court terme (comas éthyliques, accidents de la route, violences, viols, noyades ... etc.) mais également à long terme (conséquences neurologiques irréversibles sur le cerveau, risques de dépendance, cancers, cirrhose etc.). L'Institut national de prévention et d'éducation pour la santé (INPES) et la Mission interministérielle de lutte contre les drogues et les conduites

addictives (MILDECA) condamnent donc fermement cette vidéo, qui encourage objectivement les internautes à adopter des comportements dangereux pour leur santé.

Le «binge drinking» et les consommations excessives se banalisent en France

En effet, en dix ans :

- la part des 18-25 ans ayant connu une ivresse dans l'année est passée de 33% à 46% ;
- la part de ceux en ayant connu au moins trois a presque doublé, de 15% à 29%.

D'autre part,

- le phénomène du «binge drinking» concerne 14 % des 15-24 ans et 10 % des 25-34 ans qui ont consommé de l'alcool en recherchant l'ivresse au moins une fois dans l'année² ;
- la consommation nocive d'alcool engendre un coût pour la société estimé à 120 milliards euros en 2015³, elle est responsable de 49 000 décès par an, soit 135 par jour⁴.

Par ailleurs, en novembre 2015, l'Inpes a réalisé une étude omnibus qui montrait que les français se sentent surexposés à la publicité pour l'alcool :

- 89% des français pensent qu'il y a suffisamment (55%) voire trop (34%) de publicités en faveur des boissons alcoolisées.

Cette omniprésence de l'alcool dans les médias (séries, films, publicité) et la tonalité positive associée à son image contribuent probablement à installer ou conforter une norme sociale en faveur de la consommation excessive d'alcool et valorisant ces comportements excessifs.

Oui, on peut dire non

Les réseaux sociaux sont des espaces privilégiés pour toucher les jeunes générations connectées. C'est pourquoi l'Inpes est présent sur cet espace avec la création d'un espace jeune sur le site Alcool info service et sa web série

«Esquive la tise», qui vise à développer les compétences psychosociales des adolescents : oui, on peut dire non à un verre de trop sans passer pour un looser. Chaque épisode donne des astuces, sur le ton de l'humour, pour résister à la pression des autres et refuser les incitations à boire. Certains épisodes ont été vus plus de 270 000 fois.

1. Phénomène issu des pays anglo-saxons qui consiste en la consommation d'une quantité importante d'alcool dans un temps limité dans le but d'atteindre l'ivresse

2. Données Baromètre santé Inpes 2014

3. Kopp P. Le coût social des drogues en France. Saint-Denis, OFDT. 2015 Dec.

4. Guérin S, Laplanche A, Dunant A, Hill C. Mortalité attribuable à l'alcool en France en 2009. Bulletin épidémiologique hebdomadaire. 2013 May ; 163-8.

Inpes : Vanessa Lemoine – Tél : 01 49 33 22 42 – Email : vanessa.lemoine@inpes.sante.fr

Inpes : Cynthia Bessarion – Tél : 01 49 33 22 17 / Email : cynthia.bessarion@inpes.sante.fr

MildecA : Murielle Fayolle - Tél : 06 08 42 81 90 / Email : murielle.fayolle@pm.gouv.fr

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

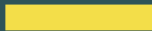
La loi Evin sur les boissons alcooliques :

de quoi parle-t-on ?

Décryptages N° 1

Le débat actuel de la loi Evin





Les tentatives de contourner l'encadrement prévu par la loi Evin pour la promotion des boissons alcoolisées existent quasiment depuis la publication de la loi en 1991. Les intérêts en jeu sont tellement importants pour le secteur de la production/distribution, mais aussi pour les publicitaires et annonceurs que l'objectif de protection de la santé des jeunes est considéré comme anecdotique ou dérisoire face à la recherche première du profit. Un exemple récent en a été apporté par la transposition en France d'une émission de télévision québécoise, «Recettes Pompettes», qui a parfaitement démontré jusqu'à la caricature les enjeux contradictoires de la défense d'intérêts économiques et de promotion de la santé.



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