

# Quand le jeune s'alcoolise...

## un fait de société



*Raymond Gueibe  
Psychiatre alcoologue à la clinique  
Saint-Pierre à Ottignies et formateur à  
l'institut Perspective Soignante à Paris*

L'alcool est une drogue ! La récente campagne de l'asbl iDA (Information sur les Drogues et l'Alcool) vient de le rappeler, confirmant que l'alcool est la drogue la plus consommée, la plus meurtrière, mais aussi la plus banalisée...

L'alcool est une maîtresse qui prend son temps avant d'enlacer son amant à tout jamais. Il faut de fait avoir consommé beaucoup d'alcool pendant longtemps avant de souffrir de cette terrible maladie qu'est la dépendance alcoolique. Il faut avoir consommé plus de trois « verres standard » pour un homme, deux pour une femme, durant une dizaine d'années pour l'homme et seulement cinq ans pour une femme, avant que ne s'installent les signes physiques et psychiques de la dépendance, à savoir les tremblements matinaux, l'angoisse, la transpiration profuse et le malaise général qui disparaissent sitôt que la personne a avalé un peu d'alcool, symptômes qui réapparaîtront quelques heures plus tard, obligeant le malade à reprendre impérativement sa drogue...

Les jeunes consommateurs sont peu sensibles au risque qu'ils courent de verser dans la dépendance : cette maladie est le fait des plus vieux, pensent-ils, des consommateurs chroniques, des gens qui ne savent se contrôler... Eux se limitent à des soirées de consommation, une ou deux fois sur la semaine, mais quelles soirées alors ! Parfois même, ils n'en ont plus qu'un vague souvenir...

Ce n'est pas le discours de la dépendance qu'il convient de tenir aux jeunes, mais celui des risques qu'ils prennent lorsqu'ils pratiquent le *binge drinking*, cette inquiétante façon d'aller au plus vite à l'ivresse. L'alcool n'est pas alors la maîtresse qui prend

<sup>1</sup> Désigné aussi sous le terme de « drink », le verre standard est l'alcool servi dans son verre habituel et qui contient environ 10 grammes d'alcool. Une bière est donc égale à un verre de vin rouge, une coupe de champagne, deux doigts de cognac... !

son temps, elle peut être une tueuse à l'égal de la mante religieuse, qui tue celui qui s'est trop approché d'elle, qui l'a trop embrassée, trop étreinte ! L'alcool tue nos jeunes plus que toutes les autres drogues réunies.

Rappelons brièvement les effets de l'alcool en fonction de sa concentration dans le sang. Après deux trois verres standard, ou *drink*, le seuil légal de 0,5 gramme par litre est déjà atteint, rendant interdite la conduite d'un véhicule. Ajouter deux trois *drinks* et vous voilà au-delà du gramme d'alcool : vous ressentez alors l'effet « relaxant » de l'alcool, le contact avec autrui est souvent facilité : c'est l'effet que beaucoup de personnes recherchent dans l'alcool. Si vous dépassez les deux grammes, alors vous présentez les signes extérieurs d'alcoolisation : trouble de la marche, élocution laborieuse, regard qui chavire : c'est « l'état d'ébriété » que le policier consigne dans son rapport ! Vous amplifiez fortement cet état si vous persistez dans votre consommation, dépassant les trois grammes. Au-delà de ce seuil, nous pouvons alors identifier aisément quatre groupes de consommateurs. Le premier est constitué des dormeurs, ceux dont on dit qu'ils ne supportent pas l'alcool ! Le deuxième est composé de ces buveurs qui pensent être comiques, amusants, rigolos lorsqu'ils ont bu un coup de trop... Je les qualifie d'hilaires, en référence au sourire souvent stupide qu'ils affichent alors. Ils sont souvent les seuls à croire qu'ils amusent la galerie... Le troisième groupe est moins amusant pour cette galerie, il rassemble les violents, en paroles et ou en actes. Il s'agit souvent de personnes qui ne sont pas violentes au quotidien, ils le deviennent sous l'effet drogue de l'alcool et sont bien marris lorsqu'ils apprennent ou découvrent les résultats de leur violence, le lendemain des abus. C'est ce même effet drogue que nous retrouvons dans le dernier groupe, celui des déprimés qui pleu-

rent, se lamentent sur tout et rien lorsqu'ils ont « forcé sur la bouteille ». Parfois, ils vont jusqu'à la tentative de suicide ou au suicide réussi, dans ces moments de profondes dépressions liées à la présence d'alcool.

Continuons - vaille que vaille - à nous alcooliser et nous voilà au-delà du seuil fatidique de quatre grammes ! Le risque de mort est là, dès les quatre grammes sept. La première cause de mort à ce stade est le coma éthylique, qui entraîne rapidement un arrêt de la respiration. En effet, de même que notre cerveau s'endort sous une telle quantité d'alcool, de même le centre du cerveau qui assure le caractère spontané de notre respiration, ce centre s'endort lui aussi... et nous cessons de respirer. Cette cause de mort est souvent associée aux fausses déglutitions que fait le patient comateux. Ceci mérite un mot d'explication. Lorsque nous avons surchargé notre estomac ou que nous avons mangé un produit avarié, notre estomac manifeste sa désapprobation en renvoyant le tout, et il le fait avec de fortes contractions parfois si violentes qu'elles en deviennent douloureuses. Lorsque la personne est fortement alcoolisée, l'estomac - qui est un muscle - est lui aussi sous l'influence sédatrice de l'alcool : en cas de surcharge, il se contracte très mollement, paisiblement, sans grande force... et le trop plein arrive ainsi dans la gorge et se déverse par l'orifice des bronches et se répand dans les poumons, liquides et gros morceaux mélangés ! La personne risque de mourir asphyxiée par ses propres régurgitations. C'est là une information importante à donner à nos jeunes lorsqu'ils partent pour leur soirée : que faire face à un copain ou à une copine qui a manifestement trop bu, et qu'on ne parvient pas à réveiller malgré les petites tapes amicales administrées avec bienveillance ? Il convient de l'amener dans un hôpital ou, encore, à appeler au plus vite une aide médicale : le copain ou la copine est peut-être en danger de mort !

“ L'alcool tue nos jeunes plus que toutes les autres drogues réunies ”





Voilà donc un premier message à délivrer à nos jeunes : qu'ils apprennent à connaître cette drogue qu'ils aiment consommer à juste titre. Connaître la drogue pour mieux la maîtriser, afin de pouvoir la consommer avec plaisir dans ces moments festifs que sont ces rencontres de jeunes. Car l'alcool est notre drogue culturelle, admise à ce titre, mais elle reste une drogue qui ne peut être banalisée parce que licite.

Pourquoi alors s'inquiéter pour la consommation d'alcool par nos jeunes ? Parce que nous assistons ces dernières années à une dérive importante et dangereuse dans sa consommation, et ce, sous l'impulsion d'une publicité habilement orchestrée par les alcooliers, les vendeurs d'alcool. Et je serai très clair, en prenant la pleine responsabilité de mes propos : je suis bien plus inquiet et préoccupé par la consommation d'alcool chez nos jeunes que par la consommation de cannabis par ces mêmes jeunes ! Je n'incite pas les jeunes à fumer des joints, je dis simplement : en Belgique, quelle est la drogue qui tue le plus nos jeunes ? Quelle est la drogue

## « Nous assistons à un glissement subtil de l'alcool bière vers les alcools qualifiés de « forts » et subtilement « enrobés » »

qui donne le plus d'ennui sur la voie publique ? Où est le vrai combat ? N'est-il pas plus facile pour les autorités, pour les parents, de condamner une drogue qu'ils ne connaissent peut-être pas, le cannabis, pour se persuader qu'ils ne sont en rien drogués eux-mêmes par l'alcool qu'ils consomment au vu et au su de tout le monde. Souvenons-nous du sketch de Coluche, qui mettait en scène un père ivre et titubant qui accusait son fils d'être un drogué, un bon à rien, parce qu'il fumait " du hakik ". Il y a de nombreuses années, un jeune député s'est fait vilipender par ses collègues après avoir, naïvement, reconnu sur un plateau de télévision, qu'il avait un jour, par mégarde sans doute, tiré sur un joint... Haro sur le baudet ! Mais je vois actuellement des politiciens apparaître sur ces mêmes plateaux

ou dans des reportages, hilares, ivres, et cela fait rire tout le monde...Où est le vrai combat ?

Depuis toujours, l'alcool est présent dans les guindailles de nos jeunes. Et les guindailles existeront durant longtemps encore, sans doute. Sous l'effet de la publicité, nous assistons à un glissement subtil de l'alcool bière vers les alcools qualifiés de « forts », alcools blancs essentiellement. Ces alcools sont tout aussi subtilement « enrobés » dans des boissons qui dissimulent la « force » de l'alcool blanc ainsi ingurgité. Il s'agit là des alcopops, mais aussi de tous ces alcools dilués dans les jus de fruits, coca, bières... et qui sont très à la mode, me disent les jeunes patients.

Or un alcool ainsi dilué apparaît plus inoffensif, se boit plus rapidement, et le renouvellement du verre est plus rapide lui aussi ! Livrons-nous à cette simple expérience. J'offre le même verre d'alcool à deux amis, par exemple un rhum martiniquais à cinquante-cinq degrés. Au premier, j'offre l'alcool pur, non dilué. Au second, j'offre la même quantité de rhum, mais dilué dans du jus de fruit, dilution de deux à trois fois son volume. Et j'invite mes deux amis à boire leur verre. Il est très probable que le premier ami boira son verre lentement, qu'il me fera la réflexion que « oùlàlà, c'est fort ton machin... » et le second ami, pourtant pas alcoolique, finira son verre en trois ou quatre lampées, me dira que c'est là quelque chose de bien rafraîchissant et me demandera un deuxième, voire un troisième verre, pendant que le premier copain déguste toujours prudemment son seul verre ! Et cela, les alcooliers l'ont bien compris... Ils ont aussi compris que comme les cigaretteurs, il convenait de flatter les jeunes dans leur quête d'identité : « Les hommes savent pourquoi ». Et les filles sont tellement séductrices lorsqu'elles caressent leur verre de bière. Je ne peux que renvoyer le lecteur vers un excellent document publié par Média Animation, dont le

titre est la réponse du berger à la bergère : « Les publicitaires savent pourquoi. Les jeunes, cibles des publicités pour l'alcool »<sup>2</sup>.

Dans ce contexte particulier que nous identifions actuellement, que pouvons-nous faire pour permettre à nos jeunes de continuer à vivre, à faire la fête, à se rencontrer sans mettre leur vie en danger, sans se réveiller un matin avec la douloureuse impression d'avoir fait "une bêtise" dont on a un souvenir d'autant plus inquiétant qu'il reste vague...

En premier lieu, il convient de s'interroger sur sa consommation familiale. Sommes-nous une famille où l'alcool est banalisé parce que présent au quotidien sur nos tables ? N'oublions pas que toutes les enquêtes soulignent volontiers que le premier verre d'alcool est bu en famille très souvent ! Sommes-nous une famille où l'alcool est admis et réservé aux moments festifs, moments particuliers, fêtes de famille, repas entre amis, ... ? Avons-nous l'aisance de parler des drogues et de l'alcool en particulier avec nos enfants, nos adolescents, nos jeunes ? Ou sommes-nous quelque peu empêtrés dans notre propre consommation excessive,

voire malade, de boissons alcoolisées ? Que peut dire un père à son fils guindailleur si lui-même est un ardent pratiquant de la troisième mi-temps ? Certains hommes, certaines femmes savent pourquoi leur enfant boit... ou au contraire, ne veut jamais toucher à un verre d'alcool !

Il convient ensuite de quitter le cercle familial pour mener une réflexion au niveau de notre société, dans la culture que les alcooliers voudraient nous imposer. Il s'agit donc bien là d'un travail de fond, qui devra à un moment donné interpeller nos politiciens, qui devront alors avoir le courage de s'opposer au lobby puissant des alcooliers.

Il ne convient pas de prôner la prohibition ! Chaque culture a besoin d'une drogue et la nôtre, depuis des siècles, c'est l'alcool. Mais une drogue licite demande à être réglementée. Interdire simplement l'alcool aux adolescents, quel que soit l'âge fixé, ne servira à rien, sinon d'inviter nos *ados* à avoir l'imagination fertile pour contourner ce règlement, et peut-être aussi de donner au législateur

<sup>2</sup> Les dossiers de l'éducation aux médias, collection éditée par Média Animation, n°3, Bruxelles, 2006.



“ Que faire pour permettre à nos jeunes de continuer à vivre, à faire la fête, sans se mettre en danger ? ”



l'impression d'avoir ainsi résolu tous les problèmes : cela est donc un peu court comme mesure, qui sera bien vite contournée.

La réglementation doit aussi porter sur la publicité. Certes, les alcooliers ont le droit de faire connaître leurs produits. Mais les alcooliers ne vendent pas des matelas, des voitures ou de la margarine : ils vendent de la drogue et c'est parce que – et uniquement parce que... – la drogue qu'ils vendent est licite qu'on ne les appelle pas des « dealers », car ce terme est réservé aux vendeurs de drogues interdites, illicites. Et pourtant, ils vendent bien de la drogue ! Alors nous pouvons exiger que la publicité ne soit pas une vaste manipulation psychologique de nos enfants, comme les cigarettiers ont pu le faire durant de longues années. Par exemple, le produit ne pourrait plus être mis en scène avec des humains à ses côtés ! Le message pourrait préciser l'originalité du produit, sa destination éventuelle, mais il ne convient plus d'entendre des messages valorisant le narcissisme de chacun ! Et s'il est vrai que le sport c'est la santé, il faudra alors un jour admettre que c'est bien stupide de voir une activité sportive sponsorisée par une marque de bière... Ne serait-ce pas là une histoire belge, surréaliste ? En tout cas, elle fait bien rire mes amis étrangers... ! Et ce n'est pas aux alcooliers de décider entre eux des règles qu'ils s'imposeraient : la santé de nos jeunes est une affaire trop sérieuse pour la confier aux seuls alcooliers ! Et ceux-ci sont avant tout des vendeurs qui pensent en terme de marché. Pour preuve, cette ahurissante – pour l'alcoologue que je suis – information publiée sur *Trends.be* le 19 décembre 2007. Il y est dit que le numéro un mondial du secteur de la distribution de la bière s'inquiète de la diminution de la consommation de bière ces dernières années. Et de poursuivre – je cite – « Le n°1 mondial du secteur mise

# « Notre jeunesse en fête ne demande pas l'ivresse, ne mérite pas le coma, et un seul jeune mort à cause de l'alcool est un immense gâchis pour notre société »

sur les femmes et les personnes de plus de 45 ans pour rebondir (...). Le groupe a décidé de lancer plusieurs initiatives pour enrayer cette chute, notamment en augmentant les investissements marketing et en misant sur l'innovation. Les femmes et les consommateurs de plus de 45 ans seront particulièrement visés par la nouvelle stratégie. 40 % des femmes ne boivent pas de bière, regrette InBev. « C'est dommage, car la femme prend des choix déterminants pour le comportement de la famille et influence les commandes dans les cafés » (...). Lancée en octobre dernier, la Hoegaarden rosée a ainsi pour principale mission de convaincre la gente féminine. InBev compte par ailleurs poursuivre ses actions dites de *pubbing* destinées à refaire du café un lieu sympathique et attirant<sup>3</sup> ». Fin d'une citation que je qualifie de cynique, comme alcoologue... Mesdames, Messieurs, nous voici avertis !

Pourrions-nous un jour être plus fermes avec ces vendeurs d'alcool qui continuent à abreuver des personnes – jeunes ou moins jeunes d'ailleurs –, ces personnes qui risqueront peut-être leur vie, ou la vie d'autrui, en rentrant chez eux ? Certes, on peut répondre que c'est la responsabilité de chacun de gérer sa consommation. A cela le psychiatre que je suis doit répondre une nouvelle fois que l'alcool est une drogue et la drogue a ceci de particulier qu'elle modifie la psychologie de la personne. Ainsi, je ne peux laisser une personne repren-

dre le volant de sa voiture, là devant moi, alors qu'elle est en état d'ivresse. Il convient aussi de prendre conscience de la nécessité d'inverser la tendance culturelle actuelle face à la consommation d'alcool par nos jeunes : il faut affirmer haut et fort que l'on est pas plus malin qu'un autre parce qu'on s'alcoolise jusqu'au coma. Il faut soutenir ces jeunes qui osent dire qu'ils se sentent mal à l'aise dans certaines soirées qui finissent en « bac à sable ». Il faut soutenir les associations qui vont sur le terrain, qui tentent de responsabiliser les jeunes dans leur consommation alcoolique. Il faut parler à nos jeunes du plaisir de l'alcool qu'ils ont bien le droit de connaître, mais il faut aussi leur rappeler qu'ils méritent mieux que d'être de simples objets manipulés dans un but purement commercial ! Notre jeunesse en fête ne demande pas l'ivresse, ne mérite pas le coma, et un seul jeune mort à cause de l'alcool est un immense gâchis pour notre société.



Pb

## Pour poursuivre la réflexion

« L'alcoolisme au quotidien. De la consommation agréable à la dépendance », Docteur Raymond Gueibe, Collection Perspective Soignante, Editions Seli Arslan, Paris, ISBN : 978-2-84276-135-6, Broché, 14,8 x 21,8, 160 pages

<sup>3</sup> <http://trends.be/fr/economie/entreprises/12-1634-44396/inbev-cible-les-femmes-et-les-quadrans-pour-enrayer-sa-chute.html>