



Haut Conseil de la santé publique

Communiqué de presse, 17 mars 2003

Libéralisation de la publicité pour l'alcool sur Internet : un danger pour les jeunes

Créé par la loi relative à la politique de santé publique du 9 août 2004, le Haut Conseil de la santé publique (HCSP) est une instance officielle d'expertise chargée de contribuer à la définition des objectifs pluriannuels de santé publique, d'évaluer la réalisation de ces objectifs et de fournir aux ministres intéressés et au Parlement des réflexions prospectives et des conseils sur les questions de santé publique.

Le Haut Conseil a pris connaissance avec inquiétude des débats parlementaires tendant à libéraliser la publicité de l'alcool sur Internet par un amendement au projet de loi « Hôpital, patients, santé, territoires », sans aucune étude d'impact de cette mesure sur la santé à long terme.

Le Haut Conseil tient à rappeler que le poids de la pathologie liée à la consommation d'alcool est toujours préoccupant en France. Il attire l'attention des pouvoirs publics sur le fait que, parmi les cent objectifs annexés à la loi relative à la politique de santé publique du 9 août 2004, les deux objectifs qui ont spécifiquement trait à l'alcool ne sont pas atteints. Pire, la situation semble même s'aggraver avec un arrêt de la réduction de la consommation annuelle moyenne d'alcool par habitant amorcée depuis dix ans et, concernant les usages à risque ou nocif de l'alcool, une augmentation des ivresses répétées chez les jeunes.

La loi Evin avait permis de limiter les dégâts grâce à une restriction de la publicité, tout particulièrement sur les supports destinés aux jeunes, et à une interdiction du parrainage. Légaliser la publicité sur Internet, c'est-à-dire sur le principal vecteur de communication utilisé par les jeunes aujourd'hui, constituerait une grave régression par rapport à cet acquis, à un moment où se répand l'alcoolisation massive et festive des adolescents. Il serait pour le moins paradoxal que cette disposition se fraie la voie par l'intermédiaire d'une loi dite de « santé publique »!

Loin de tout esprit prohibitionniste, le HCSP réagira de façon appropriée à cette nouvelle situation, à travers ses missions d'évaluation. La publicité pour l'alcool sur Internet risque en effet d'avoir un impact négatif sur un grand nombre des objectifs de santé publique que le Haut Conseil est chargé d'évaluer : maladies chroniques, cancers, maladies mentales, syndrome d'alcoolisation fœtale, violence intra et extra-familiale, accidents...

Pour l'heure, le HCSP appelle solennellement la représentation nationale à surseoir à toute décision intempestive dans ce domaine et à confier à une instance scientifique faisant autorité, une expertise sur les conséquences qu'aurait une telle disposition pour la santé publique.