

# LE DANGER des bonbons Mojito

► Boissons et sucreries affublées de noms de cocktails sont jugées néfastes par les addictologues.

► Bonbon saveur Mojito, Spritz ou Caïpirinha, jus de fruit ou soda sans alcool affublés du nom Mojito... Les produits inspirés des cocktails du moment, qui ne contiennent pas d'alcool, se multiplient dans les rayons.

Les addictologues français montent au créneau depuis plusieurs semaines. Ils dénoncent une banalisation de l'alcool et de ses dangers.

S'ils admettent qu'il y a un certain contexte et différents facteurs qui peuvent amener

quelqu'un à sombrer dans l'alcoolisme, les spécialistes français pensent que ces produits sont dangereux. Parce que ces souvenirs d'enfance peuvent contribuer à une sous-estimation de ces cocktails plus tard.

Martin de Duve, directeur

de l'ASBL Univers Santé, tempère. "Je dirais personnellement qu'il ne faut pas crier au loup à chaque fois", dit-il. "Il est vrai que ces produits participent à une certaine banalisation de l'alcool. Cela montre comment les alcooliers réussissent leur marketing, parviennent à valoriser les cocktails auprès de tous les publics."

**IL POURSUIT :** "N'oublions cependant pas que chacun dispose d'un esprit critique. Il ne faut pas trop infantiliser les consommateurs. Il ne faut pas croire qu'ils

ne feront pas systématiquement la différence".

Un médecin généraliste belge, spécialisé en alcoologie, qui préfère s'exprimer sous le couvert d'anonymat, est, quant à lui, énervé par ce marketing qui surfe sur "le succès de certains cocktails alcoolisés. Les cocktails de type Mojito, Spritz ou Piña Colada font vendre. C'est estival, festif. Avec des fruits. Mais il y a une limite que les commerciaux ont perçue. Il n'y aura jamais de bonbons de type whisky coca, bière ou pastis à destination des

enfants. On reste sur quelque chose qui apporte une idée de légèreté." Il poursuit : "On donne l'image d'un cocktail agréable

aux enfants. Ils voient leurs parents en boire avec plaisir aussi. Une émotion est associée. Adolescents ou adultes, ils pourraient plus facilement se tourner vers ce type d'alcool."

Les ministères de la Santé publique et des consommateurs ont été contactés par nos soins. Du côté de la ministre fédérale de la Santé, aucune inquiétude à ce stade. Aucune mesure ne sera prise dans l'immédiat. "Il n'y a pas de volonté d'interdiction à l'heure actuelle. L'éducation et la prévention restent importantes dans ce cadre", nous déclare Florent Baudewyns, porte-parole francophone de Maggie De Block.

L.C.C.

"Il n'y a pas de volonté d'interdiction à l'heure actuelle."

## Greoli attaque la pub pour l'alcool

**BRUXELLES** La ministre wallonne de la Santé Alda Greoli souhaite ouvrir le débat sur l'interdiction de la publicité pour l'alcool et les jeux addictifs, notamment dans les grandes compétitions sportives, a-t-elle annoncé mercredi sur les ondes de La Première (RTBF). "La prévention santé, c'est aussi se poser la question du lien entre manifestations sportives et publicité pour des pratiques addictives : l'alcool, le jeu... Ces publicités autour des grands tournois sportifs, c'est un souci."

La plus grande compéti-

tion sportive de Belgique, le championnat de football professionnel en première division, porte le nom de la bière belge la plus consommée, tandis que les publicités pour les paris en ligne abondent lors des retransmissions télévisées de compétitions sportives.

La vice-présidente CDH des gouvernements wallon et de la Fédération Wallonie-Bruxelles estime à ce titre qu'interdire la publicité pour l'alcool sur la RTBF "n'est pas un sujet tabou".

Interrogée sur un deuxième filtre aux études de médecine et dentisterie que la mi-

nistre fédérale Maggie De Block (Open Vld) s'appête à imposer, M<sup>me</sup> Greoli se dit prête à déclencher la sonnette d'alarme, vu l'enjeu de santé publique pour une Wallonie en pénurie de médecins.