



Union des Fédérations des Associations de Parents de l'Enseignement Catholique

☎ Avenue des Combattants, 24 - 1340 Ottignies ☎ 010.42.00.50 – Fax. 010.42.00.59

☎ Siège social : rue Belliard, 23A - 1040 Bruxelles

Compte 210-0678220-48 - www.ufapec.be - E-mail : info@ufapec.be

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

4^{ème} partie : alcool, règlemente-t-on les individus ou la publicité?

France Baie
Analyse UFAPEC 2010 n° 05.10

Introduction générale

Dans nos sociétés occidentales, la consommation d'alcool est fortement ancrée dans nos habitudes de vie. Rien ne se célèbre, rien ne se fête sans un petit verre d'alcool (naissance, repas familial, mariage, octroi d'un diplôme, bal des rhétos,...). « *Il existe une culture de l'alcool et une banalisation du produit* »¹, affirme Nathalie Ehrhardt, psychiatre au CHC, clinique Saint-Vincent de Rocourt.

Souvent utilisé comme rite initiatique, l'alcool permet de rallier le groupe. Selon Renaud Persiaux² « *L'abstinent court le risque de l'exclusion* ». De par ses effets désinhibiteurs, on alloue à l'alcool certaines vertus : il permet d'aller plus facilement vers les autres, de rompre l'individualisme de notre société. Mais une fois l'accoutumance établie, l'alcool devient vite une drogue et ce qui était vertu devient rapidement un véritable calvaire ! Pour le Docteur Raymond Gueibe, alcoologue et psychiatre de liaison à la clinique Saint –Pierre d'Ottignies, « *l'alcoolisme est une des pires maladies, car seulement 5% des personnes devenues dépendantes à l'alcool parviennent à l'abstinence et savent gérer leur maladie* »³

Pour Patrice Huerre, pédopsychiatre et François Marty, psychanalyste et psychologue à Paris, l'alcool est le premier toxique rencontré par les jeunes, il est facilement accessible et sert souvent de remède : « *L'adolescence a ses troubles : pourquoi ne pas boire quand on ne peut plus faire face ? L'alcool se fait automédication. Il donne une assise, un fond à celui qui en manque. Il permet la défonce, rapide et efficace, pour calmer ses angoisses, solution temporaire et illusoire. Le remède est pire que le mal* »⁴. « *Mais, signe des temps, la consommation d'alcool témoigne aussi d'une maladie de société. De plus en plus de personnes utilisent des produits psychotropes, notamment l'alcool, pour échapper aux difficultés de la vie* »⁵.

La consommation d'alcool devient aujourd'hui, heureusement, un sujet qui perd ses tabous et fait couler l'encre de bien des chercheurs. C'est sans doute parce que l'alcool est perçu par les différents acteurs du champ socio-sanitaire de notre société comme un véritable fléau qu'il fait parler de lui. C'est aussi sans doute parce que l'abus d'alcool a à ses côtés une série de démons qui vont de pair : solitude, dépression, perte d'amis, chômage, accoutumance, accident, maladie, violence, suicide, échec scolaire... qu'il fait ainsi l'objet d'autant de recherches et inquiète aussi les parents. Damien Favresse et Patrick de Smet du SIPES⁶ (Service d'Information Promotion Santé) donnent un verdict assez amer sur la consommation d'alcool des jeunes en Communauté française de Belgique. Nous analyserons, avec eux, le comportement des jeunes face à l'alcool et son évolution dans notre société actuelle.

Les résultats récents du CRIOC (Centre de Recherche et d'Information des Organisations de Consommateurs) du rapport intitulé « Jeunes et boissons alcoolisées » pourront également nous apporter un éclairage en la matière.

¹ [H](http://www.educationsante.be/es/article.php?id=877)<http://www.educationsante.be/es/article.php?id=877>H -C. Barbier, « Alcoolisme », Education Santé, n°221, mars 2007

² R. Persiaux « Alcool et adolescence. Jeunes en quête d'ivresse » <http://www.scienceshumaines.com>

³ R. Gueibe, « L'alcoolisme au quotidien », ed. Séli Arslan, 2008.

⁴ P. Huerre et F. Marty, « Alcool et adolescence. Jeunes en quête d'ivresse », Albin Michel, 2007.

⁵ [H](http://www.educationsante.be/es/article.php?id=877)<http://www.educationsante.be/es/article.php?id=877>H -C. Barbier, « Alcoolisme », Education Santé, n°221, mars 2007

⁶ D. Favresse et P. de Smet, « Tabac, alcool, drogues et multimédias –Chez les jeunes en Communauté française de Belgique – Résultats de l'enquête HBSC 2006 », SIPES-Service d'Information Promotion Education Santé- Novembre 2008.

Notre société impulse-t-elle un changement de comportement des adolescents par rapport à l'alcool ? Les adolescents boivent-ils autrement ? Que boivent-ils ? Sommes-nous conscients de ces changements ? Sont-ils déterminants pour l'avenir ? Les publicitaires sont-ils responsables de ces changements ? Les alcooliers visent-ils les jeunes pour leur profit ? Faut-il réglementer les individus ou plutôt la publicité ?

Nous verrons ensemble si il y a un changement de perception, une évolution des mentalités du grand public mais aussi des politiques par rapport à la consommation d'alcool chez les jeunes et...s'il existe, dans la même foulée, des lacunes législatives dans ce domaine.

Notre recherche, présentée sous forme d'une grappe d'analyses, tentera de répondre à ces quelques questions...

- **Analyse 1. :**

Les adolescents boivent-ils autrement ? Le « Binge drinking, une nouvelle norme ? »

- **Analyse 2 :**

Que boivent les ados ? Les « Alcopops », un conformisme social et/ou un attrait pour la nouveauté ?

- **Analyse 3 :**

Les alcooliers visent-ils les jeunes ?

- **Analyse 4 :**

Alcool : réglemente-t-on les individus ou la publicité ?

Introduction

C'est sans doute parce que la perception des acteurs de notre société par rapport à l'alcool a évolué que l'alcool est reconnu aujourd'hui comme un véritable danger. Mais même si ce danger est reconnu, certains s'étonnent encore devant le nombre de vides juridiques, de manques d'outils et de désintérets encore existants en la matière. Certaines lois touchent directement les personnes et leurs comportements face à l'alcool. Mais ces lois sont-elles suffisamment claires pour être acceptées et respectées ? Ces lois suffisent-elles, ne faut-il pas plutôt obtenir des lois claires en matière de publicité ? Car après tout, n'est-ce pas la tentation, l'invitation à consommer qu'il faut régler plutôt que les individus ?

Qu'entend-on par publicité ?

La publicité est « *l'activité ayant pour objet de faire connaître une marque, d'inciter le public à acheter un produit, à utiliser un service, etc ; ensemble des moyens et des techniques employées à cet effet* »⁷. La publicité a fait l'objet de maintes définitions. Celle que Robert Leduc⁸ propose est celle-ci : « *La publicité est l'ensemble des moyens destinés à informer le public et à le convaincre d'acheter un produit et un service* ».

L'intention est bien déterminée, il s'agit de fixer l'attention d'une cible visée (consommateur, utilisateur, usager) pour l'inciter à acheter. Ainsi la fonction essentielle de la publicité est de faire connaître un produit pour le faire demander par la suite.

La publicité couvre des pratiques et des supports bien divers : « *La communication publicitaire est une communication de masse partisane et univoque, faite volontairement et librement pour le compte d'intérêts publics ou privés, les annonceurs). Elle s'astreint comme but la création de notoriété, par la délivrance d'un message argumenté et synthétique, destiné à exercer une action psychologique et/ou provoquer une réaction économique favorable sur un public spécifique, le groupe cible, par le truchement d'un support qualifié de « média »* »⁹

Prise de conscience du danger

Progressivement, la société prend conscience du danger de la consommation excessive de l'alcool.

• D'un point de vue international

Selon l'Organisation mondiale de la santé (OMS), « *L'usage nocif de l'alcool est le cinquième facteur de risque par ordre d'importance de décès prématuré et d'incapacité dans le monde. Il s'agit de la principale cause de décès et d'incapacité dans les pays en développement à faible mortalité, du troisième facteur de risque dans les pays développés après le tabac et l'hypertension, et du onzième dans les pays en développement à fort taux de mortalité* »¹⁰.

C'est dire si la charge de morbidité imputable à l'usage nocif de l'alcool est significative ! C'est pourquoi, dans de nombreux pays, les problèmes de santé publique qu'il provoque représentent une charge sanitaire et socio économique considérable. L'OMS essaye d'induire dans les mentalités la perception du caractère grave de cette drogue licite qu'est l'alcool : « *Réduire l'usage nocif de l'alcool est en train de devenir une préoccupation*

⁷ Le petit Larousse illustré 2008 – Editions Larousse –2007.

⁸ LEDUC R., « Qu'est-ce que la publicité ? », éditions Dunod –Bordas, p2 , 1976

⁹ Collectif, Les pratiques publicitaires à la télévision, Quelques questions, Communauté française de Belgique, Service général de l'audiovisuel et des multimédias, Bruxelles, 2006.

¹⁰ [Hwww.who.int/médiaH centre/.../index.html](http://www.who.int/médiaH centre/.../index.html)

prioritaire aux niveaux national, régional et mondial. Or, l'on peut réduire les préjudices liés à l'alcool en appliquant des stratégies qui ont fait leur preuve. La 61e Assemblée mondiale de la Santé a adopté, le 24 mai 2008, une importante résolution sur les "Stratégies visant à réduire l'usage nocif de l'alcool", demandant que soit élaboré un projet de stratégie mondiale à cette fin ».

- **Constat en France :**

- L'abus d'alcool, un danger plus grand que les drogues illicites ?**

Le grand public semble, lui aussi, progressivement changer son opinion par rapport à l'alcool et considérer cette boisson comme une véritable drogue. « *Les Français durcissent leur opinion sur les drogues licites, d'après un sondage réalisé par l'Observatoire français des drogues et des toxicomanies. L'alcool est jugé dangereux à partir de 3 verres (3,6 en 1999) et le tabac à partir de 10 cigarettes par jour (11,4 en 1999). Selon une majorité des sondés, ces deux produits entraînent une plus grande dépendance que le cannabis, et représentent pour la société un danger plus grand que les drogues illicites* »¹¹.

- **Constat en Belgique :**

Cela bouge, mais pas encore assez...

EUROTOX critique

Pour un certain nombre d'associations luttant contre les dangers de l'alcool, beaucoup d'intentions politiques restent lettre morte.

Dans ses conclusions, le rapport 2003-2004 d'EUROTOX¹² (observatoire socio-épidémiologique alcool-drogues et asbl rassemblant trois associations actives dans le domaine des toxicomanies : Infor-Drogues, Modus Vivendi, Prospective Jeunesse) met l'accent sur les faiblesses de nos politiques en matière de lutte contre l'abus d'alcool : « *On ne sait trop par quel bout prendre ce produit si familier dont l'usage et, dans une mesure très large, le mésusage semblent occuper une place dans notre société (voire « remplir une fonction » ?) dont seuls certains acteurs du champ socio-sanitaire semblent réellement s'émouvoir. Ceci n'est certes valable qu'une fois gratté le vernis du discours officiel, mais comment ne pas s'étonner (une dernière fois) devant les lacunes des lois, le laxisme dans leur application, la peine des plans quinquennaux de promotion de la santé à enfoncer le clou, le peu de sollicitation dont fait preuve le gouvernement de la Communauté française pour des projets de prévention exclusivement dédiés à l'alcool, la tolérance parfois injustifiée de l'appareil répressif envers l'abus d'alcool en regard de son appréhension des drogues illicites, les terribles vides juridiques en termes de vente d'alcool à des mineurs, la conquête agressive du marché de ces jeunes mal protégés via des produits vendus et présentés comme des limonades, l'appel surréaliste à l'auto-discipline des alcooliers (!!!) et des publicistes pour protéger ces jeunes malgré tout, la réaction quasi nulle de la société civile (dernier rempart possible, via les plaintes déposées contre l'irresponsabilité de certaines campagnes de publicité), l'absence d'initiatives en termes d'un rééquilibrage des messages publicitaires via des campagnes pourtant gratuites de promotion de la santé et , last but not least, les 4000 morts (sur 100.000 annuels) à attribuer aux conséquences de la consommation d'alcool qui continuent à émailler les statistiques. »*

¹¹ F. Beck et S. Legleye, « Drogues et politiques publiques : évolution des perceptions et des opinions, 1999-20002 », Tendances, n°28, janvier 2003

¹² A. Liesse, V. Piron, R. Rwubusisi, F. Hariga, Ph. Bastin, M. Dal, « L'usage de drogues en Communauté française », Rapport Communauté française 2003-2004 –EUROTOX, p.159

Le rapport EUROTOX 2007¹³ réaffirme à quelques mots près ce même vide juridique, ces mêmes lacunes en matière de prévention et les mêmes inquiétudes décrites dans le rapport EUROTOX 2003-2004.

Manque de clarté au niveau des lois

« Jusqu'à aujourd'hui, la réglementation en matière de consommation d'alcool est très floue, difficile à expliquer, mal appliquée et ignorée! Concernant la vente, il est interdit de vendre des boissons titrant plus de 22° (boissons spiritueuses) à des mineurs de moins de 18 ans. Entre 18 et 16 ans, on ne peut ni consommer ni acheter des spiritueux mais on peut consommer des bières et des boissons fermentées dans les cafés. En dessous de 16 ans, on ne peut pas consommer ces bières et ces boissons fermentées dans les cafés. Par contre, on peut les acheter dans les commerces. Ce qui n'est évidemment pas très logique. Les lois sont peu claires. On fait une distinction entre bières, produits fermentés et spiritueux. Est-ce que cela a du sens alors qu'il s'agit du même produit en final (c'est de l'éthanol sous quelque forme que ce soit)? Cela reste flou, il est nécessaire de régler tout cela... », nous explique le directeur d'Univers santé, Martin de Duve, que nous avons rencontré.

Un nouveau projet de loi en matière d'alcool

Heureusement, un nouveau projet de loi a été pris récemment en matière d'alcool et clarifie un peu les choses ... Mais, selon le directeur de l'asbl Univers Santé, il y a encore des efforts à faire en matière de clarté sur l'ensemble des lois concernant la consommation d'alcool : *« Un juriste de l'association Prospective Jeunesse a mis une semaine à remettre de l'ordre dans ce bric à brac de lois ».*

La commission Santé Publique de la Chambre a adopté, le 25 septembre 2009, un imposant projet de loi¹⁴ *« portant des dispositions diverses en matière de santé »* (56 articles), dans lequel figure une mesure importante concernant la vente d'alcool aux jeunes (art 11 et 12)

Article 12 :

« L'article 6 de la loi du 24 janvier 1977 relative à la protection de la santé des consommateurs en ce qui concerne les denrées alimentaires et les autres produits est complété par le paragraphe 6 rédigé comme suit :

&6. Il est interdit de vendre, de servir ou d'offrir toute boisson ou produit ayant un titre alcoométrique acquis supérieur à 0,5% vol aux jeunes de moins de 16 ans.

Il peut être exigé de toute personne qui entend acquérir des boissons ou d'autres produits à base d'alcool de prouver qu'elle a atteint l'âge de seize ans.

Il est interdit de vendre, de servir ou d'offrir des boissons spiritueuses comme défini à l'article 16 de la loi du 5 janvier 1998 concernant la structure et les taux des droits d'accise sur l'alcool et les boissons alcoolisées, aux jeunes de moins de dix-huit ans.

Il peut être exigé de toute personne qui entend acquérir les boissons spiritueuses de prouver qu'elle a atteint l'âge de dix-huit ans ».

¹³ M.Rwubussi, M.Pozza, C.Vanhuyck, L. Casero, M. Dal, P. Bastin, « L'usage de drogues en Communauté française », Rapport Communauté française 2007 –EUROTOX, p.151

¹⁴ « Projet de loi portant des dispositions diverses en matière de santé »- DOC 52 2172/001 – Chambre des Représentants de Belgique –25 septembre 2009

Le journal « Le Soir » annonce et résume: « En 2010, les commerçants ne seront plus autorisés à vendre de la bière, du vin et des alco pops aux moins de 16 ans. Pas question non plus de vendre des alcools « forts » aux moins de 18 ans. La législation devrait entrer en vigueur au premier trimestre de l'année prochaine, assure la ministre de la Santé, Laurette Onkelinx »¹⁵.

Jusqu'ici la législation était très complexe. « Désormais, se félicite Martin De Duve, directeur de l'ASBL Univers Santé (UCL), il y aura une norme claire et un message précis. Mais sans moyens forts pour sensibiliser les jeunes, les parents, les écoles, les producteurs d'alcool..., elle ne servira à rien »¹⁶.

Interdiction de vendre de l'alcool aux moins de 18 ans : une loi bafouée!

Ce n'est pas parce que l'on fait des lois qu'elles sont avalisées par notre société et par les commerçants!

En effet, le CRIOC (Centre de Recherche et d'Information des Organisations de Consommateurs) fait le constat affligeant du non-respect de la loi visant cette fois les jeunes de moins de 18 ans : « Des jeunes, enquêteurs mystère se sont présentés dans plus de 160 points de vente répartis sur tout le pays pour y acheter bière et alco pops. Huit fois sur dix ils sont repartis avec un alco pop (prémix ou limonade contenant de l'alcool) et une bière sous le bras, malgré le fait que la vente d'alcool et d'alco pops est interdite aux mineurs ».

Par rapport aux lois bafouées quotidiennement par des vendeurs à la recherche d'un profit sans limite, le CRIOC s'indigne : « Ignorer ou refuser d'appliquer la législation n'est guère de nature à rassurer parents et éducateurs et revient parfois à faire preuve d'hypocrisie et de pur cynisme ». Ne va-t-il pas être de même pour le projet de loi dont on parle plus haut visant les jeunes de moins de 16 ans ?

Interdiction de vendre de l'alcool aux moins de 18 ans : une loi critiquée !

La loi sur l'interdiction de vendre de l'alcool aux jeunes de moins de 18 ans est, par ailleurs, contestée par certains alcoologues. « L'alcool est une drogue « culturelle », qui fait partie de notre mode de vie », commente le Dr Gueibe. « On ne luttera pas contre la consommation abusive par la prohibition, qui risque même d'avoir un effet incitatif auprès des jeunes. Ces politiques montrent d'ailleurs leurs limites, concernant le cannabis « ... » L'alcool est une réalité », insiste Raymond Gueibe. Il ajoute : « Nous avons besoin de cette drogue, qui est d'ailleurs validée par les autorités publiques, soutenue en tant qu'enjeu économique. Interdire la vente aux moins de 18 ans ne serait tout simplement pas crédible, dans la société où nous vivons. En revanche, il importe d'amener les citoyens à prendre conscience de la dangerosité de cette drogue, plus mortelle que toute autre, contrairement à ce qu'on raconte ».

Martin de Duve, directeur d'Univers Santé, est relativement d'accord avec les propos du Dr Gueibe. Cependant, en tant qu'acteur de terrain, il plaide malgré tout pour obtenir un cadre clair, pas spécialement fortement contraignant, afin de pouvoir faire de la prévention auprès des jeunes « La prévention n'est efficace que si le cadre est clair ! » explique-t-il.

¹⁵ <http://www.lesoir.be/actualite/Belgique/2009-10-22/jeunes-16-intyerdits-alcool-733872...>

¹⁶ <http://www.lesoir.be/actualite/Belgique/2009-10-22/jeunes-16-intyerdits-alcool-733872...>

Un cadre, oui... mais aussi surtout un travail préventif

Un cadre clair facilite le travail des acteurs de terrain y compris des personnes qui sont censées sanctionner. Le travail préventif est complémentaire, il permet aussi de faciliter l'intégration de ce cadre. La prévention doit se faire de multiples manières. *« Pour faire de la prévention, il faut être sur le terrain, partir des représentations des publics cibles, développer des outils avec les fédérations et institutions qui représentent ces publics, travailler à partir des différents milieux de vie des jeunes (l'école, la famille, mouvement de jeunesse, le centre sportif, la maison des jeunes...). Nous pouvons apporter une certaine expertise autour de la thématique, de la problématique, de la manière dont on peut aborder les choses mais il nous manque toujours une expertise plus fine du public ou des publics. C'est pourquoi nous devons favoriser ces échanges, ces partenariats entre les personnes qui développent des compétences particulières en cette matière. Le secteur « prévention et assuétudes » est complètement sous financé. Sur la thématique « jeunes et alcool », c'est seulement 60.000 euros par an qui viennent de la Communauté française pour faire de la recherche et des actions de terrain ! Pour faire de la prévention, il faut aussi travailler en amont pour que le contexte soit plus propice à des comportements adéquats. Il faut aussi redonner aux jeunes le goût des démarches citoyennes, promouvoir des activités festives de qualité, promouvoir des activités intéressantes pendant « les jours blancs » (période plus oisive et parfois propice à une surconsommation d'alcool)... »* explique encore Martin de Duve.

Pour convaincre les jeunes d'acheter de l'alcool et d'en consommer, il faut bien les connaître... Pour les convaincre de ne pas en abuser, il faut en faire de même. Connaître son public, est un atout pour faire de la prévention. Média-Animation rejoint donc Martin de Duve sur ce point : *« L'enjeu social d'une campagne de sensibilisation n'est pas d'atteindre un public le plus large possible, au risque d'être tellement large que le message ne touche personne. L'enjeu est d'atteindre un public avec efficacité sur le plan des représentations, des attitudes et des comportements. Dans le champ de la prévention des comportements à risques et de la promotion de la santé, la participation du public-cible –ici, les jeunes- à la définition des objectifs et des stratégies d'actions, constitue un facteur d'efficacité »*¹⁷.

Publicité : une loi, pas une convention privée !

Eclaircir 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 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 ?

En effet, on serait tenté de le croire : *« Neufs associations¹⁸ membres du groupe « Les jeunes et l'alcool » 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 aucun cas les associations actives en santé ou en éducation permanente ne peuvent cautionner un tel*

¹⁷ Les dossiers de l'éducation aux médias, « Les publicitaires savent pourquoi »- Les jeunes, cibles des publicités pour l'alcool, N°3, p.35 –Média Animation, Bruxelles, 2006

¹⁸ 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

système car ce mécanisme permet de contourner facilement ce qui ne sont, finalement, que des recommandations dénuées de force contraignante ! »¹⁹

Pour les associations membres de ce groupe ainsi que pour l'asbl Média animation, les mesures se trouvant dans cette convention privée restent floues, peuvent être facilement contournées ou réinterprétées. Martin de Duve donne pour exemple : « Il est dit dans la convention qu'il est interdit de suggérer que la consommation de boissons contenant de l'alcool influence positivement les performances sportives. Pourtant, il y a pour le moment à la télévision une pub qui montre des jeunes qui font du Kayak, du VTT et des tas de sports et qui prennent ensuite une bière. Cette publicité est contestée, le JEP répond qu'il n'y a pas lieu d'interdire cette pub car ces jeunes boivent après l'effort sportif et non avant ! Il y a de quoi se poser des questions !!!... »

Apparemment, la Belgique semble mal lotie en matière de réglementation de la publicité pour l'alcool. Une simple convention privée élaborée notamment par les alcooliers eux-mêmes énonce de simples souhaits. « Dans les pays voisins, la publicité pour l'alcool est souvent règlementée, la Belgique se caractérisant par une absence quasi-totale de réglementation. Seule la loi du 24 janvier 1977, modifiée en 1997, habilite le roi à prendre des mesures limitant ou interdisant la publicité pour l'alcool. C'est pourquoi, en 2005, le ministre fédéral de la santé publique a souhaité, en collaboration étroite avec les secteurs concernés, réfléchir à la question. Depuis 2005, une convention privée règlementant la publicité pour l'alcool est conclue entre les fédérations (bières, vins et spiritueux), le secteur de la distribution, le secteur Horeca, les consommateurs et le jury d'éthique publicitaire. »²⁰

Selon le groupe « Les jeunes et l'alcool », une question aussi importante pour la société ne doit pas être règlementée par une convention privée mais bien par **une loi émanant du secteur public et non du secteur privé**. « Le secteur public doit garder la main sur un thème aussi important. L'état doit prendre ses responsabilités et établir des règles claires en la matière... », revendique Martin de Duve, directeur d'Univers Santé.

Dans la même foulée, le CRIOC (Centre de Recherche et d'Information des Organisations de Consommateurs) souligne : « Consommateurs, producteurs et distributeurs doivent être conscientisés à l'importance du « contrôle social » (et donc public) sur la vente et la consommation des produits alcoolisés. Croire que le marché pourra mieux s'organiser par l'autorégulation relève de l'utopie ou de la mauvaise foi. Tous les systèmes économiques montrent qu'en absence de régulation par les pouvoirs publics, les intérêts individuels entrent en conflit et que les distorsions se créent entre les acteurs. Ainsi, les codes de conduite (ou conventions privées) ont montré plus d'une fois leurs limites »²¹.

Un organe de contrôle

Enfin, le groupe « Les jeunes et l'alcool » critique également l'indépendance de l'organe de contrôle qui est le JEP (Jury d'Éthique Publicitaire), celui-ci est sensé, sur simples plaintes, examiner si les recommandations émises dans la convention ont bel et bien été respectées. Mais il y a comme un « hic »... le JEP est constitué lui-même d'annonceurs, de publicistes et de médias. Il est donc juge et partie. Selon Martin de Duve, directeur de l'asbl Univers Santé, « Il faudrait aussi créer un conseil fédéral public de la publicité au pouvoir réellement contraignant ».

¹⁹ [Hhttp://www.educationsante.be/es/article.php?id=599H](http://www.educationsante.be/es/article.php?id=599H) –Jeunes, pub et alcool : une loi, pas une convention privée ! –Éducation santé, n°203, août 2005

²⁰ Les dossiers de l'éducation aux médias, « Les publicitaires savent pourquoi »- Les jeunes, cibles des publicités pour l'alcool, N°3, p.42 –Média Animation, Bruxelles, 2006

²¹ CRIOC, « Règlementer la publicité pour les alcools : une demande des organisations des consommateurs », Du côté des consommateurs, n°166, Bruxelles, 2004.

Conclusion

La perception des acteurs de notre société par rapport à l'alcool a évolué. L'alcool est reconnu aujourd'hui comme un véritable danger. Selon l'Organisation mondiale de la santé (OMS), « *L'usage nocif de l'alcool est le cinquième facteur de risque par ordre d'importance de décès prématuré et d'incapacité dans le monde. Il s'agit de la principale cause de décès et d'incapacité dans les pays en développement à faible mortalité, du troisième facteur de risque dans les pays développés après le tabac et l'hypertension, et du onzième dans les pays en développement à fort taux de mortalité* »²².

Même si ce danger est reconnu, certains s'étonnent encore devant le nombre de vides juridiques, de manques d'outils et de désintérets encore existants en la matière. Dans ses conclusions, les rapports d'EUROTOX²³ (observatoire socio-épidémiologique alcool-drogues et asbl rassemblant trois associations actives dans le domaine des toxicomanies : Infor-Drogues, Modus Vivendi, Prospective Jeunesse) met l'accent sur les faiblesses de nos politiques en matière de lutte contre l'abus d'alcool. Certaines lois touchent directement les personnes et leurs comportements face à l'alcool. Les lois règlementant le comportement et la consommation des individus face à l'alcool ne sont pas suffisamment claires pour être acceptées et respectées. L'ASBL Univers Santé (UCL) et le CRIOC (Centre de Recherche et d'Information des Organisations de Consommateurs) parlent tous deux de lois bafouées car non claires.

Heureusement, récemment, un nouveau projet de loi a été pris récemment en matière d'alcool et clarifie les choses. En effet, la commission Santé Publique de la Chambre a adopté, le 25 septembre 2009, un imposant projet de loi²⁴ « *portant des dispositions diverses en matière de santé* » (56 articles), dans lequel figure une mesure importante concernant la vente d'alcool aux jeunes (art 11 et 12). Il faut donc, dans l'avenir, encore oeuvrer dans ce sens en clarifiant au maximum les lois. Le travail est loin d'être fini. Ce travail de clarification s'accompagne d'un travail de prévention.

L'UFAPEC ainsi que de nombreuses associations d'éducation permanente oeuvrant dans le domaine de la santé souhaite que l'on mette d'avantage l'accent sur la prévention en déployant des moyens financiers. Une attention particulière doit être mise sur le travail en réseau en favorisant les liens entre les acteurs concernés. « La prévention n'est pas uniquement le fait de spécialistes, elle concerne l'ensemble de la communauté éducative : jeunes, parents, enseignants, professionnels, associations, services de santé, et pas seulement les experts en prévention »²⁵.

C'est aussi en amont du problème qu'il faut trouver les solutions pour enrayer cette consommation d'alcool chez nos jeunes. Mieux que les lois se rapportant aux comportements des individus, l'UFAPEC a la conviction qu'il faudrait d'avantage s'atteler à règlementer la publicité de façon telle que les jeunes ne soient pas si souvent tentés par l'alcool. La pression des lobbies semble freiner considérablement la mise en place d'une législation claire et contraignante, au profit de l'autorégulation. En effet, depuis 2005, une convention privée règlementant la publicité pour l'alcool est conclue entre les fédérations (bières, vins et spiritueux), le secteur de la distribution, le secteur Horeca, les consommateurs et le jury d'éthique publicitaire.

²² www.who.int/médiaH centre/.../index.html

²³ A. Liesse, V. Piron, R. Rwubusisi, F. Hariga, Ph. Bastin, M. Dal, « L'usage de drogues en Communauté française », Rapport Communauté française 2003-2004 –EUROTOX, p.159

²⁴ « Projet de loi portant des dispositions diverses en matière de santé »- DOC 52 2172/001 – Chambre des Représentants de Belgique –25 septembre 2009

²⁵ Actes de la table ronde bruxelloise du 5 novembre 2008 –« L'alcool chez les jeunes : qu'en est-il et qu'en faisons-nous ? »

Selon le groupe « Les jeunes et l'alcool », une question aussi importante pour la société ne doit pas être règlementée par une convention privée mais bien par **une loi émanant du secteur public et non du secteur privé.**

L'UFAPEC, à la lumière de cette analyse, rejoint les Neufs associations²⁶ membres du groupe « *Les jeunes et l'alcool* » pour demander à l'Etat de prendre **une loi** (et non une convention privée) pour règlementer la publicité et qu'il soit mis en place un conseil fédéral public de la publicité au pouvoir réellement contraignant, examinant les dysfonctionnements en matière de publicité en lien avec l'alcool.

Désireux d'en savoir plus ?

Animation, conférence, table ronde... n'hésitez pas à nous contacter,
Nous sommes à votre service pour organiser des activités sur cette thématique.

²⁶ 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

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

4^{ème} partie : alcool, règlemente-t-on les individus ou la publicité?

Analyse 2010 N°05

Bibliographie

Ouvrages :

- H. Becker, « Outsiders », Métaillé, 1985.
- F. De Singly « Les adonaissants », ed. Hachette Littératures, 2006
- D. Favresse et P. de Smet, « Tabac, alcool, drogues et multimédias – Chez les jeunes en Communauté française de Belgique – Résultats de l'enquête HBSC 2006 », SIPES-Service d'Information Promotion Education Santé- Novembre 2008.
- R. Gueibe, « L'alcoolisme au quotidien. De la consommation agréable à la dépendance », ed. Seli Arslan, Paris, 2008.
- P. Huerre et F. Marty, « Alcool et adolescence. Jeunes en quête d'ivresse », Albin Michel, 2007.
- Z. Bauman, « S'acheter une vie », Editions Jacqueline Chambon, 2008
- B. Raymond-Rivier, « Le développement social de l'enfant et de l'adolescent », Ed. Pierre Mardaga, P.242 1980.
- N. Hirtt et B. Legros, « L'école et la peste publicitaire », ed. Aden, p63 –2007
- V. Sacriste, « Sociologie de la communication publicitaire » - L'année sociologique - Presses universitaires de France, Vol 51, p.492., 2001.
- Le petit Larousse illustré 2008 – Editions Larousse –2007.
- LEDUC R., « Qu'est-ce que la publicité ? », éditions Dunod –Bordas, p2 , 1976
- Collectif, Les pratiques publicitaires à la télévision, Quelques questions, Communauté française de Belgique, Service général de l'audiovisuel et des multimédias, Bruxelles, 2006.
- F. Beck et S. Legleye, « Drogues et politiques publiques : évolution des perceptions et des opinions, 1999-20002 », Tendances, n°28, janvier 2003
- CRIOC, « Réglementer la publicité pour les alcools : une demande des organisations des consommateurs », Du côté des consommateurs, n°166, Bruxelles, 2004

Dossiers :

- Les dossiers de l'éducation aux médias, « Les publicitaires savent pourquoi »- Les jeunes, cibles des publicités pour l'alcool, N°3, p.14 –Média Animation, Bruxelles, 2006

Actes :

- Actes de la table ronde bruxelloise du 5 novembre 2008 –« L'alcool chez les jeunes : qu'en est-il et qu'en faisons-nous ? »

Presse :

- En Marche – Echos : « L'alcool chez les jeunes : qu'en est-il ? » -16 avril 2009
- <http://www.lesoir.be/actualité/Belgique/2009-10-22/jeunes-16-intyerdits-alcool-733872...>
- F. Baie « Détache-moi ! Se séparer pour grandir », in revue « Les Parents et l'Ecole », N°57 , p12-13, mars 2008
- F. Baie, « Prévention dans les écoles : l'alcool n'est pas cool ! », in Revue « Les parents et l'Ecole », N°45-Luttons contre l'échec scolaire, Mars 2005.

Rapports :

- Liesse, V. Piron, R.Rwubusisi, F.Hariga, Ph.Bastin, M. Dal, « L'usage de drogues en Communauté française », Rapport Communauté française 2003-2004 –EUROTOX, p.159
- M.Rwubussi, M.Pozza, C.Vanhuyck, L. Casero, M. Dal, P. Bastin, « L'usage de drogues en Communauté française », Rapport Communauté française 2007 –EUROTOX, p.151

Sites Internet :

- <http://www.educationsante.be/es/article.php?id=877> -C. Barbier, « Alcoolisme », Education Santé, n°221, mars 2007
- <http://www.scienceshumaines.com> - R. Persiaux « Alcool et adolescence. Jeunes en quête d'ivresse »
- <http://doctissimo.fr/html/dossiers/alcool/articles/10224-alcool-jeunes-binge-drinking.htm>), Doctissimo
- <http://www.ofdt.fr> -Enquête conduite en 2005 par l'OFDT lors de l'appel de préparation à la Défense
- <http://www.jeunesetalcool.be> -« L'alcool chez les jeunes : qu'en est-il et qu'en faisons-nous ? » -Actes de la table ronde bruxelloise du 5 novembre 2008 –Edition d'Education Santé, d'Univers Santé et de Jeunes et alcool. –Univers Santé
- http://www.infordrogues.be/pdf/educ_perm/2009/EP_Binge_Drinking.pdf
- <http://www.placestobemag.be> R. Gueibe , « Quand le jeune s'alcoolise...Un fait de société », Places to be, n°54, juin 2008
- <http://www.crioc.be> - CRIOC « Jeunes et boissons alcoolisées », Mars 2009
- www.prevention.ch/alcopopsf.pdf
- <http://www.crioc.be/FR/doc/dcdc/assuetude/document-1460.html> -CRIOC « Les jeunes et l'alcool: un constat inquiétant » -Du côté des consommateurs – Assuétude-30-01-2006
- www.who.int/media/centre/.../index.html. - CRIOC « La consommation d'alcool chez les jeunes. Quelles stratégies commerciales » in « Stratégies visant à réduire l'usage nocif de l'alcool »
- <http://www.educationsante.be> -Education santé, « Jeunes, pub et alcool : une loi, pas une convention privée ! »n°203, août 2005
- www.scienceshumaines.com . C. Lefranc « S'acheter une vie »
- <http://www.placestobemag.be> R. Gueibe , « Quand le jeune s'alcoolise...Un fait de société », Places to be, n°54, juin 2008
- intd.cnam.fr/servlet/com.univ.util.LectureFichierJoint?...
- <http://www.oivo-crioc.org/textes/pdf/1140.pdf> - CRIOC « La consommation d'alcool chez les jeunes. Quelles stratégies commerciales »
- <http://www.lecrioc.be>
- <http://www.prospective-jeunesse.be/pdf/publicitaires.pdf>
- <http://www.educationsante.be/es/article.php?id...>
- http://www.media-animation.be/.../Les_publicitaires_savent_pourquoi.pdf -
- <http://www.vosquestionsdeparents.fr/.../adolescents-et-alcool>
- <http://www.inpes.sante.fr/SLH/articles/375/04.htm> -
- http://portal.health.fgov.be/.../CSH8109_JEUNES&ALCOOL_FR_200612.PDF -
- <http://www.lesoir.be> « Alcool prohibé : un leurre ! »
- <http://blogs.vlan.be/.../jeunes-et-alcool-un-cri-dalarme/>
- http://www.lexpress.fr/.../le-marketing-alcoolise-les-jeunes_615624.html -
- <http://www.technoplus.org/index.php?...>
- <http://www.bonnenouvelle.ch/.../comment-prevenir-lexces-dalcool-chez-les-jeunes.html> -

- <http://www.communicationsansfrontiere.org>
- [www.who.int/média centre/.../index.html](http://www.who.int/m%C3%A9dia%20centre/.../index.html)
- <http://www.educationsante.be/es/article.php?id=599> –Jeunes, pub et alcool : une loi, pas une convention privée ! –Education santé, n°203, août 2005

Textes législatifs :

- Moniteur Belge, Service Public Fédéral Santé Publique, Sécurité de la chaîne alimentaire et environnement, 17 juin 2008 –Déclaration conjointe des Ministres, qui ont la Santé Publique dans leurs attributions, sur la politique future en matière d'alcool, publié le : 2008-07-17
- Projet de loi portant des dispositions diverses en matière de santé – DOC 52 2172/001 – Chambre des Représentants de Belgique –25 septembre 2009