

**Jeunes et alcool :
mieux vaut
prévenir que guérir!**



L'alcoolisme des adolescents est une réalité de plus en plus préoccupante. Tant chez les garçons que chez les filles, même si celles-ci consomment moins. En 2006, 24% des jeunes belges ont consommé de l'alcool de manière régulière. Et le « le binge drinking » est devenu un phénomène à la mode...

En 2005, le CRIOC a interviewé 2196 jeunes belges âgés de 10 à 17 ans sur leur consommation d'alcool. Cette année là, 40% des jeunes ont déclaré avoir consommé des boissons alcoolisées. Plus de garçons (45%) que de filles (36%) boivent de l'alcool. Une autre forte tendance révélée par cette étude, concerne le type d'alcool consommé : 70% des jeunes boivent de la bière, 49% des alcopops. Le goût sucré de ces boissons (appelés aussi breezers) encourage les jeunes à consommer de l'alcool, surtout les jeunes filles. De plus, le mélange d'alcool et de soda permet de masquer le goût caractéristique de l'alcool. Certains alcooliers s'intéressent fortement à une clientèle très jeune qui concerne surtout les jeunes filles. Tout est bon pour contrôler ce marché : packaging « fun », messages publicitaires « provoc », non conformistes, animation dans les boîtes de nuit... Leur souhait est de fidéliser cette nouvelle clientèle.

La situation est aujourd'hui interpellante... En effet, un nouveau phénomène devient de plus en plus populaire : il s'agit du « binge drinking ». Cette pratique consiste en une consommation occasionnelle et excessive d'alcool qui a pour but d'atteindre l'ivresse.

Les jeunes estiment que boire est avant tout un acte festif. D'ailleurs, il a été démontré que la quantité de verres ingurgités par les jeunes le week-end est beaucoup plus élevée, voire même serait doublée pour certains. Pour cette population, la fonction de l'alcool est avant tout sociale. Elle permet de s'intégrer à un groupe, de s'y sentir moins inhibé et d'avoir un sentiment de plus grande confiance en soi.

Il est important de souligner que ce n'est pas la consommation d'alcool qui est problématique mais plutôt une consommation excessive non contrôlée d'alcool. En effet, l'abus entraîne toute une série de conséquences indésirables tant pour le jeune que pour ses pairs (accidents, violence...)

Il est vrai qu'une idée fausse subsiste encore : à savoir que la dangerosité de l'alcool se bornerait à la dépendance qu'elle peut susciter. Cela pourrait permettre à certains consommateurs de se rassurer en se disant, "je ne suis pas dépendant car j'arrive à ne pas boire pendant x jours, donc je ne dois pas me questionner à propos de ma consommation". Ils sont alors inconscients des risques qu'ils encourent.

Les jeunes et la publicité

En matière de publicité pour l'alcool, la Belgique se caractérise par une absence quasi-totale de réglementation. Seule la loi du 24 janvier 1977, modifiée en 1997, habilite le Roi à pouvoir 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 mai 2005, une convention privée a été conclue entre les fédérations (bières, vins et spiritueux), le secteur de la distribution, le secteur Horeca, les consommateurs et le Jury d'éthique publicitaire. Cette convention d'auto-régulation vise à mieux réguler la publicité pour les boissons alcoolisées. Elle propose certaines recommandations. Elle indique notamment que la publicité pour les produits alcoolisés ne peut pas s'adresser aux mineurs. Ces derniers ne peuvent être mis en scène en train de consommer des produits alcoolisés. Les mesures sont intéressantes mais manquent de précision. Et surtout n'ont aucune valeur contraignante. De plus, l'organe de contrôle est le Jury d'Ethique Publicitaire. Celui-ci est composé de 16 membres (francophones et néerlandophones) nommés par le Conseil d'Administration du Conseil de Publicité, sur proposition des associations membres du Conseil. Le Jury d'Ethique Publicitaire réunit 4 membres « annonceurs », 4 membres « agences » et 8 membres « média »... Cette composition nous révèle le peu d'indépendance d'un tel Conseil. Pour le CRIOC, une solution (parmi d'autres) serait de réguler la publicité à travers la création d'un observatoire de la publicité. Celui-ci serait totalement indépendant et ses activités feraient indirectement pression sur les producteurs. Il serait composé à la fois d'experts du secteur, de représentants du monde politique et d'acteurs de la société civile. Le CRIOC souhaiterait donc privilégier un système de co-régulation. Celui-ci ne se limiterait pas à la publicité mais également à l'ensemble des pratiques commerciales. D'autres souhaiteraient interdire toute publicité dans l'espace public. Mais aussi interdire toute publicité dans tout endroit où il n'est pas possible de contrôler l'accès aux mineurs (tv, cinéma, radio et internet). La publicité serait alors uniquement réservée à la presse écrite et payante. Pour d'autres encore, il faudrait interdire toute publicité d'alcool pour les jeunes. Le débat est ouvert. Mais il faudrait absolument arriver à une solution au plus vite et bénéficier de consignes claires.

Les jeunes et l'accès à la vente d'alcool

La loi du 28/12/1983 (modifiée par la loi du 17/05/2004) dans son article 13 prévoit l'interdiction de vendre et d'offrir à des mineurs (moins de 18 ans), des boissons spiritueuses à emporter (à plus de 22% en volume).

Les limonades avec alcool (alcopops) sont visées par cette interdiction. Mais les bières (boissons fermentées) et le vin n'entrent pas dans le champ d'application de la loi de 1983 vu que ces boissons ne sont pas des boissons spiritueuses.

Cette réglementation est paradoxale car dans les faits un mineur peut acheter de la bière et du vin mais ne peut pas acheter un alcool fort.

Il arrive que certains vendeurs ne respectent pas cette législation. Ils déclarent alors qu'il leur est impossible de vérifier à chaque fois la carte d'identité du jeune. Cela peut avoir comme résultat qu'un jeune de 12 ans peut se procurer des boissons alcoolisées assez facilement.

De nombreuses dérives existent donc au sein des commerces de vente d'alcool. Il est nécessaire de réagir au plus vite. Il faudrait d'une part, en rappeler la législation aux commerçants et d'autre part, en renforcer les amendes en cas de non-respect.

Peut-être faudrait-il s'inspirer du modèle français, qui dès 1996, a augmenté la taxe sur les alcools ? Cette mesure a permis de constater une stagnation des ventes. Surtout chez les plus jeunes qui ont été découragés par le prix élevé des produits.

Réactions politiques

Limiter la consommation d'alcool chez les jeunes relève d'un souci de santé publique. En Europe, 1 décès sur 4 parmi les 15-24 ans est imputable à l'alcool. C'est pourquoi les autorités ont pour mission de protéger les jeunes consommateurs.

En 2006, le gouvernement de la Communauté française a décidé d'adopter un plan d'action relatif à la lutte contre les assuétudes en milieu scolaire. Suite à cette décision, il a mis sur pied un projet pilote. Celui-ci met en œuvre « des points d'appuis aux écoles en matière de prévention des assuétudes ». Le gouvernement de la Communauté française a confié la réalisation de ce projet aux « Centres locaux de promotion de la santé agréés en Communauté française ». Ce projet pilote couvre les périodes de la rentrée académique 2007 à celle de 2010.

Par ailleurs, une importante réflexion est menée par le groupe porteur « jeunes et alcool ». Ce groupe pluraliste est composé de plusieurs associations des secteurs de la santé et de l'éducation (Fédération des centres de jeunes en milieu populaire, Fédération des Etudiant(e)s Francophones, Groupe Rapid, Infor-Drogues, Jeunesse et Santé, Ligue des Familles, Mutualité socialiste, de Prospective Jeunesse et d' Univers Santé). Il travaille sur la prévention de l'alcool avec toute une série d'associations qui oeuvrent dans le domaine de la jeunesse. La Communauté française subsidie ce travail.

La Communauté française participe également activement aux travaux de la Cellule Politique de Santé en matière de drogues qui prépare actuellement le plan national alcool. Cette cellule intègre tous les niveaux de pouvoirs, les Cabinets et les Administrations. La cellule s'est adjoint temporairement la compétence d'experts pour travailler sur la rédaction des propositions contenues dans ce plan national. Ce plan devrait être approuvé lors de la prochaine Conférence Interministérielle Santé. Ce plan national alcool prendra en considération tous les aspects relatifs à la consommation d'alcool. Que ce soit l'information, l'éducation et la prévention, les traitements, les liens avec la sécurité routière, la disponibilité de l'alcool, la publicité et la politique en milieu de travail.

Les jeunes et l'entourage

Les parents ont un rôle très important à jouer dans l'éducation de leurs enfants. Ils sont au quotidien en contact avec eux. Or c'est très tôt que se décident les attitudes vis-à-vis de l'alcool. Tout se jouerait à la pré-adolescence. Les parents peuvent alors donner des messages d'informations sur l'alcool et les conséquences d'une consommation abusive. Ils peuvent également les aider à construire leurs propres repères et limites. Mais surtout il est fondamental qu'ils arrivent à créer un climat de confiance et de dialogue véritable avec leurs enfants. Ceux-ci pourraient alors se confier en cas de problème. Souvent l'adolescence est l'âge de rébellion ou de conflit vis-à-vis des parents. Il est parfois difficile de réaliser que son enfant devient dépendant... Il est souvent facile pour le jeune de cacher son penchant à son entourage et à sa famille. Les signes de l'alcoolisation (changements de caractère, troubles du sommeil, perte de l'appétit...) ne sont pas toujours évidents à décrypter.

La question de la prévention de l'alcool concerne également tous les adultes qui parcourent le chemin de vie du jeune (les professeurs, les éducateurs de sport, le personnel des maisons de jeunes, les responsables de maisons de jeunes...). Chacun à son niveau peut intervenir en multipliant les informations de sensibilisation aux méfaits de l'alcool (sans diabolisation), en offrant un dialogue au jeune ...

CONCLUSION

Il apparaît clairement que les jeunes consomment de plus en plus d'alcool. Et que la publicité et la vente d'alcool pour les mineurs sont peu réglementées et floues. Il est donc important de multiplier les mesures de prévention. Et cela concerne tous les citoyens responsables en contact avec les jeunes. Tant le monde politique que les parents, les associations, les enseignants, les clubs sportifs, les alcooliers, les tenanciers de boites de nuit, les mouvements de jeunesse...

L'objectif étant d'amener le jeune à une consommation responsable. Car des actions qui ne viseraient qu'à informer des risques liés à l'alcool sont nécessaires mais insuffisantes. Ce genre de campagnes ont d'ailleurs été menées dans le passé et elles ont montré leur inefficacité.

En matière de consommation et de prévention de l'alcool chez les jeunes, un travail s'impose. Les efforts doivent donc encore s'intensifier.

Sources :

Education Santé , n° 223, mai 2007 – Jeunes et alcool : les publicitaires savent pourquoi

Dossier de demande de subsides : Jeunes et alcool – Projet : Les jeunes et l'alcool en Communauté française. Projet porté par : la Fédération des Centres de Jeunes en Milieu Populaire, la Fédération des Etudiant(e)s Francophones, Infor-Drogues, Jeunesse et Santé pour le Conseil de la Jeunesse catholique, la Ligue des Familles, la Mutualité Socialiste, Prospective Jeunesse, le groupe Rapid et Univers Santé

CRIOC : Etude : Alcool et boissons alcoolisées.

Réponse à la question parlementaire posée à Madame Catherine Fonck, Ministre de l'Enfance, de l'Aide à la Jeunesse et de la Santé, par Madame Eliane Tillieux, Députée, le 2 octobre 2007, relative à la thématique « les jeunes et l'alcool ».

Réponses à la question parlementaire posées à Madame Catherine Fonck, Ministre de l'Enfance, de l'Aide à la Jeunesse et de la Santé, par Monsieur Daniel Senesael, Député le 20 mars 2007.

Communiqué de presse du 28 juin 2006 : Réactions du Groupe porteur « Les jeunes et l'alcool » au sujet de la convention réglementant la publicité des alcooliers.



CPCP asbl – décembre 2007
Avec le soutien de la Communauté française, service Education permanente

E.R. : Georges DALLEMAGNE, 45 rue des deux Eglises – 1000 Bruxelles