

ALCOOLISER LE SPORT :

La dernière frontière des alcooliers

Association
Addictions
France 



DÉCRYPTAGES N° 38

Bernard Basset
Alain Rigaud

SEPTEMBRE

20
19



SEPTEMBRE 2019 Numéro 38

ALCOOLISER LE SPORT



La dernière Bernard Basset
frontière
des alcooliers Alain Rigaud

Le sport, un objectif prioritaire pour les alcooliers

6

Le cheval de Troie de 1999, "l'amendement buvette"

6

Marques alibis et loges VIP

7

Objectifs : Rugby 2023 et JO 2024

8

L'anticipation d'Addictions France

8

Le précédent de "l'œnotourisme"

9

L'opération "nation sportive"

10

Une riposte-blitzkrieg

12

Les raisons d'un coup d'arrêt

14

Conclusion provisoire

15

Annexes

16

Pendant l'été 2019, les alcooliers et leurs relais parlementaires ont décidé de lancer une offensive contre un des derniers remparts de cette loi Evin qui depuis 1991 pose des limites à un marché complètement dérégulé de l'alcool : l'interdiction de vente d'alcool dans les enceintes sportives (sauf dérogations) et surtout l'interdiction du sponsoring sportif (et culturel) par le secteur économique de l'alcool. Cette entreprise de destruction progressive de la loi Evin devait compléter les attaques antérieures, toutes couronnées de succès malgré l'opposition des acteurs de santé, voire des ministres de la Santé. Pourtant, rien ne s'est déroulé comme prévu. Pour la première fois depuis 1991, le lobby de l'alcool a dû, pour l'instant, reculer à intégrer, avec le cynisme pourtant habituel, une attaque contre la loi Evin sous prétexte de construire "une nation sportive". Même si le lobby reviendra à la charge, tellement le potentiel de profits est important, le déroulement de cet affrontement d'août 2019 entre alcooliers et acteurs de santé publique (en premier lieu Addictions France) mérite analyse en raison même de son issue favorable (provisoirement) à la protection de la santé des jeunes.

Le sport, un objectif prioritaire pour les alcooliers

Une des mesures de la loi Evin à l'origine (en 1991) a été d'interdire la consommation d'alcool dans les stades. Le gouvernement et le législateur voulaient ainsi découpler les images positives pour le sport et négatives pour l'alcool. En effet, cette association profite essentiellement à la consommation d'alcool qui se trouve dédouanée de sa mauvaise image par l'aura de la noblesse du sport. C'est pourquoi les alcooliers ont toujours milité pour être présents dans les manifestations sportives, ou les sponsoriser officiellement comme on le voit régulièrement pour les compétitions internationales (Mondial 2014, Ligue des champions, H-Cup...). Car l'association de l'alcool et du sport profite avant tout aux alcooliers qui y trouvent une concentration humaine importante en un même lieu, une clientèle jeune qu'ils peuvent faire entrer ou conforter dans la consommation d'alcool, et une exposition commerciale considérable depuis le développement du sport-spectacle. Malgré l'interdiction, du fait de la loi Evin, des opérations de parrainage par les marques de boissons alcooliques, les tentatives de contournement et d'incursion n'ont jamais cessé.

Le cheval de Troie de 1999, "l'amendement buvette"

Le lobby alcoolier a mobilisé tous ses efforts dans les années 90 pour obtenir la réintroduction de l'alcool dans les stades. C'est ce qu'on a appelé "l'amendement buvette" par lequel ils ont obtenu gain de cause en 1999. Cet amendement a été présenté par ses promoteurs comme un soutien aux petits clubs sportifs amateurs à l'équilibre financier précaire. Bien entendu, c'était un cheval de Troie. Alors que le texte voté fixe la limite du nombre de dérogations pour la vente d'alcool à 10 fois par an et par club, certains se sont déjà affranchis de cette limite, notamment en trouvant des accords avec leur mairie qui valide des montages destinés à contourner les textes, par exemple en créant plusieurs associations organisatrices. Sur une base au départ dérogatoire, l'objectif, sinon la pratique, de nombreux clubs notamment professionnels, est le contournement de la loi pour s'assurer des ressources supplémentaires par la vente d'alcool dans l'enceinte sportive.

Alors que les alcooliers et les députés qui se faisaient leurs porte-paroles juraient la main sur le cœur qu'il ne s'agissait que de soutenir à la marge le sport amateur et qu'il était hors de question de généraliser ces dérogations, cet "amendement buvette" a créé pour de nombreux petits clubs une situation de dépendance à la vente d'alcool et donc aux alcooliers. Ayant créé une situation de fait, les alcooliers ont décidé 20 ans plus tard de passer franchement à l'offensive en généralisant la vente d'alcool dans tous les stades, petits ou grands, amateurs et professionnels, et d'en finir avec le système dérogatoire. Les grands clubs de la Ligue 1 de foot et toutes les manifestations sportives pourraient ainsi profiter du soutien sans limite des alcooliers qui, eux-mêmes, y trouveront une source de profits. Bien entendu, cette offensive ne peut être présentée à l'opinion sous cette forme réelle, mais parfaitement mercantile.

Autre cheval de Troie, les loges des VIP : en effet, dans les grands stades des clubs professionnels, on peut servir de la restauration dans les loges VIP. Ces loges sont alors considérées comme relevant de la réglementation des restaurants et donc peuvent servir des boissons alcooliques pour accompagner les plats. Ces loges pour VIP ne concernent évidemment qu'un nombre restreint de spectateurs privilégiés qui vont autant au stade pour le sport que pour se montrer et tisser des liens sociaux entre happy fews.

Marques alibis et loges VIP

Derrière la généralisation de la vente d'alcool dans tous les stades se cache le véritable objectif des alcooliers et de leurs puissants alliés sur ce terrain, les annonceurs : en finir avec l'interdiction du sponsoring sportif. La transmission télévisuelle ou sur internet des matchs ou compétitions est une opportunité évidente pour l'ensemble du sport-spectacle que les alcooliers regardent avec gourmandise tellement les audiences peuvent être considérables et permettre ainsi d'exposer une large population, notamment les jeunes, à la publicité des marques d'alcool. Qu'importent les conséquences de cette consommation d'alcool pour peu que le marché s'ouvre en grand.

Ainsi, le code de la santé publique exclut expressément la réalisation de toute opération de parrainage ayant pour objet ou pour effet la propagande ou publicité directe ou indirecte en faveur des boissons alcoolisées. La publicité indirecte correspond aux opérations réalisées "en faveur d'un organisme, d'un service, d'une activité, d'un produit ou d'un article autre qu'une boisson alcoolisée qui, par son graphisme, sa présentation, l'utilisation d'une dénomination ou d'une marque, d'un emblème publicitaire ou d'un autre signe distinctif, rappelle une boisson alcoolisée."

En attendant, les plus grandes marques ont testé des manœuvres de contournement de la loi par la création de marques-alibis, et des formations sont ainsi disponibles pour contourner la loi :

"Une marque peut utiliser un nom d'emprunt pour communiquer sur son univers. Cet alibi [...] ne communiquera donc pas en tant que "marque d'alcool". Toute la subtilité de ce genre de communication réside dans le fait que le lien doit toujours se faire dans l'esprit des consommateurs entre la marque alibi et la marque mère d'alcool. Comment ? Grâce à la reprise des codes identitaires de la marque par exemple : typos, formes, couleurs..."

Un des exemples les plus spectaculaires est la création par la marque Carlsberg de la marque-alibi "Probably", visible notamment lors de l'Euro 2016 pendant la retransmission du match Croatie-Turquie :



1 • <http://tequilarapidoblog.tumblr.com/post/120437359323/strategiecomment-etre-creatifout-en-respectant>

La marque Probably ne vend rien, on pourrait même dire qu'elle n'existe pas sinon pour renvoyer grâce à un lien Internet sur le site de la multinationale de la bière, Carlsberg. Cette opération sophistiquée de contournement montre à l'évidence l'appétit que suscitent les compétitions sportives pour les alcooliers.

La consommation d'alcool dans les loges VIP constitue également un contournement organisé pour le bon plaisir d'une minorité. Dans une réponse à un parlementaire en 2018², la ministre des Sports qualifiait cette pratique de "procédé", euphémisme pour ne pas appeler par son nom une situation en marge de la loi.

Objectifs : Rugby 2023 et JO 2024

L'attribution à la France de l'organisation de la Coupe du monde de rugby en 2023 et des Jeux Olympiques de 2024 ne pouvait qu'exciter les appétits des alcooliers qui ne rêvent que d'associer leurs marques à ces compétitions prestigieuses et mondiales, d'autant qu'en 2007, à la suite d'une intervention d'Addictions France, le ministère de la Santé avait rejeté la demande de dérogation déposée par le comité d'organisation pour autoriser le sponsoring de la Coupe du monde de rugby. Le retentissement de cette application de la loi Evin à la veille de cette manifestation sportive avait été considérable et le manque à gagner pour Heineken conséquent. Le brasseur international escomptait probablement que son intrusion brutale dans le monde du sport à cette occasion ne rencontrerait pas d'opposition et qu'il créerait ainsi un précédent et porterait un coup fatal à la loi Evin.

Cet épisode a rendu les alcooliers prudents et ils ont ainsi opté pour la stratégie qui leur a réussi à plusieurs reprises, le grignotage progressif de la loi. Si l'objectif reste le même, le passage en force par l'abolition pure et simple de la loi Evin par un vote au Parlement paraît irréaliste. C'est pourquoi les alcooliers et en particulier les brasseurs sont contraints de procéder par étapes pour obtenir satisfaction en 2023 et 2024.

L'anticipation d'Addictions France

Il n'était pas difficile d'anticiper la stratégie des alcooliers et leurs convoitises, même si la forme de cette nouvelle offensive restait à découvrir.

C'est pourquoi Addictions France, dès juin 2016 a diffusé des documents grand public dans sa collection "Décryptages", pour faire connaître ses analyses sur les liens entre l'alcool et le sport en général, mais aussi à l'occasion de l'Euro 2016³. En 2017, Addictions France a également mené en interne un débat associatif sur ce thème, afin d'affiner les analyses et de préparer un argumentaire pour une éventuelle riposte.

Parallèlement, dès la nouvelle de l'attribution des Jeux Olympiques à Paris, Addictions France avait alerté les directions des ministères concernés (direction générale de la Santé, direction des Sports), la MILDECA, ainsi que la Délégation interministérielle aux Jeux Olympiques, quant à une opposition des acteurs de santé en cas de remise en cause même partielle de la loi Evin.

2 • JO du Sénat du 7 juin 2018-Page 2865, réponse à la question écrite n°04199 du sénateur Michel Savin

3 • Cf. Décryptages n° 15 : " Sport et alcool. Les liaisons dangereuses", juin 2016.

Cf. Décryptages n° 16 : " La bière championne de l'Euro. Sport, sponsoring et publicité ", juin 2016.

Le précédent de "l'œnotourisme"

En 2015 et 2016, le lobby alcoolier, et notamment viticole, a mené une bataille réussie qui a servi de prototype à l'offensive de 2019 sur le sport.

Les alcooliers et leurs relais parlementaires ont ainsi obtenu un nouveau rabotage de la loi Evin en prétendant défendre l'œnojournalisme et l'œnotourisme qui n'étaient nullement contraints par la loi Evin. La stratégie mise en œuvre par le lobby était la suivante :

- Afficher un objectif "anodin" : promouvoir le tourisme dans les vignes et la valorisation des métiers de la vigne et du vin ;
- Dissimuler le véritable objectif : élargir les possibilités de communication publicitaire sur les alcools. La loi Evin à l'origine prévoyait que la publicité sur les alcools devait être informative et non incitative. C'est pourquoi elle limitait le contenu des publicités à des informations objectives sur les boissons alcoolisées (origine, degré d'alcool, etc) limitant par là-même la créativité des agences de communication et les incitations à consommer. Tous les objectifs des alcooliers consistent évidemment à augmenter leurs ventes, et les consommations qui en découlent, grâce à des publicités attrayantes ;
- Un discours "apaisant" : les éléments de langage utilisés parlaient "d'assouplissement, de clarification, de simplification" de la loi Evin pour masquer la brutalité de l'attaque sous des mots lénifiants répétés en boucle par tous les acteurs de la filière et leurs relais au parlement et dans les ministères qui y étaient favorables ;
- Une longue phase de préparation par une campagne de communication du lobby viticole "Vin & Société" ;
- Une offensive menée à partir d'autres ministères que celui de la Santé : essentiellement l'Économie, dont Emmanuel Macron avait la charge, et le Commerce extérieur et le Tourisme alors dirigé par Laurent Fabius, ministre des Affaires étrangères ;
- Une absence de concertation préalable avec les acteurs de la santé et de l'addictologie pour faire jouer l'effet de surprise ;
- Un soutien du président Hollande dont le discours ambigu dissimulait la duplicité : "Nous devons garder les équilibres de la loi Evin, préserver ce qu'elle prévoit aujourd'hui, et s'il y a des précisions, il faut les engager avec de grandes précautions"⁴ ;
- De basses manœuvres à l'Assemblée nationale : on a vu ainsi le chef du groupe parlementaire de la majorité socialiste, Bruno Le Roux⁵, fidèle de François Hollande, remplacer les membres de la commission des Affaires sociales par des députés favorables à la remise en cause de la loi Evin au grand dam de la présidente de la commission, Catherine Lemorton⁶ ;
- Cette offensive a été menée malgré l'opposition publique de la ministre de la Santé, Marisol Touraine.

Malgré une intense mobilisation des acteurs de santé pendant près de deux ans, le lobby viticole est parvenu à desserrer notablement les contraintes pour la promotion des alcools, et à donner plus de liberté pour promouvoir tous les alcools.

4 • Discours de François Hollande le 14 juin 2015 au salon Vinexpo de Bordeaux.

5 • Bruno Le Roux fera une brève carrière de ministre interrompue par l'information qu'il avait employé ses filles lycéennes comme collaboratrices parlementaires.

6 • <https://www.facebook.com/watch/?v=10153823262771336>

A cette occasion, la présidente de l'Institut National du Cancer (INCa), Agnès Buzyn, avait exprimé son opposition⁷ à cette manœuvre, la qualifiant "*d'échec grave pour la santé publique et une victoire des lobbies*".

La dirigeante du lobby viticole "*Vin & Société*", Audrey Bourolleau, a ensuite participé à la campagne victorieuse d'Emmanuel Macron pour la présidence de la République et en a été récompensée par un poste de conseillère à l'Agriculture à l'Élysée⁸.

L'opération "nation sportive"

Si les concepteurs de l'opération pour réintroduire sans restriction l'alcool dans les stades se sont manifestement inspirés de l'opération "*œnotourisme*" quant à la méthode générale, ils ont cependant déployé leur offensive sur un calendrier plus court, et, sûrs de leur fait, ont asséné des arguments de circonstance difficilement crédibles voire ahurissants.

La préparation de l'opinion

En novembre 2018, la députée de la Nièvre Perrine Goulet (LREM) ne s'embarrassait pas de précaution et avait de son côté proposé, dans un rapport remis à Matignon, de passer de 10 à 15 les événements annuels où les clubs sont autorisés à vendre de la bière. Elle suggérait également d'assouplir les restrictions de publicité pour les marques d'alcool sur les sites internet sportifs et le retour du sponsoring d'équipes pour les viticulteurs et les brasseurs. Cette proposition avait le mérite de la clarté (en finir une bonne fois pour toutes avec la loi Evin) mais une telle ambition est sans doute apparue trop provocante pour sa majorité. Néanmoins, la première salve du lobby alcoolier était lancée, on en voyait au moins clairement les bénéficiaires : les producteurs et distributeurs de vin et de bière, ainsi que le secteur de la publicité commerciale.

En février dernier, 14 députés Les Républicains⁹ déposaient une proposition de loi "*portant autorisation permanente de la vente de boissons dans les stades*". Cette proposition, plus circonscrite en apparence que celle de Perrine Goulet, empruntait la stratégie du "*pié dans la porte*", espérant dans un premier temps faire passer la généralisation de la vente dans les stades, puis (objectif non avoué) revenir ensuite sur l'interdiction du sponsoring une fois l'alcool bien présent dans toutes les compétitions.

La nation sportive des députés LREM

Fin juillet 2019, 72 (puis assez rapidement 105) députés du groupe majoritaire La République En Marche (LREM) insèrent, au milieu d'une proposition de loi comportant des dispositions spécifiques pour développer le sport en France, un article visant à généraliser la vente d'alcool dans les stades.

En publiant leurs propositions au cœur de l'été, il est évident qu'ils espèrent que leur manœuvre passera plus ou moins inaperçue et qu'elle arrivera ainsi sans débat public préalable au parlement en début d'automne, soit avant que les opposants aient le temps de se retourner.

7 • <https://www.humanite.fr/assouplissement-de-la-loi-evin-un-echec-grave-pour-la-sante-publique-591299>

8 • Audrey Bourolleau a quitté ses fonctions à l'Élysée à l'été 2019.

9 • <http://www.assemblee-nationale.fr/15/propositions/pion1719.asp>

Prendre le sport en otage

De la même manière que le tourisme dans les vignes avait été instrumentalisé pour masquer l'objectif du développement de la publicité pour les alcools, le sport est pris en otage pour servir les intérêts des alcooliers. Bien entendu, si la noble idée qu'on peut se faire du sport est instrumentalisée, la manœuvre était regardée avec bienveillance par certains responsables sportifs ou dirigeants de clubs qui escomptaient des retombées financières.

Le même discours lénifiant

Le terme "*assouplissement*" a de nouveau été employé pour masquer le mauvais coup porté à la loi Evin. "*L'assouplissement*" ayant largement été utilisé lors de l'opération "*œnotourisme*", pourquoi s'en priver. L'assouplissement étant a priori une notion positive (l'inverse du raidissement), le terme peut être utilisé par extension pour dissimuler un véritable changement, voire comme ici, une rupture. De même, le terme "*clarification*" a également été utilisé pour justifier de mettre fin aux dispositions dérogatoires créées par "*l'amendement buvette*".

Objectif affiché et objectif caché

Si l'objectif affiché publiquement est celui de la généralisation de la vente d'alcool dans les stades, l'objectif réel (la fin de l'interdiction du sponsoring sportif) ne figure pas dans la proposition contrairement à celle plus "*franche*" de Perrine Goulet huit mois auparavant. Cependant, il est probable que les députés de la majorité LREM avaient en tête cet objectif qui aurait très bien pu être introduit lors de la discussion parlementaire par des députés ou sénateurs bien intentionnés à l'égard des alcooliers. L'objectif affiché n'était probablement que la partie visible et le plus "*soft*" de la stratégie qui se déployait. Cependant, il affleurait dans les considérations que développait le parlementaire à l'initiative de cette proposition, car il soulignait l'apport financier pour les clubs que constituerait la fin de la loi Evin.

Un argumentaire inconsistant voire ahurissant

Les arguments employés par les députés LREM ne brillaient ni par leur finesse ni par leur cohérence :

- **Apporter des ressources aux clubs** : si certains clubs amateurs peuvent être à la peine, le texte proposait d'apporter des ressources à tous les clubs, y compris les plus riches, comme le PSG par exemple, et posait en principe que seuls les alcooliers pouvaient aider le sport comme autrefois les cigarettiers soutenaient le sport automobile. Selon le député Cormier- Bouligeon "*Si vous enlevez la loi Evin, ce serait 150 millions d'euros en plus pour les clubs français : autour de 80 millions d'euros pour la publicité et autour de 50 millions d'euros pour la vente d'alcool*". Le député estime également que seule l'abrogation de la loi Evin permettrait aux clubs français d'être compétitifs face à leurs homologues européens.
- **Lutter contre l'injustice sociale (?)** : cet argument se signale par son énormité car si les VIP boivent de l'alcool pendant les matchs dans les tribunes qui leur sont réservées, ils ne sont que quelques dizaines par match à contourner la loi, alors que les autres spectateurs sont souvent des dizaines de milliers. La solution la plus simple et la plus juste consisterait à supprimer le privilège extra-légal d'une petite minorité plutôt que d'alcooliser le plus grand nombre.

- **Mettre fin à l'hypocrisie** : cet élément de langage est une variante du précédent ; l'hypocrisie reposerait sur une vente aux VIP, mais pas à la plèbe. Les députés n'allaient pas toutefois jusqu'à proposer que le champagne coule à flots pour tous les spectateurs comme dans les tribunes VIP.
- **Mettre fin aux contournements de la loi** : cet argument est étonnant de la part de représentants du peuple car, plutôt que de mettre fin à des infractions parfaitement sanctionnables, il propose de les généraliser. Il serait plus pertinent, en termes de santé publique, de renforcer les contrôles et les interdictions.
- **La vente d'alcool préviendrait l'alcoolisation avant le match** : rien ne prouve la consistance de cette assertion. Au contraire, toutes les études démontrent que plus l'offre est accessible et importante, plus les gens consomment. Autrement dit, si on peut boire dans les stades, les spectateurs pourront boire avant et pendant la compétition. Certains parlementaires ont aussi affirmé que des spectateurs entraient alcoolisés dans les stades car la vente à l'intérieur n'existait pas. Cependant, nul ne sait combien de spectateurs, si jamais c'est le cas, s'alcooliseraient pour pallier l'absence d'alcool à l'intérieur des enceintes sportives. Il s'agit en fait d'un argument de circonstance nullement démontré.
- **La vente à l'intérieur serait encadrée afin d'éviter les consommations excessives** : les députés, qui anticipent les problèmes que créerait inévitablement une généralisation de la vente d'alcool, cherchent à rassurer en affirmant que la vente sera contrôlée. Mais rien ne prouve que les encadrements éventuels seraient efficaces pour remédier aux problèmes, eux bien réels, qui surviendront (ivresses, incivilités voire violences).
- **La culture de la fête** : cet argument a été avancé à bas bruit car il est difficile à mettre en avant pour le lobby alcoolier. En effet, si les alcooliers souhaitent associer la célébration sportive à l'ingurgitation automatique d'alcool, il est difficile de le justifier au nom de la culture alors qu'il s'agit de consommer des bières industrielles dans des verres en plastique.

En résumé, pour ces députés qui avancent masqués en vendant de l'alcool à l'occasion de chaque compétition sportive, il n'y aurait que des avantages et aucun inconvénient. Pourtant, le mot "santé" n'est jamais prononcé, pas plus que "jeunes", alors qu'ils constituent la majorité des spectateurs des compétitions sportives.

Une riposte-blitzkrieg

Cette offensive étant hautement prévisible ; ses objectifs et son contenu également. La riposte a été immédiate et la première salve a été tirée sur Twitter le 5 août par Bernard Basset, vice-président d'Addictions France.



Cette première réaction sur Twitter a entraîné une effervescence très importante pour la période, dont les prises de positions du Professeur Amine Benyamina, président de la Fédération Française d'Addictologie (FFA)¹⁰, et du Professeur Axel Khan, président de la Ligue nationale contre le cancer (LNCC).

Un communiqué de presse d'Addictions France a été publié le 6 août¹¹ afin de protester contre une "nation sportive et alcoolisée". Addictions France rappelait ainsi que "la consommation d'alcool est incompatible avec le sport car la promotion de l'alcool auprès des jeunes via les compétitions sportives, vise à banaliser la consommation générale, et en premier lieu celles des jeunes qui constituent la majorité du public. C'est pourquoi la loi Evin a interdit le sponsoring sportif mais aussi culturel (concerts de rock par exemple) pour protéger la jeunesse. En interdisant l'introduction de l'alcool dans les stades, la loi Evin prévient également les violences qui sont directement corrélées à la consommation".

Les interviews de Bernard Basset dans la Matinale de France Inter le 6 août, puis dans celle de RMC le lendemain, ont suscité l'intérêt de la presse dans cette période de relative accalmie de l'actualité. L'AFP a fait une dépêche sur le sujet.

¹⁰ • Addictions France est membre fondateur de la Fédération Française d'Addictologie (FFA).
¹¹ • <https://www.anpaa.asso.fr/presse/espace-presse/1032-6-aout-2019-des-deputes-appellent-a-une-nation-sportive-et-alcoolisee>

Une interview du Professeur Amine Benyamina sur France Info puis une lettre ouverte du président de la Fédération Française d'Addictologie le 9 août¹² demandant à la ministre de la santé, Agnès Buzyn, de s'opposer "fermement et publiquement à ces basses manœuvres qui n'ont comme seul objectif de vider progressivement la loi Evin de l'ensemble des dispositions qui gênent le lobby alcoolier et, in fine, de ré-autoriser le sponsoring des activités sportives en vue des Jeux Olympiques et de la Coupe du monde de rugby". Ces prises de position rapides, relayées par les acteurs de santé publique et de la cancérologie, ont entraîné une avalanche médiatique qui s'est achevée quand la ministre de la Santé a pris position sur Twitter le 10 août :



La position de la ministre de la santé a été suivie par celle de la ministre des Sports, Roxana Maracineanu, deux jours plus tard. La prise de position publique de ces deux ministres a été confirmée le 2 septembre par une lettre du premier ministre au président de la FFA.

Les raisons d'un coup d'arrêt

Avoir enrayé (provisoirement ?) cette OPA hostile sur le sport est évidemment bienvenu pour tous les acteurs de santé publique qui jusqu'à présent n'avaient connu que des reculs et des défaites lors des précédentes remises en cause de la loi Evin par les alcooliers et leurs relais parlementaires. Il est donc d'autant plus important d'analyser les causes de ce coup d'arrêt. Elles sont multiples et on peut, sans qualifier leur importance relative, citer les suivantes :

- La période est à la grogne contre les dirigeants (Gilets Jaunes) et le gouvernement ne souhaite sans doute pas multiplier les conflits, même secondaires, alors que la paix sociale est très fragile ;
- Compte tenu de ses positions antérieures, la remise en cause de la loi Evin aurait été un véritable camouflet pour Agnès Buzyn ;
- Le milieu de l'addictologie et de la santé publique a démontré sa détermination et sa réactivité, même dans une période estivale peu propice ;
- La proximité du chef de l'Etat avec les lobbies a fait l'objet de nombreux articles, notamment après la démission fracassante du gouvernement de Nicolas Hulot, en dénonçant "la présence des lobbies dans les cercles du pouvoir"¹³ ;
- Le député Cormier-Bouligeon, à l'origine de la proposition de loi, est l'ancien chef de cabinet adjoint d'Emmanuel Macron, ce qui explique à la fois l'inspiration à partir de l'opération "œnotourisme", mais renforce aussi le soupçon de proximité avec les alcooliers ;

12 • http://www.addictologie.org/dist/telecharges/FFA-CP-Sport_Alcool-2019_08_09.pdf

13 • Par exemple : <https://rnc.bfmtv.com/mediaplayer/video/a-la-une-des-gg-emmanuel-macron-le-president-des-lobbies-2908-1097629.html>

- La présence de la principale dirigeante du lobby viticole à l'Élysée, Audrey Bourolleau, a été critiquée constamment par les acteurs de santé jusqu'à son départ en juillet 2019 ;
- Les déclarations de soutien au lobby viticole par le ministre de l'Agriculture, soutien sans faille mais particulièrement maladroit ("le vin n'est pas un alcool comme les autres"), ont renforcé l'idée que le lobby alcoolier tenait les rênes ;
- La rétractation de la députée Michèle Peyron, présidente du Groupe d'études et de lutte contre les addictions, a jeté la suspicion sur les conditions d'élaboration de ce texte. En effet, selon ses déclarations¹⁴, la proposition sur la loi Evin a été ajoutée sans qu'elle en soit informée ;
- La répétition des éléments de langage à l'identique (assouplissement, clarification) produit un phénomène d'usure et ne trompe plus aussi facilement l'opinion et la presse ;
- L'évitement par les parlementaires du sujet des violences liées à la consommation d'alcool entraîne la suspicion. Or c'est un risque perçu par la population et même les responsables sportifs et politiques. Comme l'affirmait Addictions France en 2016, "La ferveur sportive et l'alcool forment parfois un mélange détonnant et tragique. Dans des circonstances où les enjeux enflamment les esprits, la consommation d'alcool est un facteur de nature à exalter les passions, et surtout les passions violentes. Le hooliganisme n'a pas besoin de l'alcool pour exister, mais la consommation d'alcool n'est pas de nature à l'apaiser"¹⁵ ;
- Le changement progressif de notre rapport collectif à l'alcool qui n'est plus perçu uniquement comme une boisson de plaisir, mais aussi de plus en plus comme un produit à risque pour la santé. La banalisation de la consommation dans les stades, en particulier pour les jeunes, ne suscite pas une adhésion évidente.

Pour l'ensemble de ces raisons, la belle mécanique de la remise en cause de la loi Evin s'est enrayée. Rien ne permet d'affirmer que le lobby alcoolier ne reviendra pas à la charge – il n'a jamais cessé de le faire depuis la promulgation de la loi Evin –, mais ce sera plus compliqué après ce dévoilement estival de ses méthodes et la prise de position des deux ministres concernées. La surprise ne jouera plus et d'autres arguments devront être trouvés.

Conclusion provisoire

Les relations de l'alcool avec le sport relèvent des liaisons dangereuses et on ne saurait les banaliser, notamment parce qu'elles constituent une incitation à la consommation des jeunes. L'intérêt des alcooliers est de laisser croire que les célébrations sportives doivent nécessairement être associées à la consommation d'alcool et que le secteur économique de l'alcool est le seul à pouvoir consolider les budgets des fédérations et des clubs.

Il faut dénoncer sans relâche des arguments qui n'ont d'autres visées que mercantiles et revenir à l'esprit sinon à la lettre de la loi Evin qui, dans sa sagesse, pour protéger la jeunesse et la santé, avait totalement découplé le sport et l'alcool. Les alcooliers ont besoin du sport pour leur chiffre d'affaire, mais il est indispensable de trouver d'autres sources de financement pour le sport que la consommation et la publicité de produits à risques pour la santé, comme cela a été le cas avec la fin du sponsoring par les cigarettiers.

14 • https://actu.fr/politique/alcool-dans-stades-deputee-michele-peyron-retire-signature-proposition-loi_26526262.html

15 • <https://www.anpaa.asso.fr/images/media/2016-03-telechargements/d-15-07-06-2016-sport-alcool.pdf>
<https://www.anpaa.asso.fr/images/media/2016-03-telechargements/d-16-24-06-2016-euro-2016.pdf>



DES DEPUTES APPELLENT À UNE NATION SPORTIVE ET ALCOOLISEE

Ces derniers mois, des députés de la République en Marche (LREM) et des Républicains ont appelé à en finir définitivement avec un pan majeur de la loi Evin et ainsi à introduire l'alcool au sein des compétitions sportives.

Après avoir élargi les possibilités de communication publicitaire lors de la précédente mandature, le lobby parlementaire de l'alcool repart à l'assaut en faisant sauter un des derniers verrous de la loi Evin qui interdit le sponsoring du sport par les cigarettiers et les alcooliers.

Deuxième cause de mortalité évitable en France, l'alcool tue 41 000 personnes chaque année

Addictions France continuera de rappeler ces évidences et d'en appeler à la responsabilité des pouvoirs publics pour empêcher que les fondements de la santé publique ne soient attaqués sous la pression d'un lobby dont les intentions se dissimulent derrière des éléments de langage patelins tels que "assouplissement encadré".

Addictions France a régulièrement alerté sur cette offensive prévisible contre la loi Evin dans le sport car ce qui est en jeu, c'est le sponsoring de la Coupe du monde de rugby et des Jeux Olympiques à venir.

Rappelons que les dernières ministres de la Santé (Bachelot puis Touraine) ont dû accepter de rogner la loi Evin sous la pression du lobby alcoolier.

Pour aller plus loin, consultez les Décryptages :

Décryptages N° 16 - La bière championne de l'Euro : Sport, sponsoring et publicité

Décryptages N° 15 - Sport et alcool : Les liaisons dangereuses

Contact presse : Dr Bernard Basset, Vice-président d'Addictions France.



Menaces de réintroduction de l'alcool dans les stades : lettre ouverte à la Ministre des Solidarités et de la Santé

Les Députés Belkhir Belhaddad, François Cormier-Bouligeon et Cédric Roussel ont présenté une proposition de loi visant à faire de la France une nation sportive lors de leur conférence de presse tenue à l'Assemblée Nationale le 24 juillet 2019.

Suite à cette nouvelle menace de réintroduction de l'alcool dans les stades, le Président de la Fédération Française d'Addictologie adresse une lettre ouverte à la Ministre des Solidarités et de la Santé pour solliciter une prise de position de sa part sur cette mesure contraire à la politique de prévention et de santé publique.

"Madame la Ministre,

En tant que Président de la Fédération Française d'Addictologie, je me permets de m'adresser directement à vous à propos de la proposition de loi sur le sport "visant à faire de la France une vraie nation sportive", que s'apprennent à déposer des députés de la majorité et qui annoncent parmi d'autres propositions la réintroduction de la consommation d'alcool dans les enceintes sportives.

En effet, cette nouvelle offensive pour revenir sur la loi Evin est particulièrement choquante dans son contenu, mais aussi de par les arguments spécieux qui sont avancés. Si nous sommes unanimes à soutenir les activités physiques et sportives qui sont favorables à la santé, notamment chez les jeunes, il ne saurait être acceptable de les associer à la consommation d'alcool qui, elle, comporte toujours un risque à court ou long terme.

J'attire votre attention également sur le lien, parfaitement documenté scientifiquement, entre la consommation d'alcool et les violences du type hooliganisme, du fait de la désinhibition que l'alcool provoque. Lors de l'Euro2016, après les sanglantes batailles rangées des supporters à Marseille, le Premier Ministre d'alors, Monsieur Bernard Cazeneuve, avait décidé de "prohiber les veilles et jours de match et les jours d'ouverture des fan zones dans les périmètres sensibles la vente, la consommation, et le transport de boissons alcoolisées".

Les arguments avancés pour soutenir cette proposition sont d'autant plus spécieux qu'ils ne reposent sur aucune argumentation sérieuse :

- Les spectateurs boiraient avant les compétitions, et en dehors des stades, ce qui justifierait de les faire boire aussi à l'intérieur. Outre que nulle étude ne permet de savoir la proportion de spectateurs qui, à l'heure actuelle, entrent dans le stade en ayant déjà bu, il paraît peu judicieux, en particulier pour ceux-là, de leur faciliter la poursuite de leur alcoolisation. Chacun sait qu'en multipliant les occasions de boire, on augmente mécaniquement la consommation.
• Il serait "égalitaire" de permettre aux spectateurs de consommer de l'alcool alors que les privilégiés des tribunes VIP en consomment. Outre que les alcools proposés aux spectateurs de base ne seront pas du champagne, ni des vins fins, ce qui ne mettra pas fin aux inégalités sociales, il est tout à fait possible de retourner cet argument et de proposer la seule mesure parfaitement égalitaire qui serait l'interdiction de consommer de l'alcool dans les tribunes des VIP.
• Cette offre et cette consommation seraient "encadrées". Il est évident que cet argument est une simple précaution de langage, de même que le terme "assouplissement" de la loi Evin. Car on voit mal comment cette consommation pourrait dans la pratique être encadrée.
• Par ailleurs, le soutien aux clubs pourrait très bien passer par d'autres entreprises que celles de l'industrie de l'alcool. On peut également s'interroger sur la pertinence de cette mesure qui, bien évidemment, profitera d'abord aux grands clubs professionnels, en mesure de mettre en place une logistique efficace de distribution d'alcool. Est-il véritablement utile de soutenir financièrement les grands clubs de la ligue 1 par la vente d'alcool ?

Enfin, la méthode pour imposer cette mesure contraire à la santé publique est tout à fait inacceptable puisqu'aucun des acteurs de santé et de l'addictologie n'a été entendu par ce groupe de parlementaires.

Pour l'ensemble de ces raisons, l'ensemble des acteurs de l'addictologie représentés par la FFA attend, Madame la Ministre, que vous vous opposiez fermement et publiquement à ces basses manœuvres qui n'ont comme seul objectif de vider progressivement la loi Evin de l'ensemble des dispositions qui gênent le lobby alcoolier et, in fine, de ré-autoriser le sponsoring des activités sportives en vue des Jeux Olympiques et de la Coupe du monde de Rugby.

Je suis à votre disposition, ainsi que mes collègues, sur ce sujet crucial, et vous prie de recevoir, Madame la Ministre, mes salutations respectueuses."

Contact Presse Pr Amine BENYAMINA, Président de la Fédération Française d'Addictologie

Décriptages N°37

Le lobby du cannabis :
Les grandes manœuvres dans la perspective d'une légalisation

Décriptages N°36

French Paradox :
Histoire d'un conte à boire debout

Décriptages N°35

L'autorégulation des pratiques commerciales des alcooliers :
Efficacité ou leurre ?

Décriptages N°34

Baclofène : *Entre science et médias*

Décriptages N°33

Cannabis et thérapeutique :
Les lois de la science

Décriptages N°32

Un univers alcoolique :
La pression publicitaire au quotidien

Décriptages N°31

Les jeux : *Hasard, argent, vidéos et illusions*

Décriptages N°30

Colloque "décevant" de la FRA :
Les limites de l'ambiguïté

Décriptages N°29

Le coût des drogues pour la société :
Quel intérêt pour la politique publique ?

Décriptages N°28

Contraventionnalisation de l'usage des drogues illicites :
Un pari complexe et incertain

Décriptages N°27

Buraliste : *Un métier d'avenir*

Décriptages N°26

Alcool et grossesse :
Boire un peu ou pas du tout ?

Décriptages N°25

La chicha : *Culture, petit commerce et addiction*

Décriptages N°24

La bière : *Nouveaux visages, nouveaux risques*

Décriptages N°23

Risque Alcool :
Quelle politique mener ?

Décriptages N°22

Le vapotage : *De l'enthousiasme à la prudence*

Décriptages N°21

Alcools et information des consommateurs :
une exigence légitime

Décriptages N°20

Cannabis : *L'inévitable débat*

Décriptages N°19

La "nouvelle" façade scientifique des alcooliers : *la FRA : la Fondation pour la Recherche en Alcoolologie*

Décriptages N°18

Alcool : *Députés et sénateurs en mission*

Décriptages N°17

Terrorisme et tabagisme dans les lycées :
Les éléments du débat

Décriptages N°16

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

Décriptages N°15

Alcool et Sport : *Les liaisons dangereuses*

Décriptages N°14

"Recettes Pompettes" :
Pochade ou incitation à l'ivresse ?

Décriptages N°14 bis

Le bidonnage dangereux :
"Recettes Pompettes" (Suite)

Décriptages N°13

Alcool : *Désinformation et fausses allégations*

Décriptages N°12

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

Décriptages N°11

Vin & Société :
L'offensive contre la santé

Décriptages N°10

Dépistage du cannabis au lycée :
Les questions posées

Décriptages N° 9

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

Décriptages N° 8

Décriptage de la com' des alcooliers :
Avec Modération !

Décriptages N° 7

La façade scientifique des alcooliers :
L'IREB

Décriptages N° 6

Alcool et santé :
Une préoccupation internationale

Décriptages N° 5

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

Décriptages N° 4

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

Décriptages N° 3

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

Décriptages N° 2

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

Décriptages N° 1

Le débat actuel de la loi Evin



Pendant l'été 2019, les alcooliers et leurs relais parlementaires ont décidé de lancer une offensive contre un des derniers remparts de cette loi Evin qui depuis 1991 pose des limites à un marché complètement dérégulé de l'alcool : l'interdiction de vente d'alcool dans les enceintes sportives (sauf dérogations) et surtout l'interdiction du sponsoring sportif (et culturel) par le secteur économique de l'alcool. Cette entreprise de destruction progressive de la loi Evin devait compléter les attaques antérieures, toutes couronnées de succès malgré l'opposition des acteurs de santé, voire des ministres de la Santé. Pourtant, rien ne s'est déroulé comme prévu. Pour la première fois depuis 1991, le lobby de l'alcool a dû, pour l'instant, reculer à intégrer, avec le cynisme pourtant habituel, une attaque contre la loi Evin sous prétexte de construire "une nation sportive". Même si le lobby reviendra à la charge, tellement le potentiel de profits est important, le déroulement de cet affrontement d'août 2019 entre alcooliers et acteurs de santé publique (en premier lieu Addictions France) mérite analyse en raison même de son issue favorable (provisoirement) à la protection de la santé des jeunes.

