



# DOPAMINE PLUS

EN

BONUS



**DOPAMINE  
PLUS  
2/2**



Cette rubrique propose un complément de références dans l'actualité du moment : ouvrages, presse, documents professionnels, revues, autres...

## L'alcoolisme au féminin

Un ouvrage du Dr. Laurent Karila

Publié aux Editions Leduc Pratique (janvier 2020)



Cet ouvrage, préfacé par Marie de Noailles, “ancienne alcoolique“, comme elle se définit, et désormais psychologue spécialisée dans les addictions, nous propose un tour d’horizon de la problématique de l’usage d’alcool chez les femmes. Au-delà des informations essentielles qui concernent ce produit et la spécificité de l’usage féminin quant à son impact, de longues plages de récits de consommatrices viennent illustrer et compléter le propos. Même si des points communs peuvent être mis en évidence, chaque parcours est unique et chaque consommation mérite un accompagnement individualisé loin de toutes recettes préétablies. Il ne s’agit pas « *de se focaliser sur la substance mais plutôt sur la personne et sur ses racines aux problématiques multiples.* », nous dit le Dr Karila dans son introduction.

Dans sa préface, Marie de Noailles met, elle, en avant le parcours du combattant que constitue un sevrage alcoolique, parcours qui doit faire avec les tabous et la honte qui accompagne souvent ces situations, plus particulièrement chez les femmes, encore stigmatisées quand elles boivent “trop“... Le Dr Laurent Karila travaille à l’Hôpital Paul-Brousse à Villejuif et voit passer chaque année en consultation de plus en plus de femmes. La consommation féminine, en hausse ces dernières décennies, y est bien entendu pour beaucoup. Les profils des consommatrices sont divers et variés, à l’instar des hommes. Mais, malheureusement, leur organisme est plus vulnérable. Leur alcoolodépendance étant plus souvent cachée et tue, elles consultent moins que leurs



homologues masculins même si des repérages spécifiques ont été mis en place, et que les complications physiques et psychologiques peuvent être plus précoces et plus agressives, nous explique l'auteur de cet ouvrage... Ce dernier espère transmettre ici des clés de compréhension, de sensibilisation, d'accompagnement, de repérage et de prise en charge. Nathalie (47 ans), Stell (40 ans), Myriam (46 ans), Monika (46 ans), Marie (69 ans) et Danielle (75 ans) se raconteront au fur et à mesure du déroulé des chapitres de l'ouvrage...

Quatre grandes parties constituent cet ouvrage. La première décortique les mécanismes de l'addiction en présentant ses symptômes, le fonctionnement du cerveau, les facteurs de risques et de vulnérabilité, et les dommages cérébraux... La deuxième se focalise, elle, sur le produit alcool lui-même, son histoire, ses niveaux de consommation et ses dangers. Un focus est mis sur le marketing des alcooliers... La troisième partie, la plus volumineuse, se consacre aux usages féminins. Quelques chiffres de la consommation, la diversité des profils, les poly addictions, et surtout les spécificités de l'alcoolisme féminin, sont détaillés ici. La dernière partie propose, elle, de faire le point sur les outils d'évaluation des troubles liés à l'usage de l'alcool et les traitements qui sont disponibles à ce jour. L'accompagnement, aussi bien médicamenteux qu'humain, est essentiel dans le sevrage alcoolique d'autant plus quand la décision de se sevrer n'a pas été simple à prendre, et souvent plus longue chez les femmes...

Quand le regard de la société sur l'alcoolisme féminin se sera débarrassé de toutes les idées reçues et représentations erronées, il sera probablement plus simple pour ces femmes en prise avec ces problématiques, de dévoiler leurs préoccupations et d'affirmer leur besoin d'aide... On ne peut bien entendu faire abstraction des raisons pour lesquelles les femmes boivent, mais comme le dit Laurent Karila dans sa conclusion : « *L'alcool, le plaisir, la fête, les problèmes de la vie, une liaison plaisante qui peut devenir dangereuse... Pas chez toutes, mais prudence.* »



Un défi relevé et réussi en janvier  
"Dry January" à la française en 2020  
Décryptages n° 40  
Une publication de l'ANPAA (février 2020)



Cette publication de l'Association Nationale de Prévention en Alcoologie et Addictologie revient sur le fameux "Dry January" à la française, puisque c'est ainsi qu'il est appelé, opération qui fut un succès puisque, n'en déplaie aux alcooliers, plus de 9 000 personnes se sont inscrites sur le site dédié, et que d'autres participants ont pris part au mouvement sans être, eux, inscrits...

Cette quinzaine de pages revient dans un premier temps sur les origines du projet. Tout a commencé officiellement en 2013 au Royaume-Uni avec une opération motivée par l'idée de proposer, à qui le voulait bien, de faire une pause dans sa consommation le mois qui suivait les fêtes de fin d'année. De 4000 participants à son origine, l'opération en compte désormais plus de 4 millions. Les Belges ont suivi avec l'opération dite "Tournée minérale"... En France, le lobby alcoolier étant puissant et soutenu en sous-main par les gouvernements successifs, le "pataquès politique" de novembre dernier en étant la preuve, il fallait s'attendre à ce que l'opération suscite quelques remous. En juin 2019, la MILDECA, suivie par l'organisme Santé Publique France, décide de lancer officiellement l'opération. Le sang des alcooliers, surtout ceux de la filière vinicole, ne fit alors qu'un tour et le Président de la République fut publiquement interpellé lors d'une de ses rencontres avec des membres éminents du secteur et proclama alors à ceux qui s'empressèrent de relayer son message qu'il n'y aurait pas de "Janvier sec" en France... Aucune confirmation officielle des dires du Président ne sera rédigée, mais le mal est fait. La campagne est discrètement annulée par les pouvoirs publics... Heureusement, la mobilisation des acteurs de la



prévention et de la réduction des risques, dont l'ANPAA, permettra tout de même à cette campagne d'avoir lieu, avec le succès que l'on a déjà évoqué. Là où le lobby des alcooliers parle de prohibitionnisme, d'hygiénisme, de fragilisation économique du secteur et d'atteinte à la culture française, les associations engagées dans l'opération évoquent simplement l'opportunité pour les participants de faire une pause dans leur consommation pour en apprécier les effets, évaluer leur rapport personnel à l'alcool et s'interroger sur la place qu'occupe cette boisson dans le paysage français. Il s'agit de dénormaliser la consommation, et en aucune façon de la stigmatiser. Le défi de janvier est « *pédagogique, voire ludique, et en aucun cas moraliste et culpabilisant* ». C'est mal connaître l'état d'esprit et les objectifs de réduction des risques des acteurs du secteur pour affirmer que ce ne sont que des pisse-froid ou des rabat-joie qui ne cherchent qu'à promouvoir le dogme de l'abstinence totale et de la tolérance zéro... De plus, les alcooliers n'ont, en aucun cas, le monopole du savoir vivre à la française, et ces mêmes acteurs du secteur affirment qu'ils « *aiment profiter de la vie et de ses plaisirs, avec une curiosité qui dépasse les limites des canons figés de certaines traditions et des normes sociales de consommation qui l'imposent parfois... Respectueux de la culture, sans sa diversité, ils apprécient certes les plaisirs mais en connaissent bien aussi les risques.* ». Et encore une fois, quand les alcooliers prônent une modération qui, stratégiquement, normalise en fait la consommation, les promoteurs de la réduction des risques défendent, eux, un usage moins banalisé, faisant la part du plaisir et des risques en toute connaissance et responsabilité personnelle, mais sans injonction ni dogmatisme...

Bien entendu, les alcooliers, le secteur vinicole en tête, ne savent pas faire profil bas dans ces circonstances, et s'inscrivent alors sans le vouloir ou le savoir en opposition à une opinion publique qui n'a pas du tout accueilli cette campagne de "Dry January" d'un mauvais oeil, bien au contraire. A l'instar du "mois sans tabac" qui se déroule chaque année en novembre et qui rencontre un grand succès, le "Dry January" ou le "défit de janvier" a, espérons-le, de



beaux jours devant lui. Les politiques étant particulièrement sensibles aux fluctuations de l'opinion publique, il ne serait pas surprenant qu'en janvier 2021 ils décident finalement de soutenir financièrement cette campagne pour qu'elle ait encore plus de résonance. Il suffira pour cela d'éviter qu'en novembre ou décembre soient inscrites dans l'agenda politique du Président des rencontres malvenues avec les patrons de l'industrie alcoolière...

### *Italie, la mafia la plus puissante du monde*

*Titre du Courrier International n° 1530 (27 février 2020)*



La mafia italienne se fait de plus en plus discrète finalement, mais c'est surtout un positionnement stratégique. En Italie, on distingue trois organisations, liées chacune à une région, ce qui ne veut pas dire que leurs ramifications ne sont pas nationales et même internationales. La Camorra est historiquement associée à la Campanie, la région de Naples ; la Cosa Nostra, à la Sicile ; et la Ndrangheta, à la Calabre. Ces trois régions sont le berceau d'une mafia tentaculaire qui a su faire parler d'elle pour son investissement en hommes et en argent dans un business illégal diversifié, mais qui sait faire la part belle au trafic de stupéfiants...

La Ndrangheta, qui est l'objet de cet article, a su s'imposer sur ce terrain-là à la défaveur de ses concurrentes, et est considérée aujourd'hui, apparemment, comme « *la plus puissante, la plus riche et la plus ramifiée des mafias dans le monde* »... C'est le trafic de cocaïne, dont elle s'est emparée au niveau international, grâce aux connexions qu'elle a su établir, qui lui ont permis de prospérer. Cette mafia calabraise, probablement la moins connue de l'opinion publique car faisant bien moins l'objet de publicité que la Camorra ou la Cosa Nostra, s'est traditionnellement toujours positionnée dans l'infiltration des appareils de l'état plutôt que dans



l'affrontement sanglant. Ces méthodes lui ont permis d'être mieux considérée que ses concurrentes et, avec le temps, de s'installer durablement...

L'article présenté dans ce numéro du *Courrier International* met en avant les trois raisons principales à la domination de la Ndrangheta calabraise. La première est son organisation basée sur des divisions locales autonomes, tout en respectant l'esprit commun et quelques règles communes. La deuxième est sa capacité à imposer son hégémonie sur le trafic international des stupéfiants, notamment la cocaïne, en implantant ses hommes dans les pays producteurs et en nouant même des alliances avec les chefs de cartel en proposant par exemple en mariage leur fille à des fils de puissants narcotrafiquants. La troisième raison, et pas des moindres, est la signature symbolique d'accords avec des organisations comme la Franc-maçonnerie qui possède en son sein des membres de l'élite dénués de tout soupçon, magistrats, hommes politiques, hommes d'affaire, membres des forces de l'ordre qui sauront préserver le secret et servir à l'occasion leurs intérêts... Encore une fois, la discrétion a des vertus dont la Ndrangheta a su profiter... Ce ne sont pas ceux qui gueulent le plus fort qui ont forcément raison et savent le mieux faire fructifier leur business. C'était toute la différence par exemple entre le cartel de Medellin de Pablo Escobar, très en vue, et celui de Cali, plus effacé. Les organisations criminelles savent s'approprier les leçons du passé pour tisser discrètement leur toile comme on dit...