

# Pub et sponsoring pour l'alcool : LE RAPPORT ACCABLANT

▶ C'est la conclusion d'un rapport récent commandé par le fédéral pour endiguer la surconsommation d'alcool en Belgique.

▶ Pour cet été, Jupiler prévoit une grande opération séduction. Dans les cafés, tous les verres 25 cl de cette pils seront récupérés et remplacés par des 30 cl. Le prix restera inchangé...

La campagne Martini va être lancée au niveau international : les cocktails s'y boivent entre amis, on entend presque les glaçons s'entrechoquer sur les réseaux sociaux. Au Vendôme, le Brussels Beer Project s'affiche avant le film, sobre dans sa com' de petite brasserie bruxelloise arty et artisanale. Et le festival We are Party est sponsorisé par la bière Desperados. Le marketing autour des boissons alcoolisées est tellement partout que l'on n'y prête plus vraiment attention. Ce qui est le but de la publicité de tout produit, cela dit ! Et tout ça dans un pays où bière, vin et spiritueux font partie des habitudes d'une grande partie des Belges (voir chiffres).

Ce marketing (au sens large, incluant publicité, sponsoring, marketing, Ndlr) a fait l'objet d'un rapport mené

pour le gouvernement par le professeur Tom Decorte, expert reconnu et directeur de l'Institut de recherche sur les drogues sociales (ISD) de l'université de Gand.

"On a pu voir à travers la littérature scientifique et les études auprès des consommateurs qu'il existe un lien clair entre l'exposition au marketing en faveur de l'alcool et l'augmentation de la consommation d'alcool", relate Ruben Kramer, chercheur ayant participé à l'étude Almoregal. La recommandation étant l'interdiction générale de la publicité pour l'alcool. "Si ce

n'est politiquement pas réalisable, le principe devrait être que le

marketing en faveur de l'alcool soit réglementé de manière aussi restrictive que possible."

**CE QUI FAIT RÉAGIR** énergiquement Geert Van Lersberghe, le directeur général de la Fédération des vins et spiritueux. "Jusqu'à présent, aucun lien causal n'a pu être démontré scientifiquement", insiste-t-il. "On se trouve dans un marché saturé. La publicité n'est pas destinée à faire vendre plus, elle est destinée à préserver la part de marché et la notoriété des marques, pour que les concurrents ne les mangent pas. Il y a un préjugé gigantesque vis-à-vis de notre secteur", s'insurge-t-il, déplorant la simplicité du rapport, son inadéquation avec la réalité sociétale et économique, parce que se basant uniquement dans un cadre de santé publique. Exit donc la réalité fiscale qui place pourtant le secteur comme un grand contributeur au Trésor public : "Plus de 5 milliards d'euros par an", selon Geert Van Lersberghe

Pour Martin de Duve, directeur de l'ASBL Univers Santé (UCL), "cela peut paraître dur mais c'est la seule manière de changer les représentations culturelles concernant l'alcool. Cet alcool qui rend plus séduisant, plus cool, plus sportif même en cas d'abus", ironise-t-il. Et s'il souligne que son association n'est pas du tout prohibitionniste, elle entend "siffler la fin de la récré".

Car l'impact sanitaire et social de l'alcool ("Qui est un psychotrope", rappelle Martin de Duve, est très important : "La surconsommation d'alcool concerne 10,5 % de la population, c'est gigantesque ! C'est la deuxième cause de mortalité évitable après

le tabac. Cela représente aussi 1 à 1,5 % du PNB en coûts pour la Belgique."

**LE SECTEUR ALCOOLIER** ne nie en rien ces constats. "La grande majorité des Belges veut une réglementation équitable de la consommation d'alcool et nos membres aussi." Quitte à ce que les ventes baissent ? "Oui ! Si la situation reste inchangée, nous ne pourrons jamais aller vers un contexte économique durable pour notre secteur. On va terminer comme le tabac ! C'est pourquoi nous devons être partie prenante d'une politique volontariste et sur le long terme en la matière", conclut le directeur de Vinum&Spiritus. "Une interdiction du marketing n'est pas la bonne voie, il faut apprendre à consommer de manière responsable, à en profiter dans la modération."

Une démarche rejetée par Univers Santé, pour qui ces propositions mettent trop le curseur sur la responsabilité de l'individu et non sur l'entreprise ou le politique. "Statistiquement, quand il y a 100 décès liés à l'alcool, il y en a moins de deux pour toutes les autres drogues réunies. Il faut remettre les choses à leur place !"

En tout cas, "à l'état d'établir enfin une politique ambitieuse en la matière", concluent-ils tous les deux.

E.W.

# LES JEUNES ET L'ALCOOL: SACRÉ MALAISE

▣ Ce sont les consommateurs de demain et ils commencent de plus en plus tôt: à partir de 13 ans.

► L'étude Almoregal pointe clairement les jeunes comme "population influençable aux messages publicitaires concernant l'alcool", dicit le chercheur Ruben Kramer. "La consommation évolue, elle devient plus jeune et plus féminine même si le volume global est plutôt stable depuis 2002. Mais la différence, c'est qu'ils consomment un peu moins régulièrement et en plusieurs grosses quantités", s'alarme Martin de Duve qui ne décolère pas contre les grands groupes proposant à des scouts (en 2017) de

bénéficier d'un bac gratuit pour deux achetés! Ou encore l'approche commerciale très agressive des mêmes concernant les cercles étudiants "qui ont des conditions qu'aucun café-tier n'a". D'après une étude de la KUL fin 2018, "37 % des étudiants ont une consommation d'alcool posant problème".

**UN CONSTAT QUE SOULIGNE** également Vinum et Spiritus.

Le "binge drinking" (soit plus de six consommations dans un délai de 2 heures) touche 34 % des 17-18 ans et "33 jeunes, âgés de 16 à 18 ans, se présentent en

moyenne chaque semaine aux urgences de nos hôpitaux à la suite d'une intoxication alcoolique", explique Geert Van Lerberghe, directeur de la fédération.

Que faire alors? Pour Univers Santé, c'est simple: "Pour un euro de prévention, il y en a 70

en répression et 140 en publicité." Supprimer toute pub permettra de changer les pratiques des jeunes en changeant leur mentalité, résume Martin de Duve.

Pour M. Van Lerberghe, ce n'est pas aussi "noir et blanc". "Il n'y a pas lieu de faire une distinction entre le type d'alcool mais entre le type de consommation que l'on en fait. Axons les études sur les solutions contre le binge-drinking, harmonisons la législation: pas de consommation en dessous de 18 ans!", énumère-t-il. Bémol d'Univers Santé: "Interdire tout en dessous de 18 ans serait plus simple mais utopique puisque l'on sait que la plupart des mineurs consomment, que l'âge moyen de la première consommation est de 13 ans et qu'une législation plus stricte nécessiterait des moyens considérables pour la faire appliquer correctement."

Geert Van Lerberghe va même un cran plus loin: "L'impact du sponsoring du football belge, là, on est d'accord, ce n'est plus de l'inspiration... Il est omniprésent, tous les week-ends, tous les jours. Il y a lieu de faire une évaluation objective."

**21** La quantité maximale d'alcool conseillée est de 21 unités par semaine pour les hommes et de 14 pour les femmes.

## LES ÉTUDIANTS ET L'ALCOOL

SOURCE: UCL 2016



IPM GRAPHICS

**25%**



25% des étudiants sont ivres 1 fois par semaine

Sous l'influence



**44%** disent négliger leurs études suite à une consommation excessive d'alcool

## 1 VERRE D'ALCOOL ÉGALE 10 G D'ALCOOL PUR



# C'EST QUOI la surconsommation ?

**▶** Vaste question qui ne met là encore pas tout le monde d'accord !

► Aujourd'hui, la consommation d'alcool conseillée en Belgique est celle qu'indique l'Organisation mondiale de la santé. et c'est celle prise en compte dans le rapport Almoregal qui a évalué les modèles existants dans 6 pays européens concernant la régulation de la publicité autour de l'alcool en Belgique. Il s'agit de 21 unités par semaine pour les hommes et de 14 unités pour les femmes, une unité équivalant à 10 g d'alcool. Et le Belge ne semble pas s'en priver puisqu'il est le champion du monde de la consommation d'alcool d'après l'OMS en 2018: 12.6l/an et par habitant. Une étude menée par

iVox pour le compte de Vinum&Spiritus montre à quel point "boire un verre" fait partie de la culture du pays. Ainsi, huit Belges sur dix boivent de l'alcool et trois sur dix en consomment même "plusieurs fois par semaine" ou "quotidiennement". 75% répondent positivement à la question de savoir si "l'alcool fait partie de notre culture nationale". Et plus de 40% trouvent que l'alcool "est souvent un élément des moments heureux de leur vie".

—BIENTÔT 10 UNITÉS/SEM. ?—  
10 g d'alcool, c'est un verre de vin, une bière, 3 cl d'alcool fort ou 6 cl de liqueur (voir ci-des-

sus). D'après l'enquête iVox, 28% de la population ne sait pas que chaque verre contient autant d'alcool.

Le ministère de la Santé publique a saisi en 2018 le Conseil supérieur de la santé pour savoir ce qu'était "une consommation sans risque". Or, "en se basant sur la science, il n'y a pas de consommation d'alcool sans risque", pointe Martin de Duve, directeur d'Univers Santé ayant participé à cette commission. "Le conseil a fait le choix d'inclure l'acceptabilité sociale de son message et la réalité culturelle belge. L'idée a été d'évaluer une consommation à moindre risque d'alcool et non sans risque."

L'avis a été rendu public en mai 2018 mais n'est pas encore d'application.

E.W.

### REPÈRES

**10,5 %**

de la population belge présente un usage problématique de l'alcool.

**100**

Statistiquement, quand il y a 100 décès liés à l'alcool, il y en a moins de deux pour

toutes les autres drogues réunies.

**6**

4,2 à 6 milliards d'euros par an : c'est la fourchette des coûts générés par la surconsommation d'alcool pour l'État. (Source : Univers Santé)

**8,6**

C'est la moyenne de verres standards de bière légère par semaine en période de cours chez les étudiants. Contre 3,8 pour la bière forte, 2,1 pour le vin, 1,7 pour les boissons fortes et 0,8 pour les apéritifs. (Source : VAD)

**5**

Plus de 5 milliards

d'euros sont versés directement ou indirectement à l'État par le secteur de l'alcool.

"Aujourd'hui, il nous semblerait aberrant de faire de la pub pour du Valium ou du tabac mais on peut en faire sans problème pour l'alcool !"

Martin de Duve  
Directeur Univers Santé