

Défendre la loi Evin, c'est défendre les plaisirs de vivre !

Le débat ouvert par un amendement voulant préciser la loi Evin illustre la difficulté à parler d'usage. Des chiffres répétés en boucle, 70 000 décès prématurés liés au tabac et 50 000 liés à l'alcool, coût des soins, coût social, niveaux et précocité des consommations, invitaient, dans la suite des lois Veil et Evin, à ne plus considérer ces substances légales comme de simples marchandises. Certes, le versant alcool avait été affaibli, rétablissement de la publicité par affichage en 1994, de sa vente dans les buvettes des stades en 1998 puis des références aux appellations d'origine et aux saveurs olfactives et gustatives dans les messages publicitaires en 2005 et en 2009, l'absence d'encadrement des publicités sur Internet. Mais le projet de loi de modernisation du système de santé succédait à une Stratégie Nationale de Santé qui avait pris la mesure des problématiques addictives et promettait de donner à la prévention la place qu'elle mérite. La pression publicitaire semblait pouvoir être régulée et partiellement complétée avec les avancées de cette loi sur la prévention, l'intervention précoce et la réduction des risques concernant les addictions.

Cet acquis est en passe d'être perdu, puisque dans le même texte, les mêmes élus qui ont renforcé l'interdit de vente aux mineurs et veulent sanctionner l'incitation au *binge drinking*, envisagent de faciliter la pression publicitaire. Pour éviter le risque d'un procès intenté à tel ou tel reportage, ils vont accentuer l'exposition des plus vulnérables aux messages incitatifs. Depuis les années 50, nous savons qu'il faut promouvoir un style de vie sain pour réduire la prévalence des maladies chroniques dégénératives (cancers, maladies cardiovasculaires). Depuis la fin des années 90, nous mesurons que nous devons redoubler d'efforts pour contrer l'actuelle pente addictogène d'une période où dominent les binômes intensité/immédiateté sensorielle, injonction à la performance/menace de précarisation. En France, l'investissement publicitaire des alcooliers, 460 millions d'euros en 2011, ne cesse d'augmenter. La communication sur les boissons alcoolisées est partout dans les rues, la presse ou sur le net. Les émissions gastronomiques ou touristiques, salons du vin, publiereportages, placements de produit, magazines d'œnologie...permettent une communication tout azimut dont 13 études internationales ont démontré l'impact. En faudrait-il donc encore et toujours plus ?

La santé repose sur la capacité à résister à ces incitations puissantes, non pas pour renoncer à tout plaisir mais pour préserver un point d'équilibre, exercice complexe pour les plus jeunes, les plus en difficulté. Nous défendons une réponse adaptée à l'actuelle hyper-accessibilité des substances, alors que se mêlent injonctions hédonistes, liées aux seules sensations fortes, et

ambitions sans fin d'améliorer ses performances scolaires, sociales, professionnelles ou sexuelles, sur fond d'une compétition généralisée. Il faut assumer une protection collective qui n'aboutira pas à la disparition des qualités gustatives et saveurs des différents produits, y compris alcoolisés, qui sont bien plus menacées par les ajouts d'arômes destinés à doper les ventes, sous forme de rosé « pamplemousse » ou de vodka « Tagada »! Et s'il s'agit de défendre l'oenotourisme, le plus simple serait de le dire clairement, comme le propose l'amendement porté par nos fédérations et associations réunies pour défendre la loi Evin!

Réguler vente et usage par des interdits ou des chartes d'engagement diminue la sollicitation. Dénormaler par le prix et le contrôle de la publicité rappelle qu'une marchandise n'en vaut pas toujours une autre. Accompagner usagers et familles dès les premières expériences est plus utile que l'agitation autour du concept de modération des alcooliers et de leurs communicants, ou les trop nombreuses injonctions de santé.

La confrontation entre une sollicitation à l'usage sans cesse croissante et la sanction pénale ou la menace d'une maladie n'aide en rien au contrôle. L'opposition excès et ascèse ne fait pas naître un usage responsable, pourtant possible, aujourd'hui comme hier, et même souhaitable! Cela nécessite d'associer la promotion de la santé et son attention à l'éducation et au développement de l'enfant autour des rythmes du sommeil, de l'alimentation et de l'estime de soi, les actions de Réduction des Risques, ces filets de sécurité face aux transgression des limites, l'Intervention Précoce ou les aides à distance qui facilitent les contacts avec des adultes aidants.

Mais par dessus tout, il faut en préserver le cadre : Alors, Mesdames, Messieurs les Députés, gardez à la loi Evin son rôle protecteur du plaisir de vivre !

Fédération Addiction

Aujourd'hui les 700 établissements et services des 205 personnes morales qui adhèrent à la Fédération Addiction reçoivent plusieurs milliers d'usagers et de familles sur le territoire. Notre Fédération s'est donné pour but de constituer un réseau au service des professionnels accompagnant les usagers dans une approche médico-psycho-sociale et transdisciplinaire des addictions.

Contact Presse

Caroline PRAT - c.prat@federationaddiction.fr - 06 17 40 72 50

Fédération Addiction - 9, rue des Bluets - 75011 PARIS