

**Mise en consultation du Programme National Alcool**  
**Ne pas faire passer des restrictions commerciales pour de la prévention !**

Le Groupement suisse des spiritueux de marque a remis ce jour sa prise de position relative au Programme National Alcool (PNA). Il constate à regret que le PNA n'est, en l'état, qu'un catalogue de mesures diverses, sans relation les unes avec les autres, et sans ordre de priorité.

**Ne pas sanctionner les consommateurs adultes et responsables**

En classant les modes de consommation en « peu problématique », problématique » et « dépendant », le programme exclut toute notion de consommation sans risque. Or, à l'évidence, la vaste majorité de la population a une consommation raisonnable et modérée, donc sans risque. Toute la phraséologie du PNA vise de manière indiscutable à criminaliser le consommateur. Cela est contraire à la réalité et n'est pas acceptable. Une prévention efficace doit porter sur les comportements de consommation abusive et non sur la consommation en tant que telle.

**Appliquer les lois existantes**

La protection des mineurs est, pour la branche, une priorité absolue. Il existe, à cet égard, un arsenal juridique touchant en particulier la vente et la publicité. La vraie prévention doit commencer, dès aujourd'hui, par une meilleure application des lois existantes, particulièrement pour ce qui concerne la vente. Le GSM rappelle qu'il s'est engagé de longue date tant en faveur d'une consommation responsable et modérée que pour le respect de la loi sur l'alcool qui interdit la vente de spiritueux aux mineurs. Il vient d'ailleurs de mettre à jour le matériel de formation pour le personnel des points de vente, « Comment dire non au moins de 18 ans ? ». Ce matériel, gratuit, se compose d'un DVD, d'un support de cours et de dépliants.

**La prévention doit prendre en compte l'ensemble de la consommation**

Parmi les mesures prévues, le Programme envisage une augmentation de la taxation sur les spiritueux et la bière. Outre le fait que ceci exclut d'emblée 50% de la consommation (le vin), une augmentation de prix ne fait que modifier le lieu d'achat ou le choix du consommateur. Il faut se souvenir qu'avant l'harmonisation fiscale de 1999, 20% des spiritueux consommés en Suisse étaient achetés hors frontières légalement, et probablement autant importés illégalement (estimations Régie fédérale des alcools) !

Quant à l'interdiction de vendre des boissons alcooliques entre 21h et 7h, elle est facile à contourner et n'apporte aucune solution à la consommation excessive ou à la consommation des mineurs. Par contre, elle pénalise la majorité de la population, qui a une consommation modérée et responsable.

**Le film « Comment dire non... » peut être visionné sur le site web du GSM,  
[www.spiritueuxdemarque.ch](http://www.spiritueuxdemarque.ch), rubrique « activités » et des photos du matériel sont  
téléchargeables sous <http://www.rezo.ch/stock/gsmvisuels/index.html>**

Pour toutes informations complémentaires, veuillez contacter Alexandra Rys au numéro 022 702 16 55.

*Le GSM regroupe les sociétés suivantes : Appenzeller Alpenbitter, Bacardi-Martini (Schweiz), Campari Schweiz, Dettling & Marmot, Diageo Suisse, Haecky Drink, Lateltin, Moët Hennessy (Suisse), Pernod Ricard Swiss.*