

L'ÉDITO

Frédéric Soumois

LA BELGIQUE, PARADIS POUR LES VENDEURS D'ALCOOL

Ce lundi, selon toute vraisemblance, la Belgique va, en repoussant tout plan alcool efficace, s'enfermer dans l'ivresse du déni, au nom de la liberté économique et de la liberté individuelle. Mais où reste la liberté dans les crocs de l'alcool ?

No Brandini, no party. Great whisky, no rules. Et les hommes savent pourquoi. Ces slogans font partie de notre vie de tous les jours, pour le meilleur et pour le pire. Pour le meilleur, car si l'alcool est sans conteste un stupéfiant et une drogue, il est aussi un facteur de convivialité et d'échange. En inhibant partiellement les interdits qui fourmillent dans nos lobes pré-frontaux, il nous permet d'aller plus aisément vers l'autre, d'oser la séduction, la prise de parole, la danse, le ridicule, le sourire. Le sexe parfois. Mais comme la flamme qui réchauffe mais peut aussi brûler jusqu'à l'os, l'alcool peut mener au viol, à l'accident mortel, à la violence conjugale et au coma. Sans doute les publicitaires veulent-ils nous faire croire que boire suffit pour emballer, pour pécho, pour voir la vie en rose et s'oublier dans les bulles.

L'atterrissage sur le bitume râpeux du réveil pâteux peut être plus rude. Beaucoup plus rude...

La Belgique laisse prospérer la pub alcool destinée aux adolescents

Cependant, il est sans conteste qu'un usage raisonné et raisonnable de l'alcool existe. Il faut le promouvoir. Et, dans le même temps, poser par contre de clairs interdits contre un usage dange-

reux. Savoir poser ses limites. Et aider les autres à respecter les leurs. Offrir de la bière gratuite à

des mineurs, lier la réussite sexuelle à la consommation d'alcool fort, laisser entendre qu'une fête ne peut se conclure sans injecter une dose d'éthanol dans sa circulation sanguine ne devraient pas être des gestes admis. Ils le sont aujourd'hui en Belgique.

Qui laisse prospérer la pub destinée aux adolescents. Ne fait rien contre les voyages « neige et alcool » compris qui vont fleurir en janvier. Constitue un paradis pour les publicitaires dont la « création » peut s'exercer sans limites. « No rules », on vous disait.

Le secteur alcoolier tient à conserver son emprise sur la société et engranger des milliards de profits, tout en laissant trois

fois davantage de charges aux contribuables sous forme de soins médicaux, de décès prématurés et d'absentéisme. Pour y arriver, il avance souvent masqué, engageant les meilleurs « fils de pub », débauchant des scientifiques, engraisant des lobbies aptes à promouvoir un « style de vie » où l'alcool occupe une place indispensable. Mais qu'il prenne le visage de la quadra qui ne sait plus dormir sans sa bouteille de blanc millésimé ou celui de l'ivrogne imbibé de gin bon marché dormant sous un banc, l'abus d'alcool a toujours la même face monstrueuse. Il faut venir en aide à ceux qui sont déjà dans les filets de l'alcool. Protéger les générations à venir de ses hameçons. Regarder la réalité en face.