

Notre société impulse-t-elle un changement de comportement des adolescents par rapport à l'alcool ?

« Binge drinking », « Biture express », « Alcool défonce » ou « Orgie d'alcool »,... voici quelques expressions bien à la mode chez nos ados ! En effet, selon de nombreuses études, les jeunes boivent de moins en moins, mais sont plus vite ivres ! Aussi, les « Alcopops », les alcools blancs mélangés avec des jus de fruits ou des limonades, remportent également un franc succès chez les jeunes. Sous ses airs inoffensifs, ces boissons alcoolisées font des ravages et sont des terribles appâts pour les jeunes. Ces boissons aux couleurs chatoyantes dissimulent une teneur d'alcool qui n'est pas à négliger. On le sait, le monde des consommateurs adultes est saturé de boissons alcoolisées. Les producteurs d'alcool sont donc amenés à rechercher de nouvelles cibles : les jeunes. Les alcooliers, aidés par les publicitaires, ont bien compris que s'ils voulaient toucher un autre public, il fallait proposer des boissons neuves et attrayantes. Ces comportements excessifs par rapport à l'alcool inquiètent les parents. Même si l'alcool est de plus en plus reconnu comme un véritable danger, l'UFAPEC (**Union des Fédérations des Associations de Parents de l'Enseignement Catholique**) s'étonne encore devant les vides juridiques, les manques d'outils de prévention et de désintérets en la matière.

C'est pourquoi l'UFAPEC se pose les questions suivantes :

- En matière d'alcool, éclaircir les lois s'adressant aux individus suffit-il? Ne faudrait-il pas aussi et mieux encore pointer du doigt la réglementation boitillante au niveau de la publicité pour réellement contrer les comportements excessifs des jeunes par rapport à l'alcool?
- Les pratiques commerciales des alcooliers (producteurs d'alcool) sont-elles réellement réglementées de manière légale ? En bref, la pression des lobbies ne freine-t-elle pas considérablement la mise en place d'une législation claire et contraignante, au profit de l'autorégulation ?

Pour l'UFAPEC, une question aussi importante que celle de la publicité au sujet de l'alcool ne doit pas être prise à la légère !

L'UFAPEC désire que nos politiques soient attentifs à cette situation et règlemente de manière stricte la publicité en matière d'alcool. L'UFAPEC se rallie aux neuf associations¹ membres du groupe « *Les jeunes et l'alcool* » qui dénoncent de façon virulente la manœuvre stratégique qui consiste, pour les secteurs de la production, de la distribution et de la publicité, à élaborer des codes de bonne conduite de manière à éviter, sciemment, **l'adoption d'une loi**.

En effet, les mesures se trouvant dans cette convention privée restent floues, peuvent être facilement contournées ou réinterprétées. Dans la même foulée, l'UFAPEC souhaite aussi que se crée un **organe de contrôle public** de la publicité au pouvoir réellement contraignant.

¹ Groupe porteur « Les jeunes et l'alcool » : Fédération des centres de jeunes en milieu populaire, Fédération des étudiants francophones, groupe RAPID, Infor-drogues, jeunesse et Santé, Ligue des Familles, Mutualité Socialiste, Prospective Jeunesse, Univers santé

Pour en savoir plus, veuillez consulter notre grappe d'analyses intitulée :

Notre société impulse-t-elle un changement de comportement des adolescents par rapport à l'alcool ?

Comportant les 4 analyses suivantes :

02.10 [Les adolescents boivent-ils autrement ? Le *Binge drinking*, une nouvelle norme ?](#)

03.10 [Que boivent les ados ? Les Alcopops, un conformisme social et/ou un attrait pour la nouveauté ?](#)

04.10 [Les alcooliers visent-ils les jeunes ?](#)

05.10 [Alcool : réglemente-t-on les individus ou la publicité ?](#)

L'UFAPEC organisera des animations sur le sujet prochainement.

Consultez notre site : www.ufapec.be

Pour tout contact presse :

Président de l'UFAPEC : Pierre-Paul Boulanger pierre-paul.boulanger@ufapec.be

Rédactrice des analyses : France Baie france.baie@ufapec.be ou 010/42 00 50