

## Publicité alcool et loi Evin : le juge déclare illicite la campagne Grimbergen

Par une décision du 9 février 2017, le TGI de PARIS a condamné les éléments de publicité diffusés sur le site *grimbergen.fr*.

S'appuyant sur l'image du Phénix, emblème de l'abbaye de Grimbergen, le groupe industriel avait développé différents films surfant sur l'imagerie véhiculée dans certaines séries à la mode comme par exemple Game of Throne. Selon le juge, les différents territoires évoqués dans l'un de ces films n'ont aucun rapport avec les modalités de production ou les terroirs d'origine, mais « valorisent la consommation de cette **boisson auprès d'un public jeune**, en l'associant à des territoires imaginaires dont le visuel rappelle sans équivoque, ceux du générique de la série ». De même, l'association de la boisson au Phoenix, animal légendaire doté de pouvoirs exceptionnels, dépasse ce qu'autorise la loi Evin dans une publicité, à savoir essentiellement les caractéristiques objectives du produit. Il en a été de même pour le slogan « l'intensité d'une légende », le mot légende n'ayant aucun rapport avec le goût. Le juge a enfin estimé que les jeux en ligne ciblaient les jeunes et de ce fait devait être déclarés illicites.

La bière Grimbergen est propriété du groupe Carlsberg / Kronenbourg qui, comme tous les brasseurs industriels, développe sa gamme dans le domaine des bières premium, notamment en rachetant de petites brasseries afin de surfer sur les nouvelles possibilités de communiquer sur le terroir et les régions, ou comme ici, sur un univers traditionnel et médiéval. Cet univers n'a bien entendu rien à voir avec les modalités industrielles de fabrication d'un produit prétendument d'abbaye.

L'ANPAA se félicite de cette décision dans laquelle le juge s'est appuyé sur une lecture de la loi Evin fidèle à son esprit. L'ensemble des éléments soulevés par l'ANPAA ont été condamnés. La loi Evin vise en premier lieu, rappelons-le, à protéger la jeunesse, ce qui est de plus en plus complexe du fait que les publicités sont massivement diffusées en ligne ou sur les affiches. La publicité a des effets sur la consommation des jeunes, et une campagne comme celle qui a été condamnée contribue à rendre l'alcool attractif, et en banalise la consommation. L'alcool est responsable de 49 000 morts évitables chaque année en France.

### Contact :

**Franck LECAS, Chargé de mission loi Evin Tél : - 01 42 33 53 37**

L'Association Nationale de Prévention en Alcoologie et Addictologie est reconnue d'utilité publique, agréée d'éducation populaire, et organisme de formation implantée sur l'ensemble du territoire national, forte de 1500 professionnels.

Elle a pour buts de promouvoir et contribuer à une politique globale de prévention des risques et des conséquences des usages, usages détournés et mésusages d'alcool, tabac, drogues illicites et médicaments psychotropes, pratiques de jeu excessif et autres addictions sans produit.

Son intervention, dans la proximité et dans la durée, s'inscrit dans un continuum de la prévention et de l'intervention précoce à la réduction des risques et des dommages, aux soins et à l'accompagnement dans une perspective globale, psychologique, biomédicale, et sociale, à travers notamment la gestion de plus de 90 centres de soin, d'accompagnement et de prévention en addictologie (CSAPA) et d'accompagnement à la réduction des risques pour usagers de drogues (CAARUD).

A.N.P.A.A.

20, rue Saint-Fiacre – 75002 Paris

Tél. : 01 42 33 51 04 – Fax : 01 45 08 17 02 – [comm@anpaa.asso.fr](mailto:comm@anpaa.asso.fr) - [@anpaa\\_asso](https://www.facebook.com/anpaa.asso) – [www.anpaa.asso.fr](http://www.anpaa.asso.fr) - [facebook](https://www.facebook.com/anpaa.asso)

L'A.N.P.A.A. est une association loi 1901, reconnue d'utilité publique (décret du 5 février 1880) et agréée d'éducation populaire (arrêté du 6 mai 1974)