



Campagne « Keen Alkohol ënner 16 Joer - Mir halen eis drun ! »

- 10 mai 2007 -



C'est au mois de novembre 2000 qu'a eu lieu la première campagne de communication « Keen Alkohol ënner 16 Joer - Mir halen eis drun ! », organisée conjointement par la Division de médecine préventive du Ministère de la Santé et le Centre de prévention des toxicomanies (CePT). La loi en vigueur à l'époque se limitait à l'interdiction de servir de l'alcool aux moins de 16 ans dans les débits de boissons.

En 2004, le CePT institue un groupe de travail sur la problématique de l'alcool chez les jeunes. Le groupe dresse en particulier une liste de mesures à adopter concernant la vente d'alcool et sa consommation par les jeunes.

Plusieurs de ces mesures sont reprises dans le programme du nouveau gouvernement issu des élections législatives de 2004 (interdiction de la vente d'alcool aux mineurs de 16 ans, taxe spéciale sur les alcopops,...) ; en 2005, certaines de ces mesures font l'objet de règlements et de projets de loi et le groupe décide de poursuivre ses démarches en faveur d'une politique responsable en matière de vente et de consommation d'alcool, en particulier auprès des jeunes.

- Le 1^{er} janvier 2006 entre en vigueur une hausse des taxes de l'ordre de 6€/l sur les boissons appelées « alcopops », ce qui signifie une augmentation de plus de 1,50 € par bouteille d'alcopops.

- le 22 décembre 2006 entre en vigueur la loi interdisant la vente (ou l'offre) de boissons alcooliques à tout mineur de moins de 16 ans.

Pourquoi cette nouvelle loi ?

Dans notre société, l'alcool reste le principal facteur responsable des toxicomanies. Il joue également presque toujours un rôle dans l'apparition d'autres types de dépendances. Or, les premiers contacts avec l'alcool se font à un âge de plus en plus précoce.

De plus, les effets de l'alcool sur l'organisme des jeunes sont nombreux et dévastateurs : leur masse corporelle plus faible ainsi que le peu d'enzymes contribuant à l'élimination de l'alcool engendrent une accentuation des effets nocifs de l'alcool, leur hormones de croissance sont perturbées, leur processus de développement mental est touché, etc. ; de plus, la précocité de l'âge auquel les jeunes commencent à consommer de l'alcool augmente d'autant les risques de développer une dépendance physique et psychique à l'alcool.

La loi en réfère à la responsabilité des adultes

Les enfants et les jeunes se réfèrent aux adultes pour évoluer dans la vie et ils découvrent ainsi que l'alcool fait partie du quotidien. Il s'agit donc simplement pour les adultes d'adopter un comportement responsable. Si cette nouvelle loi interdit désormais la vente d'alcool aux mineurs de 16 ans, nous en profitons toutefois pour rappeler l'interdiction de servir ou d'offrir de l'alcool aux moins de 16 ans, et le fait que la responsabilité des adultes réside également dans leur comportement et l'exemple qu'ils donnent aux jeunes.

Le contenu de la campagne « Keen Alkohol ënner 16 Joer - Mir halen eis drun » :

Les nouvelles publications éditées dans le cadre de cette campagne « Keen Alkohol ënner 16 Joer - Mir halen eis drun » :

- un dépliant informatif (en français et en allemand) sur la nouvelle loi, les effets de l'alcool chez les jeunes, la responsabilité des adultes, etc.
- un manuel (« Leitfaden ») (en français et en allemand) destiné aux organisateurs de fêtes et donnant des conseils et des idées pour respecter et faire respecter les lois sur la vente et l'offre d'alcool aux moins de 16 ans
- un flyer (en français et en allemand) destiné aux serveurs et aux vendeurs de boissons alcooliques, comportant recommandations et arguments (pour dire non quand les trop jeunes réclament de l'alcool,...)
- une affiche A3 « Keen Alkohol ënner 16 Joer – Mir halen eis drun » à apposer dans tous les points de vente et débits de boissons
- un autocollant « Keen Alkohol ënner 16 Joer – Mir halen eis drun » à apposer aux caisses, dans les vitrines, etc.

La réédition des publications existantes :

- le dépliant informatif sur le thème de l'alcool
- le dépliant informatif sur le thème des alco pops

La campagne comporte également un **spot radio** de 30 secondes qui sera diffusé du 11 au 17 mai sur différentes chaînes de radio nationales.