
Alcool : Oui, on peut dire « non » au verre de trop

Dossier de presse
Novembre 2013

CONTACTS PRESSE

Inpes : Vanessa Lemoine – Tél : 01 49 33 22 42 – Email : vanessa.lemoine@inpes.sante.fr

TBWA \ Corporate : Vanessa Hendou – Tél : 01 49 09 25 27 – Email : inpes.presse@tbwa-corporate.com

Sommaire

Alcool : des comportements et des risques différents selon les âges	3
La consommation d'alcool, une composante forte des relations sociales	3
30 ans et plus : une consommation quotidienne qui s'installe	3
Les 18/25 ans : de jeunes adultes aux ivresses fréquentes	3
Adolescence et alcool : de la consommation familiale à la consommation de groupe	4
Savoir dire non au verre de trop, c'est protéger sa santé	5
Valoriser celui qui ose dire non à un verre d'alcool	5
Une campagne de communication de promotion de la santé de grande ampleur	5
Des affiches pour inviter les Français à libérer leur parole	6
Alcool Info Service fait peau neuve pour apporter une information et un accompagnement personnalisé à chacun	7
Le site internet Alcool Info Service : un nouveau dispositif d'information et d'aide interactif	7
Alcool Info Service, c'est aussi maintenant un univers spécifiquement dédié aux jeunes.....	7
Alcool Info Service, c'est toujours une information de qualité, validée par les experts.....	8

Alcool : des comportements et des risques différents selon les âges

L'alcool était responsable de 49 000 décès en France en 2009, et notre pays se place parmi les plus grands consommateurs au monde. Face aux risques de dépendance, de cancer ou de maladies cardio-vasculaires que provoque la consommation d'alcool, les pouvoirs publics ont fait de sa réduction une priorité.

En 2010, selon les données de vente, les Français de 15 ans et plus consommaient 12 litres par an et par habitant. Ce chiffre a été divisé par deux depuis les années 60. Le Baromètre santé de l'Inpes, outil de suivi régulier des indicateurs de surveillance des comportements des Français, permet d'affiner cette évolution en mesurant non seulement des volumes consommés, mais aussi des manières de boire. Les dernières données du Baromètre Santé Inpes et de l'enquête HBSC (collège) apportent aussi un éclairage utile sur l'alcoolisation de la population.

La consommation d'alcool, une composante forte des relations sociales

En France, la consommation d'alcool est fortement intégrée aux relations sociales (repas en famille ou entre amis, célébrations...) et s'avère plutôt moins stigmatisée que dans d'autres pays. Au-delà des années collège et lycée, les jeunes prennent plus ou moins progressivement leurs distances avec l'univers familial. Entre 15 et 30 ans, mais en particulier à l'adolescence, la consommation d'alcool a surtout lieu le week-end, entre amis, dans des occasions festives... Les jeunes qui ont une sociabilité intense, qui fréquentent souvent les bars et les soirées entre amis, consomment plus que les autres. Les raisons de l'alcoolisation invoquées par les jeunes reposent surtout sur le plaisir de la fête et la quête de l'ivresse. La consommation en solitaire est très rare.

Plus largement, d'après les données du Baromètre Nutrition 2008, les Français déclarent une consommation d'alcool plus importante le week-end qu'en semaine. Les déjeuners, dîners et apéritifs sont les principales occasions lors desquelles les Français disent consommer de l'alcool.

30 ans et plus : une progression des situations de consommation excessive¹

A partir de 30 ans, la consommation quotidienne déclarée d'alcool devient de plus en plus fréquente en vieillissant. Ainsi, elle concerne 6 % des 35-44 ans, 10 % des 45-54 ans pour atteindre 35 % chez les 75-85 ans. Si la consommation ponctuelle excessive (alcoolisation ponctuelle importante - API - et ivresse) demeure plus importante chez les plus jeunes, elle reste importante chez les 30/50 ans. Cette dernière reste stable chez les hommes et progresse chez les femmes. On observe ainsi, depuis 2000, un rapprochement des comportements d'alcoolisation entre la femme et l'homme. Cela est d'autant plus marqué dans les catégories sociales les plus favorisées. La femme grimpe dans l'échelle professionnelle a tendance à adopter davantage le comportement d'alcoolisation de l'homme (déjeuner d'affaires, pot d'entreprise...).

Selon le Baromètre santé Inpes 2010, 21 % des 31-45 ans et 10 % des 46-60 ans ont connu au moins une ivresse au cours de l'année. Les taux d'alcoolisation ponctuelle importante (API) ne sont également pas négligeables puisque 18 % des 31-45 ans et 16 % des 46-60 ans ont déclaré une API à une fréquence mensuelle lors des douze derniers mois.

Les 18/25 ans : de jeunes adultes aux ivresses fréquentes

Qu'ils soient actifs occupés, chômeurs ou étudiants, le comportement d'alcoolisation des jeunes adultes (18/25 ans) est encore pour une grande part en développement, avec parfois l'installation à cet âge des premières dépendances et conduites d'abus régulières.

Si la consommation quotidienne est encore peu fréquente pour cette tranche d'âge, les jeunes adultes se distinguent par un taux important d'alcoolisations ponctuelles importantes² ou d'épisodes d'ivresses. Selon les données du Baromètre Santé Inpes 2010, 46 % d'entre eux ont déclaré une ivresse dans l'année et un quart au moins trois. Ces chiffres ont sensiblement augmenté entre 2005 et 2010. Cette augmentation est plus marquée chez les étudiants et les femmes. Les ivresses répétées concernaient près de 2 fois plus d'étudiants en 2010 qu'en 2005, et plus du double parmi les femmes.

¹Baromètre santé Inpes 2010.

²Consommation d'au moins 6 verres en une même occasion

Adolescence et alcool: de la consommation familiale à la consommation de groupe³

Au collège, l'alcool reste le produit psychoactif le plus souvent expérimenté puisque sept collégiens sur dix déclarent en avoir déjà bu au cours de leur vie. **L'expérimentation de l'alcool, déjà élevée à l'entrée du collège avec 59 % d'expérimentateurs, progresse au cours de ces quatre années jusqu'à concerner 83 % des élèves de 3^{ème}.**

En ce qui concerne **la consommation régulière** de boissons alcoolisées au cours des 30 jours précédant l'enquête (au moins dix usages)⁴, une différence nette marque les élèves de quatrième (2,5 %) et les élèves de troisième (7 %) par rapport aux plus jeunes. Si l'on compare aux autres pays européens, **les élèves de 15 ans de notre pays ne se trouvent pas parmi ceux qui boivent le plus de manière au moins hebdomadaire (24^{ème} sur 39), et sont largement derrière les pays où cette consommation est la plus fréquente, tels que la Grèce et la République tchèque, où près de 4 élèves sur 10 sont concernés à 15 ans.**

Si le collège ne paraît pas être une période spécifique pour découvrir l'alcool, c'est une période où l'abus d'alcool augmente fortement. Ainsi, toutes classes confondues, environ un collégien sur six dit avoir déjà connu **une ivresse alcoolique**. Cette tendance est plus présente chez les garçons et augmente avec l'avancée scolaire :

- ✓ 19 % des garçons de quatrième, et 36 % de ceux de troisième affirment avoir déjà été ivres ;
- ✓ 15 % des filles de quatrième, et 32 % de celles de troisième affirment avoir déjà été ivres.

Parmi les types d'alcool consommés par les collégiens, le cidre et le champagne arrivent en tête. La bière, les alcools forts et les pré-mix (boissons alcoolisées « pré-mélangées » avec des sodas) apparaissent surtout dans le cadre de la consommation des élèves plus âgés (à partir de la quatrième). Cette évolution témoigne le plus souvent du passage d'une consommation familiale à une consommation avec les pairs loin du regard des adultes.

Au lycée, la part de ceux qui déclarent avoir déjà connu une ivresse progresse nettement passant de 17% en 4^{ème} à 69% des élèves de terminales.

³Données françaises de l'enquête internationale Health Behaviour in School-aged Children (HBSC), 2010.

⁴Une question supplémentaire sur les consommations de tabac, d'alcool et de cannabis les 30 derniers jours (et les 12 derniers mois pour l'ensemble des drogues) a été intégrée uniquement aux questionnaires des élèves de quatrième et de troisième.

Savoir dire non au verre de trop, c'est protéger sa santé

Depuis 30 ans, les campagnes de communication de prévention, menées par le CFES puis l'Inpes, avaient deux objectifs : débanaliser l'alcool et réduire la consommation. Du fameux « tu t'es vu quand t'as bu » au « compte à rebours », les campagnes avaient recours à différentes approches : stigmatisation d'un certain comportement, remise en cause de la tradition, exacerbation des risques. Au fur et à mesure, les campagnes se sont affinées en devenant plus ciblées. Aujourd'hui une partie de l'objectif est atteint, l'alcool n'est plus considéré comme un produit de consommation anodin. Pour autant, si la consommation globale a diminué en France, le nombre d'ivresses déclarées et d'hospitalisations dues à l'alcool est en hausse : il faut donc continuer à « débanaliser » le produit, pour lutter contre les risques pour la santé qui y sont associés. Cette année, l'Inpes prend un nouveau tournant. La campagne lancée le 18 novembre ne pointe plus les dangers liés à la consommation d'alcool mais valorise les moyens d'agir au quotidien. L'objectif est d'inciter les Français à s'interroger sur leur consommation et leur faire comprendre qu'ils sont en capacité de dire non à un verre d'alcool...sans passer pour un rabat-joie.

Valoriser celui qui ose dire non au verre de trop

Si la nouvelle campagne contribue toujours à débanaliser l'alcool et à réduire la consommation excessive, son approche va au-delà. Il ne s'agit plus simplement d'alerter ou d'informer mais de **donner à chacun l'envie et les clés de pouvoir réagir**. L'Inpes souhaite ainsi valoriser un comportement responsable, celui de ceux qui refusent le verre de trop. Cette campagne contribue à renforcer les compétences personnelles et sociales de chacun. Ces compétences, appelées « psycho-sociales » selon l'OMS, sont celles qui permettent à une personne de répondre avec efficacité aux défis de la vie quotidienne et à adopter un comportement approprié et positif à l'occasion des relations entretenues avec les autres, selon sa propre culture et son environnement.

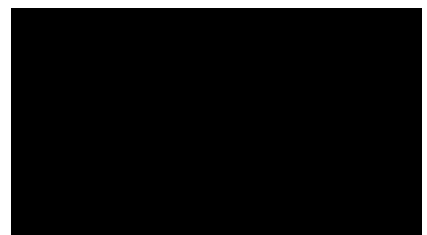
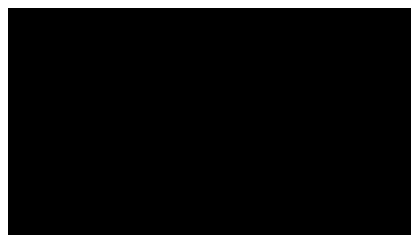
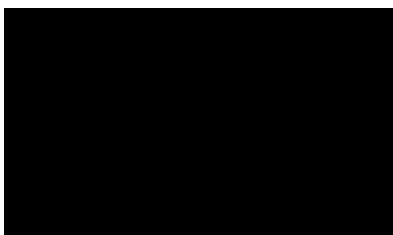
Il s'agit donc de valoriser le comportement de résistance de l'individu face à l'alcool et à la pression d'un groupe en capitalisant sur ses compétences psycho-sociales. Déjà utilisée dans des campagnes de prévention contre l'alcool aux Etats-Unis ou en Australie, cette technique permet de **renforcer la capacité de celui qui ose dire non** à un verre supplémentaire sans aucune stigmatisation. Toujours dans cette même approche, la promotion et le renforcement du dispositif d'aide à distance devient clef. C'est pourquoi Alcool Info Service fait peau neuve pour mieux répondre aux questions et aux doutes du grand public.

Une campagne de communication de promotion de la santé de grande ampleur

S'appuyant sur les derniers résultats du Baromètre Santé Inpes, la nouvelle campagne cible prioritairement les 30-50 ans. Pour sensibiliser au mieux ces personnes aux habitudes de consommation et aux modes de vie différents, l'Inpes a conçu une campagne de communication pluri-media intégrant à la fois un volet grand public et un volet professionnel.

- **Le dispositif grand public**

Diffusés à partir du 18 novembre, 2 spots TV nous plongent dans des situations de consommation ancrées dans le quotidien : soirée entre amis, repas en famille... On y retrouve des adultes de 30 à 50 ans. L'ambiance est à la bonne humeur.



S'il est communément admis que refuser un verre peut donner l'impression de gâcher le moment festif, les spots s'emploient à montrer justement l'inverse. Dire non à l'alcool devient simple, possible et naturel.

Ces spots intègrent pleinement la dimension festive généralement associée à l'alcool. L'objectif n'est effectivement pas de diaboliser l'alcool mais de mettre en situation le comportement responsable et malin d'une personne en capacité de refuser un verre supplémentaire sans passer pour un ringard. Avec humour et légèreté, son choix est finalement accepté par le groupe : le slogan « **oui, on peut dire non** » signe l'ensemble de la campagne.

Le renvoi à la fin de chaque spot vers la ligne d'écoute ou le site alcoholinfoservice.fr invite alors le public à s'interroger sur sa propre consommation d'alcool et à consulter le nouveau dispositif d'aide à distance Alcool Info Service.

La signature « **Réduire sa consommation d'alcool, c'est réduire les risques pour santé** » s'inscrit dans la logique des recommandations de l'OMS prônant « Less is better ».

Des affiches pour inviter les Français à libérer leur parole

Cette campagne de promotion de la santé comporte trois affiches, toutes trois ayant pour vocation à :

- ✓ interpeller l'individu sur sa consommation d'alcool
- ✓ encourager la libération de la parole, quel que soit l'interlocuteur : médecin généraliste, gynécologue, Sage-femme et/ou Alcool Info Service
- ✓ informer de la mise à disposition du nouveau dispositif Alcool Info Service

Si l'on peut effectivement discuter de tout avec son médecin, on constate qu'il est difficile de parler de sa propre consommation d'alcool. A l'occasion de la campagne, plusieurs affiches seront diffusées afin de libérer la parole du consommateur ou de son entourage autour de sa consommation d'alcool. Chacun peut en parler à un professionnel de santé ou s'adresser au nouveau dispositif Alcool Info Service.

Les deux premières affiches visent plus spécifiquement à ouvrir le dialogue entre le patient et le professionnel de santé :

- ✓ La première affiche a été réalisée à destination des salles d'attente des médecins généralistes.
- ✓ La seconde affiche vise plus spécifiquement les femmes enceintes et sera ainsi diffusée aux gynécologues et sages-femmes.

La troisième affiche s'adresse au grand-public et incite à consulter le nouveau dispositif Alcool Info Service. Elle sera diffusée aux différents partenaires de l'Inpes : collectivités, pharmacies...



**Vous parlez de tout avec votre médecin.
Alors pourquoi pas de votre consommation d'alcool?**

DES QUESTIONS SUR VOTRE CONSOMMATION?
0 980 980 930
ALCOOL INFO SERVICE.FR



RÉDUIRE SA CONSOMMATION D'ALCOOL, C'EST RÉDUIRE LES RISQUES POUR SA SANTÉ
*06 83 88 2 31 00, appel non surtaxé.



**Vous parlez de tout avec votre médecin et votre sage-femme.
Alors pourquoi pas de votre consommation d'alcool?**

DES QUESTIONS SUR VOTRE CONSOMMATION?
0 980 980 930
ALCOOL INFO SERVICE.FR



RÉDUIRE SA CONSOMMATION D'ALCOOL, C'EST RÉDUIRE LES RISQUES POUR SA SANTÉ
*06 83 88 2 31 00, appel non surtaxé.



**Vous savez qui appeler pour boire un verre.
Maintenant vous savez qui contacter pour parler de votre consommation.**

DES QUESTIONS SUR VOTRE CONSOMMATION?
0 980 980 930
ALCOOL INFO SERVICE.FR

Le nouvel espace d'information et d'aide pour trouver des réponses et des conseils face à l'alcool.
Un service accessible à tous, sur internet ou par téléphone 24/7, de 9h 00 à 2h 00, appel non surtaxé.

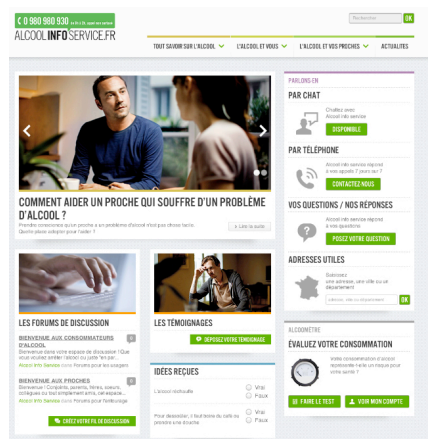


RÉDUIRE SA CONSOMMATION D'ALCOOL, C'EST RÉDUIRE LES RISQUES POUR SA SANTÉ

Alcool Info Service fait peau neuve pour apporter une information et un accompagnement personnalisés à chacun

A l'occasion du lancement de la nouvelle campagne de sensibilisation sur l'alcool, une nouvelle dimension est donnée au dispositif Alcool Info Service.

Pour plus de cohérence et de lisibilité en matière de prévention et d'aide à distance face à l'alcool, la ligne Ecoute Alcool, créée et gérée par Adalis (Addictions Drogues Alcool Info Service), et le site internet alcoolinfoservice.fr de l'Inpes se rapprochent au sein d'un seul et même dispositif intégré sous le nom d'Alcool Info Service. Ce nouveau dispositif entend devenir la référence en matière de prévention et d'accompagnement des consommations excessives d'alcool.



Le site internet Alcool Info Service : un nouveau dispositif d'information et d'aide interactif

Informar, soutenir, rassurer, partager... le site Alcool Info Service coche la case « interactivité » afin d'être au plus proche du grand public et d'aider chacun dans son rapport à l'alcool.

Les internautes deviendront des acteurs majeurs de la vie du site. L'objectif est de libérer la parole des consommateurs et de leur entourer sur la consommation d'alcool et de les accompagner de manière adaptée tout au long de la démarche de réduction de consommation.

Plus d'interactions entre l'Internaute et les professionnels d'Alcool Info Service

Les nouveautés :

- **Les Questions / Réponses** : offrent à l'internaute la possibilité de poster une question et d'obtenir une réponse personnalisée à sa question par des professionnels d'Adalis – Les réponses sont rendues publiques, permettant à chaque internaute d'y trouver des réponses sans avoir à poser de question. La demande de confidentialité est toutefois possible.
- **Les Chats individuels** : sur le modèle de l'entretien téléphonique, ces espaces privés permettent une interaction en temps réel entre un internaute et un membre de l'équipe Adalis.
- **Le Web Call Back** : permet aux internautes naviguant sur le site d'avoir la possibilité d'être appelés gratuitement sur un poste fixe ou portable de leur choix par le service d'écoute d'Alcool Info Service.
- **L'annuaire des structures spécialisées** : ce module propose aux internautes une orientation, répondant aux besoins des différents publics visitant le site. L'objectif est de délivrer une ou plusieurs adresses en rapport avec un besoin relatif aux problèmes de consommation d'alcool. Le répertoire est mis à la disposition de l'internaute, lui donnant ainsi un libre accès à l'ensemble des structures existantes.

Un nouvel espace pour aborder et échanger sur l'alcool

- **Les Forums** : le site proposera deux espaces publics de discussion entre les internautes, l'un pour les consommateurs d'alcool, le second pour l'entourage. Adalis en sera le modérateur et l'animateur.

Un espace d'expression

Le site Alcool Info Service donne la parole aux internautes à travers deux nouveaux espaces :

- **Les Témoignages** : les consommateurs et l'entourage pourront dans un espace dédié et distinct partager leur expérience, leur vécu et témoigner.
- **Un espace Actualité / vie du site** : Les internautes pourront poster des contributions dans l'espace dédié aux actualités et à la vie du site.

Alcool Info Service c'est aussi maintenant un univers spécifiquement dédié aux jeunes

Afin de renforcer sa présence sur le web et de rendre accessibles les contenus au plus grand nombre, le nouveau site prévoit **un onglet dédié aux jeunes, www.jeunes.alcoolinfoservice.fr, afin de proposer des contenus adaptés à cette cible et à son mode de consommation.**

Les jeunes internautes disposeront également d'un espace d'information et de modules interactifs leur permettant de discuter entre eux via les forums, chatter avec une personne de la ligne Alcool Info Service, témoigner ...

Alcool Info Service, c'est toujours une information de qualité, validée par les experts

Alcoolinfoservice.fr permet à chacun de bénéficier d'informations, d'astuces ou de conseils adaptés à ses habitudes de consommation. Des fiches complètes sur les équivalences entre les différentes boissons, les repères de consommation ou encore les risques pour la santé sont proposées aux internautes.

Le site met également à disposition l'« alcoomètre », un outil permettant à chacun d'auto-évaluer sa consommation et d'accéder s'il le souhaite, à un programme personnalisé d'aide à la réduction de sa consommation. Pour rappel, cet outil s'inspire de la démarche du repérage précoce et de l'intervention brève, conçu par l'Inpes et l'ANPAA (Association Nationale de Prévention en Alcoologie et Addictologie)

En 2011, près de 453 000 personnes se sont rendues sur le site faisant d'alcoolinfoservice.fr le 3ème site de prévention de l'Inpes le plus visité.

ALCOOL INFO SERVICE

le nouveau numéro de téléphone d'Alcool Info Service : 0 980 930 930,
de 8h à 2h, 7 jours sur 7, appel non surtaxé.

Sur internet : www.alcoolinfoservice.fr

Pour les jeunes : www.jeunes.alcoolinfoservice.fr