

Halte à la stigmatisation !

Paris, le 5 mars 2009 - Dans le cadre de l'examen du projet de loi « Hôpital Patients Santé Territoires » et devant les multiples attaques dont font l'objet les alcools dits « forts », la Fédération Française des Spiritueux (FFS) rappelle une nouvelle fois qu'elle soutient pleinement l'esprit du texte, en particulier l'interdiction de la vente des boissons alcoolisées aux mineurs et l'interdiction des « open bars ».

Interdire la vente des boissons alcoolisées aux mineurs est une proposition avancée par la filière depuis plusieurs années car elle apportera plus de cohérence et de clarté à la réglementation actuelle. Il ne doit pas y avoir d'ambiguïté sur cette mesure qui participe à la protection des plus jeunes. La fin des open bars - sans interdiction des dégustations ou fêtes traditionnelles - contribuera également à mieux faire respecter les principes de modération, seule voie possible pour garantir la consommation plaisir des spiritueux.

De la même façon, la Fédération soutient l'amendement de consensus présenté par Jacques Domergue qui autorise la publicité sur tous les services de communication en ligne à l'exception de ceux destinés à la jeunesse ou édités par des organisations sportives. Elle considère en revanche que les restrictions proposées par certains amendements, limitant la publicité aux seuls sites des professionnels, constitueraient un frein majeur au développement économique de la filière sans apporter de réponse à l'enjeu de santé publique défendu dans la loi.

Lutter contre la stigmatisation des seuls spiritueux

La filière s'oppose dans le même temps fortement aux amendements visant à introduire une distinction entre les différentes boissons alcoolisées pour en restreindre ou en faciliter l'accès. Ce type de démarche ne se justifie nullement et n'apporte aucune solution.

Toutes les boissons alcoolisées produisent les mêmes effets. Elles doivent donc toutes être traitées par le législateur de la même façon. S'attaquer plus fortement aux seuls spiritueux qui ne représentent que 22% de la consommation d'alcool ne résoudra pas les problèmes liés aux consommations excessives.

Privilégier prévention et responsabilisation du consommateur

Malgré son soutien, la FFS s'étonne que l'approche prévention du projet de loi soit limitée à des mesures de restriction de l'offre. De même, elle est défavorable à la proposition d'amendement introduisant une responsabilité pénale des producteurs. Ces démarches ne font que participer à la déresponsabilisation des consommateurs.

Pour Pierre Coppéré, président de la FFS : *« Il faut travailler sur la sensibilisation des publics aux dangers de tout comportement de consommation inappropriée et non stigmatiser les fabricants et leurs produits qui, consommés dans les règles du « savoir-boire », sont source de plaisir ».*

Une des conclusions des Etats généraux de l'alcool de 2006 avait souligné que la clef d'un changement durable des comportements de consommation d'alcool réside avant tout dans le bon équilibre entre éducation et encadrement de l'offre. La Fédération Française des Spiritueux et ses adhérents sont prêts à avancer avec les autres acteurs de la prévention dans une véritable démarche de sensibilisation du consommateur mais s'opposeront toujours aux approches simplificatrices visant à remplacer la prévention par l'interdiction, car elles n'ont jamais fait la preuve de leur efficacité.

A propos de la Fédération Française des Spiritueux

Créée en 1996, la Fédération Française des Spiritueux est un syndicat professionnel formé de producteurs et distributeurs français de spiritueux présents dans 23 régions (y compris les DOM) et de diverses dimensions (des groupes à vocation internationale et environ 95 % de PME).

Contact presse

Marion Cocherel – Agence Fleishman-Hillard

Tél. : 01 47 42 19 51

E-mail : marion.cocherel@fleishman.com