

PRÉVENTION ET MODÉRATION :

Nouvel emballage et vieilles méthodes



Association
Addictions
France



Bernard BASSET

Alain RIGAUD

Myriam SAVY

SEPTEMBRE

20
24





SEPTEMBRE 2024 Numéro 60

PRÉVENTION ET MODÉRATION : Nouvel emballage et vieilles méthodes



Bernard BASSET

Alain RIGAUD

Myriam SAVY

20
24

Prévention et modération, avatar des alcooliers

6

Un organigramme éclairant

7

La philosophie d'action

7

Des méthodes d'action contestables

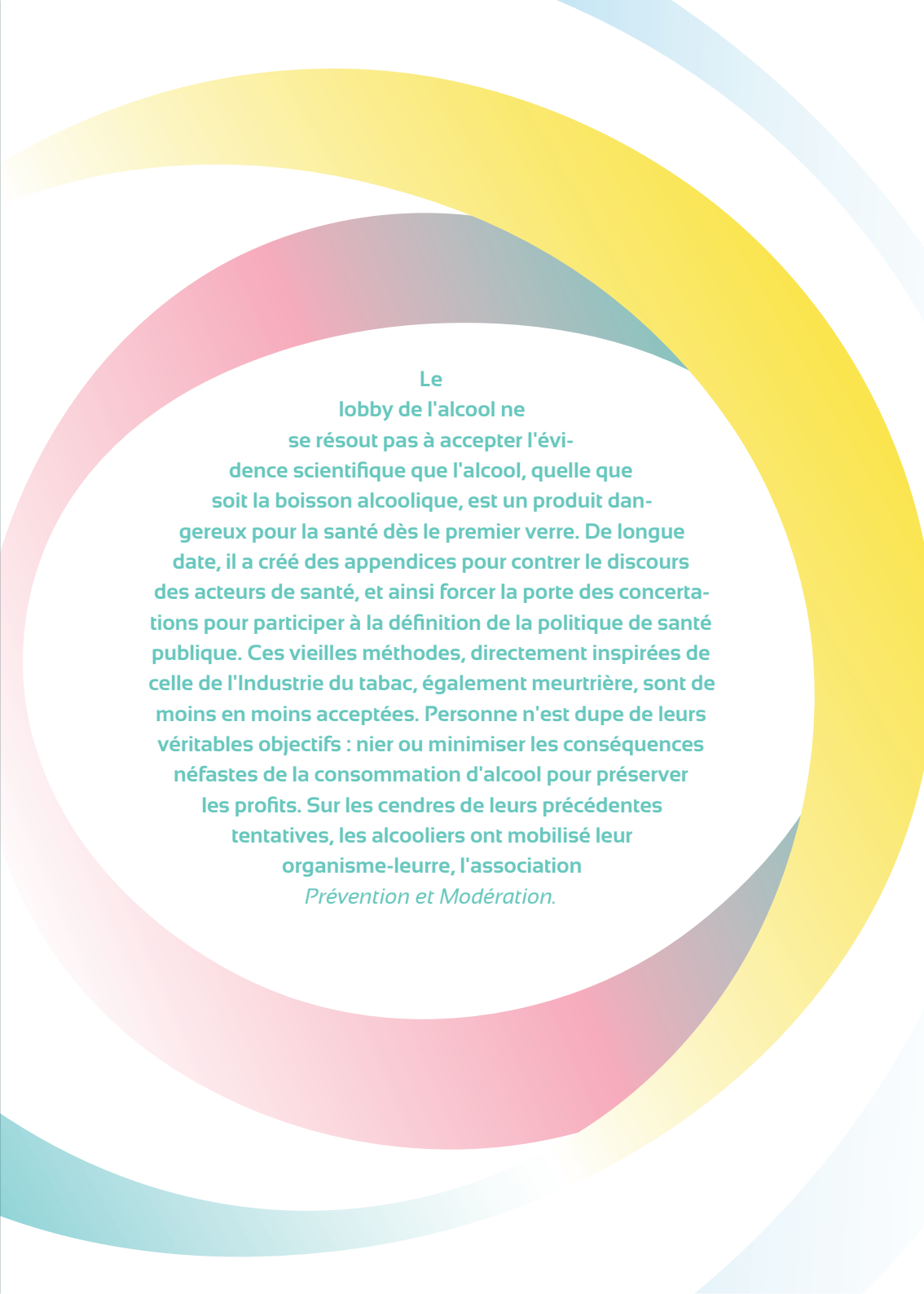
9

Un contexte difficile pour les alcooliers

11

Conclusion

12



**Le
lobby de l'alcool ne
se résout pas à accepter l'évi-
dence scientifique que l'alcool, quelle que
soit la boisson alcoolique, est un produit dan-
gereux pour la santé dès le premier verre. De longue
date, il a créé des appendices pour contrer le discours
des acteurs de santé, et ainsi forcer la porte des concerta-
tions pour participer à la définition de la politique de santé
publique. Ces vieilles méthodes, directement inspirées de
celle de l'Industrie du tabac, également meurtrière, sont de
moins en moins acceptées. Personne n'est dupe de leurs
véritables objectifs : nier ou minimiser les conséquences
néfastes de la consommation d'alcool pour préserver
les profits. Sur les cendres de leurs précédentes
tentatives, les alcooliers ont mobilisé leur
organisme-leurre, l'association
*Prévention et Modération.***

Prévention et Modération, avatar des alcooliers

Dès les prémises de la loi Evin adoptée en 1991, le lobby de l'alcool a créé ses propres organismes pour prétendre contribuer à la politique de santé. En réalité, il s'agissait de défendre ses intérêts et contrer les mesures efficaces pour prévenir et lutter contre les conséquences avérées de la consommation d'alcool en France, une des plus élevées au monde. Cela a été le rôle de deux marionnettes :

- Entreprise et Prévention, créé en 1990 et devenu en 2015 *Avec Modération !* chargé jusqu'en 2018 de défendre les propositions des alcooliers en termes de politique publique ;
- L'Institut de Recherches Scientifiques sur les Boissons (IREB), remplacé par la Fondation pour la recherche en alcoologie (FRA)², destinée à fournir des arguments scientifiques aux alcooliers avec la caution de quelques addictologues dupes ou acceptant les compromissions.

Ces deux organismes, victimes de leur positionnement pour le moins ambigu et du dévoilement de leurs agissements par les acteurs de santé, ont mis la clé sous la porte en 2019. Néanmoins, il est difficile pour le secteur économique de revendiquer une place dans la concertation en santé sans disposer d'une structure ad hoc. C'est pourquoi le vide laissé par *Avec Modération !* et par la FRA a été comblé par la naissance en 2019 de "Prévention et Modération"³ qui a pour mission la "prévention des comportements à risque et de promotion de la consommation responsable", une mission de santé, donc.

Sur son site, *Prévention et Modération* indique être "notamment engagée dans la mise en œuvre du Plan de Prévention des filières remis au Président de la République en juin 2018, en étroite collaboration avec l'association *Vin & Société*". Dans les faits, ce "Plan de prévention des filières" a été élaboré sans concertation avec les acteurs de santé et constituait essentiellement un contre-feu à la consultation initiée par la MILDECA pour son plan pluriannuel. Les alcooliers avaient refusé de participer à l'initiative de la MILDECA et préféré remettre leurs propres propositions au président de la République, très attentif aux desiderata du lobby, d'autant qu'il avait recruté à l'Élysée, dès son élection, Audrey Bourolleau, ancienne déléguée générale de *Vin & Société*.

1 • <https://addictions-france.org/datafolder/uploads/2022/11/Decryptages-N-8-la-com-des-alcooliers-Avec-Moderation-2022.pdf>
2 • <https://addictions-france.org/datafolder/uploads/2022/03/Decryptages-N-30-Colloque-de-la-FRA-2022.pdf>
3 • <https://www.preventionetmoderation.org/>

Un organigramme éclairant

Les instances dirigeantes de *Prévention et Modération* sont parfaitement cohérentes avec l'objectif du lobby alcoolier de présenter un front large et uni face aux acteurs de santé. On trouve logiquement dans le Conseil d'Administration les représentants de ses fondateurs :

- **Brasseurs de France**, qui est le syndicat professionnel de la brasserie française,
- **Fédération Française des Spiritueux (FFS)**, qui est l'organisation professionnelle qui représente les producteurs et distributeurs français de boissons spiritueuses,
- **Fédération française des vins d'apéritif (FFVA)**, qui rassemble les producteurs et distributeurs de vins d'apéritif.

Le Conseil d'administration, composé de 16 membres, est actuellement présidé par **Anders Røed**, président-directeur général de Kronenbourg SAS. On note dans ce Conseil la présence d'un ancien ministre socialiste pendant le mandat présidentiel de François Hollande, Mathias Fekl, reconverti en président des Brasseurs de France.

L'équipe opérationnelle est constituée d'un délégué général, Antoine Cardon, et d'un consultant, Alexis Capitant. Ce dernier était auparavant à la tête d'*Avec Modération !*, son consulting assurant ainsi la continuité dans les actions de lobbying.

On relève surtout, aussi bien dans l'organigramme du Conseil d'administration que de l'équipe opérationnelle, qu'aucun addictologue ou alcoologue n'est mentionné. Les préoccupations de santé s'effacent vite devant les stratégies industrielles. Il est aussi probable qu'aucun addictologue n'ait voulu se compromettre en s'associant à cet organisme.

La philosophie d'action

La philosophie d'action est inchangée par rapport aux structures qui l'ont précédée. Elle repose sur un constat qui est d'emblée biaisé. Dans les chiffres-clés mis en avant de manière extrêmement succincte sur le site web de l'organisme⁴, il n'est nullement précisé que :

- la France est toujours un des pays les plus consommateurs du monde ;
- la mortalité générale due à l'alcool représente 41 000 morts par an dont 16 000 par cancer ;
- l'alcool est encore la 1^{ère} cause d'hospitalisation en France ;
- toute consommation d'alcool est à risque, dès le premier verre, qu'il s'agisse de bière de vin, d'apéritif ou de spiritueux ;
- La consommation d'alcool occupe une place centrale dans les violences commises en France⁵.

4 • <https://www.preventionetmoderation.org/chiffres-cles/>

5 • L'alcool, carburant de la violence, Le Monde 17/07/2024

Les chiffres-clés retenus par *Prévention et Modération* insistent d'abord sur la baisse des consommations depuis les années 60, instillant l'idée que tout s'améliore et qu'il n'est donc pas besoin d'une politique globale volontariste. N'évoquant pas la nécessité d'agir pour réduire les risques liés à toute consommation d'alcool, *Prévention et Modération* se focalise sur quelques sous-populations, peu nombreuses et surtout peu impactantes pour la consommation globale :

"L'impact sanitaire estimé et attribuable à la consommation excessive d'alcool en France et à la consommation lorsque le zéro-alcool est requis reste donc encore trop important nécessitant de poursuivre une démarche de prévention régulière et exigeante et de promouvoir les repères de consommation."

On peut remarquer que si les repères de consommation sont évoqués, ils le sont de manière tronquée, car il s'agit des "repères de consommation à moindre risque". Mais le lobby alcoolier ne souhaite pas s'appesantir sur les risques, bien réels, de toute consommation, même en dessous de ces repères.

Au centre de la philosophie d'action de *Prévention et Modération*, on retrouve la notion de modération, un slogan flou et trompeur, qui a pour objectif essentiel de laisser croire que la "modération" protège des risques. Ainsi la **priorité est donnée à la lutte contre les consommations "excessives"** qui permet là aussi de passer sous silence les risques liés à toute consommation et le fait qu'il existe un continuum de niveau de consommation entre ceux qui consomment peu et ceux qui consomment beaucoup, voire qui sont dépendants. D'autre part, le discours sur la lutte contre les consommations excessives recèle une part d'hypocrisie car les 10 % de "gros buveurs" consomment près de 54 % des volumes d'alcool, et contribuent ainsi largement au chiffre d'affaires des alcooliers.

Dans ses missions et objectifs déclinés sur son site, *Prévention et Modération* reprend ses anciennes usées jusqu'à la corde pour défendre des moyens d'action dont l'inefficacité est démontrée⁶ :

- **L'engagement des professionnels à travers l'autorégulation et l'autodiscipline en matière de communication et de commercialisation** : le postulat que le secteur économique pourrait s'auto-réguler est un leurre dont toutes les études scientifiques démontrent l'inefficacité⁷ ;
- **La promotion de comportements responsables (la fameuse "consommation responsable")** : ce slogan est parfaitement insidieux car il pose en principe que seul le consommateur est responsable des conséquences de son comportement. Mettre en avant la consommation responsable exonère le produit (la boisson alcoolique) et les multiples incitations à le consommer (publicité, marketing, offre...) par la promotion de l'industrie de l'alcool ;

6 • <https://www.preventionetmoderation.org/mission-et-objectifs/>

7 • Alcohol industry self regulation : who is it really protecting ?, J. Noel, Z.Lazzarini, K.Robaina et al, *Addiction*, 2017

- **La prévention des comportements à risques, justifiant la mise en place de campagnes ciblées sur les femmes enceintes, la sécurité routière et les jeunes** : cette présentation laisse penser qu'il suffit d'agir sur quelques problèmes bien circonscrits, mais certainement pas "d'emmerder les Français", selon la formule d'Emmanuel Macron (reprenant celle de Pompidou), avec des campagnes de prévention en population générale.

Rien de nouveau sous le soleil des alcooliers, la ligne de conduite a été définie une fois pour toutes pour lutter contre la loi Evin, car le seul objectif qui compte est que la politique de santé ait le moins d'effet possible sur le chiffre d'affaires et les profits des alcooliers.

Des méthodes contestables

A l'été 2024, Antoine Cardon, délégué général de Prévention et Modération, a écrit (voir annexes) à quelques addictologues, choisis par lui, pour leur proposer un "échange" dans le cadre d'une "démarche de concertation" en vue de la rédaction d'un livre blanc par la filière. Antoine Cardon informe qu'il va "organiser une table ronde à huis clos⁸, en novembre, pour permettre à chacun de réagir et apporter un regard critique sur notre approche". Il précise encore que "Ces échanges nous permettront d'affiner notre doctrine et nous aideront à cadrer notre feuille de route". Prévention et Modération sait pertinemment que les addictologues contactés risquent leur réputation voire leur carrière en collaborant avec le lobby alcoolier.

C'est pourquoi, le huis clos passe un message implicite : "Si vous trahissez la communauté addictologique, nous vous garantissons le secret". Ce courrier n'a été adressé à aucun des représentants des associations, sociétés savantes ou fédérations reconnues sur le champ de l'alcool.

Cette proposition vise à réduire le déficit de légitimité et de crédibilité de leur entreprise car l'absence totale d'addictologues et de scientifiques au sein de ses instances dirigeantes est évidemment handicapante. Mais la méthode est totalement contestable car il s'agit de s'adjoindre (et de compromettre) des addictologues qui, en leur nom propre, conseilleraient dans l'ombre la filière et avaliseraient sa philosophie d'action. Les méthodes de débauchage et de corruption des scientifiques ont longtemps été employées par l'Industrie du tabac⁹. Leur révélation progressive a ruiné la réputation de ces personnalités et conduit à une réflexion profonde et à l'établissement de règles de conduite par rapport aux liens et conflits d'intérêts.

Dès que cette lettre a été connue (le milieu addictologique étant assez restreint), le président d'Addictions France a réagi fermement contre ces tentatives de débauchages individuels.

⁸ • Souligné par nous

⁹ • Golden Holocaust, Robert Proctor, Ed Equateurs 2014

La Fédération Française d'Addictologie (FFA) et la Société Française d'Alcoologie (SFA) ont également mis en garde leurs membres :

Mail du président de la FFA le 22 Aout 2024

Chers amis,

L'organisation "Prévention et Modération" qui est une émanation du lobby alcoolier fait actuellement des démarches de sollicitations individuelles d'addictologues pour cautionner sa "réflexion sur la prévention". Elle propose en toute opacité une réflexion à huis clos sans en informer les présidents élus des associations, fédération ou sociétés savantes.

Je souhaite vous alerter sur cette entreprise du lobby alcoolier qui cherche à compromettre au nom de ces seuls intérêts

Je vous recommande de ne pas répondre à cette sollicitation car, comme vous le savez, l'OMS préconise que la politique de santé soit élaborée indépendamment du secteur économique.

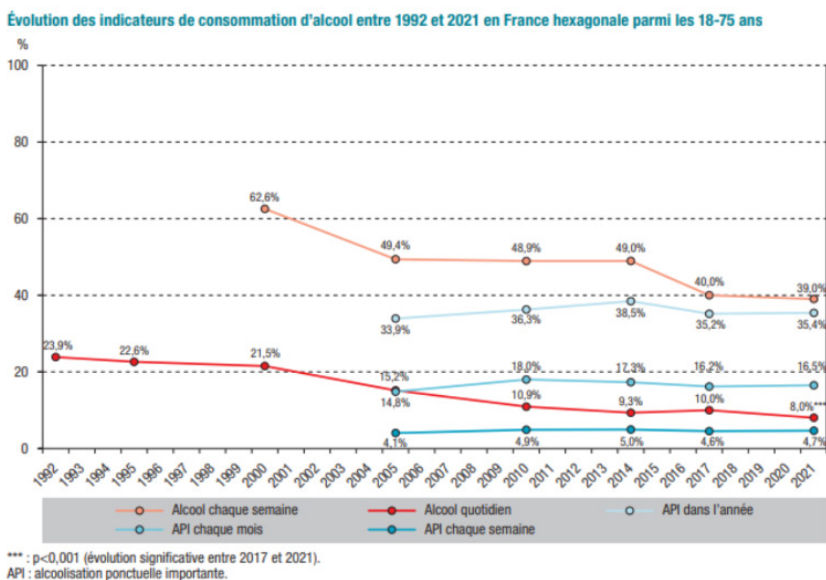
Bien à vous tous.

Amine Benyamina

Un contexte difficile pour les alcooliers

Cette initiative hautement contestable sur le plan éthique traduit la préoccupation des industriels du fait de la baisse de la consommation globale d'alcool (qui reste malgré tout trop élevée). Selon Santé publique France (SpF), "Depuis trente ans, on constate une baisse marquée de la consommation quotidienne d'alcool déclarée quotidienne : la part des adultes déclarant boire de l'alcool tous les jours a été divisée par trois. Cette évolution concerne indifféremment les hommes et les femmes.

La proportion de consommateurs hebdomadaires a quant à elle diminuée d'environ un tiers. Ainsi, la part des adultes qui déclarent ne pas consommer d'alcool chaque semaine est désormais de 61 %, contre 37 % en 2000.^{10*}



La baisse des consommations d'alcool concerne également les plus jeunes, comme le montraient les résultats de l'enquête ESCAPAD, publiés en mars 2023. En 2022, 20 % des jeunes de 17 ans déclaraient ne pas avoir expérimenté l'alcool, et la consommation dans le mois avait diminué de 80 % en 2000 à 58 % en 2022. Les raisons de cette désaffection de l'alcool sont multiples, mais la prise de conscience des méfaits de l'alcool y participe grandement. La défiance envers les discours des alcooliers ne leur permet plus de soutenir la consommation sur la base du seul plaisir en occultant les risques, y compris pour les faibles consommations.

10 • <https://www.santepubliquefrance.fr/determinants-de-sante/alcool/documents/magazines-revues/bulletin-epidemiologique-hebdomadaire-23-janvier-2024-n-2>

Le succès spectaculaire de l'opération de mobilisation sociale Défi de Janvier démontre que la population s'interroge de plus en plus sur la place de l'alcool dans la vie personnelle et sociale. Ce contexte mériterait de la part des alcooliers un réexamen de leurs stratégies commerciales, et non une nouvelle offensive à l'égard de la politique de prévention. *Prévention et Modération* n'est manifestement pas sur cette piste.

Conclusion

Par rapport aux appendices de l'industrie de l'alcool qui l'ont précédé, l'association *Prévention et Modération* était jusqu'à présent restée relativement discrète. Mais cette discrétion pèse manifestement à ses responsables qui semblent vouloir engager aujourd'hui un contre-feu face à un éventuel renforcement de la politique de prévention alcool. Sans renier leurs fondamentaux et leurs postulats erronés, les alcooliers essaient de trouver par tous les moyens des cautions. Ils n'ont pas réalisé que les temps avaient changé et faute de le comprendre, ils se condamnent à copier pour le pire les méthodes de l'Industrie du tabac. Ils devraient pourtant tirer les enseignements de ce secteur alors même que l'OMS considère déjà qu'ils n'ont aucune légitimité pour participer à l'élaboration et la mise en œuvre d'une politique de santé publique.

Annexes

1. Mail d'Antoine Cardon

Bonjour,

Nous nous permettons de vous contacter pour vous proposer un échange (téléphonique ou en visio), afin de vous présenter la démarche de concertation dans laquelle nous nous engageons.

Fondée par les trois fédérations professionnelles représentant les producteurs de bières, spiritueux et vins d'apéritifs, Prévention et Modération est l'association française chargée de promouvoir une consommation responsable des boissons alcoolisées, en s'appuyant sur une bonne connaissance des consommateurs et des circonstances de leur consommation et 35 ans d'expérience dans la prévention ciblée.

Nous travaillons à la rédaction d'un livre blanc qui présentera les principes et fondements de notre action, tirant les enseignements de nos campagnes et de la science en matière de prévention ciblée, et proposant un cadre méthodologique, tant pour agir que pour mesurer l'impact des programmes engagés.

Nous souhaitons associer à ce document les parties prenantes les plus indiquées en matière de lutte contre les addictions et de consommation responsable, et nous avons pensé à vous.

A cette fin, nous entendons organiser une table ronde à huis clos, en novembre, pour permettre à chacun de réagir et apporter un regard critique sur notre approche. Ces échanges nous permettront d'affiner notre « doctrine » et nous aideront à cadrer notre feuille de route.

Accepteriez-vous un premier échange, dans cette perspective

Dans l'espoir que vous voudrez bien adhérer à cette démarche collaborative et vous remerciant par avance de votre retour

Respectueusement

Antoine Cardon

2. Réaction du président d'Addictions France par mail du 22 août

Cher Monsieur Cardon,

Nous avons appris avec quelques collègues que vous développez une stratégie de communication très ciblée qui vise des alcoologues/addictologues qui sont aussi membres de sociétés savantes, associations et fédérations. Nous constatons surtout que vous n'avez pas sollicité les responsables (élus) de ces organisations. En clair, il s'agit de votre part d'une tentative organisée de débauchages individuels. Cette manœuvre est vouée à l'échec car l'information a immédiatement circulé dans le milieu addictologique/alcoologique, très soudé par l'expérience de l'hypocrisie constante du lobby alcoolier face aux risques pour la santé de ses produits, et elle a choqué quand elle n'a pas prêté à rire.

Vous me permettez de développer mes propres réactions à votre courrier.

Il convient tout d'abord de relever que certaines des options de votre politique, qui se retrouveront certainement dans votre "livre blanc", sont totalement contestées par l'ensemble du milieu addictologique :

- la "consommation responsable" que vous prônez revient à considérer que le consommateur est seul responsable et exonère le produit (la boisson alcoolique) et la pression publicitaire qui incite à le consommer

- la "modération" qui est un concept flou, trompeur et erroné lorsqu'on parle d'alcool.

Mais surtout, vous évitez soigneusement d'aborder les données scientifiques qui établissent clairement que toute consommation d'alcool est à risque, et ce dès le premier verre, qu'il s'agisse de bière, de vin ou de spiritueux. Vous pouvez vous référer sur ce point à l'expertise collective de l'INSERM que vous connaissez certainement, et qui expose de manière indiscutable l'état de la science sur ce sujet. En ne le faisant pas, vous dévoilez immédiatement vos intentions qui n'ont rien à voir avec la santé, mais tout avec la préservation de votre secteur économique au détriment de l'intérêt général.

Si nous doutions de l'opacité de votre démarche, le fait de proposer une table ronde à huis clos à des addictologues choisis par vous, et non aux représentants élus des associations, société savante ou fédération, ne saurait mieux illustrer l'aspect trouble de votre invitation qui s'accommode mieux des intrigues de l'ombre que de la transparence qui sied à tout entreprise honnête.

Je vous rappelle qu'en 2017, le secteur économique de l'alcool a précisément refusé de participer à une concertation (transparente et publique) sous l'égide de la MILDECA, pour faire ses propres propositions en dehors de toute concertation avec les acteurs de la santé. Aujourd'hui vous cherchez des faire-valoir, des idiots utiles pour cautionner votre "nouvelle" stratégie, mais votre doctrine est inchangée et les acteurs de santé en sont parfaitement conscients. Et nul ne risquera sa réputation en vous répondant positivement.

Comme vous le savez l'OMS préconise que la politique de santé soit élaborée en dehors des groupes d'intérêt que vous représentez, c'est pourquoi je pense que la meilleure chose que vous puissiez faire est de renoncer à cette tentative de débauchages individuels des acteurs de santé.

*Meilleures salutations
Bernard BASSET
Président d'Addictions France*

Décryptage N°59

Sport et Addictions :
Performances, dopage et bigorexie

Décryptage N°58

Une étude détonante :
Les manipulations des chiffres sur les ventes du tabac

Décryptage N°57

Alcool : le grand basculement :
Le succès du Défi de janvier

Décryptage N°56

Les campagnes nationales de prévention en santé

Décryptage N°55

La coupe du monde :
Entre paris sportifs, alcool et sport

Décryptage N°54

Les cris d'orfraie :
La fin de la culture du vin

Décryptage N°53

Industrie et santé :
La guerre hybride

Décryptage N°52

Avertissements sanitaires :
La résistance du lobby de l'alcool

Décryptage N°51

Drink More Water :
La prévention selon Pernod Ricard

Décryptage N°50

Les Puffs :
la promotion insidieuse du tabac

Décryptage N°49

Tabac chauffé, snus, médicaments... et nicotine :
Les cigarettiers préparent leur avenir

Décryptage N°48

Le crack à Paris

Décryptage N°47

Les marques Alibis :
Cigarettiers et alcooliers, mêmes méthodes

Décryptage N°46

Les industriels de l'alcool :
les maîtres en lobbying

Décryptage N°45

Le CBD (cannabidiol) :
Stratégies commerciales et d'influence

Décryptage N°44

La loi Evin :
30 ans d'offensives du lobby alcoolier

Décryptage N°43

La loi de 70 sur les stupéfiants :
50 ans de répression (ou pas)

Décryptage N°42

Les hard seltzers :
l'alcool avance masqué

Décryptages N°41

Covid-19 et addictions :
L'impact du confinement

Décryptages N°40

Un Défi relevé et réussi en janvier :
« Dry January » à la française en 2020

Décryptages N°39

Les alcooliers et la prévention :
La stratégie du Cheval de Troie

Décryptages N°38

Alcooliser le sport :
La dernière frontière des alcooliers

Décryptages N°37

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

Décryptages N°36

French Paradox :
Histoire d'un conte à boire debout

Décryptages N°35

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

Décryptages N°34

Baclofène : *Entre science et médias*

Décryptages N°33

Cannabis et thérapeutique :
Les lois de la science

Décryptages N°32

Un univers alcoolique :
La pression publicitaire au quotidien

Décryptages N°31

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

Décryptages N°30

Colloque «déviant» de la FRA :
Les limites de l'ambiguïté

Décryptages N°29

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

Décryptages N°28

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

Décryptages N°27

Buraliste : *Un métier d'avenir*

Décryptages N°26

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

Décryptages N°25

La chicha : *Culture, petit commerce et addiction*

Décryptages N°24

La bière : *Nouveaux visages, nouveaux risques*

Décryptages N°23

Risque Alcool :
Quelle politique mener ?

Décryptages N°22

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

Décryptages N°21

Alcools et information des consommateurs :
une exigence légitime

Décryptages N°20

Cannabis : *L'inévitable débat*

Décryptages N°19

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

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




Le lobby de l'alcool ne se résout pas à accepter l'évidence scientifique que l'alcool, quelle que soit la boisson alcoolique, est un produit dangereux pour la santé dès le premier verre. De longue date, il a créé des appendices pour contrer le discours des acteurs de santé, et ainsi forcer la porte des concertations pour participer à la définition de la politique de santé publique. Ces vieilles méthodes, directement inspirées de celle de l'Industrie du tabac, également meurtrière, sont de moins en moins acceptées. Personne n'est dupe de leurs véritables objectifs : nier ou minimiser les conséquences néfastes de la consommation d'alcool pour préserver les profits. Sur les cendres de leurs précédentes tentatives, les alcooliers ont mobilisé leur organisme-leurre, l'association *Prévention et Modération*.



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

