

Boire pour boire

Multiplier les à-fonds pour atteindre l'ivresse en un temps record : c'est le *binge drinking*. Une mode de tous les dangers pour les 15-24 ans... MARIE-FRANÇOISE DISPA

Dans la population générale, la consommation d'alcool a tendance à diminuer : elle est aujourd'hui de 8,5 litres d'alcool pur par personne et par an, contre 9,9 en 1990, et elle se situe nettement au-dessous de la moyenne européenne, qui est de 11 litres. Mais les jeunes ne suivent pas le mouvement : à 15 ans, plus de 80 % en consomment, 15 % affirmant même avoir pris leur première cuite avant leur treizième anniversaire ! Pour ce qui concerne plus particulièrement le *binge drinking*, la Belgique est 3^e en Europe, après l'Autriche et la Hollande !

L'alcool, c'est la fête

Le *binge drinking* – traduisez « biture express » – connu depuis longtemps au Royaume-Uni, en Irlande et dans les pays nordiques, n'a débarqué que récemment chez nous, mais il y fait déjà des ravages, surtout chez les 15-24 ans. « *Profitant d'une heure de 'fourche', trois élèves de 17 ans vont acheter une bouteille de vodka et s'installer dans le parc pour la boire*, raconte le psychiatre Raymond Gueibe, alcoologue à la clinique Saint-Pierre d'Ottignies et auteur de « *L'Alcoolisme au quotidien* » (Editions Seli Arslan, 2008). *Un peu plus tard, on en retrouve un des trois, inconscient au pied d'un arbre. Quand je lui ai demandé pourquoi il avait bu au point de perdre connaissance, il m'a répondu : 'Pour m'éclater !' Il ne se rendait absolument pas compte qu'il avait mis sa vie en danger !* »

Plus encore que l'augmentation des quantités d'alcool absorbées par les jeunes, c'est la modification de leurs habitudes de consommation qui inquiète les spécialistes. « *Pour eux, l'alcool n'est plus un des éléments de la fête, un moyen de se désinhiber pour mieux*

en profiter, souligne Raymond Gueibe. *Il EST la fête. Pour ne pas perdre de temps, la plupart se 'chauffent' avant de partir en soirée, généralement avec un alcool doux, facile à boire et pas trop cher, comme l'amaretto. Quand ils arrivent, ils ont déjà entre un et deux grammes d'alcool dans le sang, ce qui veut dire qu'ils commencent à présenter des troubles psychomoteurs. Ils continuent alors avec des alcools forts, mélangés ou non. A la clinique, nous en recevons parfois qui ont plus de 4 grammes dans le sang !* »

Les filles aussi

Certains de ces jeunes tiennent à se démarquer clairement des coutumes alcooliques de leur entourage : « *Apéritif et vin à table, très peu pour moi !*, tranche Simon. *Une ivresse rapide et intense, voilà ce que je cherche !* » Ils boivent pour se procurer des sensations tout en testant leurs limites, et les filles ne sont pas en reste. « *Autrefois, elles conservaient une certaine retenue*, constate Martin de Duve, responsable du groupe porteur « *Jeunes et Alcool* » en Communauté française. *Aujourd'hui, il est normal et même bien vu pour une fille de se soûler et de vomir à répétition au cours d'une soirée !* » Inutile de dire que les risques associés à ce comportement sont considérables : coma éthylique, chutes avec traumatisme crânien, rapports sexuels non désirés et/ou non protégés, accidents de voiture, passage à l'acte suicidaire. Entre 15 et 24 ans, l'alcool est d'ailleurs la première cause de mortalité : 1 décès sur 4 lui est imputable. « *Et le cerveau trinque aussi, puisque l'alcool est un neurotoxique*, souligne Martin de Duve. *En cas de comportement régulier de 'biture express' (une fois par mois ou plus), on observe une diminution de l'attention et de la concentration,*

et une altération des fonctions exécutives, c'est-à-dire de la capacité à planifier, organiser, élaborer une stratégie, résoudre un problème, raisonner... tout ce qui fait de nous des êtres humains ! De plus, les binge drinkers présentent souvent un désinvestissement scolaire ou professionnel. Et certains – heureusement une minorité – finissent par basculer dans l'alcoolisme chronique. »

Alcopops

Pour Martin de Duve, la responsabilité des alcooliers est évidemment engagée. « *Confrontés à la baisse de la consommation globale d'alcool, ils ont cherché à renouveler leur clientèle, et les jeunes étaient une cible toute trouvée ! Ils leur ont facilité le passage à l'alcool en lançant sur le marché une gamme de boissons alcoolisées sucrées, fruitées, colorées, sexy : les fameux « pré-mix » ou « alcopops ».* Des enseignants m'ont rapporté que certains de leurs élèves trouvent normal de déjeuner d'un sandwich et d'un alcopop. Eh bien non ! Consommer de l'alcool n'importe où et n'importe quand, ce n'est pas du tout normal ! »

Alarmés par cette évolution, les ministres qui ont la santé publique dans leurs attributions ont publié, le 17 juin dernier, une déclaration conjointe « sur la politique future en matière d'alcool », où ils insistent notamment sur la nécessité de « combattre la consommation inadaptée, excessive, problématique et risquée d'alcool et non pas seulement la dépendance ». Mais les mesures proposées – interdire la vente d'alcool dans les stations-services, regrouper dans les commerces toutes les boissons contenant de l'alcool dans un rayon distinct, obliger les tenanciers de night-shops à mettre en vitrine d'autres produits que des bouteilles



d'alcool – paraissent pour le moins dérisoires. Quant à l'idée d'interdire toute vente d'alcool aux moins de 16 ans, elle laisse les spécialistes sceptiques.

L'être et le temps

« Une étude du CRIOC (Centre de Recherche et d'Information des Organisations de Consommateurs - www.crioc.be) a révélé que la législation actuelle n'était respectée que dans 8% des points de vente ! constate Martin de Duve. En Belgique, un mineur qui veut boire de l'alcool n'a aucun mal à s'en procurer ! » Interdire, ou en tout cas réglementer sévèrement la publicité pour les boissons alcoolisées, serait sans doute plus efficace, car elle cible préférentiellement les jeunes. « Tout le monde se souvient de cette publicité où une étudiante, interrogée sur l'être et le temps, séduit son examinateur avec une Leffe, remarque Raymond Gueibe. Ou de celle où un des hommes les plus irrésistibles de la planète, Georges Clooney, se fait claquer la porte au nez parce qu'il n'a pas apporté de Martini. Elles sont amusantes et intelligentes, mais elles transmettent le même message : sans l'alcool, on n'est rien ! »

Depuis 2005, pourtant, une convention signée par les alcooliers et les professionnels de l'horeca et de la distribution, avec l'aval du ministre de la Santé, prétend s'opposer aux publicités qui associent la consommation d'alcool à la réussite sociale, sexuelle ou

professionnelle, ou donnent une image négative de la sobriété. Mais le Jury d'Ethique Publicitaire (JEP), qui est chargé de la faire respecter, ne réagit que sur plainte. Et même si cet organisme, qui ne se composait précédemment que de représentants des annonceurs, des agences de communication et des médias, s'est ouvert, depuis janvier 2008, à des membres de la société civile, le CRIOC estime qu'il est encore loin d'une véritable corégulation.

Jupiler League

« Autrement dit, rien n'a changé, commente Raymond Gueibe. Ce qui n'a rien d'étonnant dans un pays où on tolère que le football – c'est-à-dire le sport, et donc la santé – soit sponsorisé par une marque de bière ! » Alors, que faire pour éviter l'abus d'alcool chez les jeunes et les dérives du binge drinking ? Pour Martin de Duve, la famille détient peut-être une partie de la solution. « L'alcool est un psychotrope, donc une drogue, mais les êtres humains ont toujours consommé des psychotropes. L'important, c'est la manière de consommer. L'alcool, ça s'apprend, et je plaide pour un apprentissage familial dans un contexte strictement festif. L'enfant est d'abord autorisé à tremper ses lèvres, puis à boire une gorgée, un demi-verre, un verre entier : c'est progressif, et ça permet d'éviter les apprentissages anarchiques. » Quant au Dr Gueibe, il invite les parents à ne pas se

laisser déstabiliser par la phrase classique « Vous ne buvez pas, vous, peut-être ? » : une consommation raisonnable chez un adulte peut être déraisonnable chez un ado. « Mais ayez le courage de vous interroger sur votre propre consommation. Pour pouvoir dire à vos ados : 'Réfléchissons ensemble à ce que vous êtes en train de faire' et les sensibiliser aux manipulations des alcooliers, vous devez être libres par rapport à l'alcool. » ✕

POUR EN SAVOIR PLUS...

- sur la consommation des jeunes : Jeunes et alcool, Univers Santé asbl, Place Galilée 6, 1348 Louvain-la-Neuve, 010/47.28.28, www.jeunesetalcool.be ;
- sur les manipulations publicitaires des alcooliers : Prospective Jeunesse asbl, www.prospective-jeunesse.be, où vous pouvez télécharger le dossier « Les publicitaires savent pourquoi - Les jeunes, cibles des publicités pour l'alcool », co-réalisé par Jeunes et alcool, Média-animation et le CRIOC ;
- sur votre propre consommation : www.stopouencore.be, une initiative d'Infor-Drogues asbl, 02/227.52.52 (permanence 24h/24), www.infor-drogues.be ;
- sur la déclaration ministérielle du 17 juin : SPF Santé Publique, portal.health.fgov.be.