

# Jupiler, l'UCL sait pourquoi

## UNIVERSITÉ Une pub controversée à destination des étudiants

► Le géant brassicole AB Inbev offre des réductions aux étudiants.

► L'université craint que son travail de prévention soit mis à mal.

REPORTAGE

**P**as contentes, les instances dirigeantes de l'UCL. La cible de leur courroux ? Le groupe brassicole AB Inbev. Voici quelques jours, alors que les préparatifs des 24 heures vélo de Louvain-la-Neuve battaient déjà leur plein, le géant de la bière a envoyé en mission quelques commerciaux dans les rues de la cité universitaire. Leur tâche : distribuer un « calendrier de l'étudiant » aux jeunes habitants de la ville. Rien de suspect jusque-là. Sauf qu'à chaque mois, le brasseur associe une période de l'année académique avec une promotion pour son breuvage...

« Ces folders les incitent à boire de la bière », se plaint Isabelle Decoster, porte-parole de l'université. Au menu : de nombreux bons de réductions et des phrases chocs poussant à boire : « des bons points méritent de bonnes pintes », « les bonnes résolutions sont faites pour être oubliées », etc. Cette campagne de pub choque les autorités de l'UCL qui mettent de nombreuses initiatives en place pour sensibiliser ses étudiants à une consommation d'alcool responsable. »

Sur la Grand-Place bondée d'étudiants qui dégustent sandwiches et autres cornets de pâtes, ce mardi midi, pas une

cannette de bière à l'horizon. La campagne de Jupiler ne semble d'ailleurs pas avoir touché grand monde. « Aucune de nous n'a reçu cette publicité », regrettent

Florence, Amélie, Carlotta et Iona, étudiantes en droit. « Je ne suis pas fan de la bière mais l'alcool fait partie de la vie de l'étudiant », poursuit Amélie. Interdire comme l'a fait l'unif avec le péket pour les 24 heures vélo, c'est absurde. Ceux qui voudront boire avant et beaucoup le feront. A côté de ça, il est possible de boire de manière réfléchi. Il y a une différence entre informer et interdire. »

### Un lobby très puissant

Assis sur un muret, Bryan termine son déjeuner avec trois de ses amis. Le fameux calendrier de l'étudiant de la marque au taureau, lui, il l'a dans son sac à dos. « Ça fait plaisir, sourit le student en sciences, mais je ne l'ai pas encore utilisé. Que les autorités n'apprécient pas, je peux comprendre mais de toute façon, ceux qui voudront se saouler le feront toujours. »

Un peu plus haut, dans la rue des Bruyères, c'est déjà un peu la fête dans le cercle de la Chimacienne. Le vélo en forme de châteaueau n'est pas encore terminé mais c'est l'heure de la pause pour la dizaine de comitards. Sur la table, deux bouteilles vides de Chimay bleue et des softs. Pas de Jupiler. « C'est pas de la bière ça. C'est dégueulasse », lance l'un d'eux.

« Moi, c'est le principe qui me dérange », poursuit Laura, seule fille du groupe. L'étudiant est associé à la fête mais il ne faut pas

le considérer comme alcoolique. C'est maladroit. Nous sommes associés à l'opération Guindaille 2.0 qui promeut la consommation responsable. Deux bières, un verre d'eau. Nous faisons tout pour y sensibiliser nos bleus. »

« Peut-être font-ils cette campagne pour contrer Cara Pils, s'amuse Adrien, un autre comitard. Cette marque a beaucoup de succès auprès des étudiants sans faire de pub mais tout simplement parce qu'elle est beaucoup moins chère... »

L'impact de la campagne est donc jusqu'ici assez limité. Suffisant cependant pour provoquer la colère de Martin de Duve, directeur de l'ASBL Univers Santé. « De telles actions mettent à mal tous nos efforts pour réduire la consommation d'alcool des étudiants », déplore-t-il. Le combat est inégal. Depuis plusieurs années, nous demandons une régulation mais la fédération des brasseurs fait tout pour que l'Etat ne s'en mêle pas. Avec AB Inbev, ils prônent l'autorégulation. Donc, rien ne bouge. Leur lobby rédige lui-même le code de bonne conduite en matière publicitaire. Et les brasseurs ne le respectent pas. Saisir le Jury d'éthique publicitaire ne sert à rien : il se prononcera quand la campagne sera terminée. »

Et Martin de Duve de ponctuer en déplorant que les cercles d'étudiants soient choyés par les brasseurs : « Depuis 40 ans, l'homme adulte boit moins qu'avant. C'est une bonne nouvelle. Mais ils ciblent désormais les femmes et les jeunes. » ■

FRÉDÉRIC DELEPIERRE

TEXTO

### Des slogans provocateurs

Voici quelques-uns des slogans repris dans le « calendrier de l'étudiant ».

1. « Cette année, il y en a encore qui vont trinquer. »
2. « Chaque jour, c'est la journée de l'étudiant. »
3. « Les bonnes résolutions sont faites pour être oubliées. »
4. « Pensez à l'après-ski même avant le ski. »
5. « Il n'est jamais trop tard pour briser la glace. »
6. « Il n'y a pas de fumée sans bière. »
7. « Ne fais pas un blocage sur les bacs, il y a les cannettes aussi. »
8. « Des bons points méritent des bonnes pintes. »
9. « Une chaise en plus pour ton kot. »