



**Les étiquettes sur les bouteilles
sont totalement inutiles
et potentiellement nocives.
Il y a mieux à faire dans le domaine de l'alcool**

MÉMOIRE SUR LE PROJET DE LOI C-206

***Présenté au Comité permanent de la Santé
Chambre des Communes
Ottawa
10 mars 2005***

La modération a bien meilleur goût.

606, rue Cathcart, bureau 700, Montréal (Québec) H3B 1K9
Téléphone : (514) 875.7454 • Télécopieur : (514) 875.599

Introduction

Éduc'alcool est un organisme sans but lucratif qui mène depuis près de quinze ans des actions de prévention, des programmes d'éducation et des campagnes d'information pour promouvoir la consommation responsable de l'alcool.

Les objectifs de l'organisme sont les suivants :

- éduquer le grand public et particulièrement les jeunes à la consommation de boissons alcooliques ;
- promouvoir la modération dans la consommation d'alcool ;
- prévenir et dénoncer les méfaits causés par l'abus d'alcool ;
- fournir de l'information sur les effets psychologiques et physiologiques de l'alcool ;
- valoriser la notion de plaisir liée à une consommation réfléchie et équilibrée ;
- établir le contexte historique et culturel qui entoure la consommation de produits alcoolisés ;
- faire le point sur les mythes entourant l'alcool ;
- effectuer et soutenir des recherches sociales et scientifiques.

Le slogan d'Éduc'alcool reflète bien la mission de l'organisme : « *La modération a bien meilleur goût /Moderation is always in good taste* ». Au Québec, c'est plus qu'un slogan. C'est devenu une expression courante et consacrée, un proverbe dont le taux de notoriété dépasse les 95%.

Au cours des quinze dernières années, Éduc'alcool a mis sur pied de multiples programmes et projets s'adressant à une multitude de groupes cibles. Il a, au fil des ans, acquis une crédibilité incontestable à la fois au pays et à l'étranger.

Depuis sa mise sur pied en 1989, Éduc'alcool a consacré plus de vingt millions de dollars pour l'éducation des Québécois à l'alcool. Mais, il a bénéficié de tant de partenariats, de tant d'espaces et de temps d'antenne gratuits dans les médias, que l'on peut facilement chiffrer à plus de soixante millions \$ la valeur de ses actions.

Les programmes d'Éduc'alcool visent les écoliers avec *À toi de jouer* qui s'adresse aux enseignants des niveaux primaire et secondaire, grâce à son partenariat avec les commissions scolaires et avec *L'Impro Éduc'alcool-Juste pour rire*, un concours annuel d'improvisation qui rejoint des dizaines de milliers de jeunes dans les écoles.

Ils visent les étudiants des niveaux collégial et universitaire par des campagnes menées en collaboration avec les établissements d'enseignement. La dernière campagne contre le calage d'alcool a d'ailleurs été citée comme un modèle du genre.

Ils visent les femmes enceintes avec « *La grossesse et l'alcool en questions* » conçu avec le Collège des médecins du Québec et endossé par le ministère de la Santé et des Services sociaux du Québec.

Ils visent les parents avec le programme « *Parler d'alcool avec ses enfants sans être dépassé* » qui a été repris dans quatre provinces et territoires au Canada et par trois pays étrangers.

Ils visent les apprentis conducteurs avec le programme « *Boire. Conduire. Choisir* » qui est diffusé dans les écoles de conduite du Québec en partenariat avec elles.

Ils visent les bateliers, les chasseurs et les pêcheurs grâce à des programmes ciblés, réalisés notamment avec la Société de sauvetage.

Ils visent les jeunes en difficulté avec « *S'entraider à modérer* » un programme réalisé dans les Maisons des jeunes.

Ils visent les internautes avec le programme « Question d'alcool : À toi de jouer », un programme pédagogique accessible sur son site Internet.

Il est naturellement impossible de citer ici la multitude d'actions menées par notre organisme. Qu'il suffise cependant de signaler que plusieurs de ces programmes tels ***A toi de juger, La grossesse et l'alcool en questions, Parler d'alcool avec ses enfants***, entre autres, sont repris dans de nombreux pays étrangers. De plus, l'expérience d'Éduc'alcool est citée en référence dans bien pays dont plusieurs tels l'Australie, la Suisse, la Suède, la France, pour n'en citer que quelques-uns, s'inspirent de son action. Le rayonnement d'Éduc'alcool déborde nos frontières puisqu'il a fait en sorte que l'organisme est appelé à présider des colloques internationaux et même à conseiller des gouvernements à l'étranger.

La question de fond

En mettant à l'ordre du jour l'adoption du projet de loi C-206, la Chambre des Communes a relancé un débat qui n'est pas nouveau : celui des étiquettes de mise en garde sur les bouteilles d'alcool ; une mesure qui n'est en vigueur que dans une vingtaine de pays à travers le monde. Et qui est rejetée par plus de deux cents pays. Tout récemment encore, la Nouvelle-Zélande a tenu un débat sérieux sur cette question et en a rejeté l'idée.

Nous croyons pour notre part, que la première et la plus importante question qu'il faille se poser est la suivante :

Les étiquettes de mise en garde sont-elles un moyen efficace de modifier les comportements des buveurs excessifs ?

Et dans la négative, une seconde question surgirait :

Y a-t-il un inconvénient à les apposer quand même sur les bouteilles ?

L'efficacité des étiquettes de mise en garde n'est pas une question d'opinion, c'est une question scientifique. C'est pourquoi, Éduc'alcool a demandé à des scientifiques du groupe de recherche sur les aspects sociaux de la santé et de la prévention (GRASP) de l'Université de Montréal de faire l'analyse de toutes les recherches disponibles sur ce sujet. Nous avons également demandé à de multiples centres du Canada et de l'étranger de nous fournir les données dont ils disposent. Au total, plus d'une centaine de recherches ont été aussi soumises au GRASP qui les a passées en revue.

Ses conclusions sont claires :

Lorsqu'elles sont combinées avec d'autres outils et méthodes d'information, les étiquettes de mise en garde pourraient être efficaces pour augmenter la notoriété du phénomène auprès de certains consommateurs, mais elles ne sont PAS efficaces pour changer les comportements ou pour diminuer les niveaux de consommation et elles sont TOTALEMENT INEFFICACES lorsqu'il s'agit d'atteindre les plus gros consommateurs, c'est-à-dire le groupe cible principal.

Cette étude a été réactualisée en 2003 et les conclusions qui en ont été tirées sont identiques. Elles confirment l'inutilité des étiquettes de mise en garde sur les bouteilles. Tout au plus conviennent-elles que les étiquettes peuvent être un outil d'information, mais ***c'est le moins efficace de tous les outils d'information.***

Or, bien qu'elles soient inefficaces et inutiles, d'aucuns pourraient prétendre qu'il n'y aurait pas de mal à les apposer quand même sur des bouteilles.

Ce n'est pas notre point de vue. Nous croyons en effet que telles étiquettes ont des inconvénients majeurs qu'il n'est pas inutile de faire valoir.

Il existe cinq raisons majeures pour s'opposer aux étiquettes de mise en garde :

1.- Certains chercheurs s'inquiètent du fait que les étiquettes pourraient être inutilement alarmistes et accroîtraient le niveau d'anxiété et de stress. On ne saurait trop insister sur l'importance d'avoir un message équilibré et nuancé lorsqu'il est question d'alcool. À ce sujet, rappelons les **effets pervers des messages sans nuances** : des médecins ont rapporté, ici comme ailleurs, que des femmes ont demandé à leur médecin de les faire avorter parce qu'elles avaient pris un verre à l'occasion sans savoir qu'elles étaient enceintes. D'autres chercheurs vont même jusqu'à soutenir que, sur cette question, notre société risque d'atteindre l'état de panique morale.

2.- Les étiquettes de mise en garde ne sont pas une solution parce **qu'elles ne font que dramatiser à outrance le problème**, ce qui peut **conduire les consommateurs à invalider l'information** qui ne correspond ni à leur expérience, ni à leur vécu. On ne peut s'attaquer à un problème réel par un *flash* inutile qui ne traite aucunement du fond de la question. En effet, les étiquettes de mise en garde situent l'alcool comme un produit dangereux et sous un angle négatif ne laissant aucune place à ce que vit l'écrasante majorité de la population et au concept de consommation modérée et responsable. Nous ne gagnons rien à *démoniser* l'alcool dans notre société.

3.- Le troisième danger est celui de **la surexposition**. En apposant des étiquettes sur toutes les bouteilles sans exception, on crée le faux sentiment que le problème a été pris en compte, ce qui n'est évidemment pas le cas. Non seulement les consommateurs ne les verront plus, mais ils risquent même de les dévaloriser.

4.- Plus encore, il faut craindre que cette mesure inefficace et inutile ne serve **de prétexte pour dispenser les autorités d'investir dans les mesures qui sont vraiment efficaces**. Des projets de prévention subséquents fondés sur des données probantes seront refusés sous prétexte que l'on a déjà traité du problème, et ce, tant au niveau fédéral qu'à celui des provinces.

5.- Enfin, et ce n'est pas le moindre des dangers, d'aucuns pourraient évoquer le fait que les étiquettes de mise en garde sont en vigueur aux États-Unis pour justifier que nous fassions le même choix. On notera d'ailleurs la parfaite coïncidence entre le texte du projet de loi C-206 et les mentions que l'on retrouve sur les étiquettes aux États-Unis. Aussi, nous apparaît-il essentiel de signaler que ces étiquettes de mise en garde **servent davantage à protéger l'industrie américaine de l'alcool qu'à**

informer les consommateurs. Nous savons tous que les poursuites judiciaires sont fréquentes chez nos voisins du sud. En mettant les consommateurs en garde, l'industrie se protège contre d'éventuels clients qui seraient tentés de la poursuivre devant les tribunaux pour ne pas avoir été correctement informés des dangers du produit.

Les mots clés : ciblage et rigueur

Il ne s'agit nullement de nier les effets de la consommation excessive d'alcool, sur la grossesse, la conduite automobile et la santé. Ni qu'ils soient parfaitement évitables. Mais les deux mots clés pour lutter efficacement contre ces fléaux sont : *ciblage* et *rigueur*. La consommation excessive d'alcool est un sujet sérieux. Il doit être traité de manière sérieuse, par des actions fondées sur des données probantes. Et en profondeur.

Le projet de loi C-206 stipule que des étiquettes de mise en garde doivent être apposées sur les contenants d'alcool pour « *avertir les consommateurs que les boissons alcooliques réduisent la capacité de manœuvrer un véhicule automobile ou une machine, qu'elles peuvent être nuisible à la santé de celui qui les consomme et que leur consommation par une femme enceinte peut causer des malformations congénitales au fœtus* ».

En stipulant que les étiquettes de mise en garde serviront à « avertir les consommateurs » de ces trois éléments, le projet de loi part de la prémisse que les consommateurs ne seraient pas avertis. Comme si nous n'avions pas mené des campagnes remarquables d'information et d'éducation depuis 20 ans! On ne peut prétendre sérieusement que les Canadiens ignorent que l'alcool a des effets sur la conduite automobile, sur le fœtus et, lorsqu'on en abuse, sur la santé. L'État a mieux à faire dans ce domaine que de redire des évidences connues de tous. Son action est utile, voire nécessaire, mais ailleurs.

Des besoins criants pour les femmes à risque

Pour ce qui concerne les femmes enceintes, nous avons, depuis plusieurs années déjà, lancé conjointement avec le Collège des médecins du Québec, une brochure d'information qui répond simplement et clairement aux questions que se posent les femmes enceintes et celles qui ont l'intention de le devenir, sur leur consommation d'alcool. Cette publication en est aujourd'hui à sa septième réédition. Elle a été tirée à plus d'un million et demi d'exemplaires depuis dix ans. Elle est d'une qualité telle que le ministère de la Santé du Québec nous a décidé de co-éditer avec nous la plus récente version.

Un sondage mené il y a six ans (Environics 1999) montrait que les Québécoises étaient dans le peloton de queue au Canada pour ce qui est de l'information sur les risques liés à la consommation durant la grossesse. Aujourd'hui les recherches prouvent que près de 94% d'entre elles connaissent les recommandations relatives à la consommation d'alcool durant la grossesse et l'allaitement (CROP 2002). On est à même de constater le chemin parcouru.

Nous estimons que, plutôt que de nous contenter de fausses solutions alarmistes et nocives, nous devrions poursuivre nos efforts et les faire porter là où cela compte. Il importe donc de continuer à faire valoir notre position de fond : *Il est préférable de ne pas consommer d'alcool durant la grossesse. Personne, en aucune circonstance, n'est en droit d'inciter qui que ce soit à consommer de l'alcool. Personne non plus ne devrait culpabiliser une femme enceinte qui aurait bu modérément à l'occasion. Rien ne sert d'être alarmiste.*

Ce message doit et va continuer à être livré à l'ensemble de la population et particulièrement aux femmes enceintes et à celles qui souhaitent le devenir. Il doit et va l'être de manière complète et sérieuse à travers l'ensemble des canaux de communication notamment celui des milieux de la santé. C'est ce que nous faisons déjà ; et avec beaucoup de succès. Apposer des étiquettes de mise en garde sur des bouteilles, c'est faire, mal, ce que nous faisons déjà, bien.

Par contre, si le gouvernement fédéral doit intervenir, c'est là où les organismes de prévention, tel le nôtre, n'ont ni la compétence, ni les moyens d'agir. *Le gouvernement devrait faire porter ses efforts là où les besoins sont criants. Nous avons besoin de soutenir les programmes spéciaux visant **les femmes à risque** d'avoir des enfants atteints du syndrome d'alcoolisation fœtale. Ces programmes doivent être ciblés afin de rejoindre ces femmes de manière efficace et avoir pour objectif une réduction de la consommation d'alcool et une modification des comportements.*

Des questions sans réponse sur d'alcool au volant

Il en va de même pour l'alcool et la conduite automobile. Dire que les Canadiens ou les Québécois ont besoin d'étiquettes de mise en garde sur les bouteilles pour apprendre ce qu'ils savent déjà, c'est, à toutes fins utiles, faire fi du travail colossal d'éducation qui a été accompli au fil des ans.

Les programmes à ce sujet existent depuis des années. Les résultats obtenus sont spectaculaires. Nous n'avons pas attendu ces étiquettes pour faire le travail d'information et de sensibilisation requis et que démontrent les progrès remarquables qui ont été accomplis dans ce domaine.

Éduc'alcool pour sa part a contribué amplement à l'éducation des conducteurs avec son guide **Boire. Conduire. Choisir.** par le biais des écoles de conduite au Québec.

Mais là encore, le gouvernement devrait faire ce que nous ne parvenons pas à réussir : investir de l'argent dans la recherche pour comprendre le comportement des récidivistes et des récalcitrants de l'abus d'alcool au volant. Nous n'avons pas besoin d'étiquettes pour nous dire que l'abus d'alcool nuit à la conduite automobile. Tout le monde le sait. Et tout le monde se le fait rappeler régulièrement par de multiples campagnes récurrentes.

*Nous avons besoin de mieux comprendre le comportement de **ceux qui sont imperméables à nos messages**, de ceux que nous n'arrivons pas à convaincre malgré tous nos efforts. C'est ici, dans ce domaine pointu, que nous avons besoin de l'aide criante du gouvernement dans la recherche et dans l'intervention. C'est là que l'État doit agir.*

L'alcool et la santé

Il en va aussi de même pour ce qui concerne les conséquences de l'abus d'alcool sur la santé. Les plus gros buveurs, qui sont le plus à risque, ne répondent pas à l'information qu'ils reçoivent; et encore moins lorsqu'elle est transmise par des étiquettes. Par opposition, les buveurs modérés vont jusqu'à profiter des bienfaits de la consommation d'alcool. Peut-on sérieusement soutenir que le besoin le plus important c'est d'avoir une phrase d'une banalité peu commune, sur une étiquette apposée à l'endos d'une bouteille alors que le sujet est on ne peut plus complexe et les situations des plus variées ?

Rappelons que pour plus de 85 % des Canadiens, la consommation d'alcool ne cause aucun problème. Apposer des étiquettes de mise en garde pour les « aviser » de ce qui est inexact dans leur cas, c'est être alarmiste et, en quelque sorte, déformer la réalité qu'ils vivent.

Enfin, pour ce qui concerne les effets de l'alcool sur la santé, on pourrait aisément soutenir, comme le font d'aucuns que, *pour être honnête, l'information devrait aussi porter sur les effets bénéfiques de l'alcool sur la santé lorsqu'il est consommé avec modération et de manière responsable.*

Mais quelle que soit l'inscription mise sur les bouteilles, cela ne change en rien l'inutilité, l'inefficacité ni les dangers de la mesure.

Conclusion

Le projet de loi C-206 doit être rejeté car :

- Les étiquettes de mise en garde sont inutiles, inefficaces et potentiellement nocives.
- Elles ne font que dramatiser une question qui doit être traitée sérieusement et rigoureusement ; au bout du compte, ce n'est qu'une mesure superficielle qui n'apporte en rien la moindre solution.
- Elles créent le faux sentiment que le problème a été pris en compte et servent de prétexte à l'inaction.
- Elles sont une solution "made in USA" à un problème "made in USA" et visent davantage à protéger l'industrie qu'à informer les consommateurs.
- Elles ne sont pas ciblées et elles risquent d'être contre-productives.
- Elles présentent l'alcool comme un produit dangereux en substance et ne laissent aucune place au concept de consommation équilibrée et modérée.

Les Canadiens n'ont pas besoin d'étiquettes de mise en garde pour se faire dire – mal – ce qu'ils savent déjà et que des organismes comme Educ'alcool ont pour mission de leur rappeler sur une base constante.

En lieu et place, l'État doit concentrer ses efforts dans le domaine où il est le seul à pouvoir agir : étudier, comprendre, rejoindre les consommateurs à risque, ceux que nous ne parvenons ni à rejoindre ni à convaincre. Dans ce domaine, tout reste à faire et seul l'État peut le faire.

De plus, la recherche concernant la promotion de la santé indique que, pour être pleinement efficaces, les campagnes d'information et d'éducation doivent être appuyées par des mesures ayant un impact direct sur l'environnement des consommateurs d'alcool. De telles mesures relèvent de l'autorité et de la responsabilité de l'État. Une concertation entre le gouvernement fédéral et ceux des provinces est essentielle en ce domaine.

Nous demandons à la Chambre des Communes de prendre ses responsabilités et de reconnaître que nous prenons les nôtres. Les résultats des années d'efforts que nous avons investis méritent bien cela. Et les Canadiens méritent plus et mieux que d'insignifiantes étiquettes qui tentent de leur dire ce qu'ils savent déjà.

La consommation d'alcool est une question sérieuse qui doit être traitée sérieusement. À chacun son métier. Que les organismes d'éducation à l'alcool poursuivent leurs campagnes d'information et de sensibilisation. Que l'État investisse les domaines dans lesquels son action est requise et urgente dans le cadre d'une approche intégrée. Ainsi, nous obtiendrons les meilleurs résultats dans le plus grand intérêt de tous.