

## INTERVIEW EXPRESS

### L'alcool et les jeunes

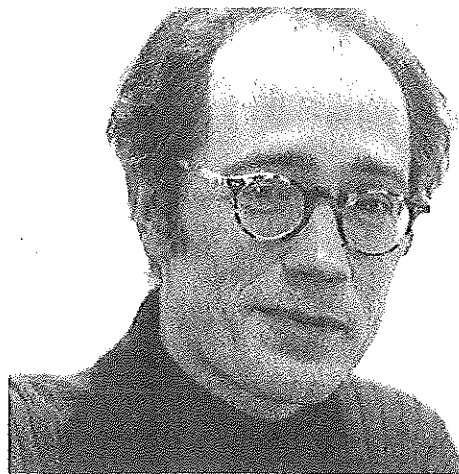
**La Fédération des brasseurs belges lancera le mois prochain une nouvelle campagne afin d'inciter les citoyens à boire de la bière. Le directeur Sven Gatz s'est refusé à faire tout autre commentaire avant le lancement officiel de la campagne. Un silence qui en dit long : Antoine Boucher, d'Infor-Drogues, décrypte.**

**L'annonce de la campagne arrive-t-elle au mauvais moment, vu le décès récent de Thomas Dusauso ?**

*Le moment n'est pas très adéquat, c'est sûr. Ceci dit, je pense que la publicité fonctionne comme cela à l'heure actuelle. Il faut faire le buzz, être dans la provocation. Les producteurs d'alcool veulent qu'on parle d'eux... Et ce sera le cas s'ils créent la polémique. Nous venons de repérer une autre opération du genre : des publicités « Vivez le whisky » fleurissent un peu partout dans nos rues. Avec la photo d'une jeune femme habillée en collégienne, à la « Gossip Girl ». Et après on ose prétendre que ces publicités ne visent pas les jeunes !*

**Les étudiants sont particulièrement victimes de la publicité ?**

*Bien sûr ! La rentrée universitaire marque le retour*



**Pour Antoine Boucher, les jeunes sont trop souvent la cible des publicitaires.** © R. MARTON.

*des baptêmes, des soirées étudiantes... Et comme par hasard, ce genre de campagne sort maintenant ! Bien sûr, les producteurs ne diront jamais qu'ils visent les étudiants. Mais lorsqu'on observe attentivement les publicités, des tas de signaux indiquent que les jeunes sont le groupe cible. Une autre publicité actuelle montre une chope de bière remplie de rhum. Quel est le public le plus sensible à l'image d'une chope de bière, si ce n'est les étudiants ? En plus, dans ce cas, la pub encourage à consommer de grandes quantités. En plus du mauvais moment, il y a aussi le mauvais exemple.*

**ANN-CHARLOTTE BERSIPONT**