

LES SKIEURS SAVENT POURQUOI

Boire ou slalomer

Après le blocus et les examens, certains étudiants choisiront la neige, histoire de se dégourdir les jambes... et d'écluser quelques verres. Mais boire ou skier, il faut choisir.

APRÈS LES SÉJOURS plutôt familiaux des vacances de Noël, les sommets alpins s'apprêtent à accueillir ensuite des avalanches d'étudiants. Pour eux, les offres publicitaires se veulent alléchantes et mettent en avant l'ambiance *super cool* entre potes. Tel voyageur « *garantit des soirées de fête et de bons moments entre amis dans une ambiance internationale et très très chaude* ». Le bar est défini comme « *un espace commun de vie!* ». Et la pub ajoute : « *Du réveil au coucher, tous les plans les plus délirés vont t'être autorisés, et même organisés: pique-nique, BBQ, buffet, après-ski vin chaud, petit déjeuner champagne, soirées plages et mojito... Renseigne-toi au moment de l'achat de ton séjour, et organise pour toi et ton groupe tes meilleurs souvenirs au ski aux meilleurs prix* ». Pour les fidèles du bar, une carte avantage offrira des « *réductions allant jusqu'à -40% sur toutes tes consommations* ».

« *Nous avons dénoncé depuis plusieurs années ces liens quasi systématiques entre les alcooliers et les voyageurs. Le travail de prévention joue sans doute un rôle. Mais il y a surtout des exemples comme à l'UCL qui impose dorénavant des règles éthiques plus strictes aux cercles et au kot d'étudiants qui organisent ces séjours* », analyse Martin de Duve.

« *Notre travail de prévention en première ligne est encourageant. Les étudiants prennent conscience de leur responsabilité. Par exemple, en début d'année scolaire, les douze cercles de l'UCL ont organisé une conférence avec leurs responsables et ils nous ont invités. Nous sommes perçus comme une ressource. Nous essayons d'avoir le bon ton: non de prohiber l'alcool et la consommation festive, mais d'inviter à une consommation responsable et avec le minimum de risques* », conclut-il.

ADULTES CONCERNÉS

Bien sûr, les séjours de ski ne sont pas les seules occasions de consommation exagérée d'alcool. Et les jeunes ne sont pas non plus les seuls concernés. « *Lorsque l'on parle de consommation d'alcool, il faut rappeler que les adultes ont une consommation en plus grande quantité et plus régulière que beaucoup de jeunes* », insiste le responsable d'Univers Santé.

Mais la consommation chez les jeunes est sans doute plus « visible », notamment en périodes de baptêmes et de guindaille. Et le phénomène des *binge drinking* (consommation très forte en très peu de temps), quoique marginal, donne aussi une image tronquée de la réalité.

La dépendance à l'alcool peut mettre du temps à s'installer. Cela n'empêche pas que le travail de prévention reste primordial face à l'agressivité des alcooliers. Car un jeune familiarisé tôt avec l'alcool risque de développer plus de dépendance à l'âge adulte. ■

SPORT ET ALCOOL

Les montants faramineux investis par les alcooliers dans les publicités liées au sport prouvent déjà que le couple sport et alcool fait bon ménage. Mais aujourd'hui les liens entre les voyageurs de ski et les alcooliers sont plus fréquents. De quoi

faire réagir les milieux de la prévention.

Ainsi, responsable d'Univers Santé, Martin de Duve estime que « *les alcooliers essaient d'agücher les étudiants à travers des offres parfois indécentes. L'alcool devient presque l'argument principal d'un séjour aux sports d'hiver* ». Cette dérive s'observe sous différentes formes: bière à l'œil, arrêt au Grand Duché du Luxembourg, bouteille d'alcool offerte dans la chambre d'hôtel, etc.

PUB DISCRÈTE

Face aux réactions des instances de prévention, les publicités se font doucement plus prudentes.



ALCOOL ET NEIGE.

Un argument de vente vers les jeunes.

Stephan GRAWEZ