

COMMUNIQUÉ DE PRESSE
Pour diffusion immédiate

Mieux réglementer la promotion de l'alcool pour protéger des vies

Montréal, le 25 février 2020 – Il y a deux ans demain, la jeune Athéna Gervais mourait dans un ruisseau après avoir consommé beaucoup d'alcool en peu de temps. Depuis ce drame, bien peu d'actions ont été entreprises pour prévenir d'autres cas d'intoxications alcooliques. L'Association pour la santé publique du Québec (ASPQ) demande au gouvernement du Québec d'accélérer la révision de son *Règlement sur la promotion, la publicité et les programmes éducatifs en matière de boissons alcooliques* afin d'encadrer strictement la publicité des produits de l'alcool dans les espaces publics.

« Les publicités d'alcool sont omniprésentes dans nos quartiers et sont visibles par des mineurs et des personnes en situation de dépendance à l'alcool. On les retrouve sur les abribus, dans les vitrines des commerces, sur des panneaux, sur des colonnes de rue et dans le métro. Puisque l'exposition à la publicité est associée à l'initiation précoce à l'alcool et à un niveau de consommation accru, il faut cesser de banaliser de tels incitatifs et limiter la présence de publicités dans les lieux publics », indique Me Marianne Dessureault, chargée de dossiers à l'ASPQ.

Que l'on parle de traumatismes accidentels, d'actes de violence, de comas ou de morts subites, les méfaits d'une consommation excessive d'alcool sont multiples. Pourtant, beaucoup de jeunes banalisent les dangers associés à une surconsommation d'alcool. Près de la moitié des 18-24 ans (40 %) rapporte boire de l'alcool de manière abusive. Selon une enquête de l'Institut canadien d'information sur la santé¹, chez les Québécois de 10-24 ans, on déplorait plus de 5 000 hospitalisations liées à l'alcool en 2017-2018. On note aussi que le taux d'hospitalisations tend à être plus élevé chez les jeunes femmes que chez les jeunes hommes. « Chez les jeunes de moins de 24 ans, on compte, en moyenne, près de 14 hospitalisations liées à l'alcool chaque jour, au Québec. Il est impensable de laisser une telle situation perdurer », s'insurge Me Dessureault.

Rappelons que la publicité affichée dans les espaces publics n'est qu'un des moyens utilisés par l'industrie pour attirer les jeunes consommateurs. La promotion numérique, les rabais, les commandites d'événements et plusieurs autres stratégies visant à mousser la consommation d'alcool sont aussi des pratiques à remettre en question. « La mise en marché de l'alcool au Québec est, à la fois, intensive, criarde et tape-à-l'œil. L'ASPQ ne peut que déplorer le manque d'actions visant à protéger les jeunes et les autres personnes vulnérables contre le marketing de l'alcool, surtout dans les lieux publics. Le gouvernement doit en faire davantage », conclut la porte-parole.

¹ <https://www.cih.ca/sites/default/files/document/hsu-youth-report-2019-fr-web.pdf>



À propos de l'Association pour la santé publique du Québec (ASPQ)

L'ASPQ regroupe citoyens et partenaires pour faire de la santé durable, par la prévention, une priorité. L'ASPQ soutient le développement social et économique par la promotion d'une conception durable de la santé et du bien-être. La santé durable s'appuie sur une vision à long terme qui, tout en fournissant des soins à tous, s'assure aussi de les garder en santé par la prévention. www.aspq.org.

Source : Jean Alexandre

Responsable des communications et de la collecte de fonds-ASPQ,

Cellulaire : **514-442-7119** — Courriel : jalexandre@aspq.org