

L'OCDE s'inquiète des beuveries express chez les jeunes

L'OCDE met en garde contre les consommations à risque d'alcool. Selon une étude publiée le 12 mai par l'institution, ce sont particulièrement chez les jeunes que les résultats sont «*inquiétants*», tandis que la moyenne de consommation d'alcool des 34 pays de

l'Organisation de coopération et de développement économiques connaît une légère baisse depuis 20 ans.

L'OCDE pointe notamment du doigt les beuveries express ou «*binge drinking*», qui progressent chez les jeunes. Cela correspond à une consommation rapide de cinq à huit verres d'alcool en une seule occasion.

Selon le rapport, le taux de moins de 15 ans qui ont déjà été ivres a fait un bond ces quinze dernières années.

Les jeunes ne sont pas seuls responsables de cette situation. On pourrait également en vouloir au matraquage publicitaire qui

expose nos jeunes à des publicités ciblées. Dans ces spots, les boissons alcoolisées sont associées à la fête, à la séduction ou au sport, de quoi inciter à la consommation. Les boissons alcoolisées sont aussi de plus en plus disponibles et abordables.

De plus, il existe également «*des produits alcoolisés spécialement conçus et commercialisés pour plaire aux jeunes buveurs*», relève l'OCDE.

Certes, ces publicités font l'objet de réglementation. Mais il faut bien avouer que les mentions «*à consommer avec modération*» ou «*l'abus d'alcool est dangereux pour la santé*» n'ont pas toujours l'effet dissuasif escompté. Pourtant, l'alcool en forte dose, et consommé régulièrement, présente de réels risques pour la santé, et ce, quel que soit l'âge du consommateur.

OLIVIA LEPROPRE (ST.)

Les jeunes font trop souvent l'objet de publicités ciblées.