2015

Décryptage de la com' des alcooliers :

Avec Modération!

Alain RIGAUD
Bernard BASSET
Franck LECAS

14/12/2015
Version actualisée en janvier 2016

Association Nationale de PRÉVENTION en ALCOOLOGIE et ADDICTOLOGIE
A.N.P.A.A.

Pierre Arditi à propos de la modération :

"*Je n'aime pas ce mot. Il ne veut rien dire*"[1].

[1] *Le Monde* du 14 octobre 2015, Interview accompagnant le lancement d'une collection du journal sur les vins

Sommaire

Le ravalement de façade d'Entreprise et Prévention 4

***Avec Modération!* une opération de com' trop lisible..... 4**

Avancer masqué..... 5

***Avec Modération!* ou le brouillard sur le risque 6**

Le consommateur principal responsable..... 7

La négation des moyens les plus efficaces de prévention 7

***Avec Modération!* silencieux sur la loi Evin 8**

Les cautions scientifiques 8

Les véritables soutiens d'*Avec Modération!*..... 9

Conclusion 10

Le ravalement de façade d'Entreprise et Prévention

Un des appendices du lobby tentaculaire de l'alcool, Entreprise et Prévention, association regroupant les entreprises réalisant plus de la moitié du chiffre d'affaires global du secteur de la brasserie, des vins et des spiritueux, a procédé en octobre 2015 à une opération classique de communication en changeant son nom pour devenir "*Avec Modération!*".

Entreprise et Prévention a été créée il y a 25 ans par le lobby de l'alcool pour contrer les avancées de la loi Evin en faveur de la santé et de la protection de la jeunesse. Revendiquant une place sur le champ de la prévention en santé, cet organisme a du mal à convaincre, et pour cause, qu'il peut avoir une action indépendante des intérêts des alcooliers. Ce ravalement de façade intervient d'ailleurs au moment même où le lobby de l'alcool ne se cache pas de vider de son contenu la loi Evin grâce à ses relais parlementaires.

Avec Modération! une opération de com' trop lisible

En adoptant un nom qui sonne comme un slogan, *Avec Modération!* veut convaincre de son dynamisme et de sa modernité en faveur d'un concept, la modération, et le point d'exclamation dans le nom de l'organisme prétend renforcer cette attitude résolue.

Cependant, le terme même de modération se prête mal, par essence, aux affirmations catégoriques puisqu'il suffit de se référer au dictionnaire pour trouver des synonymes tels que : retenue, circonspection, ménagement, pondération… Il est donc difficile d'affirmer le volontarisme et la fermeté avec un tel concept, même en y ajoutant un point d'exclamation. *Avec Modération!* résonne plutôt comme un oxymore (réunion de termes de signification contradictoire, par exemple : un silence éloquent). *Avec Modération!* pourrait ainsi signifier "une molle fermeté".

Cette contradiction révélée par le changement de nom n'est pas le fruit du hasard mais le produit de l'Histoire. Il est inhérent au projet fondateur. Entreprise et Prévention a été créée pour contrer l'action indépendante des acteurs de la prévention en santé. *Avec Modération!* perpétue cette logique ambiguë qui prétend garantir la santé tout en préservant d'abord et avant tout les intérêts des industriels de l'alcool. L'oxymore du nouveau nom dévoile davantage cette contradiction.

Et incidemment, le résultat rappelle délicieusement le Parti de l'extrême centre de Pierre Dac.

Avancer masqué

C'est la loi Barzach, préfiguratrice de la loi Evin, qui a rendu obligatoire en 1987 la mention d'un conseil de modération dans les publicités. Le lobby de l'alcool s'y est plié en adoptant la formule "*Sachez apprécier et consommer avec modération*". Quand en 1991 la loi Evin a rendu obligatoire l'avertissement sanitaire "*L'abus d'alcool est dangereux pour la santé*", le lobby de l'alcool a cherché comment contrer dans les publicités cette information sur le risque lié à la consommation d'alcool. Il a ajouté à l'avertissement sanitaire sur le danger de l'alcool le conseil *"A consommer avec modération*" pour en atténuer la portée. Si les alcooliers acceptent d'ajouter une mention non obligatoire, on comprend bien qu'il s'agit de protéger ainsi leur intérêt et leur activité. Comme auparavant "*Sachez apprécier…*", *"A consommer avec modération*" exprime une invitation implicite à consommer de l'alcool, et la modération devient un habillage séduisant destiné à cacher la vérité : on consomme les boissons alcooliques avant tout pour l'effet agréable et grisant de l'alcool.

Au fil du temps, la formule "*à consommer avec modération*" est devenue un rituel sans signification véritable, qui accompagne tout échange sur la consommation d'alcool, en général avec un clin d'œil, un sourire entendu ou un rire de connivence.

Avec Modération! institutionnalise cette fausse barbe qui n'est qu'un leurre. C'est son véritable objectif.

Avec Modération! ou le brouillard sur le risque

Chacun d'entre nous (et les acteurs de la prévention en santé tout autant) recherche et apprécie les plaisirs de la vie. L'alcool procure du plaisir, c'est la raison de sa consommation, car il n'est pas indispensable à la vie. Mais c'est une règle quasi générale que le plaisir soit associé à un ou des risques, et pour partie à celui de l'excès.

En matière d'alcool, c'est aussi le cas. C'est pourquoi nous devons gérer à la fois notre recherche de plaisir et le risque qui lui est associé. Et si les risques de la consommation pendant la grossesse, au travail ou sur la route sont bien connus et figurent sur le site d'*Avec Modération!*, le risque de cancer, pourtant un des plus graves, n'est pas développé. Le mot lui-même ne figure qu'une fois sur le site. On comprend très bien pourquoi. Le cancer effraie, et surtout, la consommation d'alcool augmente le risque de développer un cancer même pour une faible consommation. L'Institut National du Cancer le rappelle régulièrement sur la base des données scientifiques internationales établies. Bien entendu *Avec Modération!* préfère, compte tenu de ses financeurs, rester discret et allusif sur ce risque.

Comme pour le cancer et pour les mêmes raisons, *Avec Modération!* ne mentionne que de manière laconique les autres maladies graves liées à l'alcool telles les cirrhoses et les maladies cardio-vasculaires, *Avec Modération!* évite également d'informer sur les risques à long terme pour le système nerveux comme les psychoses et les démences alcooliques.

Le lobby de l'alcool cède trop souvent à la tentation de qualifier les acteurs de santé d'intégristes. Or ceux-ci ne prônent ni l'ascèse ni l'abstinence[2]. Mais ils demandent que l'information sur les risques et les dommages sanitaires et sociaux soit transparente et indépendante des intérêts commerciaux, et que chacun puisse les gérer sur la base d'une information non biaisée et scientifiquement objective.

---

[2] Sauf en cas de dommages déjà avérés pour la santé ou de circonstances telle la grossesse, le travail, les transports.

Avec *Modération!* est de fait une entreprise pour tirer un rideau de fumée sur les risques liés à la consommation d'alcool.

Le consommateur principal responsable

La présentation des objectifs d'*Avec Modération!* reprend le concept/slogan du lobby de l'alcool de "consommation responsable". Ce concept est évidemment destiné à exonérer à l'avance les alcooliers de leur responsabilité à partir du moment où le consommateur a été informé sur le risque. On vient de voir pour le risque de cancer ou de démence que l'information était très allusive, sinon biaisée. Mais un facteur supplémentaire affaiblit mécaniquement l'information du consommateur : la fréquence et la durée de l'exposition à la publicité. Il est évident que face à un matraquage publicitaire, une information discrète ou mal valorisée est de faible poids. Rappelons que les dépenses de publicité pour les boissons alcooliques sont plus de 100 fois supérieures au budget alloué à l'INPES pour une campagne medias par an sur le risque alcool.

L'intérêt pour les alcooliers de prôner une "consommation responsable" est surtout d'entretenir l'idée que le consommateur est le premier responsable des dommages, et en aucune manière l'industrie de l'alcool.

La négation des moyens les plus efficaces de prévention

Les moyens de prévention les plus efficaces pour lutter contre les dommages liés à la consommation d'alcool ne sont évoqués que pour les réfuter sans tenir compte de la littérature scientifique bien documentée et fournie[3], ni des préconisations de l'OMS et même de l'OCDE[4]. On peut les résumer ainsi :

[3] Guillemont Juliette et al. « Interventions validées ou prometteuses en prévention de la consommation d'alcool chez les jeunes : synthèse de la littérature », Santé Publique, 2013/N°1 Suppl. S1, p. 37-45.

[4] Tackling Harmful Alcohol Use, Economics and Public Health Policy, Published on May 12, 2015.

- la limitation du marketing et de la publicité est une mesure efficace et efficiente ;
- les mesures visant à limiter l'accès à l'alcool sont efficaces : en premier lieu l'augmentation des prix dont l'efficacité est maximale ; l'encadrement réglementaire de la vente d'alcool (interdictions partielles ou totales en certains lieux ou certaines circonstances) ; la restriction des points de vente ou horaires est très efficace chez les jeunes, ainsi que la fixation d'un âge minimum pour acheter de l'alcool.

Il est évident que de telles recommandations, même émanant de scientifiques incontestés ou d'organismes internationaux, ne sont pas recevables pour *Avec Modération!* qui est davantage sur une ligne idéologique et "culturelle" que sur une concertation pour trouver une approche pragmatique et respectueuse des arguments des acteurs indépendants de la prévention en santé.

Pour *Avec Modération !,* la prévention collective n'est pas une hypothèse recevable, quelle que soit son efficacité, car elle touche aux intérêts de ses financeurs.

Avec Modération! silencieux sur la loi Evin

Alors que le lobby de l'alcool a mobilisé ses relais parlementaires pour obtenir la fin de l'encadrement de la publicité prévu par la loi Evin, il est important de noter *qu'Avec Modération!*, pas plus qu'Entreprise et Prévention auparavant, ne s'est exprimé sur ce sujet. Ce silence vaut évidemment approbation de l'offensive des alcooliers, aux côtés desquels *Avec Modération!* se range sans le dire contre l'ensemble des acteurs de santé.

Les cautions scientifiques

Les lobbies essaient toujours de s'abriter derrière des personnalités qui leur servent de caution. Cette pratique a été largement employée par le lobby du tabac[5] et le lobby de l'alcool s'en inspire. Il attire des scientifiques au nom du

[5] Le rideau de fumée, Gérard Dubois, Ed Seuil, Paris, 2003.

dialogue, de l'échange cordial et policé des points de vue. L'intégrité scientifique de ces personnalités ne doit pas être mise en cause, simplement ils acceptent que leur nom respectable puisse être utilisé par les alcooliers à leurs propres fins. C'est ainsi qu'on retrouve le Pr Martine Daoust comme présidente du comité scientifique d'*Avec Modération!*, tout comme la chercheuse Marie Choquet occupe les mêmes fonctions dans un autre appendice du lobby de l'alcool, l'IREB (Institut de Recherche et d'études sur les boissons). Martine Daoust poursuit ainsi une collaboration ancienne avec Entreprise et Prévention puisqu'elle avait introduit cet organisme dans les collèges en Limousin lorsqu'elle était Rectrice de cette région.

Ces personnalités devraient se souvenir de la mésaventure de l'un d'entre eux, scientifique intègre et respecté, mais qui avait eu l'imprudence d'accepter un financement de l'industrie du tabac pour ses recherches. En 2012, l'industrie du tabac a jeté son nom en pâture au public[6] pour prétendument démontrer que leurs investissements dans la recherche ne poursuivaient pas que des fins commerciales. Le lobby du tabac s'était abrité derrière un nom, et ce scientifique a reconnu sa naïveté. Les personnalités qui acceptent aujourd'hui de cautionner l'industrie de l'alcool devraient méditer cette histoire édifiante.

Les véritables soutiens d'*Avec Modération!*

Avec Modération! est financée par "les principales entreprises françaises du secteur des vins/champagnes, bières et spiritueux, en métropole et à La Réunion"[7] soit, entre autres, Bacardi-Martini, Kronenbourg, Heineken, Moët-Hennessy, Pernod Ricard, Rémy Cointreau, Rhums Réunion, etc…

Le site Internet d'*Avec Modération!* ne donne aucune information sur le budget de cet organisme, contrairement aux associations de prévention en santé qui publient leurs comptes et l'utilisation de l'argent public. Certaines sont contrôlées régulièrement par la Cour des Comptes, et c'est notamment le cas de l'ANPAA.

---

[6] Comment le lobby du tabac a subventionné les labos français, *Le Monde* du 31 mai 2012
[7] Information sur le site internet d'*Avec Modération!*

Conclusion

Le relookage, par les alcooliers, de leur appendice *Avec Modération!* survient au moment de l'offensive concertée contre une loi qui protège la santé et en premier lieu celle de la jeunesse. Elle fait partie de cette offensive. Cette opération de pure communication permet de décrypter des manœuvres qui n'ont rien à voir avec la prévention en santé, mais tout avec la préservation d'intérêts commerciaux.

C'est l'occasion de réaffirmer avec force que l'information sur les risques liés à la consommation d'alcool doit reposer sur des bases scientifiques, être transparente, indépendante, et préservée des conflits d'intérêts dont on a vu les dommages dans d'autres domaines, par exemple le médicament[8].

[8] Scandale du Mediator®

Notes :

Ensemble, prévenons les risques addictifs

www.anpaa.asso.fr

Rejoignez-nous sur

Octobre 2015 - Mise en forme : Karine Blondeau, secrétaire communication - ANPAA siège

Association Nationale de PRÉVENTION en ALCOOLOGIE et ADDICTOLOGIE

A.N.P.A.A.

A.N.P.A.A.
20, rue Saint-Fiacre – 75002 Paris
Tél. : 01 42 33 51 04 – Fax : 01 45 08 17 02 – contact@anpaa.asso.fr - @anpaa_asso – www.anpaa.asso.fr