



MINISTÈRE DE LA SANTÉ,
DE LA JEUNESSE,
DES SPORTS
ET DE LA VIE ASSOCIATIVE



Boire trop : des sensations « Trop » extrêmes

**Dossier de presse
Juillet 2008**

Sommaire

Les jeunes Français et l'alcool	p. 3
La consommation d'alcool des jeunes	p. 3
1. Les niveaux de consommation.....	p. 3-4
2. Contexte de consommation et choix des boissons	p. 4
3. Consommation d'alcool et milieu familial	p. 4
Alcool et risques chez les jeunes	p. 5
1. Consommation d'alcool et accidents de la route.....	p. 5-6
2. Consommation d'alcool et agressions.....	p. 6
3. Consommation d'alcool et autres risques sanitaires et sociaux	p. 6
Une campagne pour sensibiliser les jeunes aux risques immédiats liés à la consommation excessive d'alcool	p. 7
Une campagne media	p. 7
1. Un spot TV	p. 7-8
2. Des spots radio	p. 8
3. Un mini site Internet : www.boiretrop.fr	p. 8-9
4. Des affiches sur les lieux de convivialité	p. 9
Une brochure d'information	p. 9-10

Les jeunes Français et l'alcool

Dans le cadre du Plan « Santé des Jeunes », présenté par Roselyne Bachelot en Conseil des ministres le 27 février 2008, le Ministère de la santé, de la jeunesse, des sports et de la vie associative a adopté une série de mesures visant à mieux protéger la santé des jeunes, principalement de 16 à 25 ans, et à répondre à leur besoin d'autonomie et de responsabilité. Face à la diffusion préoccupante des comportements à risque chez les jeunes, notamment leur consommation excessive d'alcool déjà mise en avant lors des Etats Généraux de l'Alcool en 2006, l'INPES (Institut National de Prévention et d'Education pour la Santé) a été chargé de réaliser une campagne media afin de sensibiliser les jeunes aux dangers immédiats d'une consommation d'alcool excessive.

L'alcool est la substance psycho active la plus consommée en France ; sa place a ceci de particulier qu'il est à la fois symbole de convivialité et d'hédonisme, composante incontournable de notre culture et de notre économie mais aussi source de surmortalité et de sur morbidité. Avec 45 000 décès prématurés attribuables à une consommation excessive, l'alcool est en France la deuxième cause de mortalité évitable¹. Malgré 40 ans de baisse de la consommation globale², la France reste parmi les premiers consommateurs d'Europe³.

L'adolescence est souvent l'âge de l'expérimentation des substances psycho actives, et notamment de l'alcool. Ainsi, à l'âge de 12 ans, 62,5 % des filles et 70,4 % des garçons ont déjà expérimenté la consommation d'alcool⁴, ce qui s'explique par le caractère social du produit, intégré en particulier au sein du cercle familial. A titre de comparaison, au même âge, l'expérimentation du tabac et du cannabis, plus transgressives, sont très minoritaires.

La consommation d'alcool des jeunes

1. Les niveaux de consommation

En 2005⁵, plus de 9 jeunes sur 10 âgés de 17 ans déclaraient avoir déjà consommé de l'alcool au cours de leur vie, 11 % en boire régulièrement (au moins 10 fois par mois) et 1,2 % quotidiennement. Les garçons étaient trois fois plus nombreux que les filles à en consommer régulièrement, et sept fois plus nombreux à en consommer quotidiennement.

Près de 6 jeunes sur 10 déclaraient également avoir déjà connu l'ivresse dans leur vie, 49,3 % au cours de l'année, 26 % au moins trois fois dans l'année (ivresses répétées) et 9,7 % au moins dix fois (ivresses régulières). Là encore, les ivresses s'avèrent nettement plus masculines : les garçons sont presque trois fois plus nombreux que les filles à avoir connu au moins dix ivresses dans l'année. La fréquence des ivresses alcooliques (au moins 3 au cours des 12 derniers mois) a connu une hausse très nette entre 2003 et 2005 (les ivresses répétées concernaient 19,2 % des jeunes en 2003, contre 26 % en 2005), bien que l'âge moyen de la première ivresse demeure le même : 15 ans.

¹ Hill C. Alcool et risque de cancer. Actualités et dossier en santé publique n° 30, mars 2000

² Besson D. Boissons alcoolisées : 40 ans de baisse de la consommation. INSEE Première n°966, mai 2004.

³ World Drink Trends 2005, Oxford : World Advertising Research Center, 2005.

⁴ Choquet M., Consommation d'alcool parmi les jeunes en France et en Europe, Bulletin Epidémiologique Hebdomadaire n°34-35, 12 septembre 2006 (ESPAD 03)

⁵ Legleye S., Le Nézet O., Spilka S., Beck F., Les usages de drogues des adolescents et des jeunes adultes entre 2000 et 2005, France, Bulletin Epidémiologique Hebdomadaire – N°13 – 25 mars 2008 (chiffres de l'enquête ESCAPAD 2005)

Parmi les 20 – 25 ans⁶, 5,1 % des hommes et 0,9 % des femmes déclarent boire quotidiennement en 2005, 43,6 % des hommes et 20,3 % des femmes chaque semaine, 32,5 % des hommes et 54,4 % des femmes de manière occasionnelle. Si 34 % des hommes âgés de 20 à 25 ans et 10,1 % des femmes du même âge déclarent boire au moins 6 verres d'affilée au moins une fois par mois, 35,1 % des jeunes de cette tranche d'âge (48,3 % des hommes et 20,1 % des femmes) ont connu l'ivresse au moins une fois au cours des douze derniers mois. On observe une baisse des ivresses alcooliques entre 2000 et 2005 dans cette tranche d'âge⁶.

A l'âge de 16 ans, la consommation régulière d'alcool est moins répandue chez les jeunes Français que chez leurs voisins anglais, allemands, danois et belges⁴. De même, les jeunes Français connaissent moins d'ivresses au cours de leur vie ou d'ivresses répétées dans l'année que les jeunes de nombreux autres pays européens, notamment ceux du nord du continent.

2. Contexte de consommation et choix des boissons⁷

La plupart des consommations d'alcool par les jeunes de 17 ans a lieu le week-end, avec des amis. Les consommations solitaires ou en semaine s'avèrent plutôt rares. En revanche, les consommations avec les parents sont assez communes.

Le domicile privé ou celui des amis, les débits de boissons (bars, pubs puis discothèques) et le domicile parental sont les lieux de consommation les plus cités, les lieux publics ouverts et l'école arrivant ensuite. De plus, la proportion de consommateurs réguliers et la fréquence des ivresses répétées sont corrélées à la fréquence de sorties dans les bars ou à celles des soirées entre amis. Cela suggère que les consommations d'alcool des jeunes de 17 ans ont lieu la plupart du temps dans un cadre festif et convivial.

Au même âge, chez les garçons, les spiritueux (communément appelés « alcools forts ») et la bière sont les alcools les plus consommés, devant les prémix, les champagnes et vins mousseux et enfin le vin. Chez les filles, les spiritueux sont davantage consommés, devant les prémix, le champagne et les vins mousseux, la bière et enfin le vin.

3. Consommation d'alcool et milieu familial⁸

L'élévation du milieu social et économique de la famille est associée à une consommation régulière croissante d'alcool et à des ivresses répétées plus fréquentes. Ce phénomène peut s'expliquer notamment par les ressources financières de la famille, la consommation d'alcool étant ainsi plus limitée pour les jeunes issus de milieux plus modestes.

De même, la situation familiale apparaît elle aussi fortement associée à la consommation d'alcool. Les jeunes dont les parents ne vivent pas ensemble, qui vivent en internat ou hors de leur foyer s'avèrent plus fréquemment consommateurs réguliers d'alcool et déclarent davantage d'ivresses répétées. Il est possible que l'absence de l'un ou des deux parents entraîne une augmentation des opportunités de consommer par la diminution du contrôle sur l'adolescent.

⁶ Baromètre santé 2005 - INPES

⁷ Drogues à l'adolescence en 2005 - Niveaux, contextes d'usage et évolutions à 17 ans en France - Résultats de la cinquième enquête nationale ESCAPAD, OFDT, Mai 2007

Alcool et risques chez les jeunes

Si les jeunes sont assez peu nombreux à boire de manière régulière, ils ont une consommation d'alcool festive ponctuelle et parfois excessive, qui peut être associée à des pratiques dangereuses et présenter des risques : accidents de la route, violence, rapports sexuels non protégés... Leur perception du risque lié à une alcoolisation excessive du week-end est encore assez faible, même si en France cette perception est meilleure que dans les autres pays européens : à 16 ans, 51 % des Français sont conscients du risque lié à la consommation de cinq verres ou plus chaque week-end contre 32 % pour la moyenne européenne⁴.

On note cependant chez les étudiants une véritable attitude de déni : ils affirment avoir une maîtrise suffisante de la situation pour pouvoir arrêter l'usage de l'alcool quand ils l'auront décidé⁸. Pourtant, les comportements d'alcoolisation pendant et après l'adolescence ne sont pas sans conséquences sur ceux qui s'installeront à l'âge adulte : certes, tous les jeunes buveurs excessifs ne deviennent pas des consommateurs à risque, mais il est établi qu'une initiation précoce à l'alcool et une consommation excessive à l'adolescence sont des facteurs de risque d'usages problématiques ultérieurs^{9,10}.

1. Consommation d'alcool et accidents de la route

Le premier risque immédiat lié à la consommation d'alcool est celui des accidents de la route, qui sont la première cause de mortalité chez les jeunes de 15 à 24 ans. Cette tranche d'âge représente 13 % de la population française et 27 % des tués sur la route.

Or, le rôle de l'alcool dans les accidents de la route est indéniable : pour l'ensemble de la population, en 2006, un accident mortel sur trois est survenu à cause de l'alcool et 1 271 décès sur la route auraient pu être évités si tous les conducteurs avaient respecté la limite légale d'alcoolémie (strictement inférieure à 0,5 gramme d'alcool par litre de sang)⁷. En 2006, 21,8 % des conducteurs âgés de 18 à 24 ans impliqués dans des accidents de la route mortels présentaient une alcoolémie illégale⁸. La même année, les accidents dont le conducteur était sous l'emprise de l'alcool ont occasionné 34,4 % des tués et 20,5 % des blessés hospitalisés âgés de 18 à 24 ans.

L'alcool diminue les réflexes, la vigilance et la résistance à la fatigue. Il perturbe la vision, l'estimation des distances et provoque un allongement du temps de réaction. Son effet désinhibant amène à sous-évaluer les risques. L'usage de l'alcool augmente aussi le risque d'oublier de boucler sa ceinture en voiture et la vulnérabilité des conducteurs de deux-roues. Enfin, conduire avec une alcoolémie supérieure ou égale à la limite légale augmente la gravité des accidents. Tout âge confondu, une nuit de week-end, l'alcool est à l'origine de 55,9 % des personnes tuées dans un accident de la route. Les conducteurs ayant un taux d'alcoolémie positif représentent 66,6 % des tués dans les accidents avec alcool, les passagers 17,3 %¹¹.

⁸ Rapport d'information sur la santé et la protection sociale des étudiants n° 3494 déposé le 6 décembre 2006 et présenté par Laurent Wauquiez. <http://www.assemblee-nationale.fr/12/rap-info/i3494.asp>

⁹ DeWit DJ, Adlaf EM, Offord DR, Osborne AC. Age at first alcohol use: a risk factor for the development of alcohol disorders. *Am J Psychiatry*. 2000;157(5):745-50.

¹⁰ Jefferis BJ, Power C, Manor O. Adolescent drinking level and adult binge drinking in a national birth cohort. *Addiction* 2005;100(4):543-9.

¹¹ Observatoire national interministériel de sécurité routière. *La sécurité routière en France : bilan de l'année 2006*. La documentation française, 2007.

Chez les jeunes de 17 ans⁷, la conduite d'un véhicule (principalement un deux-roues) après une consommation d'alcool supérieure à un verre est assez commune, surtout parmi les garçons. Chez les jeunes ayant bu au cours du mois précédant l'enquête, 41,8 % des garçons et 18,3 % des filles ont conduit un véhicule alors même qu'ils avaient bu plus d'un verre au cours de l'année. Ce comportement est d'autant plus répandu que la consommation d'alcool est régulière. Il a même tendance à se répéter, en particulier chez les buveurs réguliers : parmi ces derniers, un garçon sur trois dit avoir souvent conduit un deux-roues après avoir bu plus d'un verre d'alcool au cours des douze derniers mois.

2. Consommation d'alcool et agressions

L'alcool désinhibe et favorise le passage à l'acte, qu'il s'agisse d'agressions verbales, physiques ou sexuelles.

Une étude suisse réalisée en 2006¹² auprès de 6 993 écoliers âgés de 13 à 17 ans rapporte que 20% de ces adolescents (25 % des garçons et 15 % des filles) ont une consommation à risque (au moins deux états d'ivresse au cours du mois et une consommation d'alcool pratiquement tous les mois). Ces adolescents sont également les plus exposés à la violence physique. En effet, les 25 % des garçons de ce groupe d'adolescents sont les auteurs de 50 à 60 % des actes de violence rapportés et sont les victimes dans 40 à 50 % des cas. 15 % des filles assument à elles seules 40 à 50 % des violences commises et 30 à 40 % des violences subies.

3. Consommation d'alcool et autres risques sanitaires et sociaux

Enfin, la consommation d'alcool chez les jeunes, et plus globalement dans la population générale, peut avoir des conséquences délétères sur la santé et sur la vie sociale.

Son pouvoir désinhibant et la modification des comportements peuvent conduire à des rapports sexuels non protégés et/ou non prévus, exposant potentiellement les jeunes filles à des grossesses non désirées et les deux partenaires aux infections sexuellement transmissibles et au VIH. D'après l'étude suisse précédemment citée¹³, les adolescents présentant une consommation problématique d'alcool ont quatre fois plus de rapports sexuels à risque que les autres.

La consommation d'alcool à très fortes doses peut conduire au coma éthylique : cette perte de connaissance due à une intoxication à l'alcool peut, faute de soins, provoquer la mort.

A plus long terme, une consommation excessive et répétée peut avoir des conséquences néfastes sur les études ou le travail (démotivation, absentéisme, baisse des résultats scolaires), mais aussi sur les relations avec l'entourage familial et amical.

¹² Kuntsche E., Gmel G., Annaheim B. Alcool et violence chez les jeunes. SFA/lspa, octobre 2006. <http://www.sfa-isp.ch/>

Une campagne pour sensibiliser les jeunes aux risques immédiats liés à la consommation excessive d'alcool

Les modes de consommation d'alcool chez les jeunes (15-25 ans) se distinguent de ceux de la population adulte par la recherche accentuée d'ivresses à travers des prises d'alcool massives. L'objectif de cette nouvelle campagne, mise en œuvre par le Ministère de la santé, de la jeunesse, des sports et de la vie associative et l'INPES, est de faire réfléchir les jeunes aux risques liés à leur mode de consommation : accidents, comportements violents et agressions, rapports sexuels non protégés ou non souhaités, comas éthyliques, afin de limiter les situations ivresses répétées.

Une campagne media

L'alcool est souvent perçu par les jeunes comme un produit « plaisir » qu'ils ont la sensation de « maîtriser » du fait de leur consommation « uniquement » hebdomadaire, indissociable de la fête.

Afin de favoriser l'acceptation d'une campagne visant à montrer les limites de ce type de représentation et de faire prendre conscience des risques réels et immédiats d'une consommation excessive et répétée d'alcool, l'INPES a choisi de détourner les codes publicitaires classiques des boissons alcoolisées et des « softs drinks » en mettant en scène des jeunes dans un univers « paradisiaque ». L'accent est mis sur l'ambivalence du produit alcool qui est un plaisir jusqu'au moment où il devient dangereux. Cette ambivalence est ici illustrée par le moment où la fête tourne court, où les jeunes s'exposent aux risques à cause de leur consommation excessive d'alcool, un alcool créé pour l'occasion et dont la marque, « TROP », renvoie directement à leur mode de consommation.

1. Un spot TV

Les jeunes sont rompus aux discours publicitaires. Ils les décodent facilement et peuvent les rejeter rapidement. Le ministère et l'INPES ont donc choisi d'adopter un discours réaliste basé sur l'ambivalence de l'alcool en mettant en scène sa dimension de plaisir puis en rappelant les risques qui sont associés à une consommation excessive. Aux yeux du public jeune, un discours explicite a plus de chance d'être entendu. L'ambivalence du produit est révélée dans l'instant où tout bascule. Pour illustrer ce moment, le spot TV reprend les codes publicitaires des « softs drinks » et autres publicités pour les jeunes. En les détournant, le film vante au second degré les mérites de l'alcool « TROP », marque créée pour l'occasion.

De nombreux clichés sont utilisés : un soleil couchant, une plage idyllique, une musique entraînante, une bande de jeunes beaux et « cools ».



Des bouteilles de « TROP » sont au cœur de la fête.



Tout à coup, le tableau idyllique tourne au cauchemar : vomissement, violences, abus sexuel, noyade...



Le film se conclut par le slogan : « Boire trop. Des sensations Trop extrêmes » et renvoie vers le site d'information www.boiretrop.fr.

Le recours à cet exercice de détournement publicitaire et de mise en scène idéalisée permet de ne pas stigmatiser le public visé.

Le spot TV de 40 secondes sera diffusé du 18 juillet au 8 août sur TF1 et M6, chaînes hertziennes particulièrement regardées par les jeunes âgés de 15 à 24 ans, et sur les chaînes du câble et du satellite en affinité avec cette cible (W9, MCM, TF6, Direct8, Canal Plus...). Il fera également l'objet d'une diffusion au cinéma du 30 juillet au 2 août.

2. Des spots radio

Les spots radios reprennent le principe du spot TV de la fausse publicité pour l'alcool « Trop » en mettant en scène la soirée de Sophie, Martin et Fred sous l'emprise de l'alcool.

Les trois spots seront diffusés du 21 juillet au 24 août en métropole (Skyrock, Les Indépendants, NRJ, Fun Radio, Virgin Radio, Rires et Chansons, Le Mouv'...) et dans les départements d'outre-mer (RCI, Traces, RFO, Freedom...). La diffusion privilégiera les heures d'écoute favorites des jeunes de 15 à 24 ans, principalement entre 18 heures et minuit, assorties de passages complémentaires la nuit aux heures de « sorties de boîte ».

3. Un mini site Internet : www.boiretrop.fr

Un mini site Internet est mis en place au moment de la campagne afin de fournir une information plus complète sur l'alcool. Le site donne des explications sur ce que signifie boire trop et des informations sur ce qu'est l'alcool et comment il agit sur l'organisme. Il présente également les principaux risques.

Comme l'ensemble de la campagne, ce site reprend les codes des sites de marques d'alcool. Chaque risque est illustré à travers un cocktail à base de "Trop". Le Bloodyshot par exemple est un savoureux mélange de cinq doses d'alcool Trop,

de deux doses de provocation et d'une dose de vulnérabilité avec à la clé une dose de violence. On navigue sur le site grâce à un shaker que l'on secoue pour ouvrir les différentes pages.

Mis en ligne le 18 juillet au 18 août, ce site sera promu à travers une campagne de bannières sur internet pendant un mois notamment sur les sites communautaires (Facebook, Myspace, Skyblog), les sites vidéo (Dailymotion, Youtube) et audio (Deezer).

4. Une affiche sur les lieux de convivialité



Une affiche reprend les codes de communication des marques d'alcool pour illustrer les risques que peut entraîner une consommation excessive d'alcool.

Cette affiche illustre le risque de violence. Au premier regard, on voit une bouteille d'alcool "Trop" entourée d'un liquide sirupeux et de pastilles. En regardant mieux, on réalise que le liquide est du sang et les pastilles, des dents qui gravitent autour de la bouteille. L'affiche reprend la signature de la campagne "Violence, abus sexuels, malaises. Boire trop, des sensations Trop extrêmes". Cette affiche sera visible dans les toilettes des bars et des discothèques du 22 juillet au 4 août.

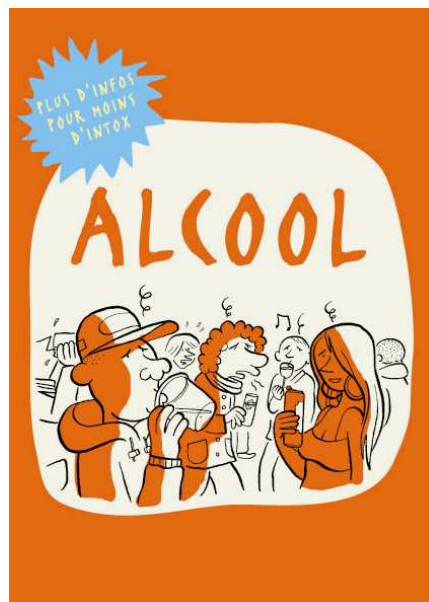
Une brochure d'information

Parallèlement à la campagne média, l'INPES diffusera une nouvelle brochure : « *Alcool, plus d'info pour moins d'intox* » qui délivre une information simple et concrète assortie de conseils :

- L'alcool, c'est quoi ?
- Un verre de vodka contient-il plus d'alcool qu'un demi de bière ?...
- Comment agit-il sur l'organisme ?
- Quels sont les risques liés à sa consommation ? Accidents de la route, rapports sexuels à risques, violence, malaises et coma éthyliques, conséquences sur la vie de tous les jours et risques pour la santé à long terme.
- Un encadré vrai/faux fait une mise au point sur les principales idées reçues autour de l'alcool.
- Des conseils pour ne pas gâcher sa soirée.

Enfin, plusieurs questions permettent aux jeunes d'évaluer leur consommation personnelle. Une liste de contacts utiles est également proposée (lignes téléphoniques, sites Internet).

Afin de faciliter la lecture du contenu informatif, la brochure est illustrée avec un humour décalé par Riad Sattouf, auteur de « retour au collège » et de « la vie secrète des jeunes ».



Cette brochure sera diffusée dès le mois de juillet notamment aux Missions locales, aux Maisons des jeunes et de la culture, aux Maisons de quartiers et aux Maisons des jeunes, aux réseaux d'information jeunesse, à l'Union des foyers et services pour jeunes travailleurs (UFJT) et aux foyers de jeunes travailleurs ainsi qu'aux auberges de jeunesse et aux mutuelles étudiantes. Elle peut également être téléchargée et commandée en ligne sur le site www.boiretrop.fr et sur www.inpes.sante.fr.

Elle sera diffusée au second semestre 2008 dans les centres communaux d'action sociale, les mairies et dans le cadre d'un partenariat avec l'Education Nationale, dans les lycées généraux, techniques et agricoles.