

# Journée Sans Alcool

Samedi 6 octobre 2018

« *Nou lé kapab !* »



**TOUS CONCERNÉS - PARTICIPEZ A LA MARCHE BLANCHE !**

Pour une journée sans alcool et en reconnaissance de TOUTES  
les victimes de l'alcool, samedi 6 octobre, je marche !

**RENDEZ-VOUS A 10 heures devant le Jardin de l'Etat**



APPEL DU 6 Octobre - MOBILISATION

## JOURNÉE SANS ALCOOL & MARCHE BLANCHE

SAMEDI 06 OCTOBRE 2018 à 10h00 à Saint-Denis



### UNE JOURNÉE SANS ALCOOL POURQUOI FAIRE ?

Vous ne le saviez peut-être pas : **Il n'y a pas de journée mondiale sans alcool**<sup>1</sup> ! Et pourtant il y a une journée mondiale pour à peu près tous les thèmes (cœur, hypertension, obésité,..., bricolage, tricot !) mais étonnamment pas pour l'alcool<sup>1</sup> comme il en existe pour les journées sans tabac, sans portable, sans facebook, etc.

Alors que l'alcool est un **problème majeur de santé publique** à La Réunion<sup>2</sup>, en France et dans le monde. La gravité de cette problématique mérite au moins un temps de recul et de réflexion pendant une journée sans alcool.

### LES CONSTATS :

- La Réunion est la **deuxième région française la plus touchée par la mortalité liée à l'alcool**<sup>2</sup>, elle enregistre l'un des taux les plus élevés d'ivresse, de sevrage en milieu hospitalier.
- Localement une **fiscalité spécifique exonère en grand partie de taxes les spiritueux et leurs dérivés issus de la production de cannes à sucre vendus sur place**<sup>3</sup>. Ce qui permet à La Réunion, d'observer le **prix de l'alcool pur le moins cher de France** alors que les produits alimentaires coûtent en moyenne 20-30 % plus chers que dans l'Hexagone. Il s'agit d'une inégalité majeure de santé et d'un scandale de santé publique. Les spiritueux occupent une place très importante dans la consommation locale avec des conséquences aggravées et plus rapides.
- **La publicité sous de multiples supports, aux bords de nos routes et ailleurs, est massive**. Elle donne une image normalisée de la consommation d'alcool, favorise le démarrage précoce des consommations chez les jeunes, les ivresses répétées et massives.
- **Le coût social de l'alcool (mortalité, maladies, incarcérations, ..) est considérable dans notre région**, très largement supérieur à ses bénéfices (taxes, emploi, etc) : environ 10 fois supérieur. Nous sommes confrontés à un problème majeur de santé publique.

<sup>1</sup> Journée Mondiale : <https://www.journee-mondiale.com> Seule existe la journée internationale de prévention du syndrome d'alcoolisation fœtale (SAF) - <https://www.leidd.fr/Societe/Sciences/Il-est-temps-de-creer-une-journee-sans-alcool-en-France-746817>

<sup>2</sup> Les comportements addictifs à La Réunion. Observatoire Régional de la Santé Océan Indien : <https://www.ors-ocean-indien.org> - ODICER : <https://odicer.ofdt.fr>

<sup>3</sup> Mété D. Fiscalité des rhums traditionnels en Outre-mer et santé publique : l'exemple de l'île de La Réunion. Rev Epidemiol Sante Publique 2017 ; 65 : 443-452.

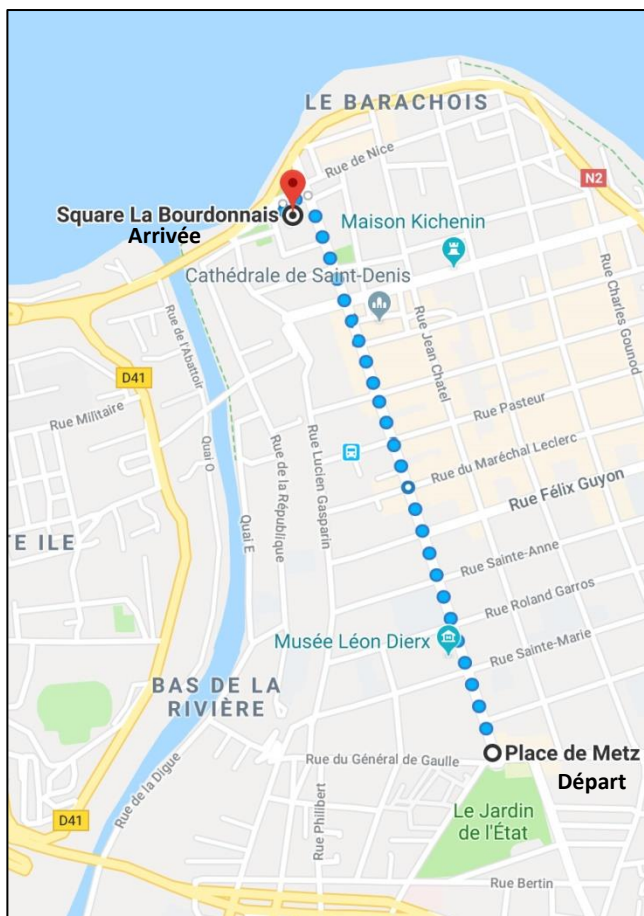
## POURQUOI UNE MARCHÉ BLANCHE ?

**Parce que tout le monde est concerné.** Chacun d'entre nous, dans sa famille, dans son quartier ou au travail connaît des personnes victimes de l'alcool, a connaissance d'histoires à l'issue tragique en relation avec l'alcool : accidents, violence, maladies,..etc.

Pour cette raison, nous avons décidé d'organiser **Samedi 06 Octobre 2018 à Saint-Denis** une marche blanche, avec le soutien de multiples associations, de personnalités et de la population, en reconnaissance de **TOUTES les victimes de l'alcool** :

- Patients en difficulté avec l'alcool, leurs familles, associations de patients,
- Accidentés de la route et leurs familles, associations contre la violence routière
- Associations de victimes de violence, de prévention du suicide, etc.
- Familles concernées par l'ETCAF (Ensemble des troubles causés par l'alcoolisation fœtale).
- Associations œuvrant dans le domaine social, culturel.

Cette journée sera l'occasion d'un défilé depuis le Jardin de l'Etat jusqu'au Barachois, d'un dépôt de gerbe en l'honneur des milliers de victimes de l'alcool et du dépôt d'une motion en préfecture. Des registres seront mis à la disposition de la population. Cette action sera renouvelée chaque année. Des stands d'informations et de prévention seront animés par les principaux acteurs locaux.



Cette marche blanche débutera à **10h00 sur la place du Jardin de l'Etat à Saint-Denis** et se terminera vers 11h30 devant la Préfecture de Saint Denis.

Les marcheurs emprunteront la rue de Paris puis celle de la Victoire pour arriver sur la place de la Victoire à la Préfecture

Nous espérons réunir entre 200 à 500 marcheurs. La sécurité sera assurée par les bénévoles de l'Association les Maillons de l'Espoir et de La Fédération Régionale d'Addictologie.

**Rejoignez-nous pour exiger enfin des mesures à la hauteur de cette problématique évitable !**

Contact : 02.62.90.56.01  
david.mete@frar.asso.fr

#### LES FAITS :

- L'alcool n'est pas un bien de consommation comme les autres : c'est une substance toxique, cancérigène dès le premier verre<sup>4</sup>, addictive.
- L'alcool est présent dans plus de 80 % des actes de violence à La Réunion.
- Environ 450 personnes décèdent chaque année à cause de l'alcool dans notre département, soit plus de 10 % de la mortalité annuelle. Ce qui en fait l'une des principales causes de mortalité évitable. La mortalité liée à l'alcool est dans notre département 3 fois supérieure à la moyenne nationale.
- Une proportion importante des accidents de la route est liée aux alcoolisations : automobilistes, motocyclistes, cyclistes et piétons.
- Une dizaine d'enfants naissent chaque année porteurs de lourdes malformations induites par l'alcoolisation fœtale<sup>5</sup>, environ 150 enfants nés chaque année seront concernés par d'importants troubles cognitifs et comportementaux. La Réunion présente le plus haut niveau national de TCAF<sup>6</sup>.
- Plus de 20 % des femmes enceintes poursuivent une consommation d'alcool pendant la grossesse.

# Journée Sans Alcool

## Samedi 6 octobre

### « *Nou lé kapab !* »



<sup>4</sup> GBD 2016 Alcohol Collaborators. Alcohol use and burden for 195 countries and territories, 1990-2016: a systematic analysis for the Global Burden of Disease Study 2016. Lancet. 2018 Aug 23. pii: S0140-6736(18)31310-2.

<sup>5</sup> Syndrome d'alcoolisation fœtal ou SAF. Ensemble des Troubles Causés par l'Alcoolisation Fœtale ou ETCAF.

<sup>6</sup> Laporal S, Demiguel V, Cogordan C, Barry Y, Guseva Canu I, Goulet V, Regnault N. Surveillance des troubles causés par l'alcoolisation foetale: analyse des données du programme de médicalisation des systèmes d'information en France entre 2006 et 2013. Synthèse. Saint-Maurice : Santé publique France : 2018. 16 p.

## CE QUE NOUS DEMANDONS :

- 1) **A NOS ELUS** : **Un engagement à la mesure du problème en front uni** : députés, maires, conseillers généraux, conseillers régionaux. Faisons de la **problématique alcool une grande cause régionale**<sup>7</sup> pour induire un vrai changement. Trop longtemps cette problématique a été perçue comme une fatalité. La compromission de certains élus plus soucieux des intérêts du lobby alcoolier que de la santé des Réunionnaises et des Réunionnais doit être dénoncée.
- 2) **A L'ETAT** : **La gravité de ce sujet mérite un meilleur traitement de la part de l'Etat**. Nous dénonçons l'ambivalence de l'Etat, sa passivité, voire sa complaisance. L'Etat doit apporter une réponse adaptée à ces problématiques. Ainsi :
  - La **santé publique** doit passer avant les considérations d'ordre économique. Aucun conflit d'intérêt en la matière, aucun compromis ne devrait être accepté contrairement à ce qui est bien trop souvent observé.
  - **L'application de la loi** : à La Réunion, malheureusement, la loi n'est pas toujours appliquée : lutte contre la vente d'alcool aux mineurs, vente à crédit, mention sanitaire sur les affichages publicitaires, les débits de boissons, respect des périmètres protégés pour la publicité, vente d'alcool dans les stations-services,...etc.
  - **Abrogation de la fiscalité spécifique outre-mer**<sup>8</sup> qui exonère en grand partie de taxes les spiritueux et leurs dérivés issus de la production de cannes à sucre vendus sur place et qui permet dans ces DOM, à La Réunion de trouver **l'alcool le moins cher de France** : Il s'agit d'une inégalité de santé majeure, d'un scandale de santé publique alors que La Réunion est la deuxième région française la plus touchée par la problématique alcool.
  - **L'alcool doit redevenir une priorité de santé publique régionale**. Ce qui était le cas par le passé mais qui ne l'est plus aujourd'hui<sup>9</sup> ; le sujet est noyé dans une approche soi-disant globale et transversale, mais inefficace avec une dilution des responsabilités. Il n'y a plus de responsable de santé publique chargé de la problématique alcool ou des addictions à l'ARS depuis mars dernier, soit 6 mois au moment où nous rédigeons ce texte. Nous demandons :
    - La **nomination d'un(e) responsable alcool (addictions) temps-plein à l'ARS**
    - La **nomination d'un(e) responsable alcool (addictions) temps-plein à la Préfecture**

**La problématique alcool n'est pas une fatalité, elle nécessite l'application de mesures simples et efficaces. Il n'est pas acceptable qu'à La Réunion, la santé de la population ne soit pas protégée comme sur le reste du territoire national et qu'elle passe après les intérêts économiques de quelques-uns.**

**Ceci est indigne de notre République :**

**« Nous lé pas plus, nous lé pas moins ! »**

<sup>7</sup> Certains diront que c'est donner une image « négative » de La Réunion. Ne pas en parler, c'est surtout éluder le problème et ainsi le pérenniser. Nous pensons au contraire qu'il est possible d'avancer sur un problème, même complexe en se mobilisant. Voir le livre blanc de la FRAR : <http://www.frar.asso.fr>

<sup>8</sup> Abroger l'article L758-1 du Code de la sécurité sociale, alignement sur le régime national en matière de droits d'accise.

<sup>9</sup> Projet de Santé (PRS) 2018-2028. ARS Océan Indien.

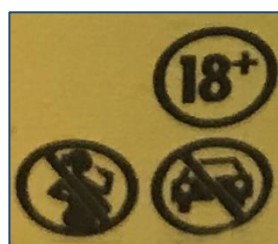
3) **A TOUS LES ACTEURS DE LA PREVENTION** : nous demandons :

**UNE CONCERTATION GLOBALE dans les actions menées.** Souvent des initiatives sont prises en l'absence d'une concertation globale, en l'absence d'avis d'experts qualifiés avec une dispersion des moyens (déjà peu importants à l'origine) et des actions sans cohérence comme cela est souvent observé (collectivités, Etat, etc.). Il en résulte un manque d'efficacité.

**Les addictions débutent dans 80 % des cas avant l'adolescence** : priorité doit être donnée aux actions de prévention lors de l'adolescence et de la pré-adolescence avec renforcement des compétences psycho-sociales.

4) **AUX PRODUCTEURS LOCAUX D'ALCOOL** : nous demandons :

- De favoriser la **premiumisation** (produits haut de gamme à forte valeur ajoutée) avec le développement d'une véritable AOC locale comme en Martinique par exemple.
- De favoriser l'**exportation** sur le marché national et international (nous sommes favorables à l'augmentation du contingent annuel réservé aux rhums traditionnels)
- De **limiter la vente des produits bas de gamme ou à prix cassés** : ces produits font un tort considérable à une partie très vulnérable de la population qui en est l'acheteur quasi exclusif<sup>10</sup>.
- De cesser la concurrence des prix observée entre les principaux producteurs sur le bas de gamme. Cela dessert gravement la santé de la population réunionnaise. Elle est irresponsable venant de la part d'acteurs qui revendiquent « agir pour le développement de l'île ».
- De **respecter l'histoire et le patrimoine culturel** : ainsi l'utilisation du nom « **Maloya** » (inscrit au patrimoine de l'UNESCO) par l'un des producteurs pour sa marque bas de gamme réservée au marché local est un affront grave venant d'une entreprise dont l'histoire révèle qu'elle possède un passé esclavagiste<sup>11</sup>.
- **S'engager dans un affichage responsable** : modérer l'utilisation de la publicité, s'interdire le recours à des publicités incitatives, respecter le périmètre autour des bâtiments réservés à la jeunesse<sup>12</sup>. Montrer cet engagement en allant au-delà des banales mentions sanitaires sur les boissons, l'affichage publicitaire.



Messages de prévention sur des boissons alcoolisées à l'étranger. En France, malheureusement seul le pictogramme femme enceinte est obligatoire.

<sup>10</sup> 10 % des consommateurs achètent plus de 50 % de l'alcool vendu.

<sup>11</sup> <http://freedom.fr/dr-david-mete-isautier-une-entreprise-au-passe-esclavagiste-qui-bafoue-le-maloya/> ou <http://www.ipreunion.com/actualites-reunion/reportage/2017/12/27/rhum-maloya-rhum-maloya,74455.html>

<sup>12</sup> Loi n°2017-256 du 28 février 2017 de programmation relative à l'égalité réelle outre-mer. Article L3323-5-1 du code de Santé Publique. Arrêté préfectoral n°1417/CAB/BPA

**Nous proposons aux producteurs locaux de s'engager en allant au-delà de leurs seules obligations réglementaires au vu de la situation particulière à La Réunion : problématique majeure de santé liée à l'alcool avec importante accidentologie routière, alcoolisations précoces, violences, abus.**

- **Sur toutes les boissons alcoolisées : adoption des pictogrammes « Pas d'alcool avant 18 ans », « Pas d'alcool au volant » sur toutes les boissons alcoolisées vendues.**
- **Sur tous les supports publicitaires ou promotionnels : présence claire et visible de tous les pictogrammes en plus de la mention sanitaire : « L'abus d'alcool est dangereux pour la santé. Etc »**

#### **5) AUX DISTRIBUTEURS :**

- L'arrêt de l'utilisation de l'alcool comme produit d'appel
- L'arrêt de la guerre des prix sur l'alcool, en particulier sur le marché des spiritueux locaux (rhums locaux et leurs produits dérivés) ou importés (whisky surtout)
- La relocalisation des rayons alcools dans des parties spécifiques du magasin et non sur les points d'entrée du magasin comme cela est souvent le cas. Ce qui pour des personnes vulnérables vis-à-vis de l'alcool qui doivent faire leurs courses est une épreuve difficile.
- L'arrêt des publicités *in situ* à l'instar des campagnes du type habillage des portails magnétiques d'accès ou caisse VIP dédiées aux clients spécifiques d'un certain produit.

**CE QUE NOUS NE SOUHAITONS PAS :** Nous ne militons pas pour la prohibition de l'alcool.

#### **COMITE DE PILOTAGE DE L'ACTION : QUI SOMMES-NOUS ?**

- **Association « Les Maillons de l'Espoir »** : fondée en 2006, l'association propose accueil, écoute et accompagnement aux personnes concernées par la problématique alcool. Elle a mis en place des ateliers occupationnels qui permettent de créer du lien, d'échanger le savoir-faire. Elle organise des randonnées pédestres ainsi que des sorties à vélo et une fois par mois un groupe de parole.

Contact : Jean-Claude FANCHIN : [jcfanchin@hotmail.com](mailto:jcfanchin@hotmail.com) tél : 06.93.92.19.27

- **Fédération Régionale d'Addictologie de la Réunion (FRAR)** : fédère les principales structures et associations concernées par la problématique des addictions à La Réunion. Elle milite pour une meilleure prise en compte des problématiques addictologiques à la Réunion avec une réduction des inégalités de santé observées.

Contact : Dr David METE, Président de la FRAR : [david.mete@chu-reunion.fr](mailto:david.mete@chu-reunion.fr) tél : 02.62.90.56.01

## QUELQUES DONNEES COMPLEMENTAIRES :

### **1) Concernant les rhums et produits dérivés dans les dom**

Le régime fiscal dérogatoire s'appliquant aux spiritueux produits à partir d'alcool de canne et vendus sur place dans les DOM permet de trouver à La Réunion :

- De l'alcool très bon marché et très disponible grâce à un système de distribution très efficace qui touche la grande-distribution, le moyen et petit-commerce de proximité.
- Ces produits font l'objet d'une publicité intensive et servent souvent de produits promotionnels d'appel.
- Des spiritueux fortement alcoolisés (49°) favorisant des complications plus rapides, plus grave.
- Ce régime permet à La Réunion de trouver l'unité d'alcool la moins chère du territoire français alors qu'au niveau alimentaire tout coûte 20-30% plus cher. **Nous avons ainsi le triste « *privilège* » d'avoir l'alcool le moins cher de France grâce à une fiscalité complaisante de l'Etat !** Comment cela peut-il être concevable alors que nous sommes la deuxième région la plus touchée par l'alcool ?

Il s'agit d'une **inégalité de santé majeure, d'un scandale de santé publique** dont est victime la population réunionnaise. En tant que citoyen français, nous exigeons que notre santé soit protégée à l'égal du reste de la population française (« *nous lé pas plus, nous lé pas moin'* »).

La FRAR demande à **l'Etat** de protéger la population locale en supprimant le régime d'exonération fiscale (VSS forfaitaire, droits d'accises dérisoires) qui favorise la consommation de spiritueux vendus très bon marché : 5-7 € le litre à 49°.

Tableau 1  
Comparaison de la fiscalité pratiquée en 2016 sur les spiritueux en France métropolitaine et à La Réunion (DOM).

Catégorie fiscale	Dénomination	Vente en métropole		Vente à La Réunion			
		Rhums DOM contingent	Autres spiritueux	Spiritueux importés	Rhums pays tiers	Rhums autres DOM	Rhums locaux
Taxes ad valorem	TVA	20 %	20 %	8,5 %	8,5 %	8,5 %	8,5 %
	OM externe	–	–	61,5 %	30,5 %	30,5 %	–
	OM interne	–	–	–	–	–	10,5 %
	OM régional	–	–	2,5 %	2,5 %	2,5 %	2,5 %
	Total ad valorem	20 %	20 %	72,5 %	41,5 %	41,5 %	21,5 %
Accises	Droit de consommation France/UE	869,27 €/hlap	1737,56 €/hlap	–	–	–	–
	Droit de consommation DOM	–	–	1737,56 €/hlap	1737,56 €/hlap	38,11 €/hlap	38,11 €/hlap
	CSS (VSS)	557,90 €/hlap	557,90 €/hlap	557,90 €/hlap	557,90 €/hlap	0,4 €/L	0,4 €/L
	DADOM	–	–	–	–	106,71 €/hlap	106,71 €/hlap
	Total accises	1427,17 €/hlap	2295,46 €/hlap	2295,46 €/hlap	2295,46 €/hlap	144,82 €/hlap + 0,4 €/L	144,82 €/hlap + 0,4 €/L
	Accises pour 70 cL à 40°	4 €	6,43 €	6,43 €	6,43 €	0,69 €	0,69 €

OM : octroi de mer ; CSS : cotisation Sécurité sociale ; VSS : vignette de Sécurité sociale ; DADOM : droits assimilés au droit d'octroi de mer ; hlap : hectolitre d'alcool pur ; DOM : Départements outre-mer. *Mété D. Fiscalité des rhums traditionnels en Outre-mer et santé publique : l'exemple de l'île de La Réunion. Rev Epidemiol Sante Publique 2017 ; 65 : 443-452.*

A la Réunion, on observe une consommation préférentielle de spiritueux : 49 % contre 21 % dans l'hexagone. 70 % de ces spiritueux sont issus de la canne à sucre locale (source : DOUANES / exploitation ORS OI).



2) **La question des addictions, en particulier l'alcoolisme : un sujet qui mérite un meilleur traitement par nos institutions :**

- Au sein du PRS (Projet Régional de Santé), la problématique de l'alcool et des addictions occupe peu de place et **n'est plus aujourd'hui considérée comme une priorité régionale de santé**. Ce qui questionne sur la capacité de nos responsables de santé régionaux à définir les orientations en adéquation avec les problématiques de santé observées.
- Ainsi début 2000, l'ex-DRASS avait un médecin de santé publique temps plein pour s'occuper de ce sujet (Dr Charles CANDILIER). Cela avait été l'occasion d'une évolution très significative de la prise en charge de la problématique des addictions dans notre région : ouverture de structures, lutte contre la publicité avec multiples actions judiciaires, rapports, colloques,... Actuellement à l'ARS, **il n'y a plus de médecin de santé publique en charge du dossier addictions depuis mars 2018**. Et quand cela était le cas, ses missions étaient diluées parmi d'autres très nombreuses (ex. avec la psychiatrie, le handicap). **L'Etat (ARS-OI) ne prend pas la mesure du problème et ne se donne pas les moyens d'une lutte efficace et proportionnelle.**
- Au niveau de la Préfecture, une précédente directrice de Cabinet du Préfet, Madame Julie BOUAZIZ, avait animé un groupe alcool. Il était entendu que ce groupe de travail se poursuivrait malgré le départ de celle-ci début 2016. Depuis 2 ans, ces travaux sont interrompus.
- **Pourquoi si peu de détermination de la part de l'Etat en ce domaine à La Réunion malgré une situation dramatique ?**
- **Où sont les messages de prévention face à une publicité massive et omniprésente en faveur de l'alcool qui pèse près de 10 millions par an ?** Voyez-vous des publicités pour la prévention à l'instar de la publicité en faveur de l'alcool. La lutte est inégale, c'est à l'Etat d'agir enfin avec détermination.
- Suite à l'adoption de la Loi Egalité Réelle Outre-Mer, le 28 février 2017, **l'Etat s'était engagé à publier deux rapports :**
  - Dans un délai de six mois à compter de la promulgation de la présente loi, le Gouvernement remet au Parlement un rapport<sup>13</sup> étudiant le lien entre le prix des boissons alcooliques et la consommation d'alcool, et évaluant l'impact d'une éventuelle majoration des droits d'accises sur les boissons alcooliques en matière de lutte contre l'alcoolisme.
  - un rapport<sup>14</sup> présentant la situation des populations d'outre-mer par rapport à celles de l'hexagone ainsi que les moyens nécessaires pour leur garantir l'effectivité des mêmes droits dans le domaine social et de la santé, notamment en ce qui concerne la lutte contre les addictions et particulièrement l'alcoolisme dans les 12 mois suivant la publication de la loi (28 février 2017).
- **18 mois plus tard, toujours RIEN : aucune information au sujet de ces rapports. Où est l'intérêt du gouvernement pour la situation outre-mer et en particulier à La Réunion qui paye le plus lourd tribut à la cause « alcool » ?**
- La problématique alcool nécessite une politique volontariste de la part de l'Etat sans complaisance à l'égard des lobbies de l'alcool comme c'est encore le cas aujourd'hui.
- **Seuls 10 % des patients sont aujourd'hui traités.** Les troubles liés à l'alcool sont une des pathologies les moins traités.

---

<sup>13</sup> Article 41. LOI n° 2017-256 du 28 février 2017 de programmation relative à l'égalité réelle outre-mer et portant autres dispositions en matière sociale et économique

<sup>14</sup> Article 6. Idem.

La problématique « alcool » à La Réunion est une inégalité majeure de santé.

Elle doit être à nouveau reconnue comme une priorité régionale au regard des drames qu'elle entraîne avec application de mesures concrètes et cohérentes :

- Nomination d'un(e) délégué(e) de santé publique à temps plein sur les addictions à l'ARS
- Nomination d'un(e) délégué(e) addictions à temps plein sur les addictions à la Préfecture avec reprise des travaux du groupe « Alcool » (2015-2017).
- Abrogation de la fiscalité spécifique exonérant les spiritueux produits et vendus sur place de près de 80 % de taxes (CSS, droits d'accises).
- Application de la loi
- Lutte contre la publicité massive en faveur de la consommation d'alcool (arrêtés préfectoraux, arrêtés municipaux, etc.)
- Publication des rapports gouvernementaux attendus sur la fiscalité et les addictions en outre-mer.
- Renforcement de la prévention

### 3) STOP à l'overdose de publicité en faveur de l'alcool :

La publicité en faveur de l'alcool est une aberration au regard des données de santé publique, ses conséquences négatives auprès des adolescents sont bien établies<sup>15,16,17</sup>.

Chaque année à La Réunion, environ 10 millions d'euros sont consacrés par les alcooliers, les distributeurs à la publicité en faveur de la consommation d'alcool, tous supports confondus (panneaux 4x3 au bord des routes, médias, catalogues publicitaires, produits dérivés,...). Cela représente près de 10 % de leur chiffre d'affaires. En comparaison, les sommes consacrés par l'Etat à la prévention des addictions ne représente même pas 5 % de cette somme ! Dérisoire, une lutte inégale. La faute au démantèlement de la loi Evin par nos gouvernements successifs dont le but a été de soutenir ce secteur économique.

**La publicité favorise l'entrée précoce dans l'alcool des jeunes, la fréquence des alcoolisations, l'importance des consommations, les ivresses : les mineurs ne devraient pas être exposés à la publicité en faveur de l'alcool !**

**Nous demandons à la Préfecture, à nos élus et aux mairies de travailler à une meilleure régulation de la publicité.**

<sup>15</sup> Smith LA, Foxcroft DR. The effect of alcohol advertising, marketing and portrayal on drinking behaviour in young people: systematic review of prospective cohort studies. BMC Public Health 2009 ;9:51.

<sup>16</sup> Anderson P et al. Impact of alcohol advertising and media exposure on adolescent alcohol use: a systematic review of longitudinal studies. Alcohol and Alcoholism, 2009, 44(3):229–243.

<sup>17</sup> Jernigan D, Noel J, Landon J et al. Alcohol marketing and youth alcohol consumption: a systematic review of longitudinal studies published since 2008. Addiction. 2017 Jan;112 Suppl 1:7-20.



La publicité pour l'alcool : l'exemple d'un même endroit pour un même thème : une présence forte sur l'espace publicitaire.

Notez le concept de « *pouvoir d'achat* » selon E.Leclerc.

La notion d' « *exploit* » selon Carrefour et les « *incroyables* » de Jumbo Score.



Carrefour *j'optimisme*  
DU LUNDI 25 AVRIL AU DIMANCHE 15 MAI 2016

## LES EXPLOITS

**14,95€** **14,49€**  
La bouteille

Whisky Red Label  
Johnnie Walker  
75 cl

Par 1 = 14,95 €  
au lieu de 20,95 €  
Les 2 = 28,98 €  
au lieu de 39,90 €  
soit 23,70 € le litre

**COMPAREZ**

L'abus d'alcool est dangereux pour la santé, à consommer avec modération.



SCORE **jumbo** les **INCROYABLES**

Du mardi 26 avril au dimanche 15 mai 2011

**6€49**

Rhum blanc traditionnel  
CHARRETTE® 49°  
La bouteille de 1 litre

Jumbo, je t'aime trop!

7,25€ **1,10** DE REDUCTION IMMEDIATE

**6,15€**

\* RHUM "ISAUTIER" Traditionnel. 1L. 49°.

Du 28 octobre au 9 novembre > Encore quelques jours...



# BIG ANNIVERSAIRE 3

RUM BLANC TRADITIONNEL ISAUTIER  
 49° - Bouteille de 1 litre

PRIX AFFICHÉ 7€40  
 REMISE EN CASSE IMMÉDIATE 1€71  
**5€69** LA BOUTEILLE

**LEADER PRICE**

L'abus d'alcool est dangereux pour la santé, à consommer avec modération

**LE CHOIX MALIN POUR VIVRE BIEN.**

BIEN VU SAMSAG 183



JOHNIE WALKER  
*Keep Walking*

**N°1 À LA RÉUNION,  
N°1 DANS LE MONDE™**

\*Continuer d'avancer \*\*Sources: Johnnie Walker est la marque de Scotch Whisky la plus vendue dans le monde (Brands report 2016) et à La Réunion (PSOS Océan Indien 2017).

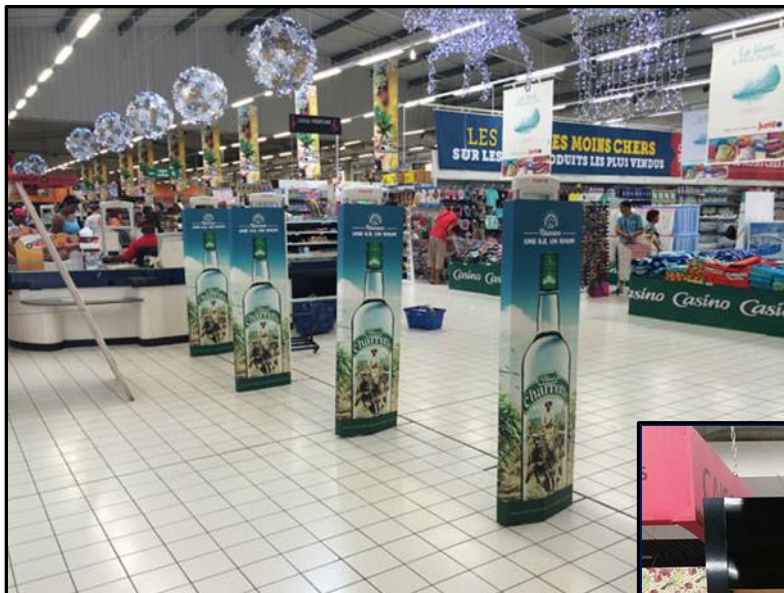
L'ABUS D'ALCOOL EST DANGEREUX POUR LA SANTÉ, À CONSOMMER AVEC MODÉRATION.



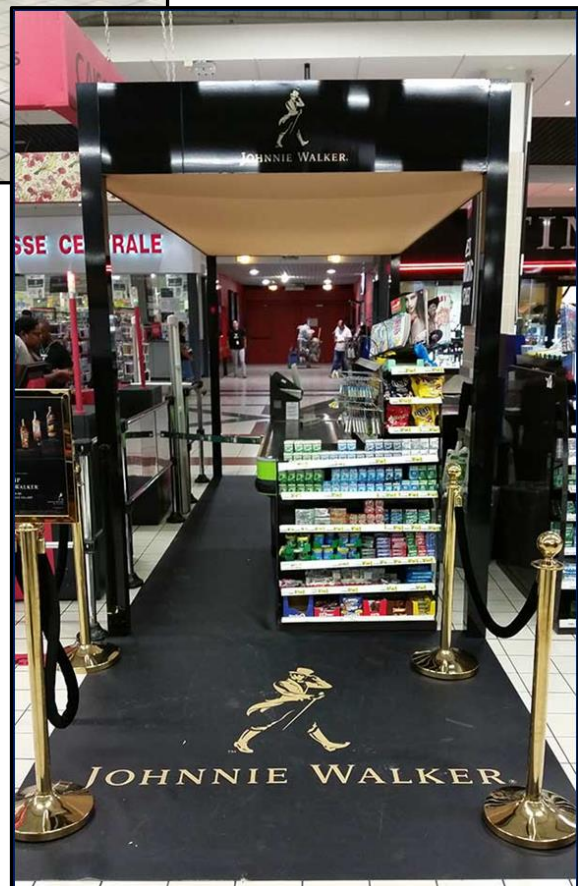
Page précédente :  
Rhum à 5.69 € le litre à  
49° (après réduction).

« Le choix malin pour  
vivre bien » selon Leader  
Price.

La publicité pour  
l'alcool : pleine page  
couleur en couverture  
dans l'un des principaux  
journaux.



Habillage publicitaire  
des portiques antivol à  
l'entrée d'une grande  
surface.



Caisse VIP réservée  
aux clients Johnnie  
Walker. Jumbo Score.

AVEC LE SOUTIEN OFFICIEL DE



FÉDÉRATION  
**ADDICTION**

Prévenir | Réduire les risques | Soigner

*Société Française  
d'Alcoologie*

