



# ASSEMBLÉE NATIONALE

11ème législature

alcoolisme

Question écrite n° 66189

## Texte de la question

M. Dominique Baert attire l'attention de M. le ministre délégué à la santé sur l'impérieuse nécessité de restreindre, au nom de la santé publique, l'importation et la distribution de bières fortes qui nuisent dramatiquement à la santé des jeunes. En effet, depuis quelques années sont apparues sur le marché des bières à fort degré d'alcool (plus de 8 %), vendues à bas prix dans de grands conditionnements, souvent disponibles dans des magasins de proximité, ouverts tardivement, et consommés dans la rue. Outre les perturbations de sécurité publique auxquels ces faits contribuent, il sont aussi un puissant facteur de dégradation de la santé de ceux qui consomment ces bières (maintenant en totalité importées, principalement des Pays-Bas), et surtout des jeunes. Dans une zone frontière telle que l'agglomération roubaisienne, très nombreux, trop nombreux sont celles et ceux qui, dans la jeunesse locale, en sont des consommateurs occasionnels ou répétés. Il est nécessaire de limiter l'usage de ces produits, et donc leur entrée sur le territoire national. La reconnaissance, tout à fait fondée, au vu des réalités locales, d'un problème de santé publique autoriserait la prise de mesures restrictives, dans le respect du principe européen de libre circulation et du droit de la concurrence. Ces mesures iraient d'ailleurs dans le sens de la recommandation du Conseil européen du 5 juin 2001 relative à la consommation d'alcool chez les jeunes. C'est pourquoi il demande au Gouvernement d'agir en ce sens.

## Texte de la réponse

Si l'initiation aux substances psychoactives est un phénomène marquant de l'adolescence, la précocité des usages, notamment du tabac et de l'alcool, au début de l'adolescence constitue un prédicteur des niveaux et des modes de consommation dans les années suivantes. L'accroissement de la consommation d'alcool durant le week-end est particulièrement élevée chez les jeunes de moins de 25 ans, avec des niveaux supérieurs à ceux des adultes plus âgés, et se caractérise fréquemment par l'association d'alcools forts avec d'autres produits. Les chiffres de l'enquête ESPAD, conduite dans 34 pays européens auprès de jeunes de 14 à 18 ans, montrent que la France se situe à un niveau médian pour la consommation d'alcool. La bière et les alcools forts sont les boissons les plus consommées par les jeunes. Les bières à haut degré d'alcoométrie, dont le prix est relativement bas, peuvent constituer une boisson attractive pour les jeunes d'autant qu'elles se vendent à l'unité dans les magasins de proximité. Les règles de concurrence communautaires permettent difficilement d'envisager des mesures visant à interdire l'importation en France de produits provenant des autres Etats membres et la taxation de la bière est fixée par les directives n° 92/83 et 92/84 du 19 octobre 1992. La taxation selon leur degré alcoolique est interdite. Doubler les taxes sur ces produits en augmenterait malheureusement le prix de manière peu significative et pourrait entraîner des effets de report de consommation sans que les comportements soient modifiés. L'application des interdictions de vente d'alcool aux mineurs de moins de 16 ans et la condamnation des commerçants qui contreviennent aux dispositions légales constitueraient un autre moyen d'action pour protéger la jeunesse. La veille judiciaire exercée par les associations de lutte contre l'alcoolisme doit être renforcée. Le plan triennal de lutte contre la drogue et de prévention des dépendances de 1999 s'est donné notamment pour objectifs d'agir sur les comportements de consommation et la

responsabilisation des consommateurs. Des efforts importants ont été faits pour mieux informer le grand public, les jeunes en particulier, sur les effets et les risques des produits psycho-actifs en diffusant notamment les connaissances scientifiques validées. La stratégie de lutte contre l'alcoolisme 2002-2004 annoncée le 27 septembre 2001 renforce ces modalités d'action : des messages sanitaires devraient figurer sur les unités de conditionnement et des repères quantitatifs de consommation être largement diffusés. La dernière campagne de communication élaborée par le CEES et la CNAMTS, intitulée « l'alcool, pas besoin d'être ivre pour en mourir » répond à cet objectif prioritaire.

## Données clés

**Auteur :** [M. Dominique Baert](#)

**Circonscription :** Nord (8<sup>e</sup> circonscription) - Socialiste

**Type de question :** Question écrite

**Numéro de la question :** 66189

**Rubrique :** Santé

**Ministère interrogé :** santé

**Ministère attributaire :** santé

## Date(s) clé(s)

**Date de signalement :** Question signalée au Gouvernement le 10 décembre 2001

**Question publiée le :** 24 septembre 2001, page 5426

**Réponse publiée le :** 17 décembre 2001, page 7308