



Groupe TAVINI HUIRAATIRA

Assemblée de Polynésie



M^{me} Éliane TEVAHITUA

Représentante à l'assemblée de Polynésie française

N° 38/2020/GTH/CAB/ET/et

Papeetē, le 04 mars 2020.

À

M. Édouard FRITCH

Président de la Polynésie française, en charge de l'égalité des territoires et des relations internationales

Objet : Interdiction de la publicité directe et indirecte en faveur des boissons alcoolisées sur toute la Polynésie française

PJ : -Fiche action 28 du programme d'actions de lutte contre les addictions en Polynésie française 2019-2023, Ministère de la santé et de la prévention, Direction de la santé, Département des programmes de prévention.

-Photographies des publicités promotionnelles en faveur de l'alcool

Monsieur le Président, ia ora na

A la faveur d'une entrevue télévisée en date du 11 novembre 2018 vous indiquiez les priorités de votre action gouvernementale qui se résumait pour reprendre vos mots en une seule phrase « Le seul combat est celui de l'alcool et du sucre ». Dans le cadre de vos vœux adressés aux confessions religieuses, vous n'hésitez pas à solliciter le concours des Eglises :

« Devant certaines situations préoccupantes, j'ai l'humilité de vous demander de nous aider. De l'aide pour limiter la consommation d'alcool, mais aussi pour lutter contre toutes les formes d'addiction les plus nuisibles pour nos familles et notre santé ».

Votre supplique adressée aux représentants des confessions religieuses témoigne de l'immense désarroi qui affecte une grande partie de notre société mais également de l'impérieuse nécessité de faire preuve de courage politique. En effet, comme le précisent toutes les enquêtes épidémiologiques, la prévalence de la consommation d'alcool chez les plus jeunes est préoccupante. Ainsi, 43,6 % des élèves polynésiens de 13 à 17 ans indiquent consommer de l'alcool au moins une fois par mois quand 30 % de la population interrogée consent à avouer sa dépendance à l'alcool souvent encouragée par la publicité et des techniques de marketing de plus en plus agressives voire insidieuses.

Comme vous pourrez le constater sur les photos jointes au présent courrier les publicités promotionnelles incitant à la consommation de boissons alcooliques font florès depuis plusieurs mois tant aux abords des routes que sur les réseaux sociaux particulièrement prisés des populations les plus jeunes et vulnérables. Tel supermarché n'hésitant pas à faire de la publicité de caisses de bière vendues à prix promotionnel depuis les abords de la route de ceinture quand

d'autres supermarchés utilisent le réseau social Facebook pour faire la réclame des boissons alcoolisées. Le premier producteur de bière locale n'hésite d'ailleurs plus à communiquer sur Facebook pour vanter la cuvée spéciale – grand cru 2019 de sa dernière bouteille ou le goût incomparable de ses bières les plus consommées.

Le ministère de la santé a pourtant fait de l'interdiction de la publicité directe et indirecte en faveur de l'alcool sous toutes ses formes et en toutes circonstances (cf. fiche action n°28 du programme d'action cité en référence) l'un des objectif majeurs de lutte contre l'incitation à la consommation d'alcool. Il prévoit notamment :

- de modifier la délibération 59-53 du 4 septembre 1959 pour étendre l'interdiction de la publicité directe sous toutes ses formes et en toutes circonstances et pour encadrer voire interdire toutes ventes promotionnelle de boissons alcoolisées ;
- de mener une réflexion autour des modalités de l'interdiction de la publicité indirecte en faveur des boissons alcoolisées.

Monsieur le Président, face à ces constats et à ces images plus parlantes que les mots, quand comptez-vous joindre les actes à la parole et interdire la publicité directe et indirecte en faveur de l'alcool sous toutes ses formes et en toutes circonstances dans notre Pays ? Vous pourrez compter sur mon indéfectible soutien dans ce sens.

Je vous prie d'agréer, Monsieur le Président, l'expression de ma considération distinguée.
Mauruuru.



M^{me} Éliane TEVAHITUA

FICHE ACTION 28 : INTERDIRE LA PUBLICITE DIRECTE ET INDIRECTE EN FAVEUR DES BOISSONS ALCOOLISEES SUR TOUTE LA POLYNESIE FRANÇAISE EN TOUTES CIRCONSTANCES

N°	REFERENCE AU SCHEMA DE PREVENTION
Axe 1	Favoriser les environnements propices à la santé des polynésiens
Objectif 4	La lutte contre l'alcool
Priorité 3	Diminuer les pressions qui incitent à consommer

PORTEUR DU PROJET
DPP

DETAIL DE L'ACTION

Partenaires

Direction de la Santé, DGAE

Contexte

La publicité directe et indirecte est déjà encadrée (délibération n°59-53 du 4 septembre 1959). Pour rappel : la délibération n°2002-139 APF du 24 Octobre 2002, modifiant la délibération n°59-53 du 4 septembre 1959, notamment, interdit le sponsoring des manifestations sportives et des établissements d'activités physiques et sportives sous toutes ses formes et en toutes circonstances. Par ailleurs, cette délibération prévoit l'interdiction de la publicité incitative à la consommation de boissons alcoolisées selon les conditions prévues par l'article 3 de la délibération n° 84-14 du 31 janvier 1984 portant réglementation de la publicité dans le territoire de la Polynésie française. Malheureusement, cette modification a donné le champ libre aux fabricants et distributeurs qui ont développé la publicité pour leurs produits, estimant orienter la consommation et non l'inciter.

Objectifs

Généraux : Protéger la population de l'incitation à la consommation d'alcool

Spécifiques : Renforcer la législation en vigueur pour interdire la publicité des boissons alcoolisées en toutes circonstances et sous toutes ses formes

Descriptif de l'action

Modifier la délibération 59-53 du 4 septembre 1959 pour étendre l'interdiction de la publicité directe sous toutes ses formes et en toutes circonstances et pour encadrer (voire interdire) **toutes ventes promotionnelles** de boissons alcoolisées.

Mener une réflexion autour des modalités de l'interdiction de la publicité indirecte en faveur des boissons alcoolisées.

Communiquer l'action pour plus de visibilité

Lien avec d'autres actions

Postulats pour la réalisation de l'action

<u>Moyens humains</u>	<u>Moyens financiers</u>	<u>Mesures réglementaires et autres moyens</u>
<i>Acquis / Non acquis</i>	<i>Acquis / Non acquis</i>	<i>Acquis / Non acquis</i>

INDICATEURS	
De réalisation	Loi et réflexion
De résultats	Loi
D'impact	Evolution de la publicité directe

CALENDRIER PREVISIONNEL					
Description des actions	2019	2020	2021	2022	2023
Modifier la délibération 59-53					
Mener une réflexion autour de l'interdiction de la publicité indirecte					
Communiquer l'action pour plus de visibilité					

VALIDATION DE LA FICHE ACTION			
Entité	Date	Identité	Observations
DPP			
DS			
Ministère de la santé			

C U V E E S P E C I A L E

Charles Heidsieck

2019



EDITION LIMITEE



DISPONIBLE EN BOUTEILLE 75CL
ET EN PRESSION

L'ASUS D'ALCOOL EST DANGEREUX POUR LA SANTE A CONSOMMER AVEC MODERATION

TOUJOURS PLUS DE GOÛTS



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



Market express
ALIMENTATION GENERALE 40 573 222

ORTHOPHONISTE
TAOTE NO TE PARAI
TEL: 87.71.21.99

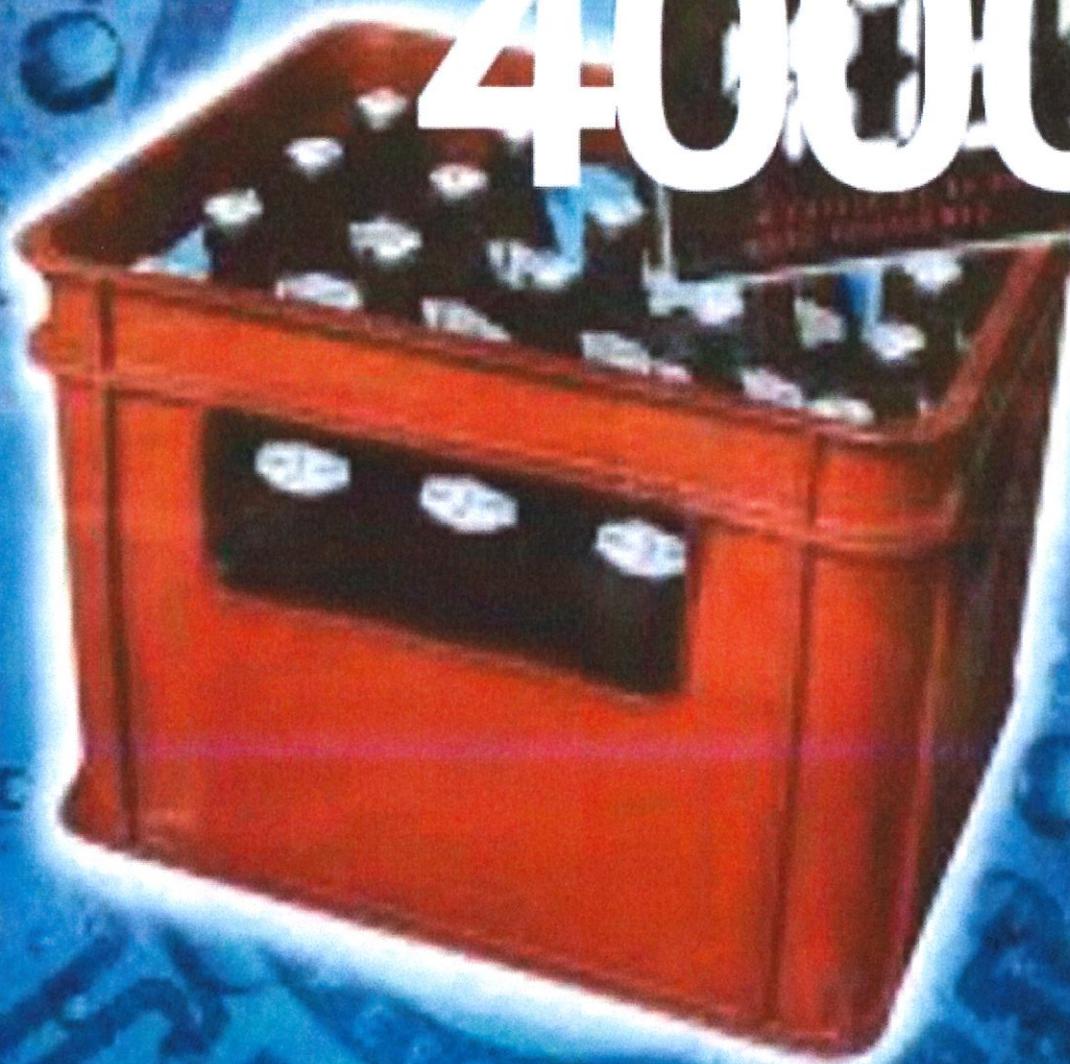
PODOLOGUE
TAOTE AVAE
TEL: 87.70.48.00

OFFRE PROMOTIONNELLE
HINANO Caisse de 20
Bouteilles 3595



PROMO

4000F



HINANO
LA BEBIDA DE FAMILIA



© 2014 HINANO. ALL RIGHTS RESERVED. HINANO IS A REGISTERED TRADEMARK OF HINANO. HINANO IS A REGISTERED TRADEMARK OF HINANO.