

Point de vue

Stoppons la publicité pour l'alcool sur Internet !

LE MONDE | 28.05.09 | 13h56 • Mis à jour le 28.05.09 | 20h16

A publication par l'Institut national du cancer (INCa) d'une brochure exposant les liens entre alcool et cancer a fait l'effet d'une déflagration dans les médias et dans le secteur des alcooliers. Elle n'était pourtant pas une révélation pour les professionnels de santé et les associations qui proposent depuis longtemps des politiques contre la deuxième cause de mortalité évitable en France (près de 40 000 décès par an).

Mais parler d'alcool et de santé en France dérange tous ceux qui en tirent les plus grands profits. On concède tout juste aux professionnels de la santé qu'ils doivent traiter les malades, mais, s'ils s'attaquent à la racine du mal, comme la banalisation de la consommation de l'alcool, ce sont alors des trublions irresponsables, des hygiénistes, des ayatollahs, des talibans adeptes de l'eau minérale...

A l'inverse, le lobby de l'industrie de l'alcool fait feu de tout bois pour minimiser les ravages du produit, avec des moyens qui se rapprochent de ceux de l'industrie du tabac. Ne pouvant plus nier les conséquences sanitaires et sociales, il met en avant le plaisir immédiat, la sensualité, voire l'identité nationale, les dangers étant circonscrits aux "gros" buveurs ou aux excès sévères.

Afin de protéger les enfants, les jeunes et les femmes enceintes, le lobby alcoolier concède qu'il faut faire une information, qu'il demande à diffuser lui-même. L'essentiel pour lui est de faire passer l'image d'une industrie responsable face à des consommateurs informés, mais l'issue de cette confrontation entre le renard et les poules ne fait aucun doute, tant les moyens sont disproportionnés (310 millions d'euros de publicité par an, 4 à 5 millions de campagnes de prévention).

Comme si cela ne suffisait pas, il intervient dans l'élaboration de la loi, grâce à des parlementaires motivés. Ainsi la loi Evin de 1991 a été édulcorée. On a autorisé la vente d'alcool dans les stades, en contradiction complète avec la volonté affichée de protéger les jeunes. On a vu à l'Assemblée nationale les défenseurs des bouilleurs de cru prendre des accents lyriques au nom de la protection des vergers. En ce moment, on entend des parlementaires de tous bords prétendre qu'on peut faire de la publicité sur Internet sans que les jeunes y aient accès !

Le lobby alcoolier a même réussi à contrôler et à limiter l'expression des défenseurs de la santé, en obtenant la création d'un Conseil de modération et de prévention, où sept parlementaires pro-alcool constituent une majorité automatique. Cette instance fantôme, à laquelle les associations ont refusé de participer, prétend examiner la validité de la production scientifique de l'Institut national du cancer, comme si elle en avait la moindre compétence. Cette instance est un leurre dangereux, auquel il convient de mettre fin, comme l'a proposé le député UMP Yves Bur.

ARGUMENT MENSONGER

Le dernier moyen employé est d'introduire le doute et la confusion dans le débat scientifique. L'argument mensonger selon lequel le vin serait moins nocif que les autres alcools est usé, mais il a beaucoup servi. On peut compter sur le Conseil de modération et de prévention pour donner le même espace d'expression, à propos de l'augmentation du risque lié à la consommation d'alcool, aux scientifiques de l'INCa et à d'autres plus marginaux mais plus favorables aux thèses de l'industrie.

Alors que le gouvernement a accepté d'interdire la vente d'alcool aux mineurs tout en ouvrant l'Internet à la publicité pour l'alcool, il est temps d'en finir avec l'hypocrisie. La publicité sur Internet se fera nécessairement en direction des jeunes, et c'est dangereux, incohérent et inacceptable, car les jeunes buveurs seront les malades et les morts de demain. Les débats autour de la loi Hôpital, patients, santé, territoires illustrent le paradoxe de l'hypocrisie française en matière de lutte contre l'alcoolisme et de protection de la santé publique. Le lobby alcoolier a remporté une sinistre victoire en première lecture à l'Assemblée dans sa bataille acharnée pour démanteler la loi Evin.

La libéralisation de la publicité de l'alcool sur Internet prend en otage la santé de toute la population française.

Monsieur le président de la République, madame la ministre, mesdames et messieurs les parlementaires, n'inscrivez pas dans une loi sur la santé une mesure dangereuse, incohérente et irrespectueuse de la majorité des Français, qui favorisera la consommation d'alcool dans notre pays.

François Bourdillon, président de la Société française de santé publique,

Gérard Dubois, porte-parole du Collectif contre la publicité de l'alcool sur Internet,

Claude Got, professeur honoraire,

Michel Reynaud, président de la Fédération française d'addictologie,

Alain Rigaud, président de l'Association nationale de prévention en alcoologie et addictologie,

Fernand Sauer, membre du Haut Conseil de santé publique, ex-directeur de la santé à la Commission européenne.

Article paru dans l'édition du 29.05.09

Le Monde.fr

» A la une » Archives » Examens » Météo » Emploi » Newsletters » Talents.fr
» Le Desk » Forums » Culture » Carnet » Voyages » RSS » Sites du
» Opinions » Blogs » Economie » Immobilier » Programme » Le Post.fr groupe

Le Monde

» Abonnez-vous au Monde à -60%



Abonnez-vous au Monde.fr - 6€ visitez Le Monde.fr

© Le Monde.fr | Fréquentation certifiée par l'OJD | CGV | Mentions