

TEXTE B

LANCEMENT D'UNE CAMPAGNE NATIONALE EN BELGIQUE



1 L'association *Information sur les Drogues et l'Alcool (IDA)* lance une campagne de sensibilisation aux dangers de l'alcool, destinée aux jeunes âgés entre 12 et 35 ans.

5 2 *IDA* conseille aux jeunes de moins de 16 ans de renoncer à la consommation d'alcool, et aux autres consommateurs de ne pas abuser de l'alcool et de rester responsables. La campagne, sous forme de spots télévisuels et web, d'affiches et de cartons de bière, se veut à la fois humoristique et « branchée ».

10 3 Le slogan « Ne vous racontez pas d'histoires » a pour but de faire réfléchir les jeunes sur les conséquences liées à la consommation problématique de l'alcool et de leur faire connaître leurs limites face à l'alcool. « Nous donnons aux jeunes des informations appropriées et des éléments de réflexion pour discuter du sujet. C'est ainsi que nous pouvons progressivement les amener à adopter une attitude critique à l'égard de l'alcool, » a indiqué une des directrices.

15 4 Le président d'*IDA* reconnaît que la grande majorité des problèmes les plus graves liés à l'alcool ne surviennent pas chez les consommateurs âgés entre 12 et 35 ans [- X -] plus tard. « Cette campagne s'adresse aux jeunes [- 13 -] ce sont des adultes en train de se développer, et cette phase de la vie est une phase très sensible du développement psychologique et neurophysiologique, » précise-t-il.

20 5 *IDA* s'inquiète [- 14 -] du phénomène de « binge drinking », qui consiste à consommer une importante quantité d'alcool sur une période de temps relativement courte. Le phénomène existe épisodiquement en Belgique mais devient de plus en plus fréquent à l'étranger. Une étude récente montre qu'une consommation excessive d'alcool durant une courte période a des conséquences néfastes et durables sur le fonctionnement du cerveau.

25 6 La ministre fédérale de la Santé soumettra très prochainement au gouvernement un projet de loi qui réglera la question des boissons alcoolisées offertes gratuitement lors d'événements festifs, culturels et sportifs. Le nombre de consommateurs problématiques en Belgique est évalué à 500 000 et le coût social de la consommation d'alcool est énorme.

30

Extract: « Lancement d'une campagne nationale en Belgique », par BELGA, dans La Libre Belgique (2009)

Photo: De nombreuses campagnes de prévention et d'éducation face à l'alcool ont lieu dans les pays francophones. Ici, une affiche de l'organisme Educ'alcool destinée aux étudiants du Québec © Educ'alcool, Québec.