



## 14ème législature

<b>Question N° :</b> <b>15128</b>	De <b>Mme Véronique Louwagie</b> ( Rassemblement - Union pour un Mouvement Populaire - Orne )	<b>Question écrite</b>
<b>Ministère interrogé</b> > Affaires sociales et santé		<b>Ministère attributaire</b> > Affaires sociales et santé
<b>Rubrique</b> >commerce et artisanat	<b>Tête d'analyse</b> >grande distribution	<b>Analyse</b> > boissons alcoolisées. vente. réglementation.
Question publiée au JO le : <b>08/01/2013</b> Réponse publiée au JO le : <b>16/07/2013</b> page : <b>7444</b> Date de changement d'attribution : <b>22/01/2013</b> Date de renouvellement : <b>16/04/2013</b>		

### Texte de la question

Mme Véronique Louwagie attire l'attention de Mme la ministre des affaires sociales et de la santé sur la pratique, récurrente, de certaines grandes surfaces qui, à la veille du réveillon du 31 décembre, lancent, à grands renforts de publicités, dans la presse écrite ou sur les ondes radiophoniques, des promotions sur le prix de bouteilles d'alcool, fort notamment. Sans remettre en cause la liberté du commerce, il apparaît que ces opérations sont susceptibles d'avoir un impact sur la consommation d'alcool des jeunes en particulier. Elle lui demande s'il ne faudrait pas associer davantage ces enseignes de la distribution en leur demandant notamment de distribuer des éthylotests, à ces périodes festives, comme le font certaines mairies.

### Texte de la réponse

En matière de vente d'alcool, la responsabilisation des enseignes de la grande distribution passe, d'abord, par le respect de l'interdiction de vendre aux mineurs ce type de boissons. En outre, si la publicité en faveur des boissons alcooliques est autorisée sous forme d'envoi par les producteurs, les fabricants, les importateurs, les négociants, les concessionnaires ou les entrepositaires, de messages, de circulaires commerciales, de catalogues et de brochures, toutefois, à l'exception des circulaires entre professionnels et celles à l'intérieur des lieux de vente à caractère spécialisé, elle doit être assortie d'un message à caractère sanitaire précisant que « l'abus d'alcool est dangereux pour la santé ». Le non-respect des dispositions relatives à la publicité pour les boissons alcooliques est puni d'une amende pouvant aller jusqu'à 75 000 €, montant pouvant être porté à 50 % du coût de leur campagne publicitaire. Le Gouvernement a chargé la présidente de la mission interministérielle de lutte contre la drogue et la toxicomanie de faire des propositions en vue d'un futur plan gouvernemental de lutte contre les addictions, qui intégrera un volet important concernant l'alcool et les mesures de prévention s'y rattachant.