

27.02.2004 - 10:00 Uhr

## **Pour une protection de la jeunesse efficace: pas de publicité pour l'alcool à la radio et à la télévision**

Lausanne (ots) -

L'Institut suisse de prévention de l'alcoolisme et autres toxicomanies (ISPA) s'oppose à l'introduction de la publicité pour l'alcool dans les chaînes privées de radio et de télévision. La consommation excessive d'alcool a augmenté de manière inquiétante chez les jeunes et les garçons boivent de plus en plus de bière. Une publicité supplémentaire ne ferait que renforcer ces tendances problématiques.

Le 2 mars prochain, le Conseil national va débattre de la révision de la loi sur la radio et la télévision (LRTV). La loi révisée impliquerait une autorisation de la publicité pour la bière et le vin dans les médias électroniques privés. L'Institut suisse de prévention de l'alcoolisme et autres toxicomanies (ISPA) est opposé à une telle libéralisation, qui risque de provoquer une augmentation de la consommation d'alcool.

Augmentation des états d'ivresse et de la consommation de bière

L'enquête réalisée par l'ISPA auprès d'un échantillon représentatif indique que la consommation excessive d'alcool a nettement augmenté ces dernières années chez les jeunes de 15 à 16 ans. Chez les garçons de cet âge, la consommation de bière a en outre augmenté de plus de 10 pour cent au cours des quatre dernières années. Ces constats sont inquiétants car on sait que plus un-e adolescent-e commence tôt à prendre des boissons alcooliques, plus il/elle risque de développer des problèmes d'alcool plus tard.

De nombreuses études confirment que la publicité influence les comportements de consommation. A la recherche de leur identité, les adolescent-es sont particulièrement réceptifs à une publicité qui met en scène des styles de vie séduisants donnant une image positive de la consommation d'alcool. Parce que la publicité ne montre aux enfants et aux jeunes que les facettes positives de cette consommation, les messages de prévention concernant les risques qui y sont liés s'en trouvent éclipsés.

L'interdiction de la publicité a des effets préventifs

Des études montrent que dans les pays ayant édicté des interdictions de publicité pour l'alcool et le tabac, la population commence à consommer plus tard et que cette consommation est globalement plus faible que dans les pays qui ont opté pour une orientation libérale en matière de publicité.

Du fait de leurs effets psychotropes et de leur potentiel de dépendance, les boissons alcooliques ne sont pas des biens de consommation comme les autres. Aussi le débat ne doit-il pas se focaliser sur des arguments économiques, mais avant tout sur des questions relevant de la politique de la santé. L'interdiction de la publicité pour l'alcool à la radio et à la télévision est un fondement non négociable de la protection de la jeunesse et de la santé qui ne doit pas être sapé.

Egalement sur [www.sfa-isp.ch](http://www.sfa-isp.ch) et [www.newsaktuell.ch](http://www.newsaktuell.ch), critère de recherche "ISPA"

Contact:

Michel Graf  
ISPA  
case postale 870  
1001 Lausanne  
Tél. +41/21/321'29'69  
E-Mail: mgraf@sfa-ispa.ch

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/fr/pm/100000980/100472305> abgerufen werden.