

Dossier de presse

JEUNES ALCOOL & SOCIÉTÉ



Citadelle - Conseil de la Jeunesse - Les Scouts
Groupe RAPID - Infor-Drogues - Jeunesse et Santé
Latitude Jeunes - Ligue des Familles - Modus Vivendi
Prospective Jeunesse - Question Santé - Univers Santé

Un vrai Plan d'action national alcool (PANA) sinon rien !

Le Groupe porteur " Jeunes, alcool & société "
www.jeunesetalcool.be

Piloté par l'ASBL Univers santé
Place Galilée 6
1348 Louvain-la-Neuve
Tél. : +32 (0)10 47 28 28
www.univers-sante.be



Ce projet est soutenu par :





CITADELLE - CONSEIL DE LA JEUNESSE - LES SCOUTS - GROUPE RAPID - INFOR-DROGUES - JEUNESSE ET SANTÉ
LATITUDE JEUNES - LIGUE DES FAMILLES - PROSPECTIVE JEUNESSE - QUESTION SANTÉ - UNIVERS SANTÉ



UN NOUVEAU « PLAN D'ACTION NATIONAL ALCOOL » À VENIR ? LE GROUPE PORTEUR « JEUNES, ALCOOL & SOCIÉTÉ » RAPPELLE SES POSITIONS ET PROPOSITIONS

Actuellement se finalise un énième projet de Plan d'action national alcool (PANA). Les tractations semblent difficiles et les arguments économiques avancés par le secteur « alcool » risquent à nouveau de prendre le pas sur les intérêts de Santé publique.

À cette occasion, le Groupe porteur « Jeunes, alcool & société » souhaite rappeler ses principales revendications et propositions, en vue d'une politique « alcool » plus cohérente, au profit des consommateurs.

QUI SOMMES-NOUS ?

« Jeunes, alcool & société » regroupe aujourd'hui **12 associations issues des secteurs de l'éducation, de la santé et de la jeunesse** dans le but de promouvoir des consommations responsables et moins risquées d'alcool. Formé en 2003, le Groupe poursuit depuis lors une démarche d'analyse, de concertation, de sensibilisation, d'observation et d'interpellation sur ces questions.

JEUNES ET ALCOOL, OÙ EST LE PROBLÈME ?

Depuis plusieurs années, on observe une évolution des pratiques commerciales, de plus en plus agressives et insidieuses. Le rapport au produit semble aussi évoluer : de nouvelles tendances apparaissent dans les comportements de consommation en Europe (y compris la Belgique), principalement chez les jeunes. Notamment une plus grande expérimentation de l'alcool et des pratiques parfois à haut risque avec une propension plus importante à consommer jusqu'à l'ivresse.

Par ailleurs, il existe bien souvent un fossé entre les représentations des adultes et les réalités que vivent les jeunes. Bon nombre de stéréotypes sont ainsi véhiculés vis-à-vis des jeunes et de l'alcool, notamment par les médias, ce qui tend à biaiser la vision des adultes, souvent trop caricaturale et peu nuancée sur ces questions. Pourtant ancré culturellement, l'alcool reste ainsi paradoxalement un sujet assez difficile à aborder qui renvoie chacun à ses ambiguïtés, voire ses contradictions. Il en résulte un manque cruel de dialogue et de concertation autour de ces questions.

Quant à la législation en vigueur, elle est peu connue de tous, complexe et difficile à comprendre, à intégrer, et le législateur peine à y mettre de la cohérence. A titre d'exemple, la législation actuelle interdit d'une part l'offre d'un produit (alcool) à un certain public (mineurs), alors que, d'autre part, elle permet aux alcooliers de matraquer ce même public et de les pousser à la surconsommation !

Les jeunes ne sont pas les seuls à souffrir des incohérences de l'Etat sur ces questions. Les adultes restent aujourd'hui les principaux consommateurs d'alcool et près de 10% des belges montrent une consommation problématique. Il s'agit d'une réelle urgence de santé publique. Force est donc de constater que de nombreux tabous et paradoxes persistent aujourd'hui autour de notre drogue culturelle favorite...

La Belgique a besoin urgemment d'un Plan d'action national alcool ! Mais pas d'une coquille vide qui scléroserait toute initiative ultérieure en la matière.

Bref, un vrai Plan sinon rien !

En collaboration avec l'asbl Action Ciné Médias Jeunes, le Groupe « Jeunes, alcool & société » a récemment réalisé une **série de cinq capsules-vidéos afin d'interpeller la société sur différentes problématiques liées à la consommation d'alcool** et de rappeler au législateur les besoins criant en la matière et les modifications de la législation qui nous semblent pertinentes à mettre en œuvre.

À voir ou revoir sur www.jeunesetalcool.be

QUELS CONSTATS ? QUE FAIRE ?



LA PUBLICITÉ

Au quotidien, la publicité nous manipule et limite notre liberté de faire un choix éclairé en matière de consommations. Ses dérives sont nombreuses et le marché publicitaire est en pleine mutation depuis quelques années. Les techniques publicitaires, toujours plus agressives et plus ciblées ; le développement de nouveaux produits ; ou les nouvelles formes de marketing, notamment sur les réseaux sociaux ou lors d'événements en témoignent. Le secteur de l'alcool en est un illustre exemple. Mais les dérives s'observent également en matière d'alimentation, de développement durable, d'égalité des sexes ou encore de greenwashing.

Dans le cadre de la publicité pour les produits alcoolisés, une convention privée, rédigée en 2005, existe mais une série d'observations témoignent de nombreux manques et insuffisances qui portent à revendications.

La principale lacune réside surtout dans le système même de convention privée. En effet, la manœuvre stratégique qui consiste, pour les secteurs de la production, de la distribution et de la publicité, à élaborer eux-mêmes des codes de bonne conduite de manière à éviter, sciemment, l'adoption d'une loi permet finalement de contourner facilement ce qui ne sont que des recommandations dénuées de véritables sanctions.

NOS PROPOSITIONS :

✓ Créer un Conseil fédéral de la publicité

L'intervention des pouvoirs publics est primordiale et c'est l'ensemble de la publicité qui doit être mieux contrôlée par un organe indépendant du secteur, au pouvoir réellement contraignant et aux missions d'observation élargies.

Seul un contrôle public de la publicité permet de garantir au citoyen un niveau de protection élevé et effectif, synonyme d'une publicité éthique et responsable. Le secteur privé ne pourra jamais se substituer au secteur public dans la défense de l'intérêt général.



✓ Supprimer la publicité pour les boissons alcoolisées

L'alcool est le psychotrope le plus consommé dans l'ensemble de l'Union Européenne et, contrairement à d'autres produits psychoactifs (tabac, cannabis, XTC, etc.), c'est aujourd'hui le seul psychotrope pour lequel il est encore autorisé de faire de la publicité malgré les conséquences néfastes sur la santé. Il est donc temps que les pouvoirs publics prennent des mesures plus égalitaires afin de mieux protéger les consommateurs, notamment les plus jeunes.

La vision de l'alcool a évolué, que ce soit dans la législation ou les préoccupations politiques. Les premiers textes de loi, peu détaillés au début de siècle, ont fait place à des lois liées à d'autres aspects tels que la publicité ou les mineurs.



LA LÉGISLATION

Malgré tout, les textes de lois en matière d'alcool sont encore bien trop flous et peu connus. **Qu'est-ce qui est autorisé, qu'est-ce qui ne l'est pas? Que signifie "boisson spiritueuse"? ...** La plupart des consommateurs ne connaît pas la législation en vigueur, les commerçants et cafetiers ont des difficultés à l'intégrer et à l'appliquer. Ces textes ambigus et peu compréhensibles ne facilitent pas non plus le travail préventif que les acteurs de terrain mènent au quotidien.

Il est donc primordial de faciliter la compréhension et l'intégration de la loi en la simplifiant pour qu'elle soit lisible et comprise par tous sans confusion.

NOS PROPOSITIONS :

✔ Clarifier et simplifier la loi

- > Si le législateur veut garder une distinction entre certains types de boissons alcoolisées selon les âges (16-18 ans), il serait préférable de se baser sur le taux d'alcool, cette information est indiquée sur les bouteilles et donc accessible à tous.

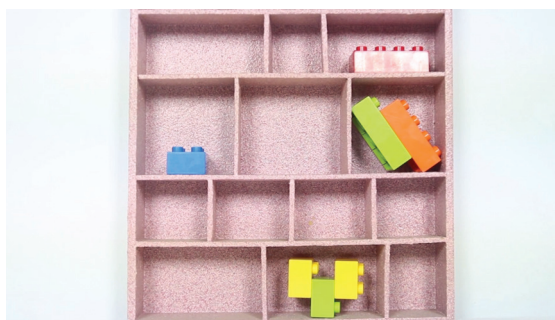
✔ Nous proposons donc la clarification suivante :

- > En-dessous de 16 ans : aucune boisson alcoolisée
- > A partir de 16 ans : toute boisson alcoolisée dont le taux d'alcool ne dépasse pas 16°
- > A partir de 18 ans : toute boisson alcoolisée

Cette proposition, parmi d'autres possibles, a le mérite de simplifier la distinction actuelle, bien trop complexe, tout en étant la plus proche de la réalité de terrain (dans ses revendications, la Fédito bruxelloise, quant à elle, ne précise pas de degré d'alcool spécifique).

✔ Dépénaliser l'apprentissage parental

Aujourd'hui, la loi pénalise toute personne qui sert de l'alcool à un mineur d'âge et inclut de facto les parents. Le Groupe porteur souhaiterait dépénaliser l'apprentissage parental et permettre ainsi aux parents d'assurer un rôle éducatif en matière de consommation d'alcool ; et de devenir un levier d'apprentissage à une consommation cadrée, progressive, socialement adaptée, plus responsable et moins risquée.





LA PRÉVENTION

Les mésusages d'alcool ont un impact sanitaire conséquent à travers le monde. L'OMS rapportait en 2015 que l'usage nocif de l'alcool entraînait dans le monde 3,3 millions de décès chaque année, soit 5,9% des décès, en grande partie parmi les jeunes. En effet, près de 25% du nombre total de décès sont attribuables à l'alcool. En Europe, on estime que l'alcool est responsable de 7,4% des décès prématurés et par maladies spécifiquement liées à l'alcool.

De plus, l'alcool entraîne des coûts sociaux et économiques importants, que ce soit en termes de bénéfices (accises liées à l'alcool, producteurs de boissons alcoolisées, emplois et recettes dans l'Horeca) ou de pertes (soins, sécurité, chômage, etc.). En Belgique, le coût du mésusage d'alcool a été estimé à 4,2 milliards d'euros par an, alors que les bénéfices liés à l'alcool s'élèvent au total à 1,5 milliard d'euros, incluant les accises et les recettes de l'industrie (Annemans, L., 2013).

Des mesures sont donc nécessaires pour protéger la santé du citoyen mais aussi celle de la société dans son ensemble.

NOTRE PROPOSITION :

✓ Retrouver un équilibre

L'amélioration de la législation, sa compréhension, son application et son contrôle sur le terrain sont des étapes nécessaires. Mais ces mesures devraient surtout être largement assurées par des actions éducatives, de prévention, de promotion de la santé et de réduction des risques (leviers principaux pour une modification efficace et durable de comportements inadéquats), et mises en œuvre par les institutions compétentes et soutenues par les pouvoirs publics au moins autant que ne le sont les mesures "sécuritaires" et coercitives, ces dernières étant souvent le premier réflexe du législateur au détriment de l'éducation, pourtant plus efficace à long terme.

Or, le déséquilibre entre les budgets alloués à la prévention/réduction des risques et ceux consacrés à la sécurité en Belgique est manifeste. L'étude « Drogues en chiffres III » (Van der Laenen et al, 2011) montre, pour la troisième fois, que le budget dépensé pour la prévention constitue une infime partie de l'ensemble des dépenses « drogues ». En effet, l'ensemble des dépenses publiques allouées aux drogues légales et illégales en Belgique, représentait, en 2011, environ 975 millions d'euros (97 % relevant du fédéral). Parmi celles-ci, 76,5% vont à l'assistance (traitements, hospitalisation, etc.) et 21,67% à la sécurité alors que la prévention pèse seulement 1,24 % et la réduction des risques 0,24 % ! En outre, on constate une baisse de 7,18% entre 2004 et 2008 dans les dépenses publiques consacrées à la prévention.

Le transfert des compétences a également complexifié la mise en place des actions, et la logique de financement par projets n'est pas adaptée à une approche à long-terme.



Il est donc grand temps que la prévention et la réduction des risques soient renforcées, et qu'un rééquilibrage se fasse par rapport aux logiques sécuritaires et répressives souvent largement privilégiées par les responsables politiques.

Personnes de contact :

Martin de Duve

+32 (0)10 47 33 74 • +32 (0)478 20 63 77
martin.deduve@uclouvain.be

Anne-Sophie Poncelet

+32 (0)10 47 27 47 • +32 (0)495 80 20 41
anne-sophie.poncelet@uclouvain.be