

## L'alcool et les jeunes

### Boires et déboires 1<sup>ère</sup> partie

LE COMITE REDACTIONNEL DE ZAP A DECIDE DE CONSACRER 2 NUMEROS AU TRES IMPORTANT THEME DE L'ALCOOL CHEZ LES JEUNES. VOUS TROUVEREZ DANS CETTE REVUE UN ETAT DES LIEUX GENERAL DES DETERMINANTS DE LA CONSOMMATION CHEZ LES JEUNES, DE LEURS NIVEAUX ET PRATIQUES DE CONSOMMATION. ZAP 4 ABORDERA LES RISQUES ET CONDUITES A TENIR EN FONCTION DE L'AGE.



L'alcool accompagne la vie des français, de leur naissance aux anniversaires, mariages et autres événements personnels et professionnels qui sont autant d'occasions de trinquer. Le sport et les études ne sont pas épargnés par ces pratiques : on inonde de champagne un champion du Tour de France et les alcooliers proposent aux étudiants des parrainages pour leurs soirées. L'alcool est facilement disponible, dans les cafés et les supermarchés, voire dans le bar familial. L'initiation elle-même peut être faite dans la famille ou par les copains. Le caractère festif, convivial, créatif de lien social de l'alcool est implicite, culturel. C'est l'abstinence qu'il faut parfois justifier : *"tu ne bois pas, tu es malade ?"*, *"allons, au moins un verre, j'ai débouché un grand cru pour toi !"*. Effacés derrière des arguments économiques, des lobbies pèsent sur la santé publique et tentent de grignoter les lois protectrices.

Totem et tabou, plaisir et dépendance, envie et déni, l'alcool est au carrefour d'effets, d'images et d'intérêts multiples. Si la consommation générale est en baisse chez les adultes comme chez les jeunes, chez ces derniers l'augmentation des ivresses inquiète.

Faut-il alors interdire, réprimer, informer, éduquer au bien boire ?

Comme souvent dans le cadre de la prévention, la nuance prime, et les attitudes tranchées sont à consommer avec modération...

**Membres du comité rédactionnel :**  
Conseil Général, DDASS, Education Nationale, FCPE, Gendarmerie nationale, Jeunesse et Sports, Justice, Mutualité Française, Police

**Rédaction :**  
CODES 06  
Pour toute information :  
Dr Corinne Roehrig  
04 93 18 80 78

Vous avez des suggestions de thèmes ou des questions pour ZAP ?  
Faites en part au comité rédactionnel sur  
dss-sds@cg06.fr

## >Sommaire

1 >Edito 2 >Alcool : une veille scientifique rigoureuse >Une consommation générale en baisse >Alcool, un vocabulaire qui évolue 3 >Adolescents : consommation régulière en baisse, ivresses en hausse >Chez les plus jeunes : enquête HBSC 2006 4 >Les jeunes européens face à l'alcool 5 >Profils de consommateurs, usage à risque et facteurs de vulnérabilité 6 >Zoom : Prémix, influences des alcooliers et lois.

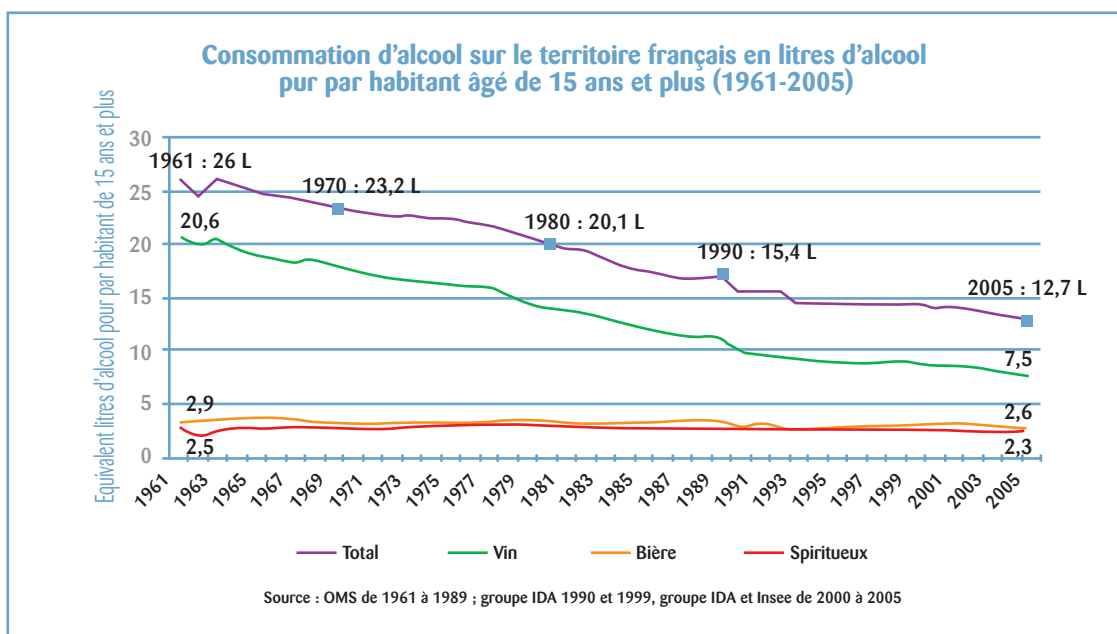
## → Alcool : une veille scientifique rigoureuse

Les niveaux de consommation des jeunes, français et européens, sont aujourd'hui précisément déterminés par plusieurs enquêtes validées, en France, sous la responsabilité de l'Observatoire Français Drogues et Dépendances (OFDT), de l'Institut National de la Santé et de la Recherche Médicale

(INSERM), de l'Institut National d'Éducation pour la Santé (INPES).

Ces études, reproduites à intervalles réguliers, sur des échantillons de population comparables, permettent de mesurer les évolutions des consommations et des pratiques de consommation.

## → Une consommation en population générale en baisse depuis 1961



Depuis les années 60, la consommation d'alcool en France a fortement diminué. Au début des années 1960, la consommation d'alcool par habitant âgé de 15 ans et plus s'établissait à 26 litres d'alcool pur. Quarante ans plus tard, cette consommation a été divisée par deux. Ce mouvement se poursuit : entre 1990 et 2005, la consommation d'alcool sur le territoire français a baissé 18 %.

## → Alcool : un vocabulaire qui évolue

**“Ivresse”** : manifestation de l'intoxication alcoolique, elle entraîne des modifications physiologiques, psychologiques et comportementales. La notion d'ivresse ne peut pas être directement corrélée au taux d'alcool dans le sang, au regard des différences de réactions individuelles par rapport à l'alcool.

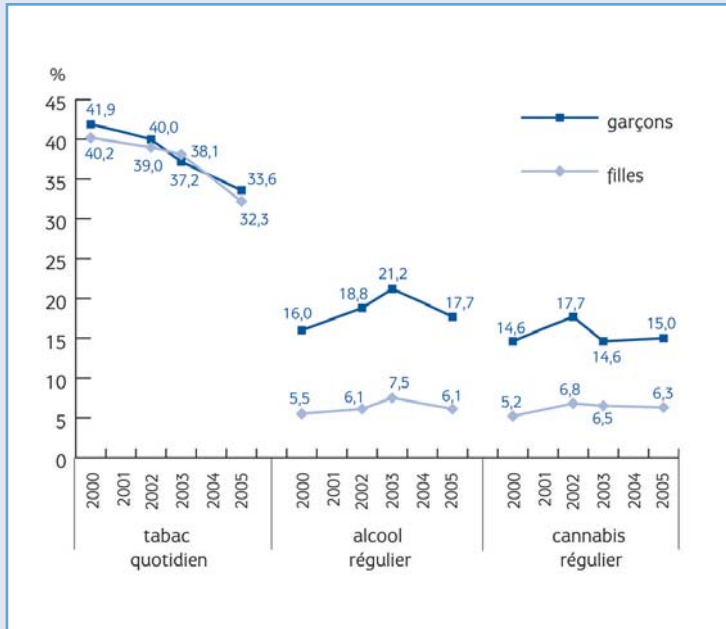
**“Binge drinking”** : littéralement, “binge” veut dire beuverie. Il désigne une consommation compulsive et excessive d'alcool qui n'a d'autre but que la recherche d'ivresse brutale. En France, on parle “d'alcool défoncé” ou de “biture express”. Cette

pratique correspond à l'absorption rapide de plus de cinq unités d'alcool en une fois.

**“NBAA (Nouvelles Boissons Alcoolisées Aromatisées)”** : terme mis au point par la Fédération Française des Spiritueux, il regroupe les RTD (Ready To Drink) suivants :

- les **PREMIX** ou **ALCOOPOPS**, boissons alcoolisées, aromatisées et sucrées (cf. “Zoom”)
- les **“Malternatives”**, boissons aromatisées à base de bière

## → Adolescents : consommation régulière en baisse, ivresses en hausse



L'enquête nationale ESCAPAD 2005<sup>1</sup> s'appuie sur les réponses de 29.393 jeunes âgés de 17 ans, interrogés lors de la journée d'appel. Elle met en évidence que l'usage régulier d'alcool (au moins dix fois dans le mois) est en diminution depuis 2003, en particulier parmi les garçons, alors que les ivresses régulières (au moins dix dans l'année) apparaissent en hausse, passant de 6,7% à 9,7% sur la même période. L'augmentation du nombre de buveurs réguliers est très nette entre 16 et 18 ans : c'est plutôt "la traduction de l'évolution vers une consommation adulte que l'annonce d'un mode de consommation excessif ou alarmant"<sup>2</sup>. Une courbe à surveiller dans les prochaines années...

### :: Ivresses, binge drinking et boissons consommées à 17 ans

En 2005	A déjà été ivre au cours de sa vie	A été ivre dans les 12 derniers mois	A été ivre au moins 10 fois dans ces 12 derniers mois
	56,6 %	49,2 %	9,7 %

Le "binge drinking", est en France, comme l'ivresse, un comportement très masculin : 55,7% des garçons contre 35,5% des filles l'ont expérimenté au moins une fois, 3,6% contre 0,7% au moins dix fois. Les bières et les prémix sont les boissons favorites des jeunes, devant les alcools forts. Le vin arrive en 6<sup>ème</sup> position.

## → Chez les plus jeunes : enquête HBSC<sup>3</sup> 2006

Ménée tous les quatre ans dans une quarantaine de pays européens, l'enquête Heath Behavior in School age Children (HBSC) concerne les enfants de 11, 13 et 15 ans et permet de décrire leurs comportements de santé, dont les consommations de produits psychoactifs. Elle a porté en France en 2006 sur 7.000 élèves scolarisés.

#### Pour l'alcool :

■ Il reste le produit expérimenté le plus tôt : à 11 ans, 59% déclarent en avoir déjà bu (alors qu'ils sont seulement 8% à avoir déjà fumé une cigarette)

- à 15 ans, 80% des jeunes déclarent en avoir consommé
- à 15 ans, 60% des jeunes ont bu dans le mois écoulé
- à 15 ans, 1 garçon sur 5 et 1 fille sur 8 ont été ivres dans le mois écoulé
- les boissons consommées sont principalement à caractère sucré (cidre, bière, champagne, prémix)

## → Les jeunes européens face à l'alcool<sup>4</sup> : premier produit expérimenté, consommation régulière et ivresse ne sont pas toujours parallèles.

L'enquête ESPAD (European School Survey on Alcohol and Other Drugs) est une enquête transversale en milieu scolaire menée dans 30 pays européens sur la base d'un questionnaire commun centré sur les usages, attitudes et opinions relatifs aux substances psychoactives.

En France, un échantillon de plus de 16 000 élèves âgés de 12 à 18 ans et scolarisés au sein de 400 établissements du second degré (collèges et lycées des secteurs public et privé) a été interrogé. Menée pour la première fois en France en 1999, ESPAD suit un rythme quadriennal. Les résultats 2003 peuvent être mis en perspective avec les données recueillies lors de l'étude précédente mais également avec une enquête menée par l'Inserm en 1993. Il devient ainsi possible de retracer l'évolution de plusieurs consommations au cours de la dernière décennie.

D'une manière générale, **la dernière enquête ESPAD<sup>5</sup> montre que l'alcool vient en première position des substances expérimentées par les jeunes européens, un constat identique chez les filles et les garçons.** Le produit est présent dans toutes les cultures européennes. A 16 ans, 89% des jeunes européens déclarent avoir déjà consommé de l'alcool au moins une fois : cette première expérience est une initiation, il s'agit de "goûter".

Après cette expérimentation, l'analyse des modèles de consommation, très divers, est essentielle pour l'appréciation des conduites d'alcoolisation des jeunes et l'élaboration de réponses adaptées.

En moyenne, **7% des jeunes européens ont une consommation "régulière" d'alcool**, c'est-à-dire qu'ils en ont bu au moins 10 fois durant les 30 derniers jours. Dans 10 pays (dont la Finlande, l'Islande, la Norvège, la Suède et la Roumanie), moins de 5% des jeunes atteignent ce niveau de consommation. Dans 5 pays (Danemark, Irlande, Malte, Royaume-Uni et Pays Bas), cette proportion est triplée. **En France, 8% des jeunes de 16 ans consomment régulièrement.**

Plus de la moitié des Européens (61%) de 16 ans ont été ivres au moins une fois dans leur vie. Cette proportion est particulièrement élevée au Danemark (89%), en Finlande, au Royaume-Uni, en Lituanie et en Irlande (entre 72 et 76%). Elle est en revanche faible au Portugal (36%) et à Chypre (32%). La France, avec 46%, est à un niveau inférieur à la moyenne européenne.

Le pourcentage de jeunes qui ont été ivres au moins trois fois et plus est en moyenne de 10%, avec de gros écarts. Elevé au Danemark 30%, Royaume Uni 24%, faible en Italie et en Grèce avec 3%. La France avec 6% est au dessous de la moyenne européenne.

On peut observer 4 familles de "consommateurs et consommations". Une consommation régulière n'est pas synonyme d'ivresses répétées : tout dépend de la culture du pays.

Les pays anglo-saxons se situent toujours dans la fourchette haute aussi bien en termes de consommation régulière que d'ivresses. Les pays du Nord ont une consommation régulière faible et des ivresses fréquentes. Les pays latins ne partagent pas cette culture de l'ivresse : les chiffres sont relativement bas même dans le cas d'une consommation régulière fréquente.

### COMPARAISON CONSOMMATION RÉGULIÈRE ET IVRESSE

#### Consommation régulière > 7%

Ivresses faibles	Ivresses répétées
Malte - Grèce - Chypre - France	Danemark - Royaume-Uni Irlande - Pays-Bas République tchèque - Lituanie

#### Consommation régulière < 7%

Ivresses faibles	Ivresses répétées
Italie - Portugal	Suède - Norvège Finlande - Islande

## ➔ Profils de consommateurs, usage à risque et facteurs de vulnérabilité

**La consommation d'alcool en France est très majoritairement faite sur un mode festif et convivial.**

**On peut distinguer quatre types de consommateurs de boissons alcoolisées<sup>6</sup> :**

- le "fêtard", qui boit pour faire la fête, cherche une ambiance agréable pour consommer, le plus souvent le week-end. C'est le cas de 60% des jeunes
- le "timide", qui boit pour faire comme les autres et s'intégrer
- l'"aventurier", qui boit pour connaître de nouvelles sensations et tester ses limites, touche 5% des jeunes
- le "fuyard", qui boit pour fuir la réalité et ses problèmes. Seuls 12% des jeunes peuvent être assimilés à ce profil, recherchant délibérément l'état d'ivresse, dont 5% pour oublier le monde quotidien, 5% pour se sentir plus forts et 2% pour "tenir le coup"

**Plusieurs facteurs peuvent mener à l'ivresse aigüe :**

- la méconnaissance des effets du produit lors des premières prises, sa consommation réitérée dans l'attente des effets, le faible poids des très jeunes consommateurs peuvent conduire à des alcoolémies élevées et des ivresses graves, voire des comas éthyliques
- l'expérimentation conjointe d'autres produits psychoactifs
- la présence de nombreux buveurs dans l'entourage
- la ritualisation de l'ivresse comme signe d'appartenance à un groupe

Peut-être aussi est-ce la réponse à notre société et ses injonctions "toujours plus vite, plus haut, plus nouveau !", façon de se montrer fort et performant, capable de se lâcher dans des scénarios "intenses"

**Les modalités d'usage à risque<sup>8</sup>**

**Précocité des consommations** : c'est un facteur de risque d'utilisation nocive et/ou de dépendance

**Le caractère "d'automédication" de la consommation** : la consommation à visée sédatrice, qui débute le matin, en solitaire

**Le cumul des consommations** : les conduites polyaddictives sont un facteur de risque majeur sur le plan neurobiologique, psychologique et social

**La recherche de défonce** : elle traduit un besoin d'anesthésie

**La répétition des consommations** : l'impossibilité de se passer d'alcool dans certaines situations traduit l'installation de la pathologie addictive

**Les facteurs de vulnérabilité**

**Liés au produit** : la dépendance est très faible à l'adolescence, mais l'abus conduit à des comportements dangereux, sur la route, sur le plan de la violence ou au plan sexuel

**Individuels** : l'état psychologique de l'adolescent constitue indéniablement un facteur favorisant l'initiation et la pérennisation. Il peut s'agir d'un trouble dépressif, anxieux, de troubles du comportement alimentaire, d'instabilité, d'intolérance à la frustration, ... Certains traits de personnalité peuvent jouer un rôle : faible estime de soi, timidité, autodépréciation, difficultés relationnelles, difficulté de résolution de problèmes, ...

Un niveau élevé de recherche de sensations, de nouveauté, un faible évitement du danger doivent être pris en considération.

Les événements de vie (rupture sentimentale, perte d'un être cher, maltraitance, ...) jouent un rôle important dans la vulnérabilité individuelle.

**Environnementaux** : la famille joue un rôle protecteur important, mais en cas de défaillance ou d'absence, les situations de crise familiale sont source de grande vulnérabilité.

Que les amis soient consommateurs joue un rôle non négligeable dans l'installation d'une consommation.

Le milieu scolaire présente à la fois des facteurs de protection (compétences scolaires élevées, ...) et des facteurs de risque (exclusion, retard scolaire, absence d'encadrement pédagogique, ...).

### ■ INITIATION PRÉCOCE ET RISQUES ■

...Des données récentes suggèrent que le développement cérébral continue bien au-delà de l'enfance et de l'adolescence... L'une des dernières aires à devenir mature est le cortex préfrontal, impliqué dans le jugement, la prise de décisions et le contrôle émotionnel... Les études épidémiologiques soulignent que l'expérimentation précoce des drogues constitue le plus grand risque de développer une addiction chronique aux drogues, dont l'alcool.

...Les enfants qui commencent à boire avant 15 ans ont 4 fois plus de risques de devenir alcoolodépendants que ceux qui ont eu leur premier verre à 21 ans...

Cahiers de l'Ireb n°18, 2007

#### :: RÉFÉRENCES BIBLIOGRAPHIQUES ::

- 1 - Tendances n°49, OFDT, septembre 2006
- 2 - Focus Alcoologie, La consommation d'alcool des jeunes scolarisés, Marie Choquet, IREB publications, INSERM
- 3 - Tendances n°59, OFDT, mars 2008
- 4 - Focus Alcoologie n°4. Les jeunes européens et l'alcool. IREB publications, INSERM
- 5 - ESPAD 2003 : European School Survey on Alcohol and Other Drugs, OFDT
- 6 - De la fête à l'abus, Pierre G.Coslin, dans *Alcool et adolescence*, Albin Michel, 2007
- 7 - *Alcool actualités* N°36, éditions INPES, Patrick Fouilland et Jean-Pierre Couteron
- 8 - Un comportement à causes multiples, Laurent Karila et col, dans *Alcool et adolescence*, Albin Michel, 2007
- 9 - Pourvu qu'on ait l'ivresse, Marie Le Four, dans *Alcool et adolescence*, Albin Michel, 2007
- 10/11 - Dossier L'alcool et les jeunes, 60 millions de consommateurs, n°402, février 2006
- 12 - *Ados, comment on vous manipule*, Viviane Mahler, Albin Michel, 2004
- 13 - Quand le marketing cible les jeunes, Viviane Mahler, dans *Alcool et adolescence*, Albin Michel, 2007

## ➔ Zoom : prémix, influence des alcooliers et lois !

Le public jeune, et plus particulièrement féminin, est une cible de choix pour les alcooliers. Sous des couleurs de sodas, avec beaucoup de sucre qui masque le goût de l'alcool, de nouveaux mélanges de boissons alcoolisées aux noms surnaturels et branchés ont envahi les rayons de supermarché au début des années 2000.

La recette est toujours la même : un alcool fort (la vodka est très prisée), de la bière ou du vin, avec du citron, du pamplemousse, des fruits rouges, du gingembre, de la réglisse, et beaucoup, beaucoup de sucre. Le conditionnement est individuel, à chacun sa "petite" bouteille relookée, accessoire valorisant de la fête. Le résultat, en moyenne, c'est 5 degrés d'alcool, 130 calories par unité et un prix au litre entre 4 et 5 €.

*"Il faut noter... une nouvelle donnée : il s'agit de la phobie de retrouver dans son verre un produit toxique annihilant toute volonté... "Drogue du viol, GHB, ne quittez pas votre verre des yeux...". Alors on transporte sa consommation qui vous a été vendue encapsulée..."*

### BOISSONS ALCOOLISÉES ET AROMATISÉES<sup>10</sup> - 2 exemples

Cocktail à base de vin aromatisé vodka citron	25 cl	5°	70 g de sucre/l soit 14 morceaux	139 calories/unité
Cocktail produits viti-vinicoles aromatisé vodka pomme	25 cl	5,5°	86 g de sucre/l soit 17 morceaux	151 calories/unité

Quant aux bières, elles ont augmenté à la fois leur taux d'alcool, souvent autour de 8°, et leur contenance, qui va jusqu'à 50 cl. En absorbant les 220 calories d'une seule unité d'une bière de ce type, on arrive déjà à une alcoolémie supérieure à 0,50 g/l...

### BIÈRES<sup>11</sup> - 2 exemples

A	50 cl	7,9°	263 calories/unité
B	50 cl	8,4°	223 calories/unité

### Réaction de l'Etat : la "taxe prémix"

(Article 1613 bis du Code des impôts,  
initié par la loi de santé publique n° 2004-806 du 9/08/04)

Entrée en vigueur en janvier 2005, cette taxe s'applique aux boissons alcoolisées entre 1,2° et 12°, qui sont des mélanges ou des produits alcooliques contenant plus de 35 g de sucre par litre. Son montant a été fixé à 11€ par décilitre d'alcool pur (soit le double de la taxe antérieure).

Efficace, elle a fait diminuer de plus de 50% les ventes des prémix, mais d'autres mélanges sont vite apparus, à base de vins, de cidre ou d'autres "bases" exclues du périmètre de la taxe...

### Alcooliers : le double discours

*"Le conducteur ne boit pas, mais les autres..."*

*"Plus de 150 marques de vins, bières et spiritueux se sont regroupées pour "lutter contre la surconsommation d'alcool" en créant "entreprise et prévention". Elles montent des opérations visant directement les jeunes pour combattre l'alcool au volant..., comme celle où l'un d'entre vous sera volontairement désigné afin de rester sobre et ramener ses amis sains et saufs.*

*...Le discours change quand il s'agit de préciser sur leurs sites les risques de dépendance à l'alcool. "Difficile de définir une consommation normale", affirment-elles..."<sup>12</sup>.*

Sur le site pour les jeunes [www.soifdevivre.com](http://www.soifdevivre.com) on trouve d'autres idées et du matériel de prévention... payant.

Bien que la loi soit très claire "toute opération de parrainage est interdite lorsqu'elle a pour objet la propagande ou la publicité, directe ou indirecte, en faveur des boissons alcoolisées", de nombreuses soirées étudiantes en bénéficient.

Le lobby viticole a obtenu en juillet 2004 la création d'un "Conseil de modération et de prévention", dont il fait partie, et qui a droit de regard sur les projets de publicité contre l'alcoolisme.

Depuis la loi Evin, les fabricants cherchent des moyens d'atteindre les jeunes. Si la TV est interdite, que dire d'Internet ? *"Ainsi, la marque X a diffusé en juillet 2006 une mini-comédie musicale online interactive, sur laquelle chaque internaute peut choisir l'orientation du scénario et personnaliser le texte. Et en télécharger le résultat, pour conserver son "œuvre" et la transmettre aux copains..."<sup>13</sup>*

La vente et la distribution des boissons alcooliques est jusqu'à présent interdite aux moins de 16 ans. Le gouvernement, lors du conseil des ministres du mercredi 27 février, a annoncé que la Mission Interministérielle de Lutte contre la Drogue et les Toxicomanies mènerait des travaux en lien avec les professionnels du secteur pour limiter cette vente aux moins de 18 ans d'ici 2009.

**Comment participer tous à l'application de ces lois ?**