

Contribution de la Fédération française des spiritueux
Groupe d'experts *ad hoc* sur les repères de consommation d'alcool en France
Décembre 2016

Créée en 1996, la Fédération française des spiritueux (FFS) est un syndicat professionnel composé de producteurs et distributeurs français de boissons spiritueuses. Elle regroupe près de 200 entreprises présentes dans 18 régions (y compris les départements d'outre-mer), de diverses tailles (90 % de PME et des groupes à vocation internationale).

La Fédération française des spiritueux regrette de ne pas avoir été entendue, au même titre que les Brasseurs de France et Vin & Société, lors des auditions conduites au mois de novembre par le groupe d'experts. Les spiritueux représentaient en 2012 plus de 20% des consommations de boissons alcoolisées en France (contre 58% pour le vin et un peu moins de 20% pour la bière) et contribuent à près de 3 milliards d'euros aux recettes fiscales.

1. Quelles informations pensez-vous que le public français devrait connaître en matière de santé et d'alcool ?

Le public français devrait disposer d'outils de compréhension et de repères clairs, concis et mémorisables permettant à chaque **individu d'évaluer ses habitudes de consommation** de boissons alcoolisées ou celles de ses proches, lors d'une unique occasion mais également dans le cadre plus global d'une pratique alimentaire équilibrée, au regard de l'état des connaissances actuelles en matière de santé.

D'une manière générale, il nous semble que ces outils et repères doivent être **quantifiés**. Si les seuils actuels ont pu être critiqués, notamment au regard de la variabilité inter- et intra-individuelle des effets de la « molécule alcool » sur les organismes, il n'en reste pas moins qu'à l'échelle d'une population, des repères **quantifiés** et **ciblés** permettent une plus large diffusion, assimilation et compréhension de ces outils.

A ce titre, nous déplorons les messages trop généralistes, tels que « Moins, c'est mieux », qui ne nous semblent pas éclairer précisément les citoyens.

Nous ne comprenons pas pourquoi les seuils actuels ne pourraient pas continuer à être fournis, sur la base des éléments suivants :

- Définition d'un **verre ou unité standard** : 10 grammes d'alcool et volume correspondant pour différentes boissons alcoolisées ;
- Equivalences entre les boissons alcoolisées ;
- **Seuils de consommation à moindre risque**, en une seule occasion :
 - o **Zéro unité dans le cadre de situations à risque (mineurs, femmes enceintes, conduite, travail, etc.) et au moins un jour par semaine dans toutes les autres situations ;**
 - o **Deux** unités pour les femmes ;
 - o **Trois** unités pour les hommes ;
 - o **Quatre** unités pour les consommations occasionnelles.

Ces seuils de consommation permettent de distinguer la consommation responsable des boissons alcoolisées de l'abus d'alcool.

Les seuils de consommation à moindre risque ne font pas l'objet d'un consensus international, ce qui donne lieu à différents discours publics, liés à l'histoire et à la tradition des pays (pays de production / pays de consommation) ainsi qu'aux sensibilités des opinions publiques. Toutefois nous notons que les seuils actuellement applicables en France ne sont guère isolés, et rien ne paraît s'opposer à leur perpétuation. Nous constatons également que, quel que soit le niveau retenu, aucun grand pays consommateur d'alcool ne prône de repère 0 et beaucoup emploient des repères quantifiés, ce qui atteste à nos yeux de l'universalité d'un distinguo entre consommation à moindre risque et abus.

Par ailleurs, nous constatons que les diverses politiques pratiquées dans quelques pays restrictifs, visant à limiter fortement la consommation d'alcool par l'instrument réglementaire, n'ont aucun effet tangible en matière d'abus d'alcool. La différence de résultats obtenus des politiques fiscales menées dans les pays européens, notamment entre les pays du nord européen et les pays de l'Europe du Sud devrait être soulignée. **La transférabilité des politiques très restrictives pratiquées en Europe du Nord est en réalité très limitée.**

Les pays nordiques pratiquant une fiscalité élevée, des restrictions physiques et des règles très strictes en matière publicitaire et marketing affichent dans les faits des résultats médiocres à différents niveaux.

D'après les chiffres communiqués par l'OMS dans son rapport « *Alcohol in the European Union – Consumption, harm and policy approaches* » publié en 2012, le nombre de litres d'alcool pur consommé par personne est de 10.4 en Europe du nord (Danemark, Finlande, Islande, Norvège, Suède) et de 11.4 en Europe du Sud (Chypre, Malte, Grèce, Italie, Portugal et Espagne). Bien qu'elle soit plus faible que dans les pays d'Europe du Sud, la consommation globale d'alcool dans les pays d'Europe du Nord continue d'augmenter avec des modes de consommation privilégiant l'excès et un score de consommation dangereuse atteignant 2.8.

Par contraste, la zone de l'Europe du Sud affiche une baisse générale de la consommation et un score de consommation dangereuse de 1.1, alors même que l'encadrement réglementaire est bien moins lourd, avec des taxes plus faibles, une assez grande liberté publicitaire et promotionnelle, et un accès plus libre aux boissons alcoolisées. La zone d'Europe de l'Ouest (France, Autriche, Belgique, Allemagne, Irlande, Luxembourg, Pays Bas, Suisse, Royaume-Uni) se situe entre ces deux blocs avec une consommation générale en baisse également et un score intermédiaire de consommation dangereuse (1.5), là encore avec un encadrement réglementaire plus léger qu'en Europe du Nord.

Selon le dernier rapport de l'OMS « *Public Health successes and missed opportunities*¹ », publié en octobre 2016, la consommation d'alcool est effectivement trop élevée en Europe - à supposer que la consommation d'alcool se maintiendra - il est conseillé, à ceux qui **choisissent** de consommer, de limiter leur consommation quotidienne à 20 grammes d'alcool par jour².

Le public français devrait également être informé des différents éléments qui constituent le coût d'une bouteille et de l'utilisation qui est faite de ces recettes fiscales. Aujourd'hui, moins de 0,2% des 3

¹ Le titre complet du rapport est le suivant : *Public Health successes and missed opportunities : trends in alcohol consumption and attributable mortality in the WHO European Region, 1990-2014*

² « *Ideally, assuming that alcohol consumption will persist in Europe, those who choose to drink should limit their consumption to under 20 g/day (68,208), corresponding to a yearly consumption of 11.6 litres of pure alcohol.* » p. 60 - « *Public Health successes and missed opportunities: trends in alcohol consumption and attributable mortality in the WHO European Region, 1990-2014* »

milliards d'euros de recettes fiscales (avant TVA) sont alloués à la **prévention des comportements à risque**, alors même que de telles démarches pourraient habilement permettre une meilleure diffusion des messages clefs présentés précédemment. Dans la mesure où l'instrument fiscal a fait la preuve de son inefficacité en matière de prévention de l'abus et que les recettes générées ne paraissent pas employées à soutenir une politique sanitaire, les consommateurs / contribuables seraient en droit de savoir que le coût actuel des boissons alcoolisées ne correspond à aucune autre logique que d'alimenter le budget de l'Etat.

2. Quelle est votre analyse de l'information et du discours public actuels sur le thème de la santé et de l'alcool ?

Notre Fédération ne peut aujourd'hui que faire le constat de **l'absence d'une politique publique de prévention** menée à grande échelle, tournée vers le consommateur, doublée d'une réelle volonté d'éducation à la consommation responsable.

Le discours public actuel sur les seuils de consommation à moindre risque est insuffisant, et nous semble pour le moins inexistant, au regard des fonds qui pourraient être employés à cet effet. Nous estimons que, avant de se lancer dans une modification des seuils actuels, il aurait été opportun de s'interroger sur les raisons de leur méconnaissance dans la population. Il nous paraît évident que le sous-financement des campagnes de communication publiques et l'absence de tout partenariat public / privé avec les opérateurs économiques conduisent à ce que les consommateurs ne sachent pas aisément distinguer la consommation à moindre risque de l'abus d'alcool.

Un véritable effort de communication sur les repères actuels nous paraît donc prioritaire.

Nous constatons par ailleurs que, si la communication publique fait l'objet d'une dotation insuffisante, des fonds publics sont cependant alloués à des organismes privés, leur permettant de lancer des actions en justice contre les publicités des opérateurs économiques. Nous nous interrogeons sur ce curieux choix de priorité. A notre connaissance, les instances officielles en charge de la protection des consommateurs (DGCCRF) ne semblent pas s'être émues de manière systématique des pratiques marketing ou d'étiquetage des entreprises du secteur des boissons alcoolisées.

En revanche, un organisme privé financé par subventions publiques, comme l'ANPAA, pratique une politique judiciaire très active, qui ne paraît pas suivie par la DGCCRF. Est-ce légitime ? Cette action de l'ANPAA n'est-elle pas un doublon de l'action publique normale de respect de la loi ? Les fonds publics ne devraient-ils pas plutôt être alloués à des actions d'information sur les seuils de consommation à moindre risque ?

Enfin, nous déplorons l'instabilité du discours public, qui se révèle non linéaire et contradictoire.

Cette absence de consensus a notamment été relevée par la Cour des Comptes, dans son rapport relatif aux *Politiques de lutte contre les consommations nocives d'alcool*, en date du mois de juin 2016 [pp.33-34] :

" S'agissant des repères de consommation en vigueur en France, la Cour a déjà relevé le **caractère ambigu des messages des pouvoirs publics**, qu'il s'agisse de la notion de consommation « modérée » ou de la référence aux normes du comité d'experts OMS, **également reprises par l'Institut national de la prévention et d'éducation pour la santé (INPES) à partir de 2004**³⁶ .

* Voir la note dans le rapport de la Cour des Comptes.

L'INCa et l'INPES ont appelé, en 2011, à la révision des repères français, à partir d'une synthèse de littérature académique sur les liens entre consommation d'alcool et cancer.

La Haute autorité de santé (HAS) a publié, en 2014, un outil de repérage des consommations à risque pour l'alcool, le tabac et les drogues à destination des professionnels de santé. Il ne s'agit en aucune façon de dire qu'en dessous de ces repères, la consommation serait normale, recommandée ou exempte de risque, mais d'**identifier les seuils nécessitant une intervention médicale**. C'est pourquoi la HAS a été récemment conduite à relever des procédés tendancieux des producteurs³⁷.

(...)

En attendant, l'INPES a suspendu toute communication sur les repères, **ceux-ci n'étant utilisés que dans les recommandations destinées aux professionnels de santé** et pour les outils d'aide en ligne tels que l'alcoomètre. "

Or, d'une part, la note 2015-03 relative aux repères de consommation réalisée par l'Observatoire Français des Drogues et Toxicomanies (OFDT), et publiée le **8 septembre 2015**, précise :

" **Ils ont été formulés à l'usage** des professionnels de santé afin de faciliter le repérage des consommations, d'une part, et **du grand public, aux fins de prévention de ces consommations, d'autre part**.

En France, ces repères, plus ou moins intégrés par la majorité des Français, sont présentés par la Haute Autorité de Santé comme étant en population adulte :

- 2 verres maximum par jour pour les femmes (sachant qu'un verre standard d'alcool correspond en France à 10 grammes d'alcool pur, ce seuil est de 20g d'alcool pur par jour pour les femmes) ;
- 3 verres maximum par jour pour les hommes (soit 30 g d'alcool pur/jour) ;
- 4 verres maximum en une seule occasion quel que soit le sexe. "

Et d'autre part, les conclusions de l'avis du Haut Conseil de la santé publique relatif aux recommandations sanitaires en matière de consommation d'alcool en date du 1er juillet 2009 précisaient également :

" Le Haut Conseil de la santé publique a examiné, à la demande de la ministre et de la direction générale de la santé, s'il y avait lieu de modifier les recommandations sanitaires actuelles en matière de consommation d'alcool. Considérant

(...)

3. **qu'une recommandation nutritionnelle destinée au grand public** doit tenir compte de l'ensemble des effets et impacts potentiels et ne pas se baser sur une morbi-mortalité spécifique ;

Le Haut Conseil de la santé publique recommande de conserver le principe actuel de recommandations basées sur des repères de consommation ; "

Nous notons ainsi qu'une politique de communication à destination des consommateurs est admise par plusieurs instances sanitaires reconnues. Il nous paraît incongru de dire que les repères de consommation seraient subitement réservés à la seule pratique médicale.

* Voir la note dans le rapport de la Cour des Comptes.

L'évolution du site internet de l'INPES suite au communiqué commun de la MILDECA et de la HAS du 8 décembre 2015, mettant désormais en avant les recommandations visant à ne pas consommer de boissons alcoolisées, **montre l'instabilité dans le temps des messages portés par les institutions publiques de santé** et leur **incohérence**.

A notre sens, il convient de **clarifier** et **stabiliser** l'action publique en matière de consommation responsable d'alcool afin de faciliter et améliorer la diffusion des messages, en intégrant deux aspects à la réflexion. D'une part, il conviendrait de considérer la consommation de boissons alcoolisées comme s'inscrivant dans une pratique alimentaire globale, voire dans un « mode de vie » - notamment au regard des communications réalisées sur la problématique du cancer ; d'autre part, un certain nombre de politiques menées dans les pays voisins pourraient être transposées en France.

Concernant le premier point, il conviendrait par exemple de distinguer dans les communications la consommation responsable de boissons alcoolisées et l'abus d'alcool.

Notamment, au regard des problématiques telles que celle du cancer, il nous semble que les risques liés au cancer devraient être pondérés dans le discours public : consommation excessive de viandes ou de charcuteries, **abus** d'alcool (et non consommation d'alcool), consommation excessive de sucres, perturbateurs endocriniens, nanotechnologies, molécules contraceptives, résidus de pesticides, médicaments, etc. Le consommateur devrait bénéficier d'un discours public pondéré issu d'une démarche holistique, basée sur l'ensemble des résultats des disciplines scientifiques et positive, prenant notamment en compte les résultats des approches bénéfiques/risques.

Les risques induits par la molécule alcool sont trop souvent traités de manière directe et exclusive, entièrement déconnectée du régime alimentaire complet d'un consommateur.

Par ailleurs, il conviendrait de prendre appui sur les résultats des politiques de santé menées dans les autres pays européens ainsi que sur les pratiques mises en œuvre pour obtenir ces résultats.

Au Royaume-Uni, les messages de consommation responsable sont portés à la fois par les institutions publiques de santé et par les entreprises du secteur privé, qui jouent alors un rôle de prescription important.

La France est l'un des rares pays occidentaux où la législation interdit l'utilisation de messages de prévention volontaires dans les communications publicitaires. Nous estimons qu'il y aurait un vrai partenariat public-privé à nouer en la matière.

Enfin, il faut ajouter que les débats de spécialistes, entamés il y a plusieurs années sur ces sujets, n'apportent pas d'éléments d'appui à l'évaluation pour le consommateur. Les décisions, avis, rapports des différentes institutions de santé, ainsi que du PNNS, si elles sont nécessaires, ne sont pas largement diffusées, lues ou comprises par le consommateur. Nous rappelons à ce titre que notre Fédération soutiendrait toute campagne réalisée sur les seuils de consommation à moindre risque.

3. L'institution que vous représentez est-elle impliquée dans l'information du public ? Pourriez-vous la décrire en précisant son évolution dans le temps et ses perspectives pour l'avenir ?

La consommation des spiritueux n'a de sens que dans le cadre d'un usage approprié et modéré. C'est pourquoi notre filière est engagée dans des actions de prévention à l'égard des consommateurs, et notamment pour des seuils de consommation à moindre risque (www.2340.fr) efficaces en termes de santé publique.

Les pouvoirs publics y faisaient eux-mêmes référence dans les dernières années : les sites internet de l'INPES jusqu'à la fin de l'année 2015, le PNNS 3, la Haute Autorité de Santé (en particulier à destination des médecins), le Haut Conseil de la Santé Publique en 2009 (tel qu'indiqué précédemment).

La FFS demande par ailleurs une vraie campagne sur les équivalences : la quantité d'alcool pur contenue dans un verre standard est identique quelle que soit la boisson consommée (3 cl de whisky à 40% correspondent à une unité d'alcool, au même titre qu'un verre de vin de 10 cl à 12% ou de bière de 25 cl à 5%).

A ce titre, les résultats de l'Observatoire 2016 « Les Français et l'alcool », conduit par la Fondation pour la Recherche en Alcoologie montrent que les connaissances pratiques essentielles à la maîtrise de sa consommation restent encore mal connues par les Français. Près de 4 Français sur 10 (38 %) pensent toujours que les verres qui leur sont présentés ne contiennent pas la même quantité d'alcool.

On constate que ce sont les plus jeunes, notamment les garçons (70 % des 18-24 ans) qui se trompent le moins – cela étant probablement lié à l'introduction des campagnes de prévention dans les milieux scolaires (du collège aux associations étudiantes).

Notre secteur agit pour prévenir les risques d'une consommation abusive ou inappropriée et promouvoir la consommation responsable en fixant des seuils de consommation quantifiés. Nous soulignons l'importance de la poursuite des efforts des pouvoirs publics, des éducateurs, des acteurs de prévention et des associations dans la réduction de la fréquence des ivresses.

Si notre Fédération n'a pas construit de démarche concertée sur le sujet, l'ensemble des entreprises adhérentes de la Fédération s'engagent en matière de responsabilité sociétale et ont accepté les termes exprimés dans nos *Engagements pour une consommation responsable* (2009 - charte disponible en ligne), notre *Code d'éthique* (2011 - disponible en ligne) ainsi que dans le *Code d'autodiscipline et de déontologie en matière de communication et de commercialisation des boissons alcoolisées* adopté par la filière en 2010.

Notre Fédération encourage également ses adhérents à communiquer sur les seuils de consommation à moindre risque. Cela donne lieu à un certain nombre d'initiatives individuelles. Ces initiatives restent certainement trop modestes mais se heurtent à l'impossibilité d'inclure un message structuré de consommation à moindre risque dans les pratiques marketing des entreprises. La loi Evin ne prévoit pas que le marketing de l'alcool puisse inclure une incitation à une consommation modérée. Les pouvoirs publics ayant décidé de doter financièrement un organisme privé qui conduit une action judiciaire agressive, l'impossibilité juridique causée par la loi Evin est étroitement contrôlée. Nous déplorons à la fois le manque de clarté de la loi ainsi que l'agressivité judiciaire de certains.

4. Quelles seraient vos recommandations pour le discours futur des autorités sanitaires sur le thème de la santé et de l'alcool ?

La Fédération française des spiritueux recommande le maintien de seuils de consommation **quantifiés** afin d'apporter un outil d'évaluation clair et pertinent au consommateur.

Nous réclamons une campagne sur les équivalences entre les boissons alcoolisées et sur les seuils de consommation à moindre risque, afin de diffuser **largement** ces messages d'éducation à la consommation.

Nous souhaiterions en complément que ces campagnes soient ciblées et construites de manière à **adapter les messages** aux façons de consommer des différents groupes de population.

Par ailleurs, la Fédération française des spiritueux recommande l'application stricte de la loi en matière de contrôles d'alcoolémie, notamment afin de sanctionner effectivement les comportements à risque tels que la conduite en état d'ivresse ou l'ivresse sur la voie publique.

A nos yeux, les politiques de santé publique axées uniquement sur l'accessibilité au produit (prix, marketing, publicité) ne sont pas suffisantes et ne font en réalité que déplacer le problème. Il semble nécessaire de se donner les moyens d'agir sur le comportement des individus et non uniquement sur la limitation de l'accès aux boissons alcoolisées, politiques qui n'ont pas fait leurs preuves (limitation des happy-hours, interdiction des open bars, etc.).

Enfin, nous renouvelons notre souhait d'établir des partenariats publics-privés afin de favoriser la diffusion des messages d'éducation relatifs notamment aux seuils de consommation à moindre risque, et souhaitons signaler à ce titre les bonnes pratiques mises en œuvre par les entreprises de notre secteur saluées récemment par la Commission européenne, à l'occasion de la révision de la Directive AVMS (Audiovisual Media Services). La Commission a en effet reconnu le rôle positif de l'autorégulation pour contrôler la communication du secteur des boissons alcoolisées, qui prouve son efficacité lorsque son respect est assuré par une autorité indépendante. La Commission appelle même pour certains secteurs, dont la communication relative à l'alcool, à l'élaboration d'un Code européen.

Dans un cadre français, ce type de partenariat supposerait non seulement une clarification de la loi Evin, mais aussi de mettre fin à l'activisme judiciaire des organismes privés comme l'ANPAA.

Nous sommes intimement convaincus que les opérateurs économiques de notre filière ne sont pas les ennemis de la santé publique. Nous espérons pouvoir travailler à l'avenir avec toutes les organisations et personnes de bonne volonté pour promouvoir une consommation responsable, à moindre risque pour les consommateurs.