

L'alcool et les jeunes

Nouvelles règles, quelle efficacité ?



Introduction

Aujourd'hui, la consommation d'alcool par les « jeunes » est de plus en plus souvent présentée, notamment par les médias et responsables politiques, comme particulièrement problématique. Un concept inquiétant est apparu pour renforcer et confirmer, si besoin en était, ce cliché : le binge drinking. Certes, une partie des jeunes consomment de l'alcool et certains peuvent en abuser mais le traitement médiatique incessant qui en est fait tend à occulter les problèmes rencontrés par d'autres publics (les adultes par exemple).

Du côté du marché des boissons alcoolisées, les nouveaux produits destinés aux jeunes, les 'alcopops', sont devenus, grâce à leurs intenses publicités et marketing, de véritables best-sellers. Suite à ces évolutions, de nouvelles réglementations publiques sont apparues. Certaines règles ont été abandonnées ou remplacées, d'autres ont été renforcées. Or, force est de constater que face aux différents textes juridiques en présence, il n'est pas facile de s'y retrouver.

Dans cet outil d'Éducation Permanente, Infor-Drogues compile les nombreuses réglementations en vigueur en Belgique sur le sujet. Ensuite, quelques interrogations citoyennes à leurs propos sont identifiées : ces règles sont-elles appliquées ? Qu'est-ce qui fait obstacle à leur application ? Sont-elles efficaces ? Faudrait-il faire autre chose ?

À cet égard, précisons que l'ambition de cet outil n'est pas de proposer des moyens pour traiter les causes profondes des consommations problématiques d'alcool de certains jeunes (précarité de l'existence et du futur, mal-être, manque d'estime de soi, etc.) mais d'initier une réflexion sur des pistes collectives à dégager.

A. Les différentes réglementations existantes

1) La régulation de la distribution d'alcool (vente en magasin et service dans les cafés et restaurants)

Historiquement, depuis la seconde moitié du XIX^{ème} siècle, la question de l'abus d'alcool mobilise les législateurs. La loi la plus connue est la « loi Vandervelde » de 1919. Celle-ci distingue deux types de boissons alcoolisées :

- les « boissons fermentées ne dépassant pas 18° » dont le commerce reste libre ;
- les autres alcools dont le commerce est très sévèrement encadré.

Cette loi est complétée par une loi fiscale qui quadruple les accises et organise une répression énergique des distilleries clandestines. De l'avis du plus grand nombre, cette loi a fortement fait reculer l'alcoolisme dans l'ensemble du pays.

L'arrêté-loi du 14 novembre 1939 relatif à la répression de l'ivresse interdit aux professionnels (cabaretiers, débitants) de servir des boissons enivrantes¹ aux mineurs de moins de 16 ans. Cet arrêté-loi interdit également à quiconque de servir des boissons enivrantes à une personne manifestement ivre ; la peine est doublée si cette personne a moins de 18 ans. Par contre, aucune loi n'interdisait la vente d'alcool (bières, vins,...) aux mineurs, en magasin. Le «vendeur» ne se confondant pas avec le «serveur», l'arrêté-loi du 14 novembre 1939 ne lui était pas applicable.

La loi du 28 décembre 1983 (qui remplace la «loi Vandervelde») soumet le débit des spiritueux dans les lieux publics à un régime de patente et n'impose plus de quantités minimales lors de l'achat. Ce qui aura pour effet pervers, par exemple, l'apparition des «mignonnettes», à bas prix. Cette loi interdit de vendre, offrir ou servir des boissons spiritueuses à des mineurs. A cette époque, sont considérées comme boissons spiritueuses celles dont le taux d'alcool est supérieur à 22°.

1. Enivrante : qui enivre. Donc, l'interdit concerne toute boisson contenant de l'alcool.

En 1998, la loi sur les taux d'accises des boissons alcooliques a modifié cette définition des spiritueux. La nouvelle définition, encore d'application aujourd'hui, renvoie à différentes catégories ainsi qu'à des codes peu compréhensibles. Toujours est-il que toute boisson

contenant plus de 1,2% d'alcool, obtenue autrement que par fermentation, est concernée ainsi que les boissons fermentées de plus de 22° (cidres, hydromels...). Un alcopop de 5% est donc concerné par l'interdiction de vente aux mineurs tandis qu'une bière de 9% ne l'est pas.

Enfin, au début de l'année 2010 une nouvelle réglementation entre en vigueur. Elle « 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 seize ans ». En fait, elle vise à calquer la réglementation relative à l'horeca (interdiction de servir tout alcool aux moins de 16 ans et des spiritueux aux moins de 18 ans) sur le commerce de détail où l'alcool fermenté restait accessible à tous quel que soit l'âge. Cette loi confirme également l'interdiction de vendre, de servir ou d'offrir des spiritueux aux moins de 18 ans.

Notons que cette loi va très loin puisqu'en ne limitant pas l'interdiction aux commerces et à l'horeca, elle vise aussi les parents, la famille, les amis ou toute autre personne. Ainsi, depuis le 1er janvier 2010, il est interdit de servir un verre de bière ou toute autre boisson contenant de l'alcool à son enfant avant l'âge de 16 ans. Interdit aussi qu'un jeune de 18 ans offre un premix à un pote s'il a 17 ans ou moins.

Signalons enfin, et cela illustre l'intense activité législative et réglementaire sur ce sujet, que deux propositions de loi viennent récemment d'être déposées au Sénat. Celle du mois de mars 2010 souhaite interdire la vente de spiritueux dans les magasins de nuit, les stations-service et le long des autoroutes (de plus la vente de tout alcool serait prohibée de 24 à 7 heures le long des autoroutes)². La seconde proposition de loi, datée du 4 octobre 2010, vise à interdire la présence de toute boisson alcoolisée dans les distributeurs automatiques, au nom de la protection des jeunes³.

2) La réglementation de la consommation

La consommation en tant que telle est peu réglementée sauf en cas d'ivresse publique. L'ivresse publique est punie d'une amende. Si le 'délinquant' occasionne du désordre, du tapage ou du danger, il peut être écroué de deux à douze heures au poste de police.

Il arrive également que certaines communes interdisent, via des règlements de police, la consommation d'alcool sur la voie publique. Certains de ces règlements visent de façon explicite « les groupes se réunissant sur les bancs publics ». Inutile de préciser que ces groupes sont souvent constitués de jeunes.

2. www.senat.be
Document législatif n°4 - 1713/1

3. www.senat.be
Document législatif n°5 - 212/1

3) La régulation de la publicité

Concernant la régulation de la publicité pour les produits contenant de l'alcool, l'Etat a délégué cette compétence au secteur du commerce de l'alcool lui-même. Les différentes parties de ce secteur ont signé une convention d'autorégulation (juin 2005) en matière de conduite et de publicité des boissons contenant de l'alcool :

- la fédération du secteur (vins, spiritueux et bières) ;
- la FEDIS (la distribution) ;
- les représentants de l'horeca ;
- le JEP (Jury d'éthique publicitaire qui regroupe les agences de pub, les médias et les annonceurs) ;
- Test-Achats a rejoint ce groupe pour représenter les consommateurs.

Certaines règles concernent l'ensemble du public, tandis que d'autres visent à protéger spécifiquement les mineurs.

Selon cette convention, la publicité pour les boissons alcoolisées ne peut :

- inciter ou encourager une consommation irréfléchie, exagérée ou illégale ;
- suggérer que la consommation d'alcool mène à la réussite sociale ou sexuelle ou augmente les performances sportives ;
- cibler les mineurs d'âge ;
- mettre en scène des mineurs ;
- présenter la consommation d'alcool comme un signe de maturité ;
- utiliser des personnages en vogue auprès des mineurs ;
- établir de liens entre la consommation d'alcool et la conduite d'un véhicule ;
- etc.

Chaque publicité doit mentionner le slogan éducatif⁴ « Notre savoir-faire se déguste avec sagesse ». En outre, cette convention prévoit que la vente ne peut s'effectuer à proximité des écoles et la distribution gratuite est interdite.

Le contrôle de la convention revient au Jury d'éthique publicitaire dont les sanctions n'ont pas force contraignante. Etant donné que le contrôle préalable n'est pas obligatoire, le contrôle s'effectue aussi sur base des plaintes reçues. Le mécanisme est assez long : diffusion d'une publicité, arrivée d'une plainte éventuelle, réunion du Jury pour examiner la plainte, rédaction d'un avis. Ce parcours prend en moyenne deux semaines et demie⁵. Ainsi, si par extraor-

4. A propos de ce slogan creux, cfr « Quand les alcooliers 'éduquent' leurs consommateurs », Infor-Drogues, 2008.

5. Délai moyen mentionné dans les « rapports d'évaluation » du JEP.

dinaire⁶, cet avis recommandait une suspension de la publicité en question, la campagne publicitaire aurait de grande chance d'être déjà terminée...

4) La sécurité routière

Si les mineurs échappent aux poursuites pénales au profit d'un droit «protectionnel» (belgicisme forgé par rapport à la loi du 08 avril 1965 relative à la protection de la jeunesse), la loi fait exception en matière de roulage. Les mineurs répondent donc en principe devant la même juridiction que les adultes (tribunal de police) des infractions aux lois et règlements en matière de roulage, en ce qui concerne l'alcool ou les drogues.

Concernant cette législation, toute personne est passible d'une sanction dès que la teneur en alcool de l'air qu'il expire contient plus de 0,22 milligramme par litre d'air ou lorsque son taux d'alcool sanguin dépasse 0,5 gramme par litre, le fameux 0,5 pro mille. Les

6. Ce type d'avis n'a été émis qu'une seule fois en 2006 et deux fois en 2009 : www.jep.be



sanctions et amendes augmentent en proportion du taux d'alcool constaté. Il existe 5 niveaux de sévérité allant d'une amende immédiate de 137,5 euros (interdiction de conduire pendant 3 heures) jusqu'à une amende entre 1.100 et 11.000 euros (interdiction de conduire pendant 6 heures et retrait immédiat du permis pour 15 jours minimum + possibilité de déchéance du droit de conduire).

La réglementation concernant la consommation d'alcool dans la circulation ne vise pas spécifiquement les jeunes⁷. Toutefois, la police peut cibler les contrôles sur les alentours des boîtes de nuit ou des festivals, par exemple.

Signalons, toujours au rayon des intentions, que le Secrétaire d'Etat à la Mobilité, Etienne Schouppe, avait, fin 2009, déclaré qu'il préparait un projet de loi qui interdirait aux jeunes conducteurs sans expérience (ayant leur permis depuis moins de deux ans) de boire de l'alcool avant de prendre le volant. Le taux autorisé serait abaissé dans leur cas à 0,2 gramme d'alcool par litre de sang contre 0,5 pour les autres conducteurs. A ce jour (fin 2010), cette intention n'a pas encore été concrétisée.

B. Les questions qui se posent

1) La différence, historique, entre les alcools spiritueux et alcools fermentés est-elle encore pertinente ?

Le mérite de la loi entrée en vigueur au 1er janvier 2010 est certainement d'avoir mis en avant une limite : vendre ou offrir de l'alcool à des jeunes de moins de 16 ans n'est pas opportun. Cela pose une limite claire. Le législateur a également estimé que tous les alcools ne devaient pas être accessibles à 16 ans. Toutefois, le critère retenu pour décider quel type d'alcool pouvait être vendu ou offert pose question. En effet, cette loi s'appuie sur la distinction ancienne entre alcool fermenté et alcool distillé. Cette distinction a-t-elle encore du sens aujourd'hui ? Le public se sent-il encore concerné par cette distinction ? En a-t-il seulement connaissance ? Comment va-t-on lui expliquer ? La mention du procédé de fabrication n'est pas obligatoire et donc rarement indiquée sur l'emballage. Même la composition de la boisson n'est pas toujours claire. Cela rend parfois l'identification difficile, surtout pour les boissons de type 'mix' ou alcopops, précisément celles qui ont motivé la nouvelle loi.

7. Exception faite des conducteurs qui détiennent leur permis B depuis moins de deux ans: en cas de contrôle alcool (ou drogues) positif, ils seront sanctionnés plus sévèrement (déchéance du droit de conduire).

De plus, certaines bières sont fortement dosées en alcool (jusqu'au delà de 10°), tandis que certaines boissons classées dans les spiritueux, dont les alcopops, sont beaucoup moins fortes. Ain-

si, aujourd'hui, la distinction établie par la loi « Vandervelde » et maintenue jusqu'à aujourd'hui n'est plus pertinente au vu de la diversification des boissons alcoolisées vendues sur le marché.

2) Quel serait l'objectif de cette loi ?

La question de l'objectif de la loi se pose donc. En effet, n'aurait-il pas été plus pertinent et aussi plus simple d'interdire la vente d'alcool au-delà d'un certain degré d'alcool ? Ainsi, ce serait clairement l'alcoolisation abusive qui serait visée en tenant un discours du type « il est difficile à cet âge de gérer des boissons trop fortement alcoolisées et, en plus, cela peut provoquer des dommages neurologiques, deux bonnes raisons de limiter le taux d'alcool ». On se demande si, en maintenant une distinction ancienne et peu pertinente quant aux objectifs affichés, il ne s'agirait pas de diaboliser les alcoops en sauvegardant le secteur brassicole (les producteurs de bières) très puissant en Belgique. L'idée serait-elle de dissuader les jeunes d'être attirés par le mélange fruité et sucré des alcoops qui constituerait une « porte d'entrée » pour la consommation d'alcool ? Dans ce cas, pourquoi les bières fruitées et sucrées n'ont-elles pas été visées ? Une interdiction générale des additifs fruités et sucrés dans l'alcool (sur le modèle de l'interdiction des additifs fruités dans le tabac au Canada⁸) aurait-elle été pertinente ? De même, dans ce cas pourquoi le législateur ne s'est-il pas davantage intéressé à la publicité et au marketing envahissants qui visent les jeunes ?

Sans réponse à toutes ces questions, l'objectif de la loi de décembre 2009 reste peu clair et cela se ressentira très probablement sur son application et sur son efficacité.

3) La loi est-elle facile à appliquer ?

Beaucoup d'intervenants (responsables politiques, associations de prévention, médecins, commerçants, etc.) ont prétendu que si la loi antérieure (interdiction de vendre des spiritueux avant 18 ans, tous les autres alcools étant en vente libre) n'était pas appliquée c'était essentiellement pour deux raisons : elle était peu connue et elle n'était pas claire.

Or, les différentes enquêtes du CRIOC ou de Test-Achats apportent un léger bémol à ces arguments. En effet, osons le parallèle avec l'interdiction de vente du tabac : le CRIOC mentionne dans son enquête de 2009⁹ que malgré d'importantes campagnes de responsabilisation des vendeurs (notamment la diffusion d'affiches et d'autocollants par les fédérations sectorielles), 63 % des commerces

8. Loi C-32 votée en 2009 pour briser le marketing vers les jeunes et l'entrée de ceux-ci dans une consommation précoce de tabac. Infos sur le site du parlement canadien www.parl.gc.ca

9. <http://www.crioc.be/files/fr/4511fr.pdf>



vendent illégalement ce produit, y compris lorsque l'affiche est apposée en évidence. Si on en revient à la vente d'alcool, le fait que seuls 20 % de vendeurs appliquent la loi¹⁰, cela ne veut pas dire que 80% ne connaissent pas la loi. D'ailleurs, l'enquête du CRIOC sur la vente d'alcool montre que plusieurs vendeurs se laissent convaincre par l'argumentation « c'est pour mes parents » preuve qu'ils savent que l'alcool ne peut être destiné aux moins de 16 ans. La clarté d'une règle est donc loin d'être suffisante.

On peut évidemment se demander pourquoi cette règle, reconnue comme légitime et utile pour améliorer une question de santé et de société, est à ce point peu appliquée par les commerçants.

Est-ce :

- parce que les vendeurs ont le sentiment de « faire le boulot » des parents ? En effet, ils pourraient penser que l'alcool étant présent dans presque tous les foyers, la responsabilité d'éduquer les enfants à l'alcool revient aux parents ;
- parce que les vendeurs ne se sentent pas concernés voire visés à tort ? Après tout, ils ne font que vendre un produit fabriqué conformément aux normes et fortement promotionné vers les jeunes en toute légalité. Alors, pourquoi serait-ce à eux de faire en sorte que les jeunes ne boivent pas ?
- parce que, pour le commerçant, un alcopop est un produit spécifiquement destiné aux jeunes ? Il en a l'aspect et le message marketing. D'ailleurs, ce sont des jeunes qui l'achètent. Pas étonnant dès lors que le CRIOC constate, lors de son enquête de 2009 pour savoir si l'alcool était vendu aux mineurs, qu'il y avait davantage de commerçants refusant de vendre de la bière (autorisée à l'époque) que des alcopops (interdits aux moins de 18 ans) ;
- pour des raisons économiques ? La difficulté de refuser une vente à un jeune est-elle vue comme la perte éternelle d'un futur client ? Dans ce cas, la contrainte économique pour effectuer la vente risque d'être forte...

10. D'après l'enquête du Crioc.
<http://www.crioc.be/FR/doc/x/y/document-4425.html>

4) Le respect de la loi est-il assuré ?

Si l'Etat veut fermement faire respecter cette règle, il faut assurer des contrôles fréquents et asséner des amendes dissuasives. Sera-ce le cas ?

> La fréquence des contrôles

Pas de mystère, celle-ci est directement proportionnelle au nombre de personnes habilitées à contrôler.

Premier constat, ces personnes sont peu nombreuses. Ainsi seuls deux contrôleurs se partagent l'ensemble de la Région bruxelloise et ses milliers de commerces où l'on vend ou sert de l'alcool. Second constat, les contrôleurs ont plusieurs missions. En effet, ils ont également dans leur tâches le contrôle de la législation tabac (interdiction de vendre aux moins de 16 ans) ainsi que le contrôle de certains cosmétiques dangereux. Quelle sera leur priorité ?

Bref, la probabilité pour un commerce ou café bruxellois¹¹ de subir un contrôle n'est pas énorme...

> L'amende

Les contrôleurs ont pour mission de dresser le procès-verbal et c'est le service juridique du ministère de la Santé publique qui fixe le montant de l'amende. Le montant minimum proposé est de 275 euros. Pas besoin de longs calculs pour comprendre qu'il ne faut pas vendre beaucoup de fardes de cigarettes et de bouteilles d'alcool pour gagner plus que l'amende (si elle arrive). Toutefois, selon les circonstances de l'infraction (récidive par exemple), le montant peut être élevé, théoriquement, à 5500 euros.

Bref, une loi c'est bien mais qu'en est-il d'une loi que l'Etat ne se donne pas les moyens d'appliquer ? Si la norme n'est pas spontanément appliquée, comme l'exemple du tabac nous incite à le penser, une série de conséquences peuvent arriver : la dépression peut gagner les contrôleurs, les commerçants respectueux de la loi seront économiquement pénalisés, etc. De plus, le gouvernement pourrait être tenté, devant cet échec, d'interdire la vente de tout alcool avant 18 ans. Il pourrait aussi augmenter les amendes. Mais sans davantage de contrôles, cela sera-t-il efficace ?

Si l'interdiction de la consommation (et non plus seulement de la vente) d'alcool avant 18 ans survient, cela multipliera encore le nombre de contrôles à effectuer. Pour quelle efficacité ? L'interdiction du cannabis ou d'autres substances doit ouvrir les yeux du monde politique sur l'efficacité (très) relative de ce type d'interdit.

11. Mais pour le reste de la partie francophone du pays, ce n'est guère plus probable puisque seuls 10 contrôleurs y sont actifs.

Enfin, rappelons que la loi de décembre 2009 s'applique à tous. Théoriquement, il revient donc aux contrôleurs de surveiller chaque adulte et chaque jeune de plus de 16 ans pour s'assurer qu'il n'enfreint pas la loi en vendant ou en offrant une boisson alcoolisée à un jeune. Impossible évidemment. Pour au moins deux raisons : primo, le nombre de personnes à surveiller est par trop important et secundo, la consommation d'alcool par les moins de 16 ans est

entrée dans les mœurs depuis bien longtemps (la bière de table à l'école primaire cela a existé) en tout cas dans un cadre festif ou récréatif¹². Il n'est donc pas sûr qu'un père de famille (pour prendre cet exemple-là) sache qu'il enfreint la loi en proposant un verre de cidre à son enfant à l'occasion de son anniversaire de 12 ans ou de sa communion. Il n'est pas certain non plus qu'il estime cette interdiction utile et pertinente.

5) Pourquoi interdire l'alcool en famille ?

Nous venons de le voir, un élément important de cette loi est encore très peu connu : l'interdiction d'offrir un verre de boisson alcoolisée s'étend aussi au cercle familial. Dès lors, les

traditionnels apéros ou mousseux offerts pour l'anniversaire de douze ans ou la communion deviennent illégaux. Cela pose donc une question importante puisque l'apprentissage progressif grâce à l'encadrement familial de l'alcool n'est plus possible. Or, comme le dit Jean-Pierre Couteron, « éduquer c'est accompagner, engager progressivement la personne dans une relation qui fera lien, limite, contenant et contrainte. (...) Accompagner c'est rendre responsable en rendant compétent »¹³. Si cette éducation n'est plus permise, n'y a-t-il pas potentiellement, le risque que dorénavant les jeunes 'apprennent' l'alcool en cachette, sans accompagnement ? Cela ne va-t-il pas augmenter considérablement les problèmes de gestion de cette substance ? Sans l'éducation, l'interdit n'engendrera-t-il pas une insatisfaction toujours plus grande ?

Par ailleurs, de nombreux discours veulent (re)venir à une « responsabilisation » plus importante des parents. Par là, il faut en-



L'acquisition des invisibles, 2010

12. L'enquête du CRIOC d'avril 2010 montre que 2/3 des jeunes de 10 à 17 ans ont déjà bu de l'alcool <http://www.crioc.be/files/fr/4882fr.pdf>.

13. J-P Couteron, « Grandir parmi les addictions, quelle place pour l'éducation? » in Psychotropes, vol.15 n°4.

tendre une pénalisation croissante des parents en cas de dérive de leur enfant. Evidemment, le paradoxe tient au fait que, dans ce cas-ci, la loi empêche une éducation progressive à l'alcool et donc renvoie à des pratiques clandestines entre pairs. La question pourrait dès lors se poser plus largement : est-ce aider les parents dans leurs tâches éducatives que de se substituer à eux ? Corollaire de cette question : que pourrait-on alors mettre en place pour les aider ?

6) Pourquoi ne pas avoir visé la publicité ?

Une mesure logique serait de diminuer l'incitation des jeunes à consommer de l'alcool. Aujourd'hui cette incitation est surtout publicitaire. Les jeunes sont depuis quelques années le public cible de produits alcooliques spécifiques et donc de pratiques marketing extrêmement développées à leur égard. En effet, d'après Martin De Duve, directeur de l'asbl Univers-santé et animateur du groupe « Jeunes, Alcool & Société »¹⁴, les producteurs d'alcool ont conçu les alcopops spécifiquement pour les 12-17 ans. Ces produits possèdent une composition particulière pour plaire à cet âge (alcool mélangé à des limonades sucrées ou à des sirops), un aspect coloré ainsi qu'un emballage (la plupart ressemble à des soft-drinks, mais certains se vendent en tube) et une publicité spécifiques.

Restreindre ou interdire la publicité pour l'alcool aurait comme objectif de rendre les jeunes beaucoup moins sollicités et ainsi paradoxalement plus libres dans leur rapport à l'alcool. De plus, interdire la publicité nécessiterait beaucoup moins de contrôles que l'interdiction de vente aux jeunes car, comme son nom l'indique, l'objectif de la publicité est d'être publique.

Infor-Drogues s'étonne donc, avec d'autres acteurs¹⁵, du manque de régulation publique dont bénéficie la publicité pour les boissons alcoolisées. A cet égard, plusieurs possibilités existent qui vont de l'interdiction de l'ensemble de la publicité pour l'alcool comme le demande Infor-Drogues¹⁶ et le groupe « Jeunes, Alcool & Société » à une publicité limitée aux médias qui ne touchent pas les jeunes. A minima, un contrôle préalable systématique à la diffusion de toute publicité pour l'alcool pourrait facilement être imposé et confié à une autorité indépendante. En effet, aujourd'hui un système approchant existe déjà, mais il fonctionne sur base volontaire des annonceurs et est malencontreusement confié au Jury d'éthique publicitaire (JEP) c'est à dire au secteur publicitaire lui-même.

Toutefois, un encadrement de la publicité, même drastique n'est pas non plus, à lui seul, une mesure suffisante, il doit accompagner les autres mesures prises par ailleurs.

14. Ce groupe réunit: Univers-Santé, Jeunesse & Santé, la Ligue des Familles, Latitude Jeunes, Prospective Jeunesse, le RAPID, Citadelle, la Fédération des Centres de Jeunes en Milieu Populaire, le Conseil de la Jeunesse, Question Santé et Infor-Drogues.

15. Cfr. : « Alcool et protection des mineurs : un cadre normatif perfectible », A. Nottet, Journal du Droit des Jeunes, sept. 2010.

16. Voir http://www.infordrogues.be/pdf/educ_perm/2009/EP_Interdire_Pub_Alcool.pdf

7) Quelles autres mesures pourraient être prises ?

Il s'agit de responsabiliser différents acteurs dans une démarche cohérente et globale.

Pour qu'une politique de santé des jeunes via la réduction de leur consommation d'alcool soit efficace il s'agit de prendre une série de mesures qui cernent clairement la problématique, qui soient cohérentes entre elles et qui mettent TOUS les acteurs devant leurs responsabilités. Sans cela, point d'efficacité. Ainsi, les producteurs d'alcool doivent autant être responsabilisés que les vendeurs ; les fabricants de bières doivent l'être autant que les producteurs d'alcools distillés ; les publicitaires ont également leur part à prendre ainsi que les parents et les organismes de prévention. Sans oublier les diverses composantes de l'Etat qui effectuent le contrôle du respect des lois et des réglementations. Ceci concerne les adultes. L'efficacité dépendra de la cohérence des messages et des actions de tous ces adultes-là.



> Les produits

Si l'Etat ne peut ou ne veut interdire les produits alcoolisés sucrés et vraisemblablement destinés aux 12 – 17 ans d'après leur packaging et leur marketing, il lui reste d'autres moyens pour en réduire l'attrait. Outre en interdire la publicité, il pourrait appliquer à ces produits une taxation spécifique qui les rende plus chers.

> Les parents

Ce sont les premiers référents des jeunes. L'Etat ne peut pas espérer un changement d'attitude et de comportement des jeunes sans s'appuyer sur les parents. De façon symétrique, les parents attendent de la part de l'Etat une position claire et cohérente qui conforte, le cas échéant, leur prise de position.

Cela ne veut pas dire que les parents doivent être pénalisés en cas de comportement inadéquat de leur enfant (responsabilisés comme on dit aujourd'hui) mais que les discours préventifs des parents nécessitent un cadre clair, cohérent et légitime de la part de l'Etat et que l'efficacité des politiques nécessite une participation des parents et même, plus largement, de l'ensemble de la communauté éducative.

A ce titre, l'Etat devrait prévoir des messages et des dispositifs participatifs destinés aux parents et aux éducateurs pour augmenter leur connaissance des réglementations et leur implication vis à vis des jeunes.

> Les associations de prévention

Elles ont un rôle complémentaire de l'Etat (qui définit la règle), des commerçants (qui appliquent la règle), des contrôleurs (qui vérifient et sanctionnent), des parents et des enseignants. Les associations peuvent mener des actions vers des groupes cibles (les jeunes qui sortent en boîte, les adultes de telle ou telle région, telle profession, etc.). Elles peuvent offrir un espace d'information, d'accompagnement et d'aide, de développement de l'esprit critique et/ou d'éducation à la santé.

En guise de conclusion

La question de l'alcool a été pendant de nombreuses années peu réfléchi par les pouvoirs publics. Aujourd'hui, pour de nombreuses raisons que nous n'abordons pas dans cet outil, la relation que le public, et singulièrement le public jeune, a avec l'alcool est en train de se modifier. Il s'agit d'un phénomène global et complexe. Les pouvoirs publics, notamment le pouvoir législatif, ont récemment édicté des règles pour y réagir. S'y retrouver n'est pas facile et il est fort probable qu'encore de nouvelles règles apparaissent bientôt.

Seront-elles cohérentes entre elles ? Seront-elles efficaces ? Auront-elles les moyens de leurs ambitions ? A travers l'exemple de la loi de décembre 2009 traitée ici même, Infor-Drogues espère aider le public à avoir un regard critique et prospectif sur ce sujet important.



Notre service d'Éducation Permanente

La drogue est encore un sujet tabou dont beaucoup ne peuvent parler sans se sentir mal à l'aise ou déclencher les passions. Notre travail d'éducation permanente se centre sur la déconstruction des idées reçues, favorise le travail sur les représentations, remet en perspective les amalgames et les « informations » sensationnalistes ou banalisantes. Les lois et les réglementations qui encadrent ces produits jouent un rôle très important mais pas toujours explicite. Eux aussi doivent être questionnés.

Il y a lieu d'orienter le public vers une réflexion qui intègre la pluralité des causes de la consommation, qui permet d'éviter la diabolisation des drogues et des usagers, de mieux comprendre la complexité de cette thématique. Nous devons l'aborder de manière globale et raisonnée car elle est produite en partie par la société. Nous voulons impliquer le public dans la recherche de solutions s'inscrivant dans la citoyenneté, la participation et la solidarité. Lui redonner le pouvoir d'agir.

Nos outils d'Éducation Permanente peuvent être téléchargés sur notre site internet : www.infordrogues.be. Nous pouvons les accompagner d'une animation spécifique.

<p>1. Les outils concernant les drogues et les médias</p> <ul style="list-style-type: none">- Cannabis dans les médias : attention aux équations simplistes !- CD-ROM : « Comment parle-t-on des drogues ? Exemples de trois magazines TV ».- Le cannabis dans les médias : un phénomène de société en quête d'objectivité et de débat.- Overdose d'info. Guérir des névroses médiatiques.- La cyberdépendance ou la dépendance à internet.- Et les médias créèrent le binge drinking.- Interdire la publicité pour l'alcool. Pourquoi ?- Quand les alcooliers « préviennent » leurs consommateurs. Un savoir-faire qui se dégoûte avec perplexité.- Les jeunes et l'alcool à travers deux exemples de J.T. : manipulation et dramatisation.	<p>2. Les outils pour favoriser le dialogue et la déconstruction des clichés</p> <ul style="list-style-type: none">- Autocollants « Infor-Drogues 35 ans ».- Mini livre : « 35 idées reçues, le point de vue d'Infor-Drogues ».- 10 astuces de parents pour parler de la drogue avec ses enfants. <p>Affiches :</p> <ul style="list-style-type: none">- Parler des drogues, ça peut donner envie ?- Pour savoir si une personne se drogue, le mieux est de faire un test d'urine ?- Quand on commence la drogue, on ne peut plus s'arrêter ?- Si la loi n'interdit plus les drogues, tout sera permis aux jeunes ?- On commence par un joint, on finit à l'héroïne ?- Il existe des signes pour reconnaître un drogué ?- Interdire la pub alcool ?- Les jeux multijoueurs sur internet, une nouvelle addiction ?
<p>3. Les outils concernant les législations</p> <ul style="list-style-type: none">- Drogue et circulation : la sécurité, oui ; l'injustice, non !- Cannabis : permis ou interdit ? Des questions citoyennes.	

Le service de documentation est ouvert à toute personne (étudiant, parent, journaliste, usager, professionnel, etc.). Plus de 6.000 livres, articles, revues, vidéos et outils, ont été recueillis depuis la création de l'association. Heures d'ouverture : du lundi au vendredi de 9 heures à 17 heures, rue du Marteau 19 à 1000 Bruxelles.

Texte et illustrations : A. Boucher

Illustration de couverture : Intempérie paradoxale, 2010



COMMUNAUTÉ FRANÇAISE
CULTURE