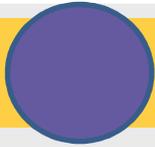


# ALCOOL ET JEUNES

## Les mesures les plus efficaces



### 1. Alcool et jeunes: quelques données incontournables

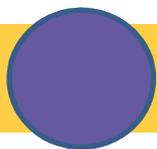
### 2. Les mesures les plus efficaces:

- Les mesures « structurelles » les plus efficaces
- Les mesures de prévention les plus efficaces

### 3. Éléments méthodologiques

1

## Quelques données clés...



## Consommations d'alcool chez les jeunes de 17 ans

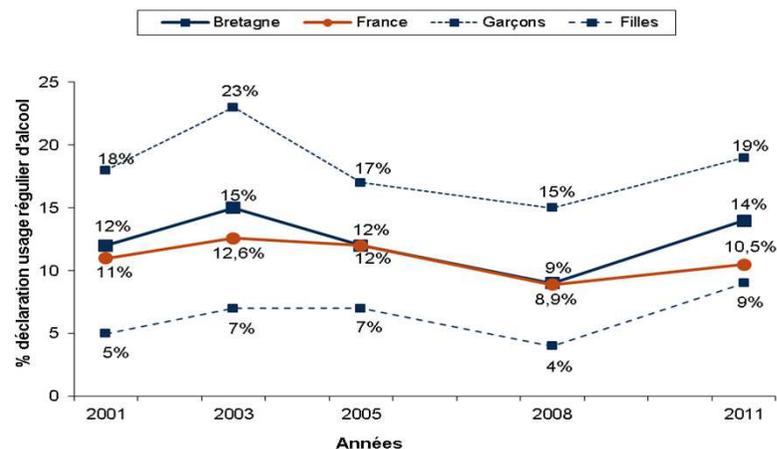
- Une recrudescence de l'usage régulier\*\* d'alcool en 2011, chez les filles et les garçons
- L'ivresse régulière\* à 17ans : une pratique 2 fois plus fréquente en Bretagne qu'en France

\* 10 épisodes de consommation d'alcool au cours des 30 derniers jours

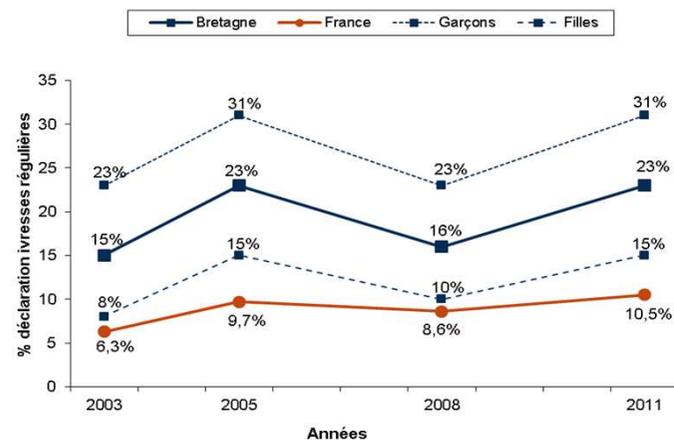
\*\*Ivresse au moins 10 fois au cours des 12 derniers mois

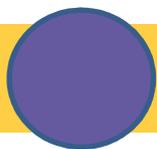
Source : OFDT ESCAPAD (2002-2011), exploitation ORS Bretagne

### Evolution de la consommation régulière d'alcool à 17 ans selon le sexe en Bretagne et en France



### Evolution de l'ivresse régulière à 17 ans en Bretagne et en France





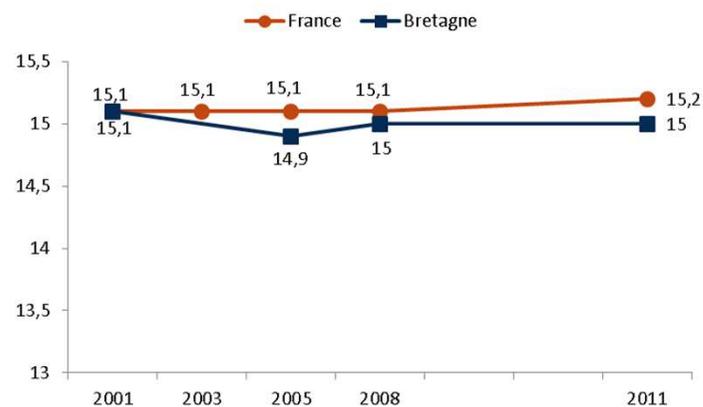
## Consommations d'alcool chez les jeunes de 17 ans

- Une stabilité de l'âge de l'expérimentation de l'ivresse : 15 ans
- Des consommations ponctuelles intensives\* en forte augmentation, notamment chez les jeunes bretonnes

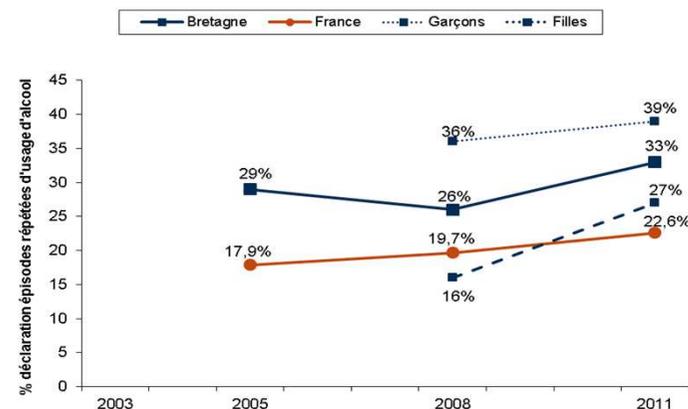
\* 5 verres d'alcool en une seule occasion, 3 fois dans le mois

Source : OFDT ESCAPAD (2002-2011), exploitation ORS Bretagne

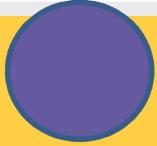
### Evolution de l'âge de l'expérimentation de l'ivresse



### Les consommations ponctuelles intensives à 17 ans en Bretagne et en France

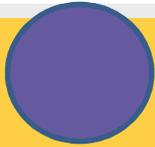


Source : OFDT-ESCAPA (2001-2011), exploitation ORS Bretagne



## Éléments explicatifs: un ensemble de facteurs plus ou moins déterminants

- **Facteurs liés aux pratiques festives** (plaisir, convivialité, lien social...)
  - **Facteurs familiaux** (consommations des parents, relations intrafamiliales, styles parentaux...)
  - **Facteurs sociaux et culturels** (normes sociales, influence des pairs, représentations liées à l'alcool...)
  - **Facteurs économiques:** publicité et marketing
  - **Facteurs psychologiques** (adolescence et recherche de sensation / interdit / prise de risque / souffrance psychique...)
- *Les actions les plus efficaces sont celles qui agissent sur l'ensemble des déterminants (dispositifs à composantes multiples)*



## Principaux risques liés aux consommations excessives

- Risques routiers
- Agressions et violence
- Risques pour la santé (chocs, traumatisme, IEA...)
- Risques sexuels
- Infractions, délinquance
- Nuisances sur l'espace public
- Effets sur le cerveau en construction de l'adolescent
- Risque de dépendance
- Poly-consommations
- Suicide
- Absentéisme scolaire / professionnel
- Problèmes familiaux
- ...

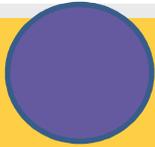
2

## Les mesures les plus efficaces



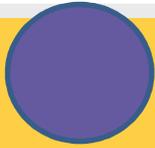
## Mesures structurelles les plus efficaces

1. Sécurité routière
2. Limitation du marketing
3. Mesures visant à limiter l'accès à l'alcool
4. Prévention situationnelle



## Mesures de sécurité routière

- **Constats:**
  - Risque d'accident accru dès que le taux du conducteur est positif (même faible)
  - Jeunes = premières victimes des accidents de la route
- **Mesures:** taux d'alcoolémie maximum autorisé le + bas possible, contrôles routiers, permis progressif (USA, Canada)
- **Efficacité +++**
- **Conditions:**
  - Contrôles policiers réguliers et visibles (les conducteurs doivent percevoir le risque de se faire contrôler comme étant élevé)
  - Campagnes de communication (acceptabilité sociale)
  - Sanctions adaptées (retrait de permis plutôt que prison, immédiateté de la sanction, programmes thérapeutiques pour récidivistes...)  
*(Exemple: modules alcool / alternatives aux poursuites)*
- **NB: programmes « conducteur désigné » = controverse**



## Mesures visant la limitation du marketing et de la publicité

### ➤ **Constats:**

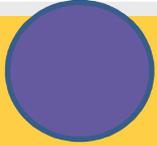
- Jeunes = cible privilégiée du marketing de l'alcool
- Efficacité démontrée de la publicité (relation « dose-effet ») auprès des jeunes
- Touche les jeunes adultes comme les mineurs

### ➤ **Réglementation du marketing** = mesure efficace et efficiente

### ➤ **Condition:** mécanisme de contrôle et sanction (auto-régulation par les entreprises inefficace)

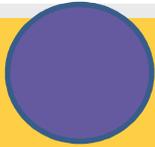
### ➤ **Limites :**

- Moyens financiers de l'industrie de l'alcool
- Efficacité des techniques de marketing (promotion via les réseaux sociaux, utilisation des codes de la jeunesse, ton décalé, humour, glamour...)



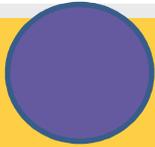
## Augmentation des prix de l'alcool

- **Constat:** plus l'alcool est accessible, plus sa consommation augmente.
- **Politique de prix** = une des mesures les plus efficaces, notamment chez les jeunes et les gros buveurs.
- **Limites:** difficulté à fixer le prix idéal, développement possible d'un marché parallèle, mesure mal perçue par le grand public, opposition du secteur marchand...
- **Condition:** doit s'accompagner d'actions de sensibilisation / communication à destination du grand public.



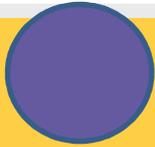
## Encadrement réglementaire de la vente d'alcool

- **Interdiction partielle ou totale de l'alcool** (en certains lieux ou lors de certains événements)
  - Réduction des méfaits liés à l'alcool (nuisances, violences...)
  - Mesure bien perçue par le grand public
- **Restriction des points de vente et des heures d'ouverture**
  - Constat: lien entre la densité des points de vente et l'ampleur des problèmes
  - Mesure réduisant les méfaits liés à l'alcool
  - Particulièrement efficace chez les jeunes
- **Fixation d'un âge minimum requis pour acheter de l'alcool**
  - Diminution des quantités d'alcool consommées par les jeunes
  - Diminution des accidents de la circulation
  - Condition: doit s'accompagner de mécanismes de contrôles et de sanction
- **Remarque:** efficacité du monopole d'Etat sur la vente d'alcool
- **Exemple: arrêtés municipaux dans plusieurs communes bretonnes**



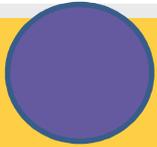
## Mesures de prévention situationnelle

- **Constat:** influence de l'environnement immédiat sur les consommations d'alcool (accessibilité, ambiance...)
- **Prévention situationnelle** = mesures visant directement le contexte de consommation
  - *Formation des professionnels de la nuit*
  - *Mesures de sécurité publique*
  - *Interventions ciblées en direction des consommateurs*



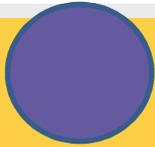
## La formation des personnels de la nuit

- **Public cible:** gérants d'établissements, serveurs, barmen...
- **Constat:** influence des professionnels sur la consommation de la clientèle
- **Objectifs:**
  - Rappel de la loi ( interdiction de vente d'alcool aux mineurs, aux personnes en état d'ébriété...)
  - Sensibilisation à une « attitude responsable »
  - Aide à la gestion des situations difficiles (violence, ivresse...)
- **Conditions:**
  - Partenariat avec l'industrie de l'hôtellerie et de la restauration
  - Mise en place, en parallèle, d'un mécanisme de contrôle et de sanction
  - Perspective de sanctions fortes pour les contrevenants (perte de Licence, fermeture...)
  - Mesure devant être pérennisée (fort « turn-over » dans le secteur)
- **Mesure à effet limité** mais potentiellement efficace si articulée à d'autres.
- Programme québécois « Action service. Pour un service responsable des boissons alcooliques »



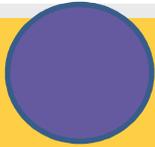
## Mesures de sécurité publique

- **Prévention situationnelle nocturne** (présence des forces de l'ordre dans le contexte de consommation) = facteur limitant les débordements
- **Condition:** cibler les lieux les plus à risques
- **Autres mesures:** dispositifs d'éclairage nocturnes, vidéosurveillance...



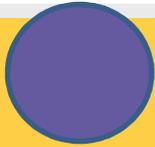
## Interventions ciblées en direction des consommateurs

- **Présence sociale (adulte ou pairs)** sur le contexte de consommation
- **Efficacité:** non encore établie par la littérature (impossibilité d'évaluer les impacts en terme de modifications de comportement)
- **Pertinence:**
  - Mesure permettant d'atteindre un public spécifique (jeunes qui fréquentent l'espace public)
  - Effets en termes de réduction des risques
- **Limite:** ne touche pas les jeunes qui consomment dans l'espace privé (limite de la prévention situationnelle en général)
- **Exemple: dispositif rennais « Noz'ambule »**
  - Dispositif adapté pour atteindre le public cible
  - Approche de prévention bien reçue par les publics
  - Bonne mémorisation de certains message de réduction des risques



## Limites et conditions d'efficacité des mesures structurelles

- **Des mesures devant être complétées par:**
  - Des dispositifs adaptés de contrôles et de sanctions destinés à veiller à leur application
  - De mécanismes d'information et de sensibilisation visant leur compréhension et leur acceptation par le grand public
- **Limites:**
  - Effet limité d'une mesure isolée et ponctuelle
  - Reposent sur la contrainte, la menace... (« peur du gendarme »)
  - Peu d'effet sur les déterminants psycho-sociaux
- **Conditions:**
  - Etre associées à des mesures de prévention
  - Etre intégrées à des dispositifs à composantes multiples
  - S'inscrire dans la durée



## Les mesures éducatives et la prévention: critères d'efficacité

- **Définition de la prévention:** l'ensemble des démarches visant à intervenir en amont d'un problème de manière à en empêcher sa survenue ou à en limiter les conséquences

- **10 critères d'efficacité** identifiés dans la littérature:

1. Ne pas se contenter de transmettre un savoir
2. Communiquer à travers des messages adaptés
3. S'inscrire dans une démarche de promotion de la santé
4. S'inscrire dans la durée
5. Intervenir à différentes étapes de la vie des jeunes et en fonction de la population concernée
6. Articuler interventions universelles et interventions individuelles
7. S'adresser aux jeunes de manière adaptée
8. Impliquer les jeunes dans l'élaboration, la mise en œuvre et l'évaluation du projet
9. Agir en direction des familles
10. S'intégrer à un dispositif à composantes multiples

# 1

## Ne pas se contenter de transmettre un savoir

- **Transmission des connaissances:** ne suffit pas à faire changer les comportements (*condition nécessaire mais pas suffisante*)
- **Nécessité de viser d'autres objectifs** (ex: modifications des déterminants psycho-sociaux...)
- **Des approches « pédagogiques »** encore à inventer...

## 2

## Communiquer à travers des messages adaptés

- A. Recourir aux émotions de manière bien dosée
- B. Cibler les populations concernées et partir de leurs connaissances
- C. Orienter vers des solutions concrètes
- D. Utiliser les outils du « contre-marketing »

*Exemple: campagne INPES « Boire trop, des sensations trop extrêmes »*

### 3

## S'inscrire dans une démarche de promotion de la santé

- **Approche globale:** visant l'ensemble des déterminants de la santé:
  - *Facteurs socio et environnementaux (accessibilité de l'alcool, situation sociale et familiale, pression des pairs...)*
  - *Facteurs individuels (facteurs de risque et facteurs de protection...)*
- Intégrer des interventions visant l'amélioration des **compétences psycho-sociales**
- Intégrer des interventions visant la **modification du milieu de vie** (milieu familial, milieu scolaire..)

*Exemple : programme « Life Skills Building », Etats-Unis.*

# 4

## S'inscrire dans la durée

- **Inefficacité** des actions limitées dans le temps.
- **Deux pré-requis:**
  - L'existence de financements durables
  - La pérennisation des programmes de prévention
- **Viser l'intégration** du programme dans le projet de base d'un organisme porteur

# 5

## Intervenir à différentes étapes de la vie des jeunes et en fonction de la population concernée

- **Les besoin de prévention varient** en fonction du stade de développement de l'enfant, de l'adolescent et du jeune adulte
- Des interventions doivent être menées **à chaque étape de l'évolution des jeunes** (sur la durée du parcours scolaire par ex.)
- Les interventions doivent être **adaptées au public concerné** (âge, expérience de consommation, sexe...)

*Exemple: parcours « santé-addictions », département du Morbihan*

# 6

## Articuler interventions universelles et interventions individuelles

### Constats:

- Interventions individuelles généralement mal accueillies par les jeunes, qui préfèrent les actions collectives.
- Nécessité de combiner interventions universelles et interventions plus ciblées en direction des jeunes les plus à risques.
- **Efficacité +++ du RPIB** (repérage précoce et intervention brève) et des **entretiens motivationnels**

- Intégrer aux actions un **dispositif de repérage et d'orientation**
- Se donner comme objectif **d'inciter les jeunes les plus à risques d'accepter une démarche de prévention individuelle**
- **Diffuser systématiquement de l'information sur les ressources d'aide possible.**

Ex: DEP-ADO, Québec

# 7

## S'adresser aux jeunes de manière adaptée

- Partir des besoins des jeunes, leurs motivations et leurs représentations
- Tenir compte des avantages (plaisir...) et des risques liés aux consommations
- Apporter une information scientifiquement exacte
- Viser la réduction des risques plus que l'abstinence
- Proposer des alternatives ayant un bénéfice immédiat
- Ne pas être moralisateur
- Privilégier la qualité de la relation
- Favoriser les méthodes interactives et expérientielles

# 8

## Impliquer les jeunes dans l'élaboration, la mise en œuvre et l'évaluation du projet

- Impliquer les publics cibles = doit devenir un « réflexe »
- Nécessiter de reconnaître et valoriser les compétences des jeunes, de leur faire confiance (repenser nos logiques d'intervention)
- Efficacité reconnue des démarches de prévention par les pairs (sous certaines conditions)
- Attention aux démarches « pseudo-participatives »

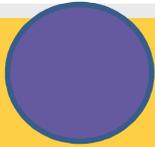
- **Parents = premiers acteurs de prévention** (influence du style parental sur les consommations d'alcool des jeunes).
- **Efficacité +++** de certains programmes impliquant les familles (*ex: programme de visite en milieu familial, interventions visant le renforcement des compétences parentales ou l'amélioration des relations intrafamiliales, thérapies familiales...*)
- **Conditions d'efficacité:**
  - Pérenniser les programmes
  - Communiquer autour des programmes (implication des médias, information en milieu professionnel..)
- **Acteurs de la petite enfance:** des acteurs « cachés » de prévention
- **Limite:** difficultés à atteindre les parents les plus concernés

*Exemple 1: Family Skills Building (USA)*

*Exemple 2: CAPEDEP (Ile-de-France)*

- **Efficacité +++** des dispositifs multi-composantes
- **Exemple:** actions en milieu scolaires + actions visant les parents + actions à destination des débits de boisson...
- **Mobilisation de multiples acteurs** (éducation, répression, soins, industrie de l'alcool...)
- **Programmes particulièrement pertinent à échelle locale**

*Exemple: Projet STAD (Suède)*



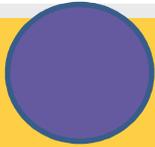
## Critères d'inefficacité / effets iatrogènes

### Attention aux:

- Actions qui visent uniquement la **transmission d'information**.
- Sessions sont animées par des **intervenants perçus comme non crédibles** par les jeunes.
- Sessions animés par des **intervenants peu expérimentés**
- Interventions sont organisées en **réponse à une crise**.
- Interventions reposant sur des messages faisant **uniquement appel à la peur**, ou exagérant les risques encourus.



## Eléments méthodologiques



## Éléments méthodologiques

- Mobiliser **l'ensemble des acteurs**
- Constituer des **partenariats solides** (objectifs partagés, rôle de chacun clairement délimité, engagement fort...)
- Installer une infrastructure de **coordination et de suivi** (personne en charge)
- Viser un **financement durable** (insertion dans le projet d'un organisme porteur)
- S'assurer de disposer d'une **assise théorique** détaillée (littérature)
- S'assurer des **compétences des acteurs** (formations)
- Adopter une démarche projet: **cycle du projet** bien conçu et **intégrant les jeunes à chaque étape** : état des lieux, conception, mise en œuvre, évaluation et diffusion

**L'ALCOOL:  
UN PROBLÈME DE SOCIÉTÉ NÉCESSITANT  
UNE RÉPONSE COORDONNÉE DE L'ENSEMBLE DE LA SOCIÉTÉ**

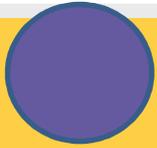
**La littérature plaide en faveur:**

... de programmes à composantes multiples articulant mesures structurelles et mesures de prévention

...de programmes pérennes, inscrits dans la durée

... de programme coordonnant le travail d'un vaste ensemble d'acteurs

... d'actions menées à échelle locale



<http://www.cirdd-bretagne.fr>

- Faits et chiffres
- Politiques publiques
- Actualités
- Publication
- Appels à projet
- Annuaire des acteurs...