



## Renforcement de la lutte contre les phénomènes d'alcoolisation massive des jeunes

Jeudi 17 juillet 2008

Dossier de presse

Contact Presse – Ministère de la Santé, de la Jeunesse, des Sports et de la Vie associative  
01 40 56 40 14

# Sommaire

## I. Renforcement de la lutte contre les phénomènes d'alcoolisation massive et précoce

1. Mesure de prévention
2. Mesures législatives entourant la consommation des jeunes

## II. Lancement d'une campagne de sensibilisation des jeunes aux risques immédiats liés à la consommation excessive d'alcool

1. Un message axé sur le passage d'un acte festif à un acte dangereux
2. La campagne média

## III. Les jeunes français et l'alcool

1. Chiffres clefs
2. Les risques liés à la consommation chez les jeunes

## IV. Rappels

**Poursuivant la démarche initiée avec le plan santé des jeunes, plusieurs nouvelles mesures** ciblant spécifiquement les jeunes, seront intégrées à la loi Patients Santé Territoire qui sera présentée au parlement à l'automne. En effet, alors que le niveau de consommation d'alcool par habitant continue de diminuer en France, on note une recrudescence inquiétante de phénomènes d'alcoolisation massive chez les jeunes. Le terme anglo-saxon qualifiant cette conduite est d'ailleurs entré dans notre vocabulaire, il s'agit du « binge drinking ». Les jeunes se réunissent pour s'enivrer le plus rapidement possible. Les dommages sanitaires et les **conséquences** en termes de troubles à l'ordre public sont **particulièrement graves** et **exigent que l'on adopte des mesures de nature à protéger les jeunes**, tant sur le plan de la prise en charge médicale et de la prévention que sur celui de l'interdit.

La lutte contre les addictions et pour la santé des jeunes est un fil rouge de l'engagement politique de Roselyne Bachelot-Narquin, ministre de la santé, de la Jeunesse, des Sports et de la Vie associative.

**L'aspect pédagogique** doit être mis en avant, notamment auprès des adolescents, **avant la première consommation.**

L'évolution de la consommation alcoolique conduit à développer trois types d'actions : la prévention, l'interdiction et le soin. Ces politiques se mènent de front, en cohérence. C'est pourquoi **il faut montrer les dangers sanitaires et sociaux de ces comportements qui peuvent être présentés comme festifs et amusants.**

C'est le sens de la **campagne média** que la ministre a commandé à l'INPES (Institut National de Prévention et d'Education pour la Santé).

## **I. Renforcement de la lutte contre les phénomènes d'alcoolisation massive et précoce**

### **★ Interdiction de la vente d'alcool aux mineurs**

Il s'agit **d'interdire l'offre dans les lieux publics et la vente de toute boisson alcoolique** (débits de boisson à emporter et débits de boisson à consommer sur place) **aux mineurs**. Cette interdiction devrait faire l'objet d'une campagne d'information au niveau national.

Actuellement, 80% de l'alcool consommé provient des débits à emporter (épiceries, grandes surfaces, magasins de spiritueux...).

Cette mesure clarifiera la situation puisque jusqu'à présent l'autorisation de vendre de l'alcool aux jeunes variait selon le type d'alcool et le lieu de vente. Pas de restriction pour l'alcool vendu dans les débits à emporter. Autorisation de vente dans les bars pour les boissons appartenant au deuxième groupe : cidre, bière etc...

### **★ Interdiction de la vente au forfait et de l'offre à volonté de boissons alcooliques**

Il s'agit d'interdire la pratique des « open bars ».

Cette vente d'alcool au forfait (en général des boissons à volonté pour une entrée payante) est souvent permise par le financement des alcooliers notamment lors des soirées étudiantes.

### **★ Interdiction de la consommation d'alcool sur la voie publique à proximité des établissements scolaires**

La consommation d'alcool est aujourd'hui légale sur la voie publique. Cette mesure vise la proximité des établissements publics. Elle est portée avec Xavier Darcos, ministre de l'éducation nationale.

## II. Lancement d'une campagne de sensibilisation des jeunes aux risques immédiats liés à la consommation excessive d'alcool

### ★ Un message axé sur le passage d'un acte festif à un acte dangereux

#### Objectif

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 les dissuader de se retrouver dans des situations d'ivresses répétées.

#### Moyens

- **Réaliser une campagne publicitaire en détournant les codes publicitaires classiques** des boissons alcoolisées et des « softs drinks » pour adopter un ton décalé apprécié et répandu chez les jeunes : ils sont mis en scène dans un univers « paradisiaque » qui vire au cauchemar après qu'ils aient trop bu.
- **Adopter un ton qui n'est pas moralisateur.** Aux yeux du public jeune, un discours explicite a plus de chance d'être entendu. Le recours à cet exercice du détournement publicitaire et de la mise en scène idéalisée permet de ne pas stigmatiser le public visé.
- **Jouer sur l'ambivalence de l'alcool qui peut être un produit festif tout en étant dangereux.** Produit festif, symbole de convivialité et d'hédonisme, composante incontournable de notre culture et de notre économie, l'alcool est aussi source de surmortalité et de sur morbidité dans les cas les plus graves, mais aussi d'accidents de genre divers.
- **Présenter au moment où la fête tourne court, une fausse marque d'alcool créée pour l'occasion et dont le nom, « TROP »** détourne les codes publicitaires et vante au **second degré** ses mérites. Elle renvoie directement au mode de consommation des jeunes, notamment le « binge drinking » et la signature publicitaire choisie est : « **Boire trop : des sensations trop extrêmes** »

## Descriptif de la campagne

- **La campagne télévisée** : de nombreux clichés sont utilisés : un soleil couchant, une **plage idyllique**, une musique entraînante, une bande de jeunes gens beaux et « cools », avant que le rêve ne tourne au cauchemar : **vomissement, violences, abus sexuel, noyade...**

Le spot TV de 40 secondes sera diffusé du **18 juillet au 9 août** sur TF1 et M6, chaînes hertziennes particulièrement regardées par les jeunes âges 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 pendant l'été.



- **La campagne 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, assortis de **passages complémentaires la nuit aux heures de « sorties de boîte »**.

- **Un site Internet** : [www.boiretrop.fr](http://www.boiretrop.fr) 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 « boire trop » implique : les conséquences sur l'organisme** et les principaux risques qui découlent d'une consommation excessive. Il sera actif à partir **18 juillet pour un mois** et sa promotion sera assurée à travers une campagne de bannières sur internet notamment sur les sites privilégiés des jeunes : **Facebook, Myspace, Skyblog, Dailymotion, Youtube, Deezer**.
- **Une brochure d'information** intitulée « *Alcool, plus d'info pour moins d'intox* » délivre une information simple et concrète assortie de conseils : elle sera distribuée dans les principaux réseaux s'occupant de jeunes : (les différentes maisons de jeunes, auberges de jeunesse etc..) Au second semestre, un partenariat avec l'éducation nationale permettra de diffuser la brochure dans les lycées.

### III. Les jeunes français et l'alcool

- ★ **Les chiffres clefs de l'alcool chez les jeunes** *Passage d'un usage de « l'alcool convivial » à un « alcool défoncé ».*

#### Sociologie de la consommation des jeunes:

- ⇒ **A 17 ans, l'alcool est la substance psycho active la plus consommée.**
- ⇒ **Consommation régulière d'alcool:** 11% des jeunes âgés de 17 ans déclarent boire régulièrement de l'alcool.
- ⇒ **Consommation d'alcool le weekend avec des amis** plutôt que la semaine en solitaire chez les jeunes de 17 ans.
- ⇒ **Lieux de consommation privilégiés:** domicile (privé, ami ou parental) et débits de boissons (bars, pubs puis discothèques) sont cités avant les lieux publics ouverts, l'école arrive ensuite.
- ⇒ **Consommation régulière et croissante d'alcool plus importante dans les milieux socio-économiques plus élevés. (ressources financières)**
- ⇒ **Consommation régulière et croissante d'alcool plus importante dans les familles où les deux parents ne vivent pas ensemble, ou dans lesquelles les enfants sont séparés des parents (internats)**

Ces données proviennent de la dernière enquête **ESCAPAD** (enquête sur la santé et les consommations lors de l'appel de préparation à la défense, 2005)

#### Augmentation des ivresses graves nécessitant une hospitalisation:

- ⇒ **Augmentation d'environ 50% des hospitalisations chez les moins de 15 ans** pour ivresse entre 2004 et 2007.
- ⇒ **Augmentation d'environ 50% des hospitalisations chez les jeunes âgés de 15 à 24 ans** pour ivresse entre 2004 et 2007.

#### Augmentation des ivresses répétées :

- ⇒ elles concernaient **19,2%** des jeunes en 2003 contre **26%** en 2005.
- ⇒ **57%** des jeunes de 17 ans déclarent avoir été **ivres au cours de leur vie.**
- ⇒ **49%** l'ont été au **cours des douze derniers mois.**
- ⇒ **Un jeune de 17 ans sur 10, a été ivre au moins dix fois au cours des douze derniers mois.**
- ⇒ **Ivresses répétées moins importantes que chez les jeunes voisins européens.**
- ⇒ **Ivresses masculines.** Les garçons sont presque trois fois plus nombreux que les filles à avoir connu au moins 10 ivresses dans l'année.

#### Première cause de décès chez les jeunes hommes en Europe.

## ★ Risques liés à la consommation d'alcool chez les jeunes

**Perception du risque assez faible mais plus élevées que chez les autres 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 européenne (World drink trends 2005, Oxford World Advertising Research Center, 2005)

**Attitude de déni chez les étudiants :** ils affirment avoir une maîtrise suffisante de la situation pour pouvoir arrêter l'usage de l'alcool quand ils l'auront décidé. (Rapport d'information sur la santé et la protection sociale des étudiants n°3494)

**Lien entre la consommation d'alcool chez les jeunes et la consommation à l'âge adulte :** 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.**

- **Accidents de la route :**

**Première cause de mortalité chez les 15-24 ans.** (27% des tués sur la route)

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) (baromètre santé 2005 INPES)

En 2006, **21,8 % des conducteurs âgés de 18 à 24 ans impliqués dans des accidents de la route mortels présentaient une alcoolémie illégale** (ESCAPAD, OFDT, Mai 2007)

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.**

**Première cause de mortalité tout âge confondu la nuit, le weekend.** 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%. (La Sécurité routière en France : bilan de l'année 2006, la documentation française, 2007)

- **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 2006 auprès de 6 993 écoliers âgés de 13 à 17 ans rapporte que 20% de ces adolescents ayant une consommation à risque (au moins deux états d'ivresse au cours du mois et une consommation d'alcool pratiquement tous les mois) sont également les plus exposés à la violence physique. (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).

- **Risques sanitaires et sociaux**

- **Rapports sexuels à risque** : le pouvoir désinhibant de l'alcool et la modification des comportements qui en découlent, 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 citée, les adolescents présentant une consommation problématique d'alcool ont **quatre fois plus de rapports sexuels à risque que les autres**.

- **Risques de coma éthylique** : faute de soins, cette perte de connaissance peut mener à la mort.

- **Conséquences sur les études ou le travail** : à plus long terme la consommation excessive peut avoir des conséquences néfastes y compris sur l'entourage familial et amical.

## IV. Rappels

### **Plan santé des jeunes**

La santé des jeunes est un des fils rouges de l'engagement de Roselyne Bachelot-Narquin, ministre de la Santé, de la Jeunesse, des Sports et de la Vie associative. Plusieurs mesures visant à mieux protéger la santé des jeunes, principalement de 16 à 25 ans, tout en répondant à leur besoin d'autonomie et de responsabilité ont déjà été adoptées ces derniers mois.

### **Prise en charge médicale**

Roselyne Bachelot-Narquin a signé, cette année, une **circulaire permettant « d'ouvrir » les « consultations jeunes consommateurs »** des centres de soins d'accompagnement et de prévention en addictologie (CSAPA), **aux jeunes patients ayant des problèmes d'ivresse répétées**. Ces consultations permettent une prise en charge spécifique.