

« Pourquoi n’y a-t-il pas d’interdiction de publicité pour l’alcool, comme c’est le cas pour le tabac ? »

Le Soir – Sandra Durieux - 4/06/2024

Extraits. Article complet réservé aux abonnés.

<https://www.lesoir.be/592645/article/2024-06-04/pourquoi-ny-t-il-pas-dinterdiction-de-publicite-pour-lalcool-comme-cest-le-cas>

Dernièrement, une étude réalisée par Sciensano en Flandre a montré qu’une publicité sur trois placée aux abords des écoles secondaires ou supérieures faisait la promotion des boissons alcoolisées.

Si, en Belgique, la publicité pour l’alcool n’est pas interdite contrairement à celle pour le tabac, elle est tout de même soumise à une convention qui date de 2005 et est entrée en vigueur en 2013. La convention a été signée par les fédérations des brasseurs belges, des vins et spiritueux, de l’horeca, de la distribution, le jury d’éthique publicitaire et les organisations de consommateurs avec pour principal objectif de protéger les jeunes contre l’abus d’alcool et le marketing non fondé. « En 2019, les règles et le contrôle de la publicité pour les boissons contenant de l’alcool ont été renforcés : le secteur doit maintenant solliciter un avis auprès du jury d’éthique publicitaire (JEP) avant la diffusion de chaque campagne audiovisuelle nationale. Un représentant du SPF est invité en tant qu’expert aux réunions du JEP pour les questions concernant les plaintes relatives à de la publicité pour l’alcool », explique Vinciane Charlier, porte-parole du SPF Santé publique, qui régit cette matière.

Concrètement, la publicité pour l’alcool ne peut pas cibler les jeunes, présenter la consommation de boissons alcoolisées comme un symbole de maturité, inciter à une consommation excessive, associer l’alcool à la réussite professionnelle, l’amélioration des performances sportives ou comme étant indispensable à une ambiance de fête. « La publicité doit aussi porter un slogan “Notre savoir-faire se déguste avec sagesse”. Il devrait changer prochainement, selon les recommandations du plan alcool », poursuit Vinciane Charlier.

Des publicités omniprésentes

Malgré ces restrictions, force est de constater que les publicités pour l’alcool sont omniprésentes dans l’entourage des jeunes. Dernièrement, une étude réalisée par Sciensano en Flandre a montré qu’une publicité sur trois placée aux abords des écoles secondaires ou supérieures faisait la promotion des boissons alcoolisées. Une présence encore plus importante relevée dans les centres sportifs ou les piscines où quatre publicités sur cinq concernent des aliments ultratransformés ou de l’alcool, notamment en raison du sponsoring des clubs pratiqué par les marques de produits.

De quoi courroucer un peu plus le Conseil supérieur de la santé, qui dénonçait déjà cette prolifération des publicités dans un rapport il y a deux ans. Les experts de la santé rappellent les méfaits de la consommation d’alcool, responsable de plus de 200 types de maladies (dont certains cancers), qui perturbe le sommeil, affecte le comportement. Le CSS prône ni plus ni moins qu’une interdiction générale du marketing et de la publicité pour l’alcool.

Du côté des programmes des partis politiques, les avis divergent. Alors qu'Ecolo et Les Engagés prônent l'interdiction de la publicité, le PTB préconise une interdiction progressive en commençant par les spiritueux et les produits ciblant les jeunes (ce qui est déjà le cas.) Le PS ne propose pas l'interdiction des publicités, mais une meilleure information des consommateurs par l'étiquetage et la mention « l'alcool est dangereux pour la santé ». Pas d'interdiction de la publicité repérée dans le programme de Défi tout comme au MR où on mise plutôt sur une autorégulation du secteur pour contenir des pratiques excessives