



UNIVERSITÉ DE LILLE
FACULTÉ DE MÉDECINE HENRI WAREMBOURG
Année : 2023

THÈSE POUR LE DIPLÔME D'ÉTAT
DE DOCTEUR EN MÉDECINE

**Perception des campagnes de prévention en matière d'alcool par
les jeunes adultes : Pistes d'améliorations**

Présentée et soutenue publiquement le 21 juin 2023 à 18h
au Pôle Formation, salle des thèses n° 3
par **Louise LAFLECHELLE - LELONG**

JURY

Président :

Monsieur le Professeur Olivier COTTENCIN

Assesseur :

Monsieur le Docteur Antoine POUARD

Directeur de thèse :

Monsieur le Docteur Maurice PONCHANT

Avertissement :

La Faculté n'entend donner aucune approbation aux opinions émises
dans les thèses : celles-ci sont propres à leurs auteurs

ABREVIATIONS

API : Alcoolisation ponctuelle importante

IDE : infirmier Diplômé d'Etat

SFA : Société Française d'Alcoologie

OFDT : Observatoire Français des drogues et des tendances addictives

ESCAPAD : Enquête sur la santé et les consommations lors de l'appel de
préparation à la défense

EnCLASS : Enquête Nationale en Collèges et en Lycées chez les Adolescents sur la
Santé et les Substances

BDE : Bureau Des Etudiants

SAM : Sans Accident Mortel

AVC : Accident Vasculaire Cérébral

PLS : Position Latérale de Sécurité

Table des matières

INTRODUCTION	8
I La consommation d'alcool en France	8
1. Une consommation répandue en France	8
2. Une consommation excessive	8
3. Une consommation évolutive	9
4. Consommation chez les adolescents	9
4.1 Enquête EnCLASS	9
4.2 Enquêtes ESCAPAD	10
II Une consommation dangereuse et lourde de conséquences	11
1. Une morbi-mortalité importante	11
2. Conséquences spécifiques aux adolescents	12
2.1 Troubles mnésiques	12
2.2 Addiction	12
III PREVENTION	13
1. Types de mesures	13
1.1 Mesures structurelles	13
1.2 Mesures de sensibilisation	14
2. Campagnes de prévention ciblant les jeunes	15
2.1 Interventions en milieu scolaire	15
2.2 Campagnes de sensibilisation dans les médias	15
3. Limites de la prévention	16
IV OBJECTIFS DE L'ETUDE	17
MATERIELS ET METHODES	18
I TYPE D'ETUDE	18
II RECHERCHES BIBLIOGRAPHIQUES	18
III GUIDE D'ENTRETIENS	19
IV POPULATION ETUDIEE	19
1. Échantillonnage	19
2. Saturation des données	20
3. Prise de contact	20
V RECUEIL DE DONNEES	21
1. Méthode utilisée	21
2. Réalisation des entretiens	21
VI TRAITEMENT DES DONNEES	22
1. Retranscription	22
2. Analyse des données	22
3. Triangulation des données	23
VII ASPECTS ETHIQUES ET REGLEMENTAIRES	24
RESULTATS	25
I CARACTERISTIQUES DES PARTICIPANTS	25
II CARACTERISTIQUES DE LA CONSOMMATION D'ALCOOL CHEZ LES JEUNES ADULTES	26

1.	Pas de profil type _____	26
2.	Comportement spécifique aux jeunes adultes _____	28
3.	Pour quelle raison boivent-ils ? _____	29
	3.1 Notion d'expérimentation _____	29
	3.2 Recherche de désinhibition _____	29
	3.3 Influence des pairs _____	30
4.	A quelle occasion ? _____	30
5.	Facteurs régulant la consommation _____	31
III LA PERCEPTION DES CAMPAGNES DE PREVENTION EN MATIERE D'ALCOOL		
PAR LES JEUNES ADULTES _____		36
1.	Des campagnes de prévention nécessaires et attendues _____	36
2.	La Sécurité routière : un exemple inspirant ? _____	37
3.	Les éléments qui concourent à l'efficacité des campagnes de prévention _____	39
	3.1 Un discours factuel et non moralisateur _____	39
	3.2 Pouvoir s'identifier _____	41
	3.3 Quelles formes pour des messages efficaces ? _____	42
	3.4 Les supports de communication _____	43
4.	Les limites des campagnes de prévention actuelles _____	45
	4.1 Campagnes de prévention en nombre insuffisant _____	46
	4.2 Des médias peu adaptés aux jeunes adultes _____	47
	4.3 Des messages peu adaptés _____	48
5.	Public difficile à sensibiliser _____	50
IV PISTES D'AMELIORATION _____		
1. Les grands principes de communication _____		53
	1.1 Importance d'une sensibilisation précoce _____	54
	1.2 Adapter le discours au public _____	55
2. La prévention de masse _____		56
	2.1 Multiplier les campagnes _____	56
	2.2 Meilleures utilisations des médias traditionnels _____	56
	2.3 Exploiter le potentiel des réseaux sociaux _____	57
	2.4 Prévention lors de l'achat d'alcool _____	59
3. Prévention par les pairs _____		61
4. Prévention en milieu scolaire _____		62
	4.1 Prévention collective _____	63
	4.2 Prévention individuelle et personnalisée _____	66
5. Rôle du médecin traitant _____		68
6. Rôle des parents _____		70
7. Alternatives _____		71
DISCUSSION _____		73
I FORCES ET LIMITES DE L'ETUDE _____		73
1. Un problème de santé publique _____		73
2. Validité interne _____		74
	2.1 Choix de la méthode qualitative _____	74
	2.2 Saturation des données _____	74
	2.3 Triangulation des données _____	74
	2.4 Reproductibilité _____	74
3. Validité externe _____		75
	3.1 Biais de sélection _____	75
	3.2 Biais d'interprétation _____	75
	3.3 Biais de désirabilité _____	75
II PRINCIPAUX RESULTATS _____		76
1. Caractéristiques de la consommation d'alcool chez les jeunes adultes _____		76
	1.1 Pour quelles raisons boivent-ils ? _____	76

1.2	Facteurs régulateurs de la consommation d'alcool _____	77
2.	La perception des campagnes de prévention en matière d'alcool par les jeunes adultes _	77
2.1	Perceptions positives des campagnes de prévention _____	77
2.2	Perceptions négatives des campagnes de prévention _____	78
2.3	Public difficile à sensibiliser _____	79
3.	Pistes d'améliorations _____	80
3.1	Médias _____	80
3.2	Prévention lors de l'achat d'alcool _____	81
3.3	Prévention en milieu scolaire _____	82
3.4	Rôle du médecin traitant _____	83
3.5	Rôle des parents _____	83
3.6	Prévention par les pairs _____	84
3.7	Alternatives _____	84
CONCLUSION _____		86
BIBLIOGRAPHIE _____		88
ANNEXES _____		91

INTRODUCTION

L'alcool est une substance psychoactive qui, par définition, influe sur l'activité mentale et qui, selon la classification de Pelicier et Thuillier, est dépresseur du système nerveux central et entraîne un ralentissement du fonctionnement du cerveau et du corps.(1)

Même si la vente d'alcool est réglementée en France, sa consommation est licite. De plus, c'est une substance particulièrement bon marché. Sa consommation est donc très répandue et constitue un problème de santé publique majeur en France. (2)

I La consommation d'alcool en France

1. Une consommation répandue en France

L'alcool est la substance psychoactive la plus consommée en France.

En 2017, 87% des 18-75 ans ont consommé de l'alcool au moins une fois dans l'année et 21% déclaraient avoir connu une ivresse dans l'année, 10% étaient des consommateurs quotidiens. (3)

2. Une consommation excessive

Même si l'on constate une baisse de la consommation d'alcool depuis les années 1950, la France reste un des pays les plus consommateurs d'alcool de l'Union Européenne.

En 2020, près de 24 % de la population âgée de 18 à 75 ans dépassaient les repères de consommation d'alcool. (4)

3. Une consommation évolutive

On observe une diminution des quantités consommées d'alcool au profit d'une meilleure qualité (disparition des vins de table). La consommation est de plus en plus ponctuelle.

Chez les 15–75 ans, la consommation d'alcool régulière a été divisée par deux en vingt ans : elle est passée de 24 % en 1992 à 11 % en 2010. La consommation d'alcool se transforme et devient plus occasionnelle.

On observe 2 profils de consommateurs dans la population générale : un profil d'adultes jeunes ayant une consommation forte et ponctuelle appelée API (Alcoolisation Ponctuelle Importante) ou *binge drinking* ; et un profil de consommateurs plus âgés dont la consommation est moins importante mais régulière.(5)

4. Consommation chez les adolescents

Communément, la consommation d'alcool est motivée par la recherche du plaisir, de la socialisation et de l'apaisement. Trois « états » particulièrement recherchés par les jeunes dans nos sociétés occidentales. (15), (16)

Deux enquêtes menées auprès de cette population donnent des résultats intéressants sur les comportements des jeunes en matière de consommation de substances.

4.1 Enquête EnCLASS

L'enquête EnCLASS révèle que l'alcool est la première substance expérimentée chez les jeunes avant le tabac. Cette enquête réalisée en 2018 a permis d'interroger

20 128 élèves du secondaire (de 11 à 18 ans) sur leur consommation d'alcool, tabac et cannabis.

La consommation d'alcool est une pratique davantage masculine au collège comme au lycée.

Le collège est une période d'expérimentation de l'alcool : (75,3 % des adolescents de 3ème ont déjà consommé de l'alcool). Au lycée, ces expérimentations progressent (85 % des lycéens ont déjà consommé de l'alcool).

Les API (consommation de 5 verres ou plus en une occasion) sont particulièrement fréquentes avec 52,2 % des élèves de Terminale qui ont eu une API dans le mois précédent l'enquête (6)

4.2 Enquêtes ESCAPAD

L'OFDT (Observatoire Français des Drogues et Tendances addictives) organise depuis 20 ans, sur la consommation de drogue, des enquêtes intitulées ESCAPAD (Enquête sur la Santé et les Consommations lors de l'Appel de Préparation A la Défense). Des adolescents de 17 ans sont interrogés lors de leur journée d'appel, à intervalle régulier, ce qui permet d'avoir un reflet de la consommation des jeunes au fil des ans.(7)

En 2017, à 17 ans, la consommation de boissons alcoolisées reste très commune : 2/3 des jeunes ont bu de l'alcool au cours du mois écoulé (66,5 % en 2017 vs 72 % en 2014), même si les usages réguliers (10 fois par mois) sont en baisse de près de 4 points (8,4 % en 2017 au lieu de 12,3 % en 2014).

On constate donc une tendance indéniable à la baisse de la consommation d'alcool en France, avec notamment une baisse des API en 2020 après une phase d'augmentation importante à la fin des années 2000. (8)

L'alcool est de plus en plus perçu comme quelque chose de dangereux et ce dès l'expérimentation et même lors d'une consommation occasionnelle.(9)

La 9ème enquête ESCAPAD a eu lieu en mars 2022. Les premiers résultats sont attendus pour le début de l'année 2023 et ne sont pas encore disponibles lors de la rédaction de cette thèse.

II Une consommation dangereuse et lourde de conséquences

L'Organisation mondiale de la santé recommande une consommation d'alcool la plus modérée possible avec son slogan « *Boire moins c'est mieux.* »

Il n'existe pas de seuil en deçà duquel l'alcool n'a pas d'impact sur la santé. Ce constat a pu être établi en 2021 grâce à une méthode d'analyse génétique : la randomisation mendélienne. Ainsi, les repères de consommation de 2 verres par jour et de 10 verres par semaine ne sont pas des seuils en dessous desquels il n'y a pas de risque mais des seuils en dessous desquels le risque est acceptable. (10) (11)

1. Une morbi-mortalité importante

L'alcool est un facteur majeur de morbidité évitable et de mortalité prématurée. En 2015, il était responsable de 41 000 décès, (dont 30 000 hommes), soit 7% des

décès, principalement par cancer, maladies cardiovasculaires et digestives, et accidents.(12)

Il est la deuxième cause de mortalité évitable en France, après le tabac, et également la deuxième cause de décès par cancer. Il accroît également le risque d'arythmie cardiaque, d'AVC, d'hypertension artérielle et de cardiopathie ischémique, ainsi que le risque de traumatismes. (13)

Les complications sur le long terme de nature hépatiques, cardiovasculaires et neuropsychiatriques, ainsi que les cancers, sont davantage liés à l'alcoolisation chronique, les API entraînant plutôt des risques à court terme : accidents, violences subies, rapports sexuels non souhaités ou non protégés, et même coma. (5)

2. Conséquences spécifiques aux adolescents

2.1 Troubles mnésiques

La prise d'alcool chez les jeunes, notamment la prise massive avec les API, est neurotoxique et a un impact considérable sur la mémoire. Ces troubles cognitifs, et notamment mnésiques, sont d'autant plus impactant que les adolescents et les jeunes adultes sont dans des périodes charnières d'apprentissage. Notons que les femmes pourraient être encore plus affectées que leurs homologues masculins, de par la sécrétion d'œstrogènes à certain moment de leur cycle. (14)

2.2 Addiction

Bien que l'addiction à l'alcool soit rare chez les jeunes, elle existe et est lourde de conséquences. En effet, plus un individu est exposé tôt à des substances psychoactives, plus le risque d'addiction est élevé. (15)

III PREVENTION

Avec l'évolution des modes de consommation ces dernières décennies, la prévention de l'alcoolisation a évolué. (5,11)

1. Types de mesures

Il existe 2 grands volets dans les politiques de santé visant à encadrer et diminuer la consommation d'alcool: les mesures structurelles intéressant l'environnement, et les mesures de sensibilisation intéressant les individus.(16)

1.1 Mesures structurelles

Les mesures structurelles sont les suivantes : (17)

- l'augmentation des prix de l'alcool et de ses taxes,
- l'encadrement réglementaire de la vente d'alcool (dont l'interdiction partielle ou totale de vente),
- la restriction des points et des horaires de vente,
- la fixation d'un âge requis pour acheter de l'alcool
- la sécurité routière (fixation d'un taux d'alcoolémie maximum, programmes de raccompagnement de personnes alcoolisées)
- la limitation de la publicité et du marketing : loi Evin (18) (19)
- les mesures de prévention situationnelle (diminution des nuisances publiques en ville ou sur les lieux festifs, mesures de sécurité publique)

Elles sont assez largement employées en France.

Par exemple, en 2009, dans le cadre de la loi « Hôpital, patients, santé, territoires », plusieurs mesures visant à limiter la vente d'alcool chez les jeunes ont été adoptées. La vente d'alcool aux mineurs a été interdite ainsi que la vente d'alcool au forfait, l'offre gratuite d'alcool à volonté (open bar) et la vente d'alcool à prix réduit sur une période restreinte (happy hour). (17)

Elles restent cependant perfectibles : trop de publicité sur internet, pas assez de contrôles et de sanctions (notamment en ce qui concerne la vente aux mineurs).

Mais surtout, pour être vraiment efficaces, elles doivent être comprises et acceptées par la population, et pour ce faire il faut développer les campagnes d'information et de sensibilisation du grand public et créer des programmes à composantes multiples, mêlant mesures structurelles et éducation (15)

1.2 Mesures de sensibilisation

Si la France applique largement les mesures structurelles, elle a en revanche beaucoup de retard en ce qui concerne la sensibilisation (l'éducation préventive) de sa population.

Sanctionner le comportement et limiter la liberté des personnes ne suffisent pas. L'éducation préventive est donc absolument indispensable pour permettre à chaque individu de choisir librement et en connaissance de cause le comportement à adopter pour sa santé.

2. Campagnes de prévention ciblant les jeunes

2.1 Interventions en milieu scolaire

Les attitudes et les comportements en matière de consommation de substances se dessinent tôt, durant l'enfance. Il est donc important d'en tenir compte dans l'élaboration et la mise en place des actions de prévention. (20)

Ainsi, il existe des interventions en milieu scolaire couvrant quasiment toutes les tranches d'âge, de l'enfance à l'adolescence.

Chez les moins de 16 ans, les plus prometteuses impliquent les parents et sont souvent collectives. Les interventions reposant sur les compétences psychosociales des adolescents sont particulièrement porteuses en matière de conduite addictive. (21)

2.2 Campagnes de sensibilisation dans les médias

Chaque année, de nouvelles campagnes de prévention sont lancées par le gouvernement.

En 2019, avec la campagne « *Pour ma santé, l'alcool c'est maximum 2 verres par jour et pas tous les jours* », Santé publique France s'attachait à donner des repères clairs de consommation à la population.

En matière d'alcool ciblant les jeunes, les campagnes de prévention sont nombreuses.

Les spots à la télévision sont courants avec par exemple les campagnes : « *Boire trop, des sensations trop extrêmes* », « *Esquive la tise* » ou « *L'alcool tue* » qui ciblent le *binge drinking* chez les jeunes adultes. Mais celles-ci sont perçues par les

jeunes comme étant moralisatrices et trop loin de la réalité, car la notion de communautarisme y est complètement laissée de côté (22).

Plus récemment, Santé Publique France lance « *Amis aussi la nuit* » qui, cette fois-ci, met en avant les valeurs de l'amitié censée pousser les jeunes à prendre soin les uns des autres notamment lors des soirées alcoolisées. Cette campagne est aussi relayée sur le site internet Alcool Info Service qui possède un espace complet dédié aux jeunes. Sur ce site, on retrouve des brochures, slogans, spots publicitaires, tests à faire en ligne pour évaluer sa consommation d'alcool par rapport à des jeunes du même âge. (23)

3. Limites de la prévention

Depuis une quinzaine d'années, les campagnes de prévention contre l'abus d'alcool se multiplient dans les médias et notamment à la télévision. Mais celles-ci sont mal perçues par les jeunes qui ont tendance à contester le message de prévention tant sur le fond que sur la forme.

Dans leur article « *Ça marche pas la prévention, surtout avec l'alcool* », Raphaël CUFFOLO, enseignant-chercheur en science de gestion et Joël BREE, professeur et directeur de recherche en marketing, expliquent que les campagnes sont contestées par les jeunes adultes qui les perçoivent comme « anti-hédoniques » et inadaptées. Ils leur reprochent notamment de ne viser que « ceux qui boivent trop », sans donner de repères de consommation clairs. Ces campagnes ne permettraient donc pas de s'identifier et manqueraient d'éléments factuels. En outre, les jeunes interrogés les décrivaient comme trop peu visibles, trop intrusives et moralisatrices.

Le fait que le prescripteur de la campagne soit l'Etat semble déranger. Les campagnes sont rejetées parce qu'elles émanent d'une autorité qui ne peut pas les

comprendre. Enfin, les jeunes adultes estiment que la prévention est inutile car ils pensent maîtriser les risques grâce à leur expérience personnelle ou à la présence rassurante du groupe. (24)

Par ailleurs, ces campagnes sont faites par des adultes pour un public plus jeune : il existe donc naturellement « un gap générationnel ». (15)

IV OBJECTIFS DE L'ETUDE

Forts de ce constat, nous avons étudié la perception des campagnes de prévention en matière d'alcool par les jeunes de 18 à 23 ans dans le Nord-Pas-de-Calais et recueilli les pistes d'amélioration proposées.

Les objectifs secondaires de notre étude étaient :

- De définir les caractéristiques de la consommation d'alcool dans cette population.
- D'apprécier le rôle éventuel du médecin généraliste dans cette prévention.

MATERIELS ET METHODES

I TYPE D'ETUDE

Cette étude est une recherche qualitative basée sur une analyse descriptive se rapprochant de la théorisation ancrée.

Les résultats sont le fruit d'une analyse descriptive, c'est-à-dire du langage verbal mais aussi non-verbal des personnes interrogées. (26)

La méthodologie a été élaborée selon les critères de la version française de la grille COREQ (Consolidated Criteria for Reporting Qualitative Research) – ([Annexe n°1](#)) (27), (28)

II RECHERCHES BIBLIOGRAPHIQUES

Les recherches bibliographiques ont débuté en septembre 2018.

Le logiciel ZOTERO® a été utilisé pour organiser les ressources bibliographiques.

Les recherches étaient effectuées en anglais et en français.

Les bases de données les plus utilisées étaient : *Pubmed, EM-consulte, Google Scholar et Cairn.*

Les références bibliographiques des articles sélectionnés ont également été explorées.

III GUIDE D'ENTRETIENS

Le guide d'entretiens (disponible en [annexe n°2](#)) a été réalisé à l'aide d'une recherche bibliographique. Il comportait initialement 11 questions ouvertes, mais une nouvelle piste de réflexion a incité l'investigatrice à ajouter une 12ème question à partir de l'entretien n°4 (disponible en [annexe n° 2 bis](#)).

Conformément aux exigences d'un entretien semi-dirigé, les questions étaient ouvertes. Des relances au questionnaire étaient prévues au cas où le participant ne comprendrait pas la question, ou pour l'inviter à développer en cas de réponse trop brève de sa part. L'investigatrice avait également la possibilité de faire des relances non prévues au questionnaire et adaptées aux réponses apportées par les participants, afin de les aider à approfondir leur propos.

Un entretien dit « test » a été organisé, en octobre 2020, auprès d'un parent de l'investigatrice dans le but d'améliorer le guide d'entretiens et de maîtriser les techniques d'entretien semi-dirigé (30). Cet entretien n'a pas été analysé.

L'entretien E1 est disponible en [annexe n°3](#). L'ensemble des verbatims est joint en format numérique sur une clé USB.

IV POPULATION ETUDIEE

1. Échantillonnage

Les entretiens ont été réalisés auprès d'individus âgés de 18 à 23 ans et vivant dans la région Nord-Pas-de-Calais. Ils ont été conduits entre décembre 2020 et février 2022.

Le recrutement des participants a été réalisé par effet boule de neige parmi le réseau de l'entourage de l'investigatrice. Pour éviter de biaiser le recueil de données, l'investigatrice ne connaissait pas personnellement les participants, ceux-ci faisant partie du réseau des proches de l'investigatrice mais pas de son propre réseau.

L'investigatrice a cherché à recruter un échantillon à variation maximale, afin de disposer de la plus grande diversité possible concernant les caractéristiques des participants.

Les participants inclus répondaient ainsi à des caractéristiques variées concernant le sexe, l'âge, le lieu d'habitation et la quantité moyenne d'alcool consommée. Ces caractéristiques ont été détaillées dans la partie RESULTATS.

2. Saturation des données

11 sujets ont été inclus dans l'étude. Ce nombre n'a pas été défini préalablement ni arbitrairement, mais suivant la méthode de saturation des données. Cette saturation des données a été atteinte lors du 8ème entretien (E8) et a été confirmée par la réalisation de 3 entretiens supplémentaires. La saturation, ou suffisance des données, correspond à l'absence de nouvelles informations recueillies lors de l'analyse des données. (29)

3. Prise de contact

Les coordonnées de l'investigatrice ont été données par son réseau de connaissances à une dizaine de jeunes de la tranche d'âge correspondante à l'étude. Ces personnes pouvaient ensuite choisir librement de la contacter ou non.

Lorsque l'investigatrice était contactée, elle envoyait par mail au participant une lettre d'information expliquant brièvement l'étude et les modalités des entretiens, tout

en précisant bien ses droits concernant les données produites grâce à son entretien. La lettre d'information aux participants, en [annexe n°4](#) a été écrite conformément au modèle de la CNIL.

V RECUEIL DE DONNEES

1. Méthode utilisée

La méthode des entretiens individuels semi-dirigés a été choisie pour permettre aux jeunes participants de s'exprimer le plus librement possible sur un sujet pouvant se révéler sensible et intime. (25)

L'intégralité des entretiens, y compris ceux réalisés en visio-conférence, a été enregistrée sous format WAV 16/24bit avec le dictaphone h2n de la marque ZOOM®.

2. Réalisation des entretiens

Le lieu des entretiens était choisi par le participant. La plupart ont opté pour leur domicile, avec respect des mesures sanitaires en vigueur lors de la pandémie de Coronavirus. 5 entretiens ont été réalisés en visio-conférence, au moyen du logiciel ZOOM®, à la demande des acteurs ou en raison du contexte pandémique.

Avant de débiter l'entretien, un bref rappel de l'objectif de la thèse, de sa méthodologie (retranscription avec anonymisation des données, suppression des entretiens après la soutenance de la thèse, etc...) ainsi que des droits du participant concernant les données personnelles recueillies était fait à l'oral.

Le tutoiement a été utilisé entre l'investigatrice et le participant lors de la totalité des entretiens, conformément au souhait des participants.

VI TRAITEMENT DES DONNEES

1. Retranscription

Les retranscriptions audio ont été effectuées mot pour mot, à l'aide du logiciel Microsoft Word®. Les attitudes, les émotions, les silences ont été signalés. Les erreurs de syntaxe n'ont pas été corrigées.

Les éléments risquant de compromettre l'anonymat des participants ont été censurés.

Chaque entretien est identifié par l'abréviation E1 à E11, et correspondant à un participant rendu anonyme et identifié par l'abréviation P1 à P11.

2. Analyse des données

Les verbatims ont été analysés suivant une méthode hypothético déductive se rapprochant de la théorisation ancrée. Cette méthode permet de générer une théorie à partir des données recueillies. (31)

L'investigatrice a utilisé le logiciel NVIVO version 12 Pro ®, qui est une aide à l'analyse en recherche qualitative : il permet de regrouper les citations pertinentes par thèmes puis sous-thèmes appelés « nœuds » et d'aboutir à des théories.

Les entretiens ont été codés au fur et à mesure. L'investigatrice a pu réaliser successivement un codage ouvert, puis axial, et enfin sélectif.

Le codage ouvert consiste en l'identification d'idées principales (nœuds) dans le verbatim.

Ensuite, le codage axial permet de regrouper les codes ouverts en catégories et de les articuler entre eux pour faire émerger des concepts.

Enfin, le codage sélectif consiste en une mise en relation hypothétique des catégories principales entre elles et permet d'aboutir à la construction d'un modèle théorique.

L'arbre de codage est disponible en [annexe n° 5](#).

Notons que l'investigatrice a suivi deux formations à la recherche qualitative proposées par la FAYR-GP : *Initiation à la Recherche Qualitative* (Ecole d'Automne à Marseille en septembre 2018), puis *Approfondissement* (Ecole d'automne à Reims en septembre 2019).

3. Triangulation des données

Une triangulation des données a été utilisée pour éviter les biais d'interprétation et permettre une analyse la plus fidèle possible au verbatim. Les entretiens ont ainsi été analysés par l'investigatrice ainsi que par deux autres médecins généralistes réalisant également une thèse qualitative dans la région des Hauts-de-France. (29), (31)

VII ASPECTS ETHIQUES ET REGLEMENTAIRES

Le service de protection des données à caractère personnel de l'Université de Lille a été sollicité pour aider l'investigatrice à réaliser la déclaration à la CNIL.

[\(Annexe n° 6\)](#)

Le consentement libre et éclairé des participants a été recueilli avant le début de chaque entretien, soit par écrit soit à l'oral dans le cas des entretiens réalisés en vidéo-conférence.

RESULTATS

I CARACTERISTIQUES DES PARTICIPANTS

11 participants potentiels ont été contactés par courriel. Il s'agissait de 11 jeunes adultes, dont l'âge était compris entre 18 ans et 23 ans. Ils ont tous accepté de participer à l'étude.

La durée moyenne des entretiens était de 16 minutes, et s'étendaient de 9 min 26 sec (entretien n°3) à 20 min 20 sec (entretien n°1).

Les caractéristiques suivantes ont été recueillies à l'écrit avant le début de l'entretien : sexe, âge, lieu d'habitation (urbain, rural ou semi- rural), et nombre de verres d'alcool consommés par semaine en moyenne.

Les caractéristiques des participants sont présentées dans le tableau suivant.

Participant	Sexe	Age	Lieu d'habitation	Nb moyen de verres d'alcool consommés par semaine	Durée de l'entretien (en minutes)
P1	M	19 ans	Urbain	1	20 min 20 sec
P2	F	19 ans	Urbain	0	16 min 11 sec
P3	F	20 ans	Urbain	0	9 min 26 sec
P4	F	22 ans	Rural	10	19 min 44 sec
P5	F	23 ans	Rural	10	11 min 30 sec
P6	F	20 ans	Semi rural	1	19 min 21 sec
P7	M	20 ans	Urbain	30	10 min 48 sec
P8	F	18 ans	Semi rural	0	13 min 52 sec
P9	M	21 ans	Urbain	21	18 min 30 sec
P10	M	20 ans	Urbain	30	13 min 33 sec
P11	M	18 ans	Urbain	4	19 min 06 sec

Tableau 1: caractéristiques des participants

(F : Féminin, M : Masculin, Nb : Nombre, P : Participant)

II CARACTERISTIQUES DE LA CONSOMMATION D'ALCOOL CHEZ LES JEUNES ADULTES

1. Pas de profil type

Il n'y a pas de profil type d'un jeune consommateur d'alcool. Les participants décrivaient pour la plupart une consommation variable d'un jeune adulte à l'autre allant de l'abus à l'abstinence.

P1 : « Ca dépend, y'en a qui boivent pas et qui n'en voient pas d'intérêt et y'en a qui aiment bien boire en soirée. [...] Ca dépend des gens. »

P2 : « Enfin, j'trouve y'a de tout [...], y'en a qui boivent pour dire de boire, y'en a qui boivent parce qu'ils apprécient ces moments...»

Cependant, une majorité des participants dénonçait une consommation qu'ils jugeaient excessive pour certains jeunes adultes.

P2 : « J'pense que souvent les jeunes ils boivent beaucoup en soirée, que c'est un peu la période entre guillemet où ils se le permettent après je trouve que des fois c'est excessif. »

P8 : « Je trouve que la consommation des jeunes de maintenant euh, elle est excessive. [...] Je trouve que y'a un gros excès d'alcool chez les jeunes aujourd'hui. [...] »

Au contraire, 6 des participants à l'étude déclaraient avoir une consommation d'alcool modérée et constataient le même type de consommation dans leur entourage.

P1 : « J'ai pas l'impression qu'elle est trop présente en moyenne chez tout le monde ça va vraiment dépendre des personnes. »

P4 : « Y'en a par exemple, comme moi, qui font attention, qui sont raisonnables. »

P8 se déclarait même abstinente.

P8 : « Moi personnellement qui ne boit pas euh je vois pas l'intérêt de boire. (...) Moi je bois pas parce que j'aime pas le gout de l'alcool. »

2. Comportement spécifique aux jeunes adultes

Les jeunes adultes ont une consommation différente de celle de la génération de leurs parents. Ils consomment de manière plus ponctuelle mais plus massive.

P6 : « Pour moi les adultes boivent plus régulièrement que nous mais nous on boit plus qu'eux en fait. C'est vrai qu'on boit beaucoup mais de façon plus concentrée en fait. On boit beaucoup euh... en une soirée mais par contre on boit pas un verre par jour tous les soirs à table, c'est un peu la différence. »

P10 : « Elle est excessive plutôt le... le week-end, pendant les moments de repos, [...]. Ils surconsomment le week-end mais euh... beaucoup moins la semaine. »

Par ailleurs, La notion de camaraderie est à souligner car elle est souvent constatée dans les soirées alcoolisées.

P4 évoquait ainsi une forme de bienveillance dans son école où les étudiants veillent les uns sur les autres lors des soirées alcoolisées.

Le sentiment d'appartenance à un groupe (même école en l'occurrence) est fort et les pousse à prendre soin les uns des autres.

P4 : « Après, dans l'école, je trouve qu'il y a une bonne ambiance parce que on se connaît tous plus ou moins, ou même si on se connaît pas on dit : « oh on est à telle école, bah faut faire attention, on va, on va se protéger ! » Par exemple les garçons ils vont faire attention aux filles, de pas la laisser rentrer toute seule quand même donc ça c'est... c'est bien. [...] On fait quand même attention entre copains. »

3. Pour quelle raison boivent-ils ?

3.1 Notion d'expérimentation

Plusieurs participants ont évoqué l'envie de faire des « expériences » et sont à la recherche de leurs propres limites.

P5 : « Les plus jeunes, genre les seize ans, quand t'arrives au lycée je pense que c'est la période où [...] ils ont envie de tester. »

P6 : « J pense qu'on se teste tous un peu aussi [...] quand par moment on s'est testé et qu'on a vu que bah là... c'était un peu trop. »

3.2 Recherche de désinhibition

Certains participants disaient rechercher la désinhibition induite par l'alcool et qui les aide à aller vers les autres.

P4 : « Juste en buvant un ou deux verres. Ça permet peut-être de te décoincer un petit peu. »

P9 : « Bah franchement, chez nous les jeunes, c'est quelque chose qui nous permet quand même de pouvoir euh, de nous dépasser nous-mêmes, c'est-à-dire pouvoir parler à d'autres gens. [...] Boire de l'alcool, ça nous rend plus festifs, on va dire, pour pouvoir bah côtoyer tout le monde, être dans la même ambiance. »

3.3 Influence des pairs

Il existe une forte influence des pairs, c'est-à-dire des jeunes adultes les uns sur les autres. Leur consommation d'alcool se fait la plupart du temps entre amis et dans un contexte festif.

P4 : « Quand t'arrives, au début dans l'école y'a une intégration et y'a un parrainage. On te parraine et moi, mon parrain la première chose qu'il m'a dit c'est : « ben viens je vais te payer une bière ». Et puis là j'arrive et je dis : « ben non merci, (rire) je bois pas » et du coup t'es un peu mal vue. »

P9 : « C'est un petit peu la période où [...] tout simplement où on peut avoir beaucoup plus de relations, de fêtes, de soirées aussi, ce qui pousse aussi la consommation, tu vois. »

4. A quelle occasion ?

Pour de nombreux participants, la consommation d'alcool est intimement liée à la fête et « aux soirées » : ils consomment en groupe pour s'amuser.

P2 : « J'pense que souvent les jeunes ils boivent beaucoup en soirée. »

P6 : « Après ça varie dans les périodes, y'a des périodes où on peut sortir beaucoup et on boit plus, quand on va être plus chez nous on boit un peu moins... en confinement du coup moi je sais qu'on boit pratiquement plus. »

Pour P9, la fête est même synonyme d'alcool. Il disait ne pas concevoir une fête sans alcool. Pour lui, ce sont deux choses indissociables.

P9 : « J'avoue que j'aime beaucoup l'ambiance d'être alcoolisé avec les copains. [...] Je vois pas comment arrêter l'alcool [...] Je vois pas comment moi je pourrais faire la fête sans alcool, c'est assez compliqué »

5. Facteurs régulant la consommation

Enfin, les participants témoignaient de différents facteurs qui les ont amenés à réguler d'eux-mêmes leur consommation d'alcool.

5.1 L'expérience

Le « facteur expérience » était le plus souvent cité. Ce sont souvent de mauvaises expériences qui les amènent à consommer de manière plus raisonnable et raisonnée.

P1 : « J'fais plus attention mais c'est pas du tout à cause des campagnes c'est plus euh... parce que euh... c'est pas forcément agréable de trop boire donc j'ai tendance à mieux gérer euh... enfin le lendemain j'ai tendance à faire plus attention à ce genre de chose ».

P6 : « Après l'expérience, enfin quand je vois des gens qui sont vraiment pas bien, bah ça reste dans ma tête, plus qu'une campagne de prévention. »

5.2 La prudence

P4 expliquait limiter sa consommation par prudence. Avant de consommer de l'alcool, elle réfléchit d'abord à l'organisation de la fin de soirée (dormir sur place, rentrer chez elle etc...) pour être sûre d'être en sécurité.

P4 : « Je réfléchis toujours au comment je vais rentrer, avant d'aller à une soirée, je me pose la question comment je vais rentrer ? Où je vais dormir ? Et du coup ça, ça te fait quand même réfléchir et pas faire n'importe quoi si tu ne sais pas où dormir en fait. »

5.3 Influence des parents

La plupart des participants estimait qu'il existe une influence des parents plus ou moins forte sur la consommation d'alcool de leurs enfants.

P9 : « Ah c'est vrai qu'ils ont eu une grande influence. [...] Oui ils ont eu une forte influence sur moi sur l'alcool, comme mes amis. »

P11 : « Elle est pas... c'est pas une très grande influence, c'est juste de dire de faire attention à soi, mais après c'est toujours quelque chose, quand tes parents ils disent quelque chose souvent tu fais quand même attention parce que c'est tes parent. »

Cette influence était différente d'une famille à l'autre. Pour certains participants, les parents avait un rôle plutôt modérateur, pour d'autres un rôle plutôt incitateur.

Ainsi, 4 participants estimaient que les parents ont souvent une influence positive sur eux, en leur apprenant à modérer leur consommation.

Cette éducation passe par leur discours :

P3 : « J'en avais déjà entendu parler par ma famille, qui m'a toujours dit que c'était bien d'avoir un SAM [...] et les risques [...] de quelqu'un qui a bu quand il conduit [...] ce que ça peut engendrer sur la vie des autres, sur sa vie personnelle. »

P8 : « Mes parents m'ont toujours appris à ne pas boire, enfin pas boire, faire d'excès. [...] Ils m'autorisent à consommer de l'alcool en étant très raisonnable et en faisant attention à tout. »

Et aussi par leur comportement vis-à-vis de l'alcool puisque les jeunes adultes interrogés expliquaient prendre leurs parents pour modèles :

P4 : « Par rapport à mes parents bah, ils le savent, ils montrent l'exemple, ils vont pas prendre de risque. [...] Ma mère elle boit pas, donc du coup j'avais pas forcément envie de boire, parce qu'en la voyant elle s'amusait. Enfin elle m'a fait me rendre compte qu'on pouvait très bien passer une très bonne soirée et même mieux que d'autres personnes sans boire, en étant toi-même et en rigolant. Juste en buvant un ou deux verres. [...] en voyant ma mère qui buvait pas, qui appréciait pas vraiment l'alcool, je me suis toujours posé la question de [...] de savoir si j'aimais ça ou pas quand je goutais. Si j'aime pas bah je me force pas ! Ça je pense que ça vient de ma mère. »

Parfois les parents avaient un « effet modérateur » sur la consommation de leurs enfants du simple fait de leur présence au domicile familial. Les jeunes adultes modéraient alors leur consommation de peur de décevoir leurs parents ou tout simplement par peur des reproches.

P10 : « Peut-être qu'on boit un peu moins quand ils sont là, pour faire passer une meilleure image. »

P11 : « Ouais les parents ils ont quand même une p'tite influence, surtout quand t'es chez toi, tu fais une soirée chez toi, tes parents ils disent « faut faire vraiment attention » toi tu dis « ok d'accord, pas de problème » du coup tu bois moins.»

A l'inverse, pour quelques participants, l'alcool pouvait faire l'objet d'une sorte d'initiation en famille :

P9 : « Je commence à apprécier le vin parce qu'avec papa, [...] il me fait consommer du vin, justement il me montre des bons vins, c'est pas non plus une consommation de tous les jours. »

Ou constituer un moyen de partager un moment agréable avec les parents.

P9 : « Le vendredi, on boit un coup ensemble et bah c'est sympa, ça permet de se retrouver. »

P4 : « Puis bah parfois c'est rigolo, le week-end il me propose, du coup c'est bien de dire oui, ça crée un lien quand même d'apprécier les bonnes choses, p'tit verre de bière avec lui, ça lui fait plaisir en fait quand on dit oui. »

Mais ici encore, l'habitude de consommation des parents pouvait, à elle-seule, influencer les jeunes :

P9 : « Par exemple, quand tu vois tes parents faire tous les soirs l'apéro, bah c'est sûr que t'as envie de dire, bah pourquoi pas moi, pourquoi on ferait pas l'apéro ensemble. »

5.4 Crainte de la perte de ses capacités

Une des participantes à l'enquête expliquait limiter sa consommation pour éviter de perdre le contrôle d'elle-même.

P3 : « J'veux pas me mettre dans des états euh j'veux toujours garder mon self-contrôle quoi donc si j'bois c'est vraiment un verre. »

Tandis qu'un autre le faisait pour « protéger son cerveau » qu'il considérait comme son outil de travail.

P1 : « Faire des pertes de mémoire ou des black-out, [...] sachant qu'en plus t'as des problèmes à long terme, et étant donné qu'on est dans des études euh... élitistes, prestigieuses, on a intérêt à faire attention à notre cerveau sinon ça sert à rien de faire ça. »

5.5 Le début de la vie professionnelle

A contrario, P7 considérait que sa consommation était liée à sa vie d'étudiant et qu'elle allait forcément diminuer avec l'entrée dans la vie professionnelle. Il ne s'imaginait donc pas continuer à consommer de la même manière au-delà de la trentaine.

P7 : « En tant qu'étudiant c'est, disons que les années, je vais quoi jusque 30 ans, et encore y'en a qui arrêtent avant parce qu'ils commencent à travailler plus tôt forcément ... »

III LA PERCEPTION DES CAMPAGNES DE PREVENTION EN MATIERE D'ALCOOL PAR LES JEUNES ADULTES

Les résultats de notre enquête nous permettent de faire un constat sur les campagnes de prévention existantes : sont-elles pertinentes ? attendues ? efficaces ?

1. Des campagnes de prévention nécessaires et attendues

Un des participants a souligné l'importance de l'existence des campagnes de prévention, même si elles ne touchent parfois qu'un petit nombre de personnes.

P2 : « Ok ça change pas tout, mais je trouve ça bien de commencer quelque part et...j'trouve que ça peut quand même servir, enfin y'a toujours des gens qui vont plus écouter que d'autres, mais j'pense y'en a qui vont être plus sensibles à ça d'autre pas et voilà... »

P2 : « Et même si on n'écoute pas forcément quand on est au collège bah peut être que quand on est au lycée on va se dire voilà j'avais entendu des choses ...».

Elles ont donc le mérite d'exister, et d'ailleurs 5 participants en ont retenu que l'alcool est à consommer avec modération.

P6 : « Bah du coup, ouais, quand je pense à campagne de prévention c'est vraiment que les messages « l'alcool est à consommer avec modération ». »

P9 : « De limiter aussi la consommation, de faire attention. »

Autre intérêt des campagnes de prévention : elles fournissent des bases d'argumentaire pour ceux qui veulent protéger leurs pairs des risques de la consommation d'alcool.

En effet, certains participants disaient s'appuyer sur les campagnes et sur ce qu'elles leur ont appris, notamment sur leurs slogans, et s'en servir pour donner du poids à leur propre discours de prévention : ils se constituent ainsi le relais des messages de prévention auprès leurs proches.

P3 : « Y'a toujours des informations à prendre donc même si je ne me sens pas concernée par le fait de boire de l'alcool, euh, je suis toujours preneuse ne serait-ce que pour mes proches et mes amis. »

P6 : « A force répéter à consommer avec modération c'est un peu un truc qu'on a tous dans la tête même si parfois on ne le respecte pas mais du coup quand on voit quelqu'un qui boit trop direct, euh... bah ... ça vient un peu dans la tête de lui dire bah... attention, enfin... bois avec modération »

2. La Sécurité routière : un exemple inspirant ?

La sécurité routière tient une place particulière dans les résultats. En effet, la majorité des participants l'ont au moins évoquée. Les campagnes de prévention « Sans Accident Mortel » (SAM) et « Quand on tient à quelqu'un on le retient » sont toutes les deux citées plusieurs fois.

La prévention sur la consommation d'alcool et la conduite était donc perçue de manière plutôt favorable par les participants.

La grande majorité expliquait ne pas conduire sous l'emprise de l'alcool et chercher d'autres solutions : prendre un taxi ou un « Uber », dormir sur place, avoir

un conducteur désigné qui ne consomme pas d'alcool (« SAM ») ou tout simplement limiter sa consommation d'alcool.

P2 : « SAM aussi je trouve ça bien parce que ... [...] quand on va en soirée en général on pense quand même à comment on va rentrer. Est-ce que y'en a un qui boit pas ? Est-ce qu'on va prendre un Uber ? Est ce qu'on va rester sur place ? Enfin... moi personnellement avant de partir en soirée je réfléchis toujours à ça... »

P9 : « Surtout la campagne contre l'alcool on va dire au volant euh, [...] on a compris que c'était très mauvais de conduire après avoir bu de l'alcool. »

Cette injonction « *Boire ou conduire : il faut choisir* » semblait donc très bien intégrée par les participants qui ont, pour la majorité, conscience des risques d'accidents lors de la conduite sous l'emprise de l'alcool.

P8 : « Ils essayent quand même de faire pas mal de pub, de... de sensibilisation surtout au niveau des accidents de la route. On a beaucoup de... de... ouais de pub euh... sur les accidents qui se rapportent à l'alcool. Donc bien souvent quand on voit une pub on est un peu sensibilisé, on se dit que c'est pas bien de faire ça, que ça pourrait nous arriver. »

Certains participants ont vraiment été marqués par la notion de responsabilité envers les autres, proches ou inconnus, qui ressort de ces campagnes liées à la sécurité routière.

P4 : « Au final tu peux prendre le volant et faire du mal à quelqu'un d'autre en fait, pas forcément à toi, ou alors à tes amis que tu conduis derrière. »

P9 : « Le volant c'est sûr que c'est dangereux en plus on met la vie de quelqu'un d'autre en danger. »

3. Les éléments qui concourent à l'efficacité des campagnes de prévention

3.1 Un discours factuel et non moralisateur

Selon les participants à l'étude, pour être vraiment efficaces, les campagnes de prévention doivent mettre en évidence les risques encourus à court et plus long terme par la consommation d'alcool.

P2 : « Il peut y avoir des dangers et moi j'trouve que je suis sensible à ça. [...] Le fait que j'ai su tout de suite l'alcool que c'était quelque chose de dangereux, qu'y'avait [...] des maladies derrière qui pouvaient arriver ou même des risques quand on boit trop d'un coup en soirée ou avec d'autres choses [...] ça m'a fait m'méfier de ça. »

Un propos factuel permet d'ailleurs d'éviter le discours moralisateur qui est critiqué.

P1 : « J'ai trouvé qu'en fait le message qu'il essayait de faire passer ce n'était pas euh... « ne buvez pas » c'était euh... « ne buvez pas trop »... [...] Donc en fait il nous incitait pas à ne pas boire parce que c'est dangereux et donc, euh... c'était pas très moralisateur mais c'était plutôt il essayait de présenter les dangers .][...] Et c'était pas juste dangereux parce qu'on pouvait faire un coma éthylique, mais plutôt à long terme, euh... enfin sur les problèmes de mémoire, perte de mémoire et tout, ça c'était plus intéressant. »

Les remarques de P1 sous-entendaient l'intérêt de donner des explications physiopathologiques :

P1 : « Il nous donnait un peu des côtés un peu plus détaillés, (...), c'était plus intéressant de comprendre pourquoi c'est dangereux et juste nous dire oh non ne faites pas ça. »

D'ailleurs, quand l'investigatrice les interrogeait sur les messages de prévention qu'ils ont pu retenir, les participants évoquaient, pour la majorité, des propos contenant des informations bien concrètes,

- qu'il s'agisse de **conduite à tenir en cas de malaise avéré** :

P1 : « Ils ont appelé le 15 euh.. ils l'ont mis en position latérale... en PLS.. position latérale de sécurité... »

- Ou **des effets néfastes sur la santé** :

P2 « Je pense aussi qu'y'a des gens qui se rendent pas vraiment compte et que [...] le fait de dire si vous buvez trop vous pouvez faire un AVC, vous pouvez faire ça, vous pouvez faire ci, je trouve que ça parle beaucoup plus.[...] J'me rendais pas compte à quel point ça pouvait être grave, à quel point ça pouvait être grave très vite et j'trouve que justement, ben parler de choses médicales aux gens bah, ça peut les alerter et les réveiller. »

- **à court terme** comme les troubles mnésiques, la diminution de l'attention, la perte de contrôle de soi, le coma éthylique, les malaises, cités par plusieurs participants :

P1 : « A court c'est terme c'est les black-out et encore plus loin, coma éthylique.

[...] Le fait d'être moins attentif euh... sur la route. »

P3 : « Qu'ça rendait un peu euh... (...) un peu fou quoi entre guillemets. [...] Y'a eu une campagne y'a pas longtemps de quelqu'un qui fait une sorte de... j'crois que c'est un arrêt cardiaque ou... donc on voit aussi euh de plus en plus les effets qu'ça peut avoir sur la santé ce que j'trouve bien. »

- ou à **long terme**, tels les troubles cognitifs, les hépatopathies et les cancers, repris par certains jeunes :

P8 : « Ca touche aussi au niveau du cerveau, le développement du cerveau y se fait pas pareil si on va boire jeune (...) on va développer moins de capacités plus tard. »

P1 : « Les problèmes avec le foie enfin les cirrhoses, problèmes donc plutôt très long terme. »

P7 : « Il doit y avoir un ou deux cancers, trois ou quatre cancers même. La gorge ,(...) , la cirrhose, (...), le cancer du foie. »

3.2 Pouvoir s'identifier

Le fait de pouvoir s'identifier aux personnages mis en scène dans les messages de prévention constituait également un point positif.

Ainsi, P8 disait être plus facilement sensibilisée quand elle peut s'identifier aux campagnes.

P8 : « Les campagnes ça sensibilise beaucoup parce que quand on voit les différentes pubs ou les différentes choses qui passent à la télé ou à la radio on se dit qu'on aimerait pas que ça nous arrive donc euh... personnellement je me dis que s'il m'arrive quelque chose à cause de l'alcool je m'en voudrais plus tard. »

3.3 Quelles formes pour des messages efficaces ?

La forme donnée aux messages de prévention est tout aussi importante que leur contenu. En effet, nous avons pu constater que les campagnes ayant permis une bonne intégration des messages de prévention sont celles qui usent de slogans et d'images dites « chocs ». La répétition est également un facteur positif.

Ainsi, P2 affirmait que la **répétition des messages** de prévention est efficace pour sensibiliser le public cible.

P2 : « J'avais vu une pub hier ... qui disait que à partir de deux verres par jour ça pouvait avoir des effets graves et je trouve que répéter ça tout le temps, quotidiennement auprès des gens, [...] c'est tout bête et c'est évident, mais j'trouve que le fait d'le répéter, d'le répéter, d'le répéter, ça fait que, bah, les gens ils en prennent peut-être plus conscience que si simplement on le disait une fois de temps en temps donc je trouve ça bien qu'ils le répètent. »

Ensuite, l'utilisation d'**images « chocs »** semblait marquer plusieurs participants à l'étude.

P3 : « Y'a des choses choquantes du coup qui peuvent marquer les esprits. [...] C'était assez réaliste. »

P4 : « Mais ça m'a toujours marqué quand même parce qu'il y avait des trucs un petit peu choquants donc ça marque. »

Enfin, la quasi-totalité des participants a mentionné, et ce parfois à plusieurs reprises, les **slogans** des campagnes de prévention.

P4 : « SAM c'est celui qui conduit c'est celui qui ne boit pas bah ça je trouve que c'est bien[...]Ca marque et au final. [...] Une phrase, une petite phrase comme ça qui reste dans l'esprit, c'est pas mal. »

P6 : « L'alcool est à consommer avec modération, [...] ça reste dans la tête parce qu'on l'entend souvent. »

3.4 Les supports de communication

L'ensemble des participants a cité comme supports de communication les plus utilisés actuellement les médias suivants : la télévision, la radio et les réseaux sociaux. La prévention par le biais d'intervention dans les écoles a également été citée comme un moyen de sensibilisation efficace.

- Télévision

P2 : « Enfin je trouve ça pas mal quand ils montrent les dangers de l'alcool à la télé aussi, quand ils montrent des vidéos. »

P2 : « Je trouve que ce qui se passe à la télé c'est quand même bien... enfin pour les gens qui regardent beaucoup la télé. »

Concernant les campagnes de type spot de prévention à la télévision, P1 et P2 ont souligné l'intérêt d'utiliser l'influence « des animateurs télé » pour toucher le public

P1 : « C'est vrai que ça c'est peut-être pas mal dans le sens où ils prennent des gens connus, donc souvent les gens qui regardent la télé c'est des gens qu'ils connaissent, donc ils ont plus [...] de chance d'être euh... bah intéressés par ce qu'ils disent... d'être captivés. »

P2 : « Aux périodes de Noël surtout, y'a tous les animateurs qui ...qui disent [...] de faire attention. Je trouve ça pas mal. Parce que y'a des gens qui [...] écoutent plus justement les personnes qui les inspirent [...]. Du coup j'pense que ça peut être un plus d'utiliser cette manière. »

- Radio

P4 : « A la radio souvent sur les chaines NRJ, je sais pas, les chaines des jeunes. »

- Réseaux sociaux

P3 « Euh bah j'pense que c'est les réseaux sociaux parce que c'est le moyen qui peut toucher le plus de jeunes [...] vu que c'est la chose la plus utilisée par les jeunes quoi »

P9 : « Les meilleurs moyens ils sont déjà trouvés, tout le monde les connais hein, c'est la télévision et les réseaux sociaux, ça c'est clair. »

- Ecoles

P2 trouvait utile l'intervention de policiers dans les écoles :

P2 : « Il me semble que y'a les policiers qui viennent [...] dans nos classes nous parler en primaire, au collège ? [...] j'trouvais intéressant ... euh le fait que ce soit des gendarmes et pas forcément nos profs qui nous disent... »

P1 a été marqué par une conférence sur les dangers de l'alcool organisée dans son école lors de ses études supérieures :

P1 « Je reviens sur la conférence [...] c'était un docteur et j'trouvais que c'était une communication assez bien. »

P8 évoquait une intervention dans son lycée où il a été proposé aux lycéens de porter des masques de réalité augmentée pour mieux se rendre compte des effets de l'alcool.

P8 « Mes dernières années de lycée là, j'ai eu des préventions sur l'alcool et j'ai trouvé ça bien parce qu'on a fait des tests. On a mis des lunettes comme si on avait bu beaucoup d'alcool, on a fait des jeux et on se rend vraiment compte dans la situation qu'on essaye de se contrôler mais qu'en fait, par exemple, marcher sur une ligne droite c'était impossible, c'était infaisable, alors que, en soit, on n'est pas tous au courant de ce que l'alcool fait, donc j'ai trouvé ça intéressant. »

4. Les limites des campagnes de prévention actuelles

Malgré ces critiques positives, la quasi-totalité des participants a trouvé la prévention en matière de consommation d'alcool globalement inefficace. Celle-ci n'a pas, ou très peu, influencé leur comportement face à l'alcool.

P1 : « J'ai pas vraiment l'impression qu'elles l'ont influencé. Maintenant euh.... J'fais plus attention mais c'est pas du tout à cause des campagnes. »

P10 : « Euh, bah honnêtement elles me touchent absolument pas, enfin ma consommation avec et sans les préventions ne change absolument pas. »

4.1 Campagnes de prévention en nombre insuffisant

La première cause de cette inefficacité relative est l'insuffisance du nombre des campagnes de prévention.

- Dans les écoles

Une très grande majorité des participants ont déploré le manque de prévention dans les écoles. La plupart n'en ont pas bénéficié.

P3 : « Alors moi personnellement collège et lycée j'ai eu aucune prévention sur l'alcool. Vraiment pas du tout euh j'ai eu de la prévention sur les maladies sexuellement transmissibles mais l'alcool jamais ».

P9 : « Bah je les trouve pas assez rigoureuses, bah au lycée j'en n'ai jamais eu, au collège j'en n'ai pas eu non plus.»

P11 : « J'en ai jamais vu euh... même à l'école on n'a jamais été avertis par ça sérieusement. »

- Dans les médias

Presque tous les participants constataient également la quasi-inexistence dans les médias des campagnes de prévention en matière de consommation d'alcool.

P6 : « Moi je vois pas trop de campagnes de prévention. [...]. En terme de campagne [...] de prévention chez les jeunes en tant que telle, euh... honnêtement j'en vois pas [...] C'est grave peut-être mais vraiment j'en n'ai jamais vu... c'est quand même un peu, je sais pas trop comment dire, mais des vidéos ou quoi que ce soit bah j'en n'ai jamais vu. »

En outre, les participants regrettaient que les campagnes de prévention soient si peu nombreuses sur les réseaux sociaux.

P6 : « Sur internet honnêtement...j'pense pas avoir vu de campagne. »

4.2 Des médias peu adaptés aux jeunes adultes

Selon certains participants, les médias habituellement utilisés (radios, télé) sont peu adaptés aux jeunes adultes de leur âge.

P4 : « Après, ouais les pubs à la télé, bah faut regarder la télé et ça... et faut regarder au bon moment. Parce que moi du coup je regarde pas du tout la télé, la radio moi je l'écoute plus. »

P5 : « Après la TV oui, mais bon pas forcément pour les jeunes car ils regardent pas forcément la télé. »

Selon P7, c'est par le biais des réseaux sociaux que la prévention doit être menée aujourd'hui.

P7 : « Moi je suis jeune et je pense que ma génération est pareille, et même la génération d'avant et celle qui viendra après, on est plus sur internet aujourd'hui que sur la télé et je pense que si l'objectif était vraiment d'avertir plus les jeunes, il faudrait passer par internet maintenant et plus par la télé »

4.3 Des messages peu adaptés

- Des Messages trop vagues

Les participants reprochaient aux campagnes de prévention concernant la consommation d'alcool de ne pas véhiculer un message suffisamment concret. P6 et P11 souhaitaient des messages clairs avec des explications, des exemples, des statistiques et des conduites à tenir précises.

P6 : « Moi je trouve que c'est des messages un peu flous et un peu passe-partout... on dit pas vraiment ce qui se passe en fait. [...] Enfin, je pense qu'on devrait donner de vrais exemples, de vrais chiffres, enfin on devrait... voilà (rire) enfin donner des choses concrètes... »

P11 : « Euh, les seules campagnes que j'ai vues bah c'est... c'est faire attention à la consommation sans prévenir des risques, [...] ils ont jamais expliqué pourquoi il fallait faire attention. [...] C'est pas assez bien expliqué. [...] Nan faut expliquer pourquoi... bien. »

- Discours inadaptés aux jeunes adultes

Plusieurs participants ont reproché aux campagnes de ne pas être pertinentes ni adaptées à leur génération. Selon eux, elles ciblent un public plus âgé.

P1 : « C'est aussi parce que c'est un public plus vieux j'pense... (...) C'est plus dans un cas général de la consommation d'alcool et non chez les jeunes donc c'est ça qu'ça prend pas. »

P5 : « Ils parlent de l'alcool au volant sauf que les jeunes consomment pas forcément quand ils ont le permis et pas forcément quand ils conduisent. Donc c'est vrai qu'il faudrait qu'ils ciblent les plus jeunes. »

P1 les trouvait obsolètes, stéréotypées, voire « risibles ».

P1 : « Y'a SAM là mais ça c'est assez vieux quand même. J'pense qu'elle est parfois mal adaptée. Trop des stéréotypes sur les jeunes et c'en devient un peu risible [...] c'est un peu trop gros je trouve, c'est un peu bizarre à regarder je trouve c'est pas très.... bien fait...»

- Sensibilisation trop liée à la sécurité routière

Les participants trouvaient que la prévention est trop axée sur la sécurité routière, voire qu'elle se limite à cela.

P9 et P11 déploraient le manque de prévention sur d'autres axes que la sécurité routière, notamment sur le risque d'addiction.

P5 : « Alors oui l'alcool au volant mais y'a pas qu'ça. »

P9 : « Moi je trouve que ça manque d'autres préventions, d'expliquer ce que peut nous risquer l'alcool à part le volant quoi voilà... »

P11 : « Pour moi la seule chose qu'on me parle de l'alcool c'est plus euh... comment dire, la sécurité routière, c'est par rapport à la sécurité routière. Par exemple on parle jamais d'addiction alors que c'est quand même quelque chose d'assez grave. »

5. Public difficile à sensibiliser

5.1 Immaturité et insouciance

La moitié des participants évoquait une forme d'immaturité et d'insouciance chez les jeunes adultes de leur tranche d'âge. Cela en fait donc un public difficile à sensibiliser.

P1 : « Enfin j'pense quand on est jeune, [...] on est un peu immature et donc euh... même si y'a une campagne qui dit qu'il faut faire attention euh... on va pas forcément l'écouter. »

P2 : « J'ai l'impression que souvent les jeunes écoutent pas trop, [...] c'est un peu de leur génération, entre guillemets, de dire : « on s'en fout, on fait ce qu'on veut ».»

5.2 Période d'expérimentation

Ensuite P2 décrivait une période d'expérimentation qui, là encore, rend ce public difficile à sensibiliser.

P2 : « J'trouve que souvent [...] ça a peu d'impact, parce que ... j'ai l'impression que les jeunes bah ils ont envie de tenter... d'expérimenter des choses [...] vouloir tester en soirée.»

5.3 Influence des pairs

2 participants expliquent qu'ils ont tendance à consommer de l'alcool pour imiter les autres.

P2 : « J'ai l'impression que les jeunes bah ils ont envie de tenter... d'expérimenter des choses de...de... ouais quand tu vas en soirée ils ont envie de faire comme les autres. »

P9 : « Boire de l'alcool ça nous rend plus festifs on va dire, pour pouvoir bah côtoyer tout le monde, être dans la même ambiance, des choses comme ça. »

5.4 Fluctuation de l'âge de début de consommation

Tous les jeunes ne découvrent pas l'alcool au même âge. Ces décalages peuvent même s'avérer très importants, chacun faisant l'expérience de la consommation de l'alcool à son rythme. Ceci complique le travail de sensibilisation de ce public : à quel âge l'entreprendre ? Comment aborder le sujet sans choquer les plus jeunes ou ennuyer les plus aguerris ?

P4 : « Du coup, ce qui serait compliqué, c'est de savoir à partir de quel âge. Car y'en a qui commencent à boire dès le collège j'pense. Du coup ça serait pas mon cas, on me parlerait de ça au collège bah je vois pas du tout l'intérêt. Je comprendrais pas les enjeux. Alors que si tu m'en parles maintenant, oui. »

5.5 Pas de fête sans alcool

P9 n'envisageait pas de faire la fête sans alcool. Il ne pouvait pas s'imaginer arrêter de consommer de l'alcool, même en en connaissant les dangers. La fête est pour lui synonyme d'alcool.

P9 : « Même si tu me dis bah t'as trouvé la pub qui me fait mal au cœur « nanana » sur l'alcool bah je pense pas que j'arrêterai non plus de m'amuser, d'être avec les copains. [...] Je vois pas comment moi je pourrais faire la fête sans alcool, c'est assez compliqué. »

5.6 « Prévention inutile » ?

Une partie des participants a déclaré ne pas se sentir concernée par la sensibilisation contre l'abus d'alcool.

- Soit parce que cette consommation n'était **pas considérée comme problématique**. Pour P10, la consommation d'alcool chez les jeunes ne mérite pas d'être la cible de campagne de prévention.

P10 : « Je trouve honnêtement que y'en a assez, y'a pas de réels problèmes d'addiction à l'alcool notamment chez les jeunes donc je m'attarderais beaucoup plus sur les drogues que sur l'alcool en tout cas. »

- Soit parce qu'ils **ne consommaient pas d'alcool**, comme P3 qui en buvait très peu et ne se sentait donc pas concernée.

P3 : « Ca m'a pas influencé parce que euh... ça a toujours été depuis que je suis jeune euh... l'idée de pas trop boire en fait donc euh ça a pas eu d'impact en fait sur moi. »

- Soit parce qu'ils estimaient que la consommation d'alcool **est une responsabilité individuelle et non collective**.

Ainsi, pour P7, il appartient à chacun de prendre ses responsabilités face à l'alcool et de décider ou non de consommer. Selon lui, la consommation d'alcool est une liberté et la responsabilité est individuelle. La prévention collective contre les dangers de la consommation d'alcool n'avait donc pas d'intérêt selon lui.

P7 : « Je pense que de toute façon ça sert pas à grand-chose, mais même si on voyait plus de, d'informations, d'alertes, de publicité etc.. je pense que c'est de la responsabilité de chacun. [...] C'est de la responsabilité individuelle et pas collective. »

IV PISTES D'AMELIORATION

Au cours de leur entretien, les jeunes se sont beaucoup exprimés sur les éléments qui amélioreraient l'efficacité de la prévention en matière de consommation d'alcool chez les jeunes adultes.

1. Les grands principes de communication

Chacun ayant sa sensibilité propre, il apparaît évident que tous les individus ne seront pas touchés et donc sensibilisés par le même type de campagne de prévention. P2 l'a expliqué très clairement ci-dessous :

P2 : « J'pense que toutes les manières sont bonnes à prendre... y'a rien qui est à mettre de côté, enfin chaque chose peut apporter quelque chose de nouveau pour un public différent donc je trouve ça pas mal... »

1.1 Importance d'une sensibilisation précoce

La moitié environ des participants expliquaient qu'il est important de réaliser une prévention précoce.

P2 : « Quand on parle de ça dès le plus jeune âge on se rend plus vite compte qu'il peut y avoir des dangers et moi j'trouve que je suis sensible à ça. [...] Le fait que j'ai su, que tout de suite, l'alcool c'était quelque chose de dangereux [...] Enfin j'trouve que ça m'a aidé à plus me méfier de la chose... »

P6 : « Et du coup, si c'est fait un peu plus tôt, j'pense que les idées sont un peu plus ancrées. J'pense que ouais, ce serait bien de la commencer tôt en fait »

P8 : « Au niveau de l'école [...] déjà très jeune... [...] de déjà sensibiliser dès le départ. Aujourd'hui y'a des jeunes de 13-14 ans qui font déjà des soirées, consomment beaucoup d'alcool. »

Cette prévention précoce devrait intervenir, dans l'idéal, avant les premières consommations.

P6 : « Je pense qu'il faut commencer la prévention tôt, [...] pour mettre des idées dans la tête. Parce que enfin, une fois qu'on grandit et qu'on est vraiment dans la période, j'trouve qu'on a moins envie d'écouter les discours de prévention parce que bah, (inaudible) et faire un peu comme les autres aussi. »

P11 : « Il faudrait prévenir avant que ça arrive, parce que je pense que quand t'as une soirée, que t'as 15-16 ans, que tu sais pas du tout les effets de l'alcool parce que bah t'es jeune, ça peut... c'est là qu'il peut arriver des trucs. »

1.2 Adapter le discours au public

P1 et P4 ont souligné qu'il est important d'adapter le message au public visé par les campagnes de prévention (le fond et la forme des campagnes) et ce en fonction de leur âge, de leur degré de maturité et de leur type d'études ou domaine d'activités.

P1 : « Je reviens sur la conférence que j'ai eu en début d'année quand ... en école... parce que c'est vrai que c'était un docteur et j'trouvais que c'était une communication assez bien parce que [...] il essayait de présenter les dangers euh.... Enfin comme on est scientifiques il nous donnait un peu des côtés [...] plus détaillés. »

P1 : « C'est vrai que c'est pas mal après c'est que ils peuvent se permettre de faire parce qu'on est plus grand, on fait plus attention et donc nous dire qu'on a le droit de boire mais pas trop c'est plus facile de dire ça à des gens qui sont déjà plus matures plutôt que dire ça à des gens qui ont pas encore commencé... euh... je pense que le discours y'est pas le même. »

P4 admettait que cette adaptation au public est compliquée à mettre en œuvre, notamment pour le choix de l'âge du début de la prévention.

P4 : « Ça doit être compliqué à gérer, à quel âge. Parce qu'il ne faut pas non plus que ce soit trop lourd, parce que sinon la personne elle peut se braquer je pense, surtout si elle consomme trop. [...] Mais pour que ça touche plus faudrait que ce soit des gens du même âge à peu près, mais toujours au bon âge... pour qu'ils comprennent en fait. C'est ça qui doit être compliqué parce que tout le monde a un parcours différent avec l'alcool. »

2. La prévention de masse

2.1 Multiplier les campagnes

Selon les participants, il faut multiplier les campagnes dans tous les médias.

P3 : « Plus de campagnes publicitaires. Même des affichages dans les rues, à la télé enfin plus que... que y'en a maintenant. »

2.2 Meilleures utilisations des médias traditionnels

Tout comme P3, P8 suggérait une augmentation du nombre des campagnes à la télévision.

P8: « Puis des campagnes au niveau de la télévision, plus de pub vraiment sensibilisatrices... »

P9 proposait d'utiliser les plateformes de vidéos à la demande et les réseaux sociaux.

P9 : « Bah y'a tellement de moyens possibles, tu peux faire sur les séries télé, [...], comme sur les réseaux sociaux. »

P9 proposait également d'utiliser la notoriété et l'influence de personnalités dans les programmes de télé-réalité. Dans ce genre d'émissions, les participants consomment de l'alcool et même s'il y a une censure, les téléspectateurs ne sont pas dupes.

P9 : « Les influenceurs qui montrent qu'ils s'amuse sans boire de l'alcool. [...] Par exemple sur w9, Les Marseillais et tout ça qui montrent qu'ils s'amuse avec de l'alcool ; mais qu'ils montrent qu'ils s'amuse avec autre chose. Je sais plus comment ça se passe, s'ils cachent la bière tout ça ou pas mais tu sais très bien que c'est de l'alcool derrière donc voilà. »

2.3 Exploiter le potentiel des réseaux sociaux

La majorité des participants à l'étude ont considéré que les réseaux sociaux étaient le meilleur média pour faire de la prévention.

P5 : « Je pense que le meilleur moyen pour les jeunes ce serait les réseaux sociaux en tout cas. Donc sensibiliser sur les réseaux sociaux je pense que ça pourrait être pas mal aussi, en tout cas moi c'est ce que j'aurais aimé avoir en étant plus jeune. »

P11 : « Essayer, d'aller mettre la prévention où les jeunes sont [...] plus actifs. [...] Maintenant les gens ils passent en moyenne 3-4 heures sur « Insta » par jour. Si on avait des messages de prévention sur le téléphone, régulièrement je pense qu'à un moment on se dirait tiens c'est bizarre, faut peut-être que je fasse attention. »

Ils expliquaient notamment que les jeunes adultes de leur génération utilisent bien plus les réseaux sociaux et les plateformes de vidéos à la demande que les médias traditionnels comme la télévision.

P6 : « Je pense que ce serait les réseaux sociaux honnêtement parce que... bah tout ce qui passe à la télé... je regarde plus les séries sur NETFLIX ou quoi que ce soit plutôt que les pubs à la télé quoi. [...] Et du coup je pense que si elles passent sur les réseaux [...] on les voit plus et je pense ce serait un meilleur moyen. »

Ainsi, plusieurs participants proposaient d'introduire systématiquement des campagnes de prévention dans le **fil d'actualité** des jeunes,

P3 : « J'ai jamais vu dans mon fil d'actualité quoi que ce soit mais des pages consacrées à ça, même des trucs sponsorisés avec de la ... la prévention qui apparaissent automatiquement dans le fil d'actualité des personnes jeunes. »

P5 : « Quand je vois tous les jeunes sur les réseaux sociaux pourquoi pas les inciter justement sur leurs fils d'actualité. »

ou sur les **plateformes vidéos**

P7 : « Bah je ferai des petits spots que je mettrai par exemple, avant chaque vidéo YouTube ou sur des lives sur Twitch. Comme je t'ai dit, j'irais chercher plutôt l'internet. Comme une pub d'une dizaine de secondes mais sur internet. »

P4 a évoqué les algorithmes qui permettent en effet de cibler les centres d'intérêt des jeunes et leur proposer des « publicités de prévention » adaptées.

P4 : « Parce que après je sais qu'on peut mettre des pubs par rapport à ce qu'on regarde et aux tranches d'âges et tout, donc peut-être qu'ils pourraient mettre pour les plus jeunes des préventions sur l'alcool. »

Quelques participants proposaient de mettre à profit la notoriété des influenceurs en leur demandant de faire passer des messages de prudence vis-à-vis de l'alcool, à l'instar des animateurs télé au moment des fêtes de fin d'année.

P6 : « Faire passer le message par des gens connus par exemple. (...) Enfin, je veux dire des influenceurs ou quoi que ce soit, les gens on suit leur mode de vie et je pense qu'ils seraient peut-être plus écoutés. »

P11 : « Maintenant qu'on est plus sur les réseaux sociaux tout ça... Demander par exemple à des influenceurs de faire de la prévention. Par exemple Mcfly et Carlito, pour le Président ils avaient fait une vidéo pour le Covid, ça pourrait très bien se passer par rapport à d'autres causes. »

2.4 Prévention lors de l'achat d'alcool

P4 a proposé de faire de la prévention sous forme **d'affiches dans les lieux de vente d'alcool**.

P4 : « Dans, dans les magasins mais j'pense y'a déjà des, des affiches ou dans les... bah dans les bars directement en fait. »

P2 et P4 évoquaient la possibilité de faire passer les messages de prévention directement sur les bouteilles d'alcool, sous forme de **pictogramme sur les bouteilles d'alcool** par exemple.

P2 : « J'sais pas si y'a déjà des messages sur les bouteilles d'alcool... »

P4 : « Sur les bouteilles d'alcool, [...] (rire). »

P2 proposait **d'aiguiller les jeunes dans les rayons alcool** et de les guider vers des alcools moins forts et plus adaptés à de jeunes consommateurs.

P2 : « Dans l'rayon alcool, mettre un endroit où on pourrait conseiller de l'alcool pour les débutants. Où on mettrait sur les étiquettes (...) alcool moins nocif, moins fort ou cocktail ou ... enfin alcool pour les 18 ans par exemple ou je sais pas ou pour débiter. »

Pour P10, la prévention doit se faire sur les lieux de consommation d'alcool comme les bars **sous forme de témoignages**.

P10 : « Les moyens de communication.... je dirais directement dans les bars. [...] Ouais ça serait beaucoup plus dans les bars. »

Il est plutôt défavorable à la prévention dans les médias et défend une prévention plus authentique et plus humaine, par le biais d'associations par exemple, sans passer par le numérique.

P10 : « Je me baserais plutôt sur des préventions directement dans les bars mais pas avec des images chocs, avec des vraies personnes qui nous en parlent un peu plus sérieusement, qui nous expliquent, mais pas avec un discours déjà fait, avec un discours un peu différent, un peu plus original, sur... ouais sur des accidents, sur les risques liés et même sur les maladies. [...] Je ne passerai pas par les réseaux sociaux, j'installerai des pseudos associations qui iraient directement dans les lieux qui vendent de l'alcool. La prévention faut pas la faire à travers du numérique. »

3. Prévention par les pairs

3 participants ont insisté sur le fait qu'ils se tourneraient naturellement vers des personnes de leur génération pour échanger sur leur consommation d'alcool, parce qu'il est plus facile, selon eux, de s'identifier à des personnes du même âge.

Ainsi P2 se disait plus sensible aux conseils émanant de jeunes de sa génération, car ils sont plus à même de comprendre les tenants et aboutissants de sa consommation d'alcool.

P2 : « On écoute plus [...] les personnes de notre génération par exemple nos amis. J'trouve que les gens de notre âge ils peuvent plus facilement comprendre notre démarche par exemple vouloir tester [...] en soirée tout ça et nous donneraient des conseils par exemple : « bah bois pas trop d'un coup » ou « teste plutôt cet alcool que celui-là » mais j'vois pas mes parents me dire ce genre de conseil. »

Selon P2, ses parents auraient, de par leur « casquette de parent », plus de difficultés à la conseiller, la comprendre et tiendraient un discours d'interdiction, critique et moralisateur.

P2 : « Les adultes [...] ils veulent surtout nous protéger et ils auraient tendance à nous interdire, nous interdire au lieu de nous expliquer et de nous faire comprendre. »

Ainsi P2 et P4 proposaient de faire passer des messages de prévention par les jeunes eux-mêmes, dans la sphère familiale ou à l'école.

*P2 : « Une idée qui me vient en tête comme ça *rire* c'est le fait que bah, comme je disais on écoute plus facilement [...] les personnes de notre génération par exemple nos amis tout ça et p't'être qu'on pourrait utiliser euh...bah justement les plus vieux que nous mais qui sont toujours dans notre cercle familiale pour nous en parler, par exemple si on disait aux lycéens de... parler aux collégiens de parler de leur famille. »*

P4 : « Ce qu'il faudrait vraiment c'est en parler euh...Que ça passe par l'entourage en fait mais entourage niveau études, enfin au niveau amis. [...] Mais pour que ça touche plus faudrait que ce soit des... des gens du même âge à peu près. »

Cette notion de prévention par les pairs tenait une place particulièrement importante lors des entretiens, et elle sera évoquée à nouveau dans le chapitre suivant qui traite de la prévention en milieu scolaire.

4. Prévention en milieu scolaire

Le milieu scolaire et étudiant était considéré, pour la majorité des participants, comme un lieu de prédilection pour faire de la prévention en matière d'alcool.

P5 : « Je demanderai aux établissements scolaires de participer à ça. Car moi, en ayant eu l'expérience de ne rien avoir au collège ou au lycée, je pense que c'est important d'y consacrer quand même du temps, (...) en parler au moins avec les jeunes. »

P11 : « Le meilleur moyen (...) c'est quand même plus l'école où ils devraient faire intervenir des gens pour vraiment expliquer. »

4.1 Prévention collective

Selon plusieurs participants, cette prévention devrait être rendue **obligatoire** et **régulière**.

P1 : « J pense que les campagnes de prévention (...), aux collèges et aux lycées , (...) c'est rendu obligatoire par l'école, du coup tout le monde doit y assister et tout le monde est obligé d'écouter, même si ça les intéresse pas, au moins ils doivent écouter et entendre. »

P8 : « Je sais pas, une fois par année, [...] sans trop charger ou bourrer le crane des enfants, [...] voilà une fois par an de refaire un rappel. »

Elle pourrait prendre la forme :

- **d'interventions de professionnels de santé.**

P1 : « Faire des campagnes types conférences avec des professionnels ou des médecins. »

P8 : « Des intervenants de la santé puisqu'eux savent directement les effets sur le corps donc oui voilà des médecins ... »

- **d'interventions de pairs, notamment sous forme de témoignages**

P2 : « Emmener des ... des plus vieux des lycéens etc et cetera directement aux collégiens parler par exemple en cours...»

P6 : « On s'identifie plus à quelqu'un qui a notre âge et qui a vécu plutôt qu'à... enfin les experts les médecins. [...] Je pense qu'il y ait aussi beaucoup de témoignages et beaucoup de personnes auxquelles on puisse s'identifier, qui par exemple, euh bah,

pour prévenir qu'ils ont eu de mauvaises expériences ou qu'il leur soit arrivé quelque chose avec l'alcool. [...] J pense que le message rentrerait plus [...], si c'est pas concret bah on écoute mais sans vraiment écouter quoi. »

P11 : « Faire intervenir bah des gens qui ont eu ces problèmes, parce que je pense que c'est le meilleur moyen de montrer. Parce que quand t'es jeune tu dis « ah ouais y'a presque personne à qui ça arrive, pourquoi ça arriverait à moi » ? »

- d'une présentation par un « **binôme médecin-jeune** » pour avoir à la fois le côté scientifique et le côté retour d'expérience et identification à un pair.

P6 : « Par exemple si on faisait intervenir je sais pas un médecin avec un jeune qui fassent une présentation ensemble dans un lycée et bah... les gens seraient peut-être plus intéressés et après y'a des questions qu'on se pose et qu'on poserait pas à un médecin mais qu'on poserait plus à un jeune qui a notre âge quoi et... questions un peu concrètes et je pense que le message euh, je pense qu'on serait plus attentif au message et en même temps avoir un médecin pour avoir enfin un avis médical et des vrais conseils quoi. »

- **d'interventions d'association étudiante**

P1 : « J'ai aussi dans mon école une association (...) qui s'occupe en fait des dangers liés à l'alcool, en fait c'est des étudiants qui ont cette association et qui s'occupent de toute la partie des dangers liés à l'alcool, la drogue. (...) Et justement ils font des campagnes eux et c'est pas mal ce qu'ils font car justement comme c'est fait par des étudiants on est au même pied d'égalité. »

P4 : « Mais par le biais du BDE dans les écoles . [...] Il faudrait que y'ait une campagne [...] qu'ils encouragent chaque BDE, de faire au moins une campagne comme ça, de faire quelques petits messages. »

P1 et P4 expliquaient avoir bénéficié, dans l'enseignement supérieur, de campagnes de prévention organisées par **des associations étudiantes**. Ils y étaient tous les deux très favorables.

- un participant a émis l'idée de mettre en place un **stage** :

P11 : « Si j'étais Ministre de la santé hm (réflexion)... bah déjà j'aurais installé un genre de stage à faire au collège ou au lycée pour montrer les vrais dangers de l'alcool, là où je comprenais pas trop par exemple, l'addiction tout ça. »

- un autre de créer des **vidéos**.

P5 : « Puis peut-être aussi des petites vidéos, enfin vraiment pour leur faire comprendre la finalité enfin sur quoi ça peut dériver l'alcool quoi. »

- un autre encore d'organiser des **ateliers pratiques et ludiques avec des lunettes de réalité augmentée** pour que les jeunes puissent se rendre compte des effets de l'alcool.

P8 : « J'instaurerai beaucoup au niveau de l'école [...] des activités pour vraiment voir les effets, le ressenti, surtout le ressenti parce que je pense que les gens qui boivent ils se rendent pas compte euh, forcément des effets derrière. (...) Enfin voilà, une activité : apprendre à marcher sur une ligne droite en mettant des lunettes. »

Ils étaient unanimes sur la nécessité d'un discours :

- interactif et concret.

P5 : « Questions/réponses, oui enfin, interagir entre les deux vraiment, que les élèves posent aussi les questions qu'ils ont besoin de savoir. »

P11 : « Montrer du concret tout ça. »

- ni infantilisant ni moralisateur.

P6 : « Ben je pense que si c'est bien fait sans, sans infantiliser ben ça peut être bien. [...] Si c'est des discours un peu tout fait et qu'ils sont un peu là pour dire « vous êtes irresponsables, vous savez pas », je pense que ça personne écouterait. (...) Mais si, quand quelqu'un qui vient dire « je suis conscient que vous allez tous avoir (...) envie de vous tester », bah ok. »

4.2 Prévention individuelle et personnalisée

P1 proposait de donner un rôle plus important aux professionnels de santé en milieu scolaire concernant la prévention sur les dérives de la consommation d'alcool. Il pensait notamment aux infirmières scolaires qu'il faudrait former.

P1 : « Les professionnels, donc par exemple, dans les lycées, les infirmières ... (...), mais en tout cas je ferai en sorte qu'elles aient [...] plus de responsabilités avec les problèmes liés à l'alcool, qu'elles soient formées pour en parler. »

Selon lui, il faudrait davantage informer les élèves sur la présence de professionnels de santé compétents au sein de leur école.

P1 : « Quand j'étais au lycée, si j'avais eu un problème, j'aurais pas du tout su comment gérer ce genre de chose euh... enfin aller voir mon médecin traitant c'est pas possible, parce qu'il connaît ma mère... aller voir l'infirmière enfin je pense pas qu'à cette époque, à cet âge-là, je savais pas si c'était possible de faire ça. Qu'on ait... qu'on ait... qu'on ait plus conscience que ce soit possible dans le sens que en début d'année ils disent qu'on peut le faire. »

P1 pensait d'ailleurs que c'est plutôt à l'adulte de proposer son aide.

P1 : « Souvent... enfin je pense que si les jeunes ont des problèmes c'est pas eux qu'ils vont aller voir, c'est plutôt les professionnels et les gens plus grands qui doivent aller vers eux... »

Ainsi P1 envisageait un système d'entretiens individuels proposés de manière systématique et régulière aux adolescents.

P1 : « Qu'ils [...] envoient des propositions de rendez-vous aux élèves [...] tous les quelques mois, même s'ils ne veulent pas, qu'au moins ils le proposent. »

Ces entretiens seraient facultatifs et les professionnels faciles d'accès.

P1 : « Proposer des rendez-vous, des tête-à-tête avec des professionnels au sein de l'école pour en discuter ou pas... pas obligatoires juste s'ils ont envie. »

P1 : « En tout cas, que ce soit beaucoup plus facile d'avoir un rendez-vous avec un professionnel. »

Il faut pouvoir inciter les adolescents à consulter en prévention.

P1 : « Peut-être inciter les jeunes à venir consulter (...) même si c'est juste pour information ou pour discuter. »

5. Rôle du médecin traitant

Le médecin traitant pourrait être un interlocuteur important de la prévention primaire et secondaire de par ses compétences et son lien privilégié avec les patients.

Qu'en ont pensé les participants ?

5.1 Motivations

Une grande majorité des participants était favorable à une prévention menée par le médecin traitant.

P1 : « Je pense que ça peut être bien ... enfin si jamais vraiment y'a un problème ça peut être bien d'avoir une discussion avec un professionnel (...). Ça peut être bienvenu oui... »

P4 : « Parler aux médecins, que le médecin il nous parle... je pense que c'est une bonne idée. »

P4 estimait que c'est une personne de confiance

P4 : « Parce que du coup, y'a une certaine confiance. »

3 participants voyaient le médecin traitant comme un conseiller, notamment en cas de consommation problématique, mais aussi pour situer sa consommation d'alcool par rapport à la norme.

P4 : « Ce qu'il pourrait faire bah...c'est répondre, peut-être conseiller. »

P5 : « Ça voudrait dire qu'il s'intéresse sur le fait que ce que je consomme beaucoup par rapport à .. Enfin est-ce que c'est normal ce que je consomme ? Est-ce que (...) consomme trop d'alcool ? »

5.2 Freins

Actuellement, le médecin traitant n'a pas vraiment de place dans la prévention de la consommation d'alcool des jeunes adultes. P1 expliquait qu'il serait surpris que son médecin traitant aborde le sujet avec lui.

P1 : « J'pense que je serais surpris parce que je m'attendrais pas à avoir ce genre de discussion avec mon médecin, surtout si je viens pour quelque chose qui n'a rien à voir... »

P2 pensait que les consultations étaient trop courtes pour pouvoir faire de la prévention.

P2 : « J'trouve que les jeunes ils peuvent plus facilement s'livrer... et ouais un cadre plus posé plus... où on a plus le temps aussi c'est vrai qu'chez l'médecin souvent c'est assez rapide... »

Enfin, P1 craignait un partage des informations entre son médecin de famille et ses parents.

P1 : « Enfin aller voir mon médecin traitant c'est pas possible parce qu'il connaît ma mère... »

5.3 Discours attendu

P6 attendait du médecin traitant un discours concret, non moralisateur et empathique.

P6 : « Être un peu enfin, empathique. (...) De comprendre qu'on ait envie aussi d'aller vers ça et de pas l'interdire totalement. »

P2 soulignait l'importance de la confidentialité et du secret médical notamment vis-à-vis de leurs parents.

P2 : « Déjà tout dépend si je suis avec mes parents ou non. [...] Un cadre clos, où on pouvait vraiment parler à la personne, s'ouvrir, et c'était anonyme aussi ça j'trouve que c'est important que tout de suite on ait pas euh... le numéro du parent à alerter. »

6. Rôle des parents

P11 suggérait de donner aux parents un rôle plus important dans la prévention des mésusages de l'alcool chez leurs enfants.

P11 : « Déjà les parents devraient en parler. (...) Inciter les parents à faire plus attention je pense. »

Il proposait de sensibiliser les parents en passant par les médias traditionnels comme la télévision, en leur expliquant les dérives de la consommation d'alcool chez les adolescents et les jeunes adultes, et en les incitant à prendre part à la prévention.

P11 : « Par la télé, en parlant sur les chaînes de journaux télévisés. [...] Bah je leur dirais les choses, [...] leur expliquer, parce que eux ils peuvent pas savoir ce qui se passe chez les jeunes aujourd'hui. Donc leur expliquer ce qui se passe et leur demander de voir avec leurs enfants [...] si à chaque soirée ils consomment régulièrement, et demander aux parents de faire plus attention aux enfants. »

7. Alternatives

7.1 L'interdiction

P8 parlait d'interdire la vente et la consommation d'alcool aux mineurs, sans savoir que ces mesures sont déjà en vigueur.

P8 était donc favorable à des mesures coercitives et dissuasives d'interdictions.

P8 : « Et puis j'instaurerais des règles à partir d'un certain, enfin c'est peut-être déjà le cas mais, à partir d'un certain âge : pas le droit de boire ou en tout cas si on se fait prendre vraiment grosse amende voilà. [...] L'interdiction moi je pense que c'est bien sans être dans l'excès y'a un certain âge où je pense qu'on est mature et qu'on est assez responsable enfin, on a un âge où on prend ses responsabilités et on assume totalement ce qu'on fait. »

7.2 La substitution

P9 voyait les choses de manière totalement différente. Selon lui, il n'est pas possible d'empêcher les jeunes de boire de l'alcool. Il suggérait donc de proposer une substance moins nocive qui remplacerait l'alcool.

P9 : « Euh je sais pas si ça existe autre chose que l'alcool justement ça permettrait justement je sais pas si on pourrait remplacer l'alcool [...] un nouveau médicament, [...] quelque chose de plus sain que l'alcool. [...] pour qu'on puisse, qu'on arrête l'alcool parce que là on est déjà dedans, on déjà goûté à l'alcool et je sais pas si c'est possible de pouvoir arrêter sauf en utilisant tu vois un autre moyen que l'alcool. »

7.3 Tolérance

Selon P10, la consommation d'alcool par les adolescents et jeunes adultes français n'est pas problématique. Selon lui, il faut plutôt axer la prévention sur la consommation de drogue qu'il estime bien plus problématique.

P10 : « Honnêtement je ferais pas plus que ça de prévention, je ferais beaucoup plus de prévention sur les drogues que sur l'alcool. Je trouve honnêtement que y'en a assez, y'a pas de réels problèmes d'addiction à l'alcool notamment chez les jeunes donc je m'attarderais beaucoup plus sur les drogues que sur l'alcool en tout cas. »

DISCUSSION

I FORCES ET LIMITES DE L'ETUDE

1. Un problème de santé publique

La consommation d'alcool en France, et notamment chez les jeunes adultes, est un véritable problème de santé publique de par sa fréquence et ses lourdes conséquences sur la santé de la population. Bien qu'on constate une baisse de la consommation d'alcool en France depuis les années 1950 dans la population générale, les API sont devenues très répandues chez les adolescents.

Les campagnes de prévention existantes ne semblent donc pas suffire à endiguer le problème.

Les jeunes adultes construisent leur rapport à l'alcool lors de cette période d'expérimentation qu'est l'adolescence. Recueillir leurs avis sur la consommation d'alcool, les campagnes de prévention, et les interroger sur les pistes d'amélioration possible était donc particulièrement opportun. Des études qualitatives sur la consommation d'alcool chez les jeunes ont déjà été réalisées, mais aucune qui concerne spécifiquement les campagnes de prévention dans le Nord-Pas-de-Calais.(32) (24)

2. Validité interne

2.1 Choix de la méthode qualitative

La méthode qualitative a été utilisée afin de recueillir le ressenti des personnes interrogées. Le choix des entretiens semi-dirigés a été fait pour leur permettre de s'exprimer le plus librement possible sur un sujet qui peut se révéler sensible et intime.

Ces entretiens semi-dirigés en face-à-face ont permis de recueillir des données verbales et non-verbales particulièrement riches.

Les données ont été analysées sans idées préconçues, en utilisant une démarche interprétative appelée théorisation ancrée.

2.2 Saturation des données

La saturation des données a été obtenue au bout du 8ème entretien et confirmée par 3 autres entretiens supplémentaires.

2.3 Triangulation des données

Les entretiens ont été analysés de manière séparée et indépendante par l'investigatrice et deux médecins généralistes travaillant elles aussi sur des thèses qualitatives.

Cette triangulation des données a permis de limiter les biais d'interprétation.

2.4 Reproductibilité

La version française de la grille méthodologique COREQ, adaptée à la recherche qualitative, a été suivie pour s'assurer de la reproductibilité de l'étude.

3. Validité externe

3.1 Biais de sélection

Le recrutement, basé sur le volontariat et l'effet boule de neige, a permis d'avoir un échantillonnage « raisonné à variation maximale ». Ainsi, une diversification sur l'âge, le sexe, le lieu de vie et la quantité d'alcool consommée a pu être obtenue.

Cependant, l'aléa du recrutement est à prendre en compte. En effet, à dates différentes, nous n'aurions probablement pas obtenu les mêmes participants et donc les théories auraient pu varier.

Enfin, l'inclusion des participants étant basée sur le volontariat, nous avons probablement sélectionné des individus particulièrement intéressés par le thème de la recherche.

3.2 Biais d'interprétation

Pendant les entretiens, le sens des questions a pu être mal interprété. De plus, des reformulations ou relances ont parfois été nécessaires. Ces relances ont pu influencer les participants bien que l'investigatrice se soit attachée à les rendre les plus neutres possibles.

3.3 Biais de désirabilité

L'investigatrice ne connaissait pas personnellement les participants, afin d'éviter un biais de désirabilité sociale. Pour la même raison, aucun étudiant en médecine n'a été interrogé. Cependant, certains participants avaient des connaissances en commun avec l'investigatrice ou étaient étudiants en santé.

II PRINCIPAUX RESULTATS

1. Caractéristiques de la consommation d'alcool chez les jeunes adultes

Il existait une variabilité interindividuelle importante concernant la consommation d'alcool, mais elle était globalement jugée par les jeunes eux-mêmes comme excessive.(4)

L'évolution de la consommation d'alcool en France chez les jeunes, plus ponctuelle mais plus massive (*API* ou *binge drinking*), était bien décrite ici par les participants. C'était une consommation présente le plus souvent dans un cadre festif.(5)

1.1 Pour quelles raisons boivent-ils ?

Le besoin de faire des expériences, exacerbé à cette période particulière qu'est l'adolescence, était largement décrit par les participants.

Ces jeunes adultes étaient également motivés par la recherche de désinhibition procurée par la consommation d'alcool. Ainsi, l'alcool était très largement utilisé comme « lubrifiant social » lors des soirées étudiantes, important facteur d'intégration. Enfin, les jeunes avouaient s'influencer mutuellement, et avoir tendance à s'entraîner à boire les uns les autres, toujours dans cet esprit d'intégration et de renforcement du lien communautaire. Un des participants à cette étude expliquait même que, pour lui, fêtes et alcool étaient tout simplement indissociables.(32)

Par ailleurs, il existait dans les soirées étudiantes un sentiment de camaraderie bien expliqué par un participant. Cette bienveillance, déjà décrite dans

la littérature, était bien loin de l'image de l'adolescent alcoolisé abandonné à lui-même que l'on retrouve dans certaines campagnes de prévention.(22)

1.2 Facteurs régulateurs de la consommation d'alcool

Selon les participants de cette étude, le meilleur moyen de modérer sa consommation d'alcool restait l'expérience. Ils semblaient avoir besoin d'expérimenter par eux-mêmes les effets de l'alcool, et c'étaient souvent les mauvaises expériences qui les amenaient à une consommation plus raisonnable et raisonnée. Les risques pour leur santé (accidents et troubles neurologiques notamment) et les risques sociaux (impact sur les études ou sur un emploi) les poussaient également à consommer de l'alcool de manière modérée.

2. La perception des campagnes de prévention en matière d'alcool par les jeunes adultes

2.1 Perceptions positives des campagnes de prévention

- **Fond du discours**

Les critiques positives sur les campagnes mettaient en avant un discours factuel, non moralisateur. Les participants étaient sensibles aux campagnes les informant des effets néfastes à court terme mais aussi sur le long terme.

La prévention concernant la sécurité routière avait une place à part. Ces campagnes étaient connues et citées par la quasi-totalité des participants et étaient perçues de manière positive.

Ensuite, le fait de pouvoir s'identifier aux campagnes était perçu comme positif.

Les campagnes mettant en avant la responsabilité interindividuelle et le communautarisme étaient également reçues de manière positive.(22)

Certains jeunes expliquaient se servir des campagnes pour relayer des messages de prévention et donner du poids aux conseils de modération qu'ils donnaient à leur entourage.

- **Forme du discours**

Selon les participants, pour qu'un message de prévention soit bien intégré, il devait être composé de slogans, d'images dites « choc » et faire l'objet de nombreuses répétitions.

Ils estimaient par ailleurs que les meilleurs moyens de communication existant actuellement étaient la télévision, la radio et surtout les réseaux sociaux. La prévention par le biais d'intervention dans les écoles était également citée comme un bon vecteur d'information.

2.2 Perceptions négatives des campagnes de prévention

Malgré cela, selon la quasi-totalité des participants, cette prévention n'avait pas l'efficacité escomptée et n'influçait que très peu leur consommation d'alcool.

En effet, les campagnes étaient trop peu visibles. Les médias les plus communément utilisés pour les spots de prévention, comme la télévision, n'étaient plus adaptés à la jeune génération qui ne regarde plus la télévision. Les participants insistaient sur l'importance des réseaux sociaux pour véhiculer ces messages de prévention.

Les interventions dans les écoles, collèges et lycées étaient décrites comme pas assez fréquentes, alors que les participants pensaient qu'elles pourraient être bénéfiques.

Ils reprochaient aux campagnes existantes de ne pas être suffisamment factuelles et en attendaient des messages clairs, basés sur des statistiques, avec des exemples concrets et des conduites à tenir.

Plusieurs participants reprochaient aux campagnes de ne pas être adaptées à leur génération et les décrivaient comme obsolètes, stéréotypées, voire risibles.

Ils déploraient également l'absence de campagnes portant sur d'autres thèmes que la sécurité routière, comme celui de l'addiction. Cette sensibilisation, bien que nécessaire, est finalement réductrice. En axant trop la prévention sur la sécurité routière, on en oublie que le problème de base est l'abus d'alcool.

2.3 Public difficile à sensibiliser

Selon les participants, les adolescents et jeunes adultes étaient un public particulièrement difficile à sensibiliser puisqu'ils sont en quête d'expériences. Ils se décrivaient eux-mêmes comme un public immature, qui vit une période d'insouciance où l'alcool est un moyen de s'amuser et de créer du lien. En effet, au cours des soirées, l'alcool leur apportait la confiance nécessaire pour aller vers les autres, mais créerait aussi un contexte propice au partage d'expériences renforçant le lien communautaire et le sentiment d'appartenance à un groupe.(22) Nous constatons donc une influence importante de ces jeunes les uns sur les autres, les incitant à consommer de l'alcool.

De plus, il existait une variabilité interindividuelle majeure rendant malaisée la prévention. Difficile, en effet, de cibler ce public puisque l'âge de début des consommations et le rapport à l'alcool pouvait s'avérer très variables : là où il était trop tôt pour faire de la prévention chez les uns, il était déjà trop tard pour les autres; là où certains jeunes ne consommaient pas d'alcool et n'en comprenaient pas l'intérêt, d'autres n'imaginaient tout simplement pas une fête sans alcool.

Ainsi certains jeunes adultes ne se sentaient tout simplement pas concernés par la prévention, soit parce qu'ils ne consommaient pas, soit parce qu'ils ne s'imaginaient pas s'abstenir de boire de l'alcool lors des soirées et considéraient que cette consommation n'était pas problématique.

Enfin, selon l'un des participants, il appartenait à chacun de prendre ses responsabilités face à l'alcool et de décider ou non de consommer. Selon lui, la consommation d'alcool était une liberté et la responsabilité était individuelle. La prévention collective contre les dangers de la consommation d'alcool n'avait donc pas d'intérêt pour lui.

3. Pistes d'amélioration

3.1 Médias

Les participants insistaient sur l'importance de multiplier les campagnes et de varier leurs contenus et les médias utilisés. Ainsi, ils ont proposé d'augmenter le nombre de campagnes diffusées à la télévision et d'instaurer des spots de prévention sur les plateformes de vidéos à la demande.

Les réseaux sociaux étaient très largement cités comme médias à privilégier pour diffuser ces messages de prévention. Les participants proposaient notamment

de faire apparaître des messages de prévention dans le fil d'actualités des adolescents et jeunes adultes sous forme de courtes vidéos par exemple.

Plusieurs participants préconisaient également d'utiliser la notoriété des influenceurs pour véhiculer des messages de prévention.

3.2 Prévention lors de l'achat d'alcool

Les participants suggéraient de faire passer des messages de prévention lors de l'achat d'alcool. Plusieurs propositions ont été faites : placarder des affiches dans les bars, créer un pictogramme sur les bouteilles d'alcool (un « alcool-score »), écrire des messages de prévention sur les étiquettes des bouteilles, organiser les rayons pour orienter les jeunes adultes vers des alcools moins forts.

Un des participants proposait d'organiser des témoignages dans les bars pour que la prévention soit la plus humaine possible. Selon lui, il serait impactant de rencontrer physiquement une personne qui a vécu de mauvaises expériences avec l'alcool.

Les participants préconisaient également de varier le fond et la forme des campagnes pour toucher le maximum de personnes, quels que soit l'âge, le degré de maturité, la sensibilité, tout en s'adaptant au public ciblé.

Même s'il est difficile de déterminer l'âge idéal du début de la prévention, les participants pensaient pour la plupart qu'il fallait privilégier la prévention primaire en ciblant les jeunes adolescents avant les premières consommations, mais cet âge est finalement difficile à identifier comme expliqué plus haut.

3.3 Prévention en milieu scolaire

Le milieu scolaire est un lieu incontournable de prévention notamment en matière d'alcool. Les participants à cette étude ont proposé plusieurs mesures pour que ces campagnes soient les plus efficaces possibles :

- proposer des ateliers interactifs et concrets, non moralisateurs, et les rendre plus ludiques en utilisant les nouvelles technologies, comme les lunettes de réalité augmentée;
- rendre la présence à ces ateliers obligatoire;
- faire intervenir des individus pouvant témoigner de leur vécu et de leurs mauvaises expériences avec l'alcool;
- convier des médecins à exposer les risques encourus
- développer l'écoute en milieu scolaire en formant davantage les professionnels de santé en milieu scolaire (IDE, psychologue scolaire) sur les problèmes que les adolescents pourraient rencontrer avec l'alcool. Il faudrait que ces professionnels soient disponibles et facilement accessibles. Un participant a même suggéré de proposer des rendez-vous individuels systématiques et réguliers aux adolescents pour que ceux-ci puissent échanger sur l'alcool.
- solliciter des associations d'étudiants.

Ce dernier point a été évoqué de nombreuses fois lors des entretiens. En effet, faire intervenir des associations d'étudiants pour faire de la prévention auprès de leurs pairs semblerait être un des moyens les plus efficaces pour que les messages de prévention soient les plus adaptés possibles au public concerné. Un adolescent sera forcément plus sensible aux messages véhiculés par un jeune de sa génération auquel il peut s'identifier.

3.4 Rôle du médecin traitant

Le médecin traitant n'était pas considéré comme un interlocuteur privilégié pour aborder le sujet de la consommation d'alcool et les problèmes potentiels pouvant en découler. La plupart des participants trouvaient les consultations trop rapides et avaient surtout peur que le médecin de famille en parle avec leurs parents. Malgré cela, la grande majorité des participants étaient favorables à ce que leur médecin traitant aborde le sujet avec eux et joue un rôle dans la prévention en matière d'alcool.

Actuellement, le projet Alcool Conso Science, porté par le Société Française d'Alcoologie (SFA) en partenariat avec la Fédération Française d'Addictologie (FFA), Addict'Aide et Association Addictions France, s'emploie à outiller les professionnels de premiers recours en alcoologie comme le médecin traitant. Leur slogan « *Améliorer les connaissances sur l'usage d'alcool pour une communication basée sur la science* », résume parfaitement leur projet et coïncide avec le besoin d'informations factuelles, claires et sourcées réclamées par les jeunes adultes participant à cette étude. (33) (34)

3.5 Rôle des parents

La plupart des participants estimaient que leur famille, et notamment leurs parents, influençait leur consommation d'alcool de par leur éducation mais aussi par leur comportement. Certains expliquaient que le fait de voir leurs parents consommer avec modération les incitait à faire de même, d'autres expliquaient au contraire avoir tendance à consommer pour imiter leurs parents ou même pour partager un moment convivial avec eux autour d'un verre.

Un des participants pensait que les parents ont un rôle important à jouer dans cette prévention de la consommation d'alcool et suggérait de les sensibiliser directement au moyen de campagnes télévisées par exemple.

Le pédopsychiatre Philippe JEANMET rappelle que les parents sont en toute première ligne pour prévenir les consommations excessives de leurs enfants. Car, même s'ils s'en défendent, les jeunes attendaient de leurs parents qu'ils assument cette responsabilité éducative. La véritable prévention se crée par la qualité des échanges entre l'enfant et sa famille. (35),(15)

3.6 Prévention par les pairs

Les jeunes adultes envisageaient de se tourner naturellement vers des personnes de leur génération pour échanger sur leur consommation d'alcool, car ils peuvent plus facilement se comprendre. En effet, eux seuls connaissent les tenants et aboutissants de la consommation d'alcool chez les jeunes de leur propre génération.

Plusieurs participants ont donc proposé de faire passer des messages de prévention par les jeunes eux-mêmes, dans la sphère familiale ou à l'école, notamment en s'appuyant sur des témoignages et en organisant des interventions de jeunes adultes dans les collèges et lycées.

3.7 Alternatives

Certains participants ont évoqué des idées un peu en marge des résultats principaux, et qui se sont révélées particulièrement intéressantes : elles allaient de l'interdiction à la tolérance en passant par la substitution.

L'un des participants défendait l'interdiction de la vente et de la consommation d'alcool aux mineurs. Un autre estimait que la consommation d'alcool était bien moins problématique que la consommation de drogue et que c'était sur cette dernière que la sensibilisation devait se concentrer. Enfin un 3ème évoquait l'idée de remplacer l'alcool par une autre substance moins nocive.

CONCLUSION

La consommation d'alcool chez les jeunes adultes était décrite comme pouvant être très variable, tantôt modérée, tantôt excessive. Elle était notamment caractérisée par les API, une consommation plus ponctuelle mais plus massive lors de soirées alcoolisées, où l'on constatait souvent un fort sentiment de camaraderie. Ils avaient tendance à s'influencer les uns les autres, la recherche d'expériences et de désinhibition les poussant à consommer. L'expérience, la prudence, les parents, la crainte de perdre ses capacités, le début de la vie professionnelle les amenaient à modérer leur consommation.

Les éléments concourant à une prévention efficace étaient l'utilisation de supports variés, de slogans, d'images « chocs » et la répétition des messages de prévention factuels et non moralisateurs auxquels les jeunes peuvent facilement s'identifier. Néanmoins, les participants reprochaient aux campagnes de prévention d'être en nombre insuffisant et d'être inadaptées (messages trop vagues, stéréotypés, obsolètes). Les participants se décrivaient comme un public particulièrement difficile à sensibiliser, immature et insouciant, en quête d'expérimentation et d'hédonisme. Chez eux, la fête, souvent synonyme d'alcool, était un moyen de renforcer les liens communautaires et le sentiment d'appartenance à un groupe en créant des expériences communes. On retrouve ainsi une franche ambivalence entre leur envie de consommer pour « s'amuser » et leurs soucis « d'améliorer » la sensibilisation.

Les participants ont émis de nombreuses idées pour sensibiliser les adolescents et jeunes adultes aux dangers de la consommation d'alcool : mieux

exploiter les réseaux sociaux, améliorer la prévention en milieu scolaire, donner un rôle prépondérant aux parents et au médecin traitant. Mais surtout, les participants expliquaient que les plus à même de les comprendre et donc de réaliser une sensibilisation adaptée et efficiente étaient leur pairs. Ils insistaient sur l'importance de promouvoir la prévention par les pairs, qu'elle ait lieu au sein des écoles ou des familles, au moyen de témoignages par exemple. Les jeunes semblent donc donner une place prépondérante à une prévention basée sur des échanges, qu'ils soient virtuels ou réels. Les informations factuelles, également très recherchées, nous amènent à penser qu'une sensibilisation basée sur un binôme « médecin-pair » pourrait être particulièrement efficiente. Enfin, il semble essentiel d'établir cette prévention dès le collège, grande période de questionnement et de construction.

BIBLIOGRAPHIE

1. ADDICA - Réseau Addictions de Champagne-Ardenne [Internet]. [cité 7 nov 2022]. Disponible sur: <https://reseaux-sante-ca.org/?Les-differentes-classifications-des-substances-psycho-actives&reseau=addica>
2. Alcool : repères de consommation [Internet]. [cité 7 nov 2022]. Disponible sur: <https://www.ameli.fr/assure/sante/themes/alcool-sante/definition-reperes-consommation>
3. SPF. La consommation d'alcool chez les adultes en France en 2017 [Internet]. [cité 14 nov 2022]. Disponible sur: <https://www.santepubliquefrance.fr/import/la-consommation-d-alcool-chez-les-adultes-en-france-en-2017>
4. SPF. Dépassement des repères de consommation d'alcool à moindre risque en 2020 : résultats du Baromètre santé de Santé publique France [Internet]. [cité 18 nov 2022]. Disponible sur: <https://www.santepubliquefrance.fr/import/depassement-des-reperes-de-consommation-d-alcool-a-moindre-risque-en-2020-resultats-du-barometre-sante-de-sante-publique-france>
5. Beck F, Richard JB. La consommation d'alcool en France. Presse Med. oct 2014;43(10 Pt 1):1067-79.
6. Spilka S., Godeau E, Le Nézet O, Ehlinger V, Janssen E, Brisso A, Philippon A, Chyderiotis S. Usage d'alcool, de tabac, et de cannabis chez les adolescents en 2018. Tendances OFDT. 132:4.
7. ESCAPAD, 20 ans d'observation des usages à l'adolescence - Théma - OFDT [Internet]. [cité 14 nov 2022]. Disponible sur: <https://www.ofdt.fr/publications/collections/thema/escapad-20-ans-dobservation-des-usages-ladolescence-thema/>
8. Stanislas Spilka, Olivier Le Nézet, Eric Janssen, Alex Brissot, Antoine Philippon. Les drogues à 17 ans: analyse régionale Enquête ESCAPAD 2017 [Internet]. 2017 [cité 10 nov 2019]. Disponible sur: https://cache.media.eduscol.education.fr/file/Action_sanitaire_et_sociale/80/2/Enclas_s_Juin_2019_OFDT_Tendances_1145802.pdf
9. Évolutions récentes de la consommation d'alcool en France - 2020 - OFDT [Internet]. [cité 14 nov 2022]. Disponible sur: <https://www.ofdt.fr/publications/collections/bilans/evolutions-recentes-de-la-consommation-dalcool-en-france-2020/>
10. Naassila PM. ALCOOL : UN IMPACT SUR LA SANTÉ, MÊME À FAIBLES DOSES / ALCOHOL: AN IMPACT ON HEALTH, EVEN AT LOW DOSES.
11. Alcool : A-t-on épuisé tous les moyens de lutte ? · Inserm, La science pour la santé [Internet]. Inserm. [cité 12 déc 2022]. Disponible sur: <https://www.inserm.fr/actualite/alcool-a-t-on-epuise-tous-les-moyens-de-lutte/>

12. Hill C. Mise au point sur la consommation d'alcool en France, ses conséquences sur la santé et la dose recommandée. *Nutrition Clinique et Métabolisme*. 1 sept 2021;35(3):161-7.
13. Bonaldi C. LA MORTALITÉ ATTRIBUABLE À L'ALCOOL EN FRANCE EN 2015 / ALCOHOL-ATTRIBUTABLE MORTALITY IN FRANCE IN 2015. 8 oct 2018;12.
14. Rabiant K, Antol J, Naassila M, Pierrefiche O. Sex difference in the vulnerability to hippocampus plasticity impairment after binge-like ethanol exposure in adolescent rat: Is estrogen the key? *Addiction Biology* [Internet]. juill 2021 [cité 2 déc 2022];26(4). Disponible sur: <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/adb.13002>
15. Morel DA. JEUNES ET ALCOOL : SUCCÈS ET ÉCHECS DES POLITIQUES DE SANTÉ. :4.
16. Morel A, Couteron JP. Chapitre 14. Les principes d'une régulation démocratique des usages de drogues. In: *Drogues : faut-il interdire ?* [Internet]. Paris: Dunod; 2011 [cité 2 déc 2022]. p. 159-68. (Hors collection). Disponible sur: <https://www.cairn.info/drogues-faut-il-interdire--9782100563708-p-159.htm>
17. Alcool : cadre légal - Ministère de la Santé et de la Prévention [Internet]. [cité 1 déc 2022]. Disponible sur: <https://solidarites-sante.gouv.fr/prevention-en-sante/addictions/article/alcool-cadre-legal>
18. Diouf JF, Gallopel-Morvan K. La loi Evin de régulation du marketing de l'alcool. Quelle efficacité dans le cas de publicités/packagings orientés luxe vs. produit ? *Journal de gestion et d'économie de la santé*. 2020;3(3):123-53.
19. Décryptage de l'actu et de la Loi Evin [Internet]. [cité 25 oct 2018]. Disponible sur: <https://www.anpaa.asso.fr/sinformer/dossier-loi-evin>
20. Bailly D, Rouchaud A, Garcia C, Roehrig C, Ferley JP. Consommation d'alcool chez les jeunes adolescents : enquête en milieu scolaire. *Archives de Pédiatrie*. 1 mai 2015;22(5):510-7.
21. Guillemont J, Clément J, Cogordan C, Lamboy B. Interventions validées ou prometteuses en prévention de la consommation d'alcool chez les jeunes : synthèse de la littérature. *Sante Publique*. 20 juin 2013;S1(HS1):37-45.
22. Cuffolo R, Brée J. Le lien communautaire, le grand oublié des campagnes de prévention contre la pratique du Binge-Drinking chez les jeunes adultes. *Décisions Marketing*. 2018;89(1):29-46.
23. Alcool Info Service [Internet]. Alcool Info Service. [cité 12 déc 2022]. Disponible sur: <https://jeunes.alcool-info-service.fr>
24. Cuffolo Raphaël (Nom), Joel Brée. Ca marche pas la prévention, surtout sur l'alcool: comprendre la contestation des campagnes de prévention contre l'abus d'alcool chez les jeunes adultes [Internet]. Université de Caen; 2016 [cité 17 oct 2019]. Disponible sur: https://www.researchgate.net/profile/Joel_Bree/publication/304134675_Ca_marche_

pas_la_prevention_surtout_sur_l'alcool_Comprendre_la_contestation_des_campaignes_de_prevention_contre_l'abus_d'alcool_chez_les_jeunes_adultes/links/5767988e08ae421c448c5329.pdf

25. Newton DN. The use of semi-structured interviews in qualitative research: strengths and weaknesses. [cité 21 févr 2023]; Disponible sur: https://www.academia.edu/1561689/The_use_of_semi_structured_interviews_in_qualitative_research_strengths_and_weaknesses
26. Aubin-Auger I, Mercier A, Baumann L, Lehr-Drylewicz AM, Imbert P. Introduction à la recherche qualitative. 19.
27. King J, Brosseau L, Guitard P, Laroche C, Barette JA, Cardinal D, et al. Validation transculturelle de contenu de la version franco-canadienne de l'échelle COREQ. *Physiother Can.* 2019;71(3):222-30.
28. Tong A, Sainsbury P, Craig J. Consolidated criteria for reporting qualitative research (COREQ): a 32-item checklist for interviews and focus groups. *Int J Qual Health Care.* déc 2007;19(6):349-57.
29. Sawadogo HP. Saturation, triangulation et catégorisation des données collectées. [cité 16 déc 2022]; Disponible sur: <https://scienceetbiencommun.pressbooks.pub/projetthese/chapter/lanalyse-des-donnees-et-la-triangulation-attribue/>
30. Kaufmann JC, Singly F de. L'entretien compréhensif. 4e éd. Paris: Armand Colin; 2016. (128).
31. Lejeune C. Manuel d'analyse qualitative Analyser sans compter ni classer. 2ème Edition. Deboeck Supérieur; 2019.
32. Dequiré AF. L'alcool et les jeunes : état des lieux. *Journal du droit des jeunes.* 2012;(313):39-44.
33. Alcool Conso Science - ACS [Internet]. Société Française d'Alcoologie. [cité 21 févr 2023]. Disponible sur: <https://sfalcoologie.fr/alcool-conso-science-acs/>
34. SFA. Présentation du Projet Alcool Conso Science [Internet]. [cité 21 févr 2023]. Disponible sur: <http://www.sfalcoologie.asso.fr/download/SFA-AlcoolConsoScience-Presentation.pdf>
35. SPF. Les parents, premiers acteurs de la prévention. [Internet]. [cité 2 déc 2022]. Disponible sur: <https://www.santepubliquefrance.fr/notices/les-parents-premiers-acteurs-de-la-prevention>

ANNEXES

Annexe n° 1 : Grille COREQ : Liste de vérification à 32 éléments

Domaine 1 : Equipe de recherche et réflexivité

Caractéristiques personnelles

1. Intervieweur	Louise LAFLECHELLE épouse LELONG
2. Qualifications	Médecin généraliste remplaçant
3. Emploi	Médecin généraliste remplaçant
4. Genre	Femme
5. Expérience et formation	Première étude qualitative

Liens avec les participants

6. Liens établis	Fonction des participants
7. Connaissances du participant à propos de l'intervieweur	Médecin généraliste remplaçant
8. Caractéristiques de l'intervieweur	Médecin généraliste remplaçant réalisant une étude dans le cadre d'une thèse d'exercice

Domaine 2: Devis de l'étude

Cadre théorique

9. Approche méthodologique et fondements théoriques	Théorisation ancrée
---	---------------------

Sélection des participants

10. Echantillonnage	Echantillonnage raisonné
	Effet boule de neige
11. Recrutement des participants	Courriel
12. Taille de l'échantillon	11
13. Refus de participation et abandon	Aucun

Lieu

14. Lieu de la collecte des données	Domicile du participant, en présentiel ou en vidéo-conférence
15. Présence de non-participants	Non
16. Description de l'échantillon	Données démographiques, études/ profession, nombre de verres moyens consommés par semaine (description tableaux 1 et 2)

Collecte des données

17. Guide d'entretiens	Guide d'entretiens et relances en annexes n°2 et 2 bis. Guide d'entretiens testé préalablement sur membre de la famille de l'investigatrice)
18. Entrevues répétées	Non
19. Enregistrement audio/vidéo	Enregistrement audio par dictaphone
20. Notes prises sur le terrain	Oui
21. Durée	Moyenne de 12,8 minutes

22. Saturation des données	Saturation des données atteinte au 8ème entretien, confirmée par 3 entretiens supplémentaires
23. Révision des transcriptions	Non

Domaine 3 : Analyse et résultats

Analyse des données

24. Nombre de codificateurs de données	3 personnes : l'investigatrice et 2 autres médecins remplaçants, externes à l'étude
25. Description de l'arbre de codage	Oui en annexe n°5
26. Identification des thèmes	Identifiés à partir des données
27. Logiciel	Nvivo 12 Pro®
28. Rétroaction des participants	Non

Rapport

29. Utilisation de citations	Verbatims anonymes numérotés d'E1 à E11
30. Cohérence entre les données et les résultats	Oui
31. Clarté des thèmes principaux	Oui
32. Clarté des thèmes secondaires	Oui

Annexe n° 2 : Guide d'entretiens

- 1) De manière générale, que penses-tu de la consommation d'alcool chez les jeunes de ton âge?
- 2) Que penses-tu de la manière de prévenir la consommation d'alcool chez les jeunes par le gouvernement ?
 - Relance : quel est le rôle du gouvernement, selon toi, dans la prévention ?
- 3) Quelles campagnes de prévention connais-tu et qu'en as-tu pensé ?
- 4) Qu'est-ce les campagnes de préventions t'ont appris ?
 - Relance : Qu'est-ce que ces campagnes de préventions t'ont appris sur les effets néfastes de l'alcool ?
- 5) Comment t'es-tu servi de ces campagnes ?
 - Relance : Est-ce que tu t'en es servi pour toi-même, pour tes amis ou même pour ta famille?
- 6) Peux-tu me dire comment ces campagnes de prévention ont influencé ta consommation d'alcool ?
 - Relance : Comment ces campagnes ont influencé ta consommation d'alcool en termes de quantité, de fréquence, de contexte de consommation ?
 - Relance n° 2 : Ces campagnes t'ont-elles-fait changer ton comportement quand tu consommes de l'alcool ?
- 7) Quel est le meilleur moyen de communication existant sur l'alcool selon toi?
 - Relance : par exemple internet, radio, télé, affiches dans les lieux publics, prévention à l'école, sujet abordé par ton médecin traitant ?
- 8) Que penses-tu de la prévention dans les écoles, collèges et lycées ?
- 9) Vers qui te tournerais-tu si tu devais parler de ta consommation d'alcool ou de celle de tes amis?
- 10) Comment réagirais-tu si ton médecin traitant abordait ce sujet avec toi en t'interrogeant sur ta consommation d'alcool et en te parlant de prévention ?

11) Imagines que tu es ministre de la santé, on te demande de prévenir des dangers de la consommation d'alcool chez les jeunes, que fais-tu?

-Relance : Quels moyens utiliserais-tu ? (Réseaux sociaux, télévision, autres médias, prévention à l'école, consultation médecin traitant, etc...)

Annexe n°2 bis : Guide d'entretiens bis

1) De manière générale, que penses-tu de la consommation d'alcool chez les jeunes de ton âge?

2) Que penses-tu de la manière de prévenir la consommation d'alcool chez les jeunes par le gouvernement ?

-Relance : quel est le rôle du gouvernement, selon toi, dans la prévention ?

3) Quelles campagnes de prévention connais-tu et qu'en as-tu pensé ?

4) Qu'est-ce les campagnes de préventions t'ont appris ?

-Relance : Qu'est-ce que ces campagnes de préventions t'ont appris sur les effets néfastes de l'alcool ?

5) Comment t'es-tu servi de ces campagnes ?

-Relance : Est-ce que tu t'en es servi pour toi-même, pour tes amis ou même pour ta famille ?

6) Peux-tu me dire, comment ces campagnes de prévention ont influencé ta consommation d'alcool ?

-Relance : Comment ces campagnes ont influencé ta consommation d'alcool en termes de quantité, de fréquence, de contexte de consommation ?

-Relance 2 : Ces campagnes t'ont-elles-fait changer ton comportement quand tu consommes de l'alcool ?

7) Quel est le meilleur moyen de communication existant sur l'alcool selon toi ?

-Relance : Par exemple : internet, radio, télé, affiches dans les lieux publics, prévention à l'école, sujet abordé par ton médecin traitant ?

8) Que penses-tu de la prévention dans les écoles, collèges et lycées ?

9) Vers qui te tournerais-tu si devais parler de ta consommation d'alcool ou de celle de tes amis ?

10) Comment réagirais-tu si ton médecin traitant abordait ce sujet avec toi en t'interrogeant sur ta consommation d'alcool et en te parlant de prévention ?

11) Quelle influence a ta famille, et notamment tes parents, sur ta consommation d'alcool ?

12) Imagines que tu es ministre de la santé, on te demande de prévenir des dangers de la consommation d'alcool chez les jeunes, que fais-tu?

-Relance : Quels moyens utiliserais-tu ? (Réseaux sociaux, télévision, autres médias prévention à l'école, consultation médecin traitant etc.)

Annexe n° 3 : Verbatim de l'entretien 1

De manière générale qu'est-ce que tu penses de la consommation d'alcool des jeunes de ton âge, autour de toi ?

Euh, qu'est-ce que j'pense dans le sens euh... leur consommation, est-ce qu'elle est abusive ou non ? Ou juste en général ?

Les deux, les deux sont intéressants, ce que tu penses euh... les deux sont intéressants.

Ca dépend, y'en a qui boivent pas et qui n'en voient pas d'intérêt et y'en a qui aiment bien boire en soirée. Je pense que ça dépend des gens, après je pense que euh...

temps de réflexion je pense que la consommation, elle est présente ouais chez les jeunes.

Elle est présente ? Qu'est-ce que t'entends par « présente » ?

Bah trop, ça dépend des gens, oui je pense que chez des personnes oui elle est trop euh... soit elle est normale. Euh... mais en moyenne euh... j'ai pas l'impression qu'elle est trop présente en moyenne chez tout le monde ça va vraiment dépendre des personnes.

D'accord. T'as l'impression... et oui autour de toi dans ton cercle plus intime ?

Euh... bah là où j'étudie y'en a là oui ils ont une consommation assez excessive en alcool mais d'autres non. Mais c'est vrai que là où j'étudie on va dire que y'a quand même une grosse consommation d'alcool autour de moi *temps de pause*

Qu'est-ce que tu penses de la manière de prévenir la consommation d'alcool chez les jeunes par le gouvernement ?

Euh..... Bah déjà euh... à première vue j'ai pas l'impression qu'elle est très efficace car j'ai assez rarement vu des... des annonces du gouvernement... enfin j'en vois pas... à la télé j'en vois rarement... à la radio bah j'écoute pas t'façon euh.....

Bah déjà à première vue j'ai pas l'impression qu'y'ait vraiment un impact puisque j'les r'marque pas, donc c'est peut-être qu'elles sont pas très efficaces... après quand j'les r'marque bah celle que je connais y'a quoi ? y' a SAM là mais ça c'est assez vieux quand même euh.... J'pense que elle est parfois mal adaptée enfin elle est ... euh...des fois c'est un petit peu... trop des stéréotypes sur les jeunes et c'en devient un peu risible, c'est pas vraiment très....

Enfin pour certaines par exemple quand je vois ça c'est un peu trop gros je trouve, c'est un peu bizarre à regarder je trouve, c'est pas très.... bien fait...

Alors quelle campagne de prévention euh connais-tu et qu'en as-tu pensé ?

Donc ouais donc là j'avais parlé donc de SAM, donc en effet qu'est-ce que j'en pense, après c'est un truc vieux donc je crois qu'c'est sorti j'étais jeune, donc c'est plus euh... l'impression qu'j'en ai euh.... J'ai l'impression qu'en fait que oui c'est ciblé dans le sens, ils ciblent parfaitement les personnes mais euh c'est trop gros et euh..... bah... c'est un peu bizarre à regarder c'est un peu risible, mais après je pense quand même que on r'tiens la leçon derrière, euh enfin le fait donc j'crois qu'SAM c'est donc que quand on boit, celui qui.... celui qui boit... celui qui conduit c'est celui qui boit pas euh..... en tout cas j'en retiens euh.... La leçon....après est-ce que c'est la pub qui... est-ce que c'est la campagne qui m'a fait retenir ça, je sais pas... et sinon qu'est-ce que je connais d'autre... *réflexion*

Euh... c'est vrai qu'y a..., y'en avait une à la télé qui passe souvent pendant les fêtes avec des animateurs télé connus qui viennent, qui disent euh... à la télé....euh... attention on retient ceux qu'on aime, quelque chose comme ça... bah c'est vrai que ça c'est peut-être pas mal, dans le sens où ils prennent des gens connus, donc souvent les gens qui regardent la télé c'est des gens qui les connaissent donc ils ont plus de fac... plus de chance d'être euh... bah intéressés par ce qu'ils disent... d'être captivés...euh... moi j'ai pas vraiment l'impression qu'ça me concerne car je regarde pas trop la télé... mais bon, vu que ça passe à la télé en même temps, c'est normal qu'ils fassent ça et ça je trouve ça déjà mieux que.. mieux ciblé après c'est aussi parce que c'est un public plus vieux j'pense... c'est comme... des... des animateurs plus vieux donc c'est peut-être plus des.... C'est plus dans un cas général de la consommation d'alcool et non chez les jeunes, donc c'est qu'ça prend pas ... ça prend vraiment en compte, mais bon après j'pense que ça fait quand même aussi partie des jeunes... ça c'est un petit peu mieux je trouve déjà. Voilà.

Merci... qu'est-ce que les campagnes de prévention t'ont appris, ont pu t'apprendre ?

Hm... donc euh... qu'est ce qui m'apprennent, bah c'est vrai que il faut pas conduire en tout cas en ayant bu, ayant trop bu, il faut euh, il faut, quand on voit quelqu'un qui a bu il faut le retenir même s'il dit que c'est... que y'a pas de problème parce que souvent il s'en rend pas compte... euh... de manière générale, quand on voit quelqu'un qui a trop bu il faut faire attention à lui, lui proposer de rester à la maison, de dormir, lui proposer un taxi des choses comme ça... euh... ça j'pense qu'on en

voit pas mal des campagnes autour de ça euh... *réflexion*... qu'est-ce qu'elles m'ont appris d'autre... bah c'est à peu près ça j'ai pas d'autres idées pour l'instant.

Quels effets néfastes, mauvais de l'alcool elles t'ont appris ?

Euh... bah donc bah donc les dangers donc l'alcool donc euh la, la perte de euh.... Je sais pas comment on appelle ça... hum... le fait d'être moins attentif euh... sur la route, après aussi c'est vrai que je repense à une campagne, c'est pas vraiment une campagne mais j'avais eu un peu pendant mes études euh... au début d'année j'avais eu une sorte de conférence sur les dangers de l'alcool et des drogues et c'était fait par un médecin euh.... Et donc là il avait expliqué les dangers de l'alcool mais plus précisément, et donc il parlait donc des dangers de faire euh... ça s'appelle un « black out » euh... de... une perte de mémoire euh... c' est un danger sur le cerveau euh... et à long terme, faire ça souvent, ça peut avoir des problèmes cérébraux donc c'est plus un danger à long terme euh... on peut devenir un peu plus euh... voilà ! Et après bah ça c'est vraiment plus à long terme mais les problèmes avec le foie enfin les cirrhoses, problèmes donc plutôt très longs termes, mais oui, sinon à court terme c'est les black-out et encore plus loin...coma éthylique euh... voilà...disons les choses dangereuses qui arrivent avec...

Merci... comment est-ce que t'as pu te servir de ces campagnes pour toi-même, pour tes amis ou ta famille ?

Euh... hum... comment j'ai pu m'en servir... bah je sais pas, j'ai pas vraiment l'impression d'avoir eu besoin de m'en servir euh... c'est vrai que quand j'étais un peu plus jeune j'avais des soirées où j'avais un peu plus de problème euh... enfin je me souviens que j'ai déjà assisté à un coma éthylique, mais bon c'est pas moi qui ait

vraiment réglé le problème, mais j'ai assisté à des gens par contre qui eux euh... avaient l'air de plus s'y connaître et donc ils ont appelé le 15 euh.. ils l'ont mis en position latérale... en PLS... position latérale de sécurité... bah moi à l'époque j'étais encore plus jeune donc je connaissais pas trop, donc oui j'ai déjà vu des gens en tout cas faire ça euh... maintenant plus aujourd'hui, j'ai pas trop besoin de m'en servir, enfin je pense qu'on est déjà plus grand, on fait plus attention, on est même plus habitué et... euh.... En tout cas j'ai pas vraiment l'impression de m'en servir, après c'est vrai ce qu'il avait dit pendant sa campagne euh... là le docteur euh... c'est vrai que l'histoire des pertes de mémoire qui peuvent être dangereuses, bon j'en fait quasiment jamais, bon ça fait longtemps que j'ai pas fait ce genre de choses, mais c'est vrai que vu qu'il dit ça je vais faire plus attention, et si un jour je me rend compte que euh... je suis vraiment très alcoolisé, je vais peut-être repenser à ce qu'il disait, bon je sais pas si à ce moment-là j'y repenserai mais ... * rire* mais en tout cas voilà j'ai peut-être plus de chance de m'en souvenir.

Très bien... peux-tu me dire comment ces campagnes de prévention ont influencé ta consommation d'alcool ?

Euh... en fait j'ai pas vraiment l'impression qu'elles l'ont influencé euh..*réflexion* en fait je bu... j'ai surtout une consommation plus excessive quand j'étais... en fait plus je... plus je grandi moins j'ai une consommation excessive, et quand j'étais plus jeune ou plutôt au lycée, euh... bah j'en voyais quasiment pas ce genre de campagne et même si j'en avais vu je pense que ça m'aurait pas trop concerné et j'étais pas trop euh.... Du genre à m'en soucier et euh.... Enfin j'pense quand on est jeune, on peut euh... c'est difficile euh... enfin... on est un peu immature et donc euh... même si y'a une campagne qui dit qu'il faut faire attention euh... on va pas

forcément l'écouter... on en a un peu rien à faire et maintenant euh.... J'fais plus attention, mais c'est pas du tout à cause des campagnes c'est plus euh... parce que euh... c'est pas forcément agréable de trop boire, donc j'ai tendance à mieux gérer euh... enfin le lendemain, j'ai tendance à faire plus attention à ce genre de chose... surtout quand j'étais en... classes préparatoires, parce que là je suis à mon école d'ingénieur et donc euh... j'ai dû passer des classes prépas... et donc j'travaillais beaucoup et donc euh... je faisais attention parce que si je buvais trop, après, le lendemain, je pouvais pas travailler et donc euh... enfin c'est comme ça que j'ai plutôt régulé ma consommation et non avec euh... les campagnes.

Quel est le meilleur moyen de communication existant selon toi, par rapport à l'alcool ?

Euh...là je reviens sur la conférence que j'ai eu en début d'année quand ... en école... parce que c'est vrai que c'était un docteur et j'trouvais que c'était une communication assez bien parce que euh... j'ai trouvé qu'en fait le message qu'il essayait de faire passer ce n'était pas euh... ne buvez pas c'était euh... ne buvez pas trop... je crois que c'était quelque chose comme ça et donc en fait il nous incitait pas à ne pas boire parce que c'est dangereux, et donc euh... c'était pas très moralisateur mais c'était plutôt... il essayait de présenter les dangers euh.... Enfin comme on est scientifiques, il nous donnait un peu des côtés un peu plus...euh... plus détaillés, bon même si pas trop, parce qu'on est pas médecins, mais euh... on avait plutôt un côté assez plus scientifique, et donc c'était plus intéressant de comprendre pourquoi c'est dangereux et juste nous dire oh non ne faites pas ça. Euh..... *réflexion*... et j'me souviens... donc voilà, il était pas très moralisateur, il était plutôt en train de montrer que dans certains cas, quand on buvait trop, c'était

dangereux et c'était pas juste dangereux parce qu'on pouvait faire un coma éthylique, mais plutôt à long terme euh... enfin sur les problèmes de mémoire, perte de mémoire et tout, ça c'était plus intéressant parce que euh.... Enfin c'était euh... *cherche ses mots* je trouve que penser à faire un coma éthylique c'est rare, parce que faut vraiment boire beaucoup et ça arrive à peu de monde, et donc euh.... On n'est jamais vraiment concerné par ça alors que faire des pertes de mémoire ou des black-out, enfin...tout l' monde en fait pas, mais c'est déjà plus facile à atteindre ce genre de cap, donc ça concerne quand même plus de monde et du coup euh.... Bah ça va concerner plus de monde de faire attention à ce genre de choses, sachant qu'en plus t'as des problèmes à long terme, et étant donné qu'on est dans des études euh... élitistes, prestigieuses, on a intérêt à faire attention à notre cerveau sinon ça sert à rien de faire ça.

Que penses-tu de la prévention dans les écoles, collèges et lycées ?

Euh... donc écoles, collèges, lycées, donc dans les écoles bah moi je trouvais qu'elle était bien, donc école euh... supérieure... euh dans les lycées, j'ai eu euh... alors c'était pas l'alcool c'était la drogue... j'ai... j'ai pas souvenir d'avoir eu des campagnes de prévention alcool euh... peut-être que ça... euh... y'avait des affiches... mais j'ai jamais vraiment fait attention à ce genre de choses, mais y'a sûrement eu des affiches qu'ils mettent donc dans les collèges lycées, quoi que collègue euh... bon j'pense qu'on est encore un peu jeune... y'en a peut-être qui commencent mais c'est pas ce qu'il y a en majorité. Lycée oui, c'est vrai qu'il y avait sûrement des affiches des campagnes euh mais en tout cas j'y prêtais pas attention et j'pense pas que beaucoup de gens y prêtaient attention euh.... En tout cas j'ai pas l'impression que les campagnes comme ça dans les lycées aient un impact euh...

enfin peut être chez certaines personnes, mais globalement et en majorité ça impacte pas trop les gens, les gens en font un peu qu'à leur tête, comme ils veulent. Comme j'avais expliqué, on est un peu immature, on va pas trop réfléchir à ce genre de choses.

D'accord... et donc des préventions que tu as eues comme dans ton école d'ingénieur avec voilà... quelqu'un qui vient, qui se déplace... dans les collèges lycées... qu'est-ce que tu en penses ?

Euh... oui... ça peut être bien ... euh... c'est vrai que c'est pas mal, après c'est que ils peuvent se permettre de faire ça parce qu'on est plus grand, on fait plus attention, et donc nous dire qu'on a le droit de boire mais pas trop c'est plus facile de dire ça à des gens qui sont déjà plus matures plutôt que dire ça à des gens qui ont pas encore commencé... euh... je pense que le discours y'est pas le même ... mais c'est que c'est... faudrait... peut-être s'en inspirer un peu euh... ouais.... Et je viens juste de me rappeler d'une chose par rapport aux campagnes, c'est que j'ai aussi dans mon école une association qui s'appelle ... je sais plus... et qui s'occupe en fait des... des dangers liés à l'alcool, en fait c'est des étudiants qui ont cette association et qui s'occupent de toute la partie des dangers liés à l'alcool, la drogue euh ... aussi harcèlement euh... et justement ils font des campagnes... euh... et c'est pas mal ce qu'ils font car justement, comme c'est fait par des étudiants, on est au même pied d'égalité euh... donc oui je viens de penser à ça euh. .. maintenant si on devait transposer ça au lycée, je pense qu'on est un peu jeune pour faire... pour donner des responsabilités à des lycéens pour faire ce genre de ... pour gouverner des associations comme ça euh... mais en tout cas ça peut être une bonne façon de faire, maintenant après, comme ils sont plus jeunes aussi, faut pas non plus que les

gens qui fassent ça soient mis de côté et harcelés surtout au collège... enfin les gens qui vont faire ça, ça va peut-être être assez mal vu par les autres... ouais c'est peut-être plus difficile de transposer ça au lycée collège.

Vers qui tu te tournerais pour parler de ta consommation d'alcool ou celle de tes amis si tu avais besoin d'en parler?

souffle bah.... A mes amis j'pense... mes meilleurs amis euh... *réfléchis*... je pense que ça serait un peu tout... sur internet ! Je pense que je chercherais des ... des... recherches internet euh... sur des forums par exemple ... quelque chose comme ça euh... doctissimo euh.... Y'a pas mal de choses comme ça...

Comment réagiras-tu si ton médecin traitant abordait le sujet avec toi, en t'interrogeant sur ta consommation d'alcool et en parlant de prévention ?

Hum... j'pense que je serais surpris parce que je m'attendrais pas à avoir ce genre de discussion avec mon médecin, surtout si je viens pour quelque chose qui n'a rien à voir... maintenant je pense que ça peut être bien ... enfin si jamais vraiment y'a un problème ça peut être bien d'avoir une discussion avec un professionnel euh... à ce sujet... euh.... Ça peut être bienvenu oui...

Imagines que t'es ministre de la santé euh et on te demande en fait bah de prévenir des dangers de la consommation d'alcool qu'est-ce que tu fais ?

Si je suis ministre de la santé ?

Oui, que tu dois prévenir des dangers de la consommation d'alcool chez les jeunes... qu'est-ce que tu mettrais en place, qu'est-ce que tu ferais ?

Hum... euh....

Qu'est-ce que tu utiliserais comme moyen de prévention ?

J pense que les campagnes de prévention, quand ce sont des conférences faites par des médecins, je pense que c'est bien euh on peut les appliquer aux collèges et aux lycées sous forme de conférences euh... ça ce qui est bien c'est ...c'est souvent des choses qui sont obligatoires, bah c'est rendu obligatoire par l'école, du coup tout le monde doit y assister et tout le monde est obligé d'écouter, même si ça les intéresse pas, au moins ils doivent écouter et entendre. C'est la première chose que je ferais. Euh..... après, mais je pense que c'est déjà le cas, mais tout ce qui est les... les.... les professionnels donc, par exemple dans les lycées les infirmières, j pense qu'elles ont peut-être des... des... je sais pas si elles en ont, mais en tout cas je ferais en sorte qu'elles aient plus d'impact, plus de responsabilités avec les problèmes liés à l'alcool, qu'elles soient formées pour en parler... enfin y'en a sûrement hein des psychologues...euh... avoir ça mais que ce soit peut-être plus euh.... Qu'on ait... qu'on ait... qu'on ait plus conscience que ce soit possible, dans le sens que, en début d'année, ils disent qu'on peut le faire et qu'ils nous proposent souvent des rendez-vous... qu'ils envoient des propositions de rendez-vous aux élèves euh.... Souvent ou tous les quelques mois, même s'ils ne veulent pas, qu'au moins ils le proposent et qu'après ils disent oui ou non, mais parce que souvent... enfin je pense que si les jeunes ont des problèmes c'est pas eux qui vont aller voir, c'est plutôt les professionnels et les gens plus grands qui doivent aller vers eux... donc peut-être plus agir sur euh... peut-être inciter les jeunes à venir consulter même si y'a aucune... même si c'est juste un ... juste pour information ou pour discuter, mais en tout cas, que ce soit beaucoup plus facile d'avoir un rendez-vous avec un

professionnel... parce que je pense que quand j'étais au lycée si j'avais eu un problème j'aurais pas du tout su comment gérer ce genre de choses euh... enfin aller voir mon médecin traitant c'est pas possible parce qu'il connaît ma mère... aller voir l'infirmière enfin je pense pas qu'à cette époque, à cet âge-là, je savais pas si c'était possible de faire ça... euh... donc en gros, pour conclure, faire des campagnes types conférences avec des professionnels ou des médecins ou je sais pas, des infirmières, des choses comme des infirmiers, et aussi faire proposer des rendez-vous des ... des... des tête-à-tête avec des professionnels au sein de l'école pour en discuter ou pas... pas obligatoires, juste s'ils ont envie... ça peut être pas mal ça...

Très bien, un grand merci pour ton aide...

Annexe n°4 : Lettre d'information aux participants

Bonjour, je suis médecin généraliste non thésée. Dans le cadre de ma thèse, je souhaite réaliser un entretien semi-dirigé sur les campagnes de prévention concernant l'alcool. Il s'agit d'une recherche scientifique ayant pour but d'étudier l'influence qu'ont ces campagnes de prévention sur les jeunes. Si vous le souhaitez, je vous propose de participer à l'étude. Pour y répondre, vous devez avoir entre 18 et 24 ans et vivre dans le Nord-Pas-De-Calais.

Votre participation à l'étude est facultative. Vous pouvez mettre fin à votre participation à tout moment.

Conformément à la réglementation sur la protection des données personnelles, vous pouvez exercer vos droits d'accès, rectifications, effacement et d'opposition sur les données vous concernant.

Aussi, pour assurer une sécurité optimale, ces données vous concernant seront traitées dans la plus grande confidentialité et ne seront pas conservées au-delà de la soutenance de la thèse.

Cette étude fait l'objet d'une déclaration portant le n°2020-238 au registre des traitements de l'Université de Lille.

Pour toute demande, vous pouvez contacter le délégué à la protection des données à l'adresse suivante : dpo@univ-lille.fr .

Vous pouvez également formuler une réclamation auprès de la CNIL.

Merci beaucoup pour votre participation ! Pour accéder aux résultats scientifiques de l'étude, vous pouvez me contacter à cette adresse: louise.lafechelle@gmail.com

Annexe n°5 : Arbre de codage

Nom	Fichiers	Références
01. Consommation chez les jeunes	0	0
1) Pas de profil type	0	0
variable en fonction des individus	7	13
absente	1	2
abusives	9	12
modérée	5	5
2) Comportement face à l'alcool	0	0
+ ponctuelle + massive que les adultes	2	3
régulation de la consommation	1	1
avec le debut de la vie professionnelle	1	1
eviter troubles neurologiques	2	2
par les études	1	1
par l'expérience (mauvaise)	5	9
prudence	1	1
veiller les uns sur les autres	1	2
3) Pour quelles raisons	0	0
desinhibition	2	3
influence des pairs	3	4
notion d'experimentation	2	2
4) A quelle occasion	0	0
festive	8	12
forme de dependance , fete = alcool	1	2
variable dans le temps	1	1
02. Influence des campagnes	0	0
A Critiques positives	1	1
(intro) campagnes utiles même si touchent qu'	1	3
1) fond du discours = contenu	0	0
a) discours factuel non moralisateur	2	3
explications physiopathologiques adap	2	4
informations sur les dangers	1	2
b) indentification	1	2
c) responsabilités envers les proches	4	4
conclusion relais des information aux proch	3	3
arguments pour sensibiliser les proches	1	1
d) messages de prévention retenus	2	3
alcool avec modération	4	4
appeler les secours	1	1
effet nefaste sur la santé	2	2
effets secondaires court terme	0	0
coma ethylique	2	2
diminution de l'attention	1	1
perte de contrôle de sois	2	2
perte de memoire	1	3
effets secondaires long terme	1	1
maladies graves	1	1
cancer	1	1
maladies hépatiques	2	2

<input type="radio"/>	cancer	1	1
<input type="radio"/>	maladies hépatiques	2	2
<input type="radio"/>	troubles cognitifs	2	2
<input type="radio"/>	troubles cognitifs + danger	1	1
<input type="radio"/>	identifier une consommation à risque	1	1
<input type="radio"/>	nombre de verres	1	1
<input type="radio"/>	PLS	1	1
<input type="radio"/>	securité routière	5	10
<input type="radio"/>	campagnes connues	2	2
<input type="radio"/>	quand on tient à quelqu'un on l	1	2
<input type="radio"/>	SAM	4	8
<input type="radio"/>	influence positive des campagnes s	4	6
<input type="radio"/>	pas de conduite sous l'emprise	3	5
<input type="radio"/>	risque de blesser autrui	2	2
<input type="radio"/>	risque de séquelles d'accident de la	2	2
<input type="radio"/>	2) forme du discours	0	0
<input type="radio"/>	a) mode de communication	0	0
<input type="radio"/>	répétition du discours	2	2
<input type="radio"/>	slogan	6	12
<input type="radio"/>	utilisation d'images chocs	3	5
<input type="radio"/>	b) espace de communication	0	0
<input type="radio"/>	intervention dans les écoles	1	1
<input type="radio"/>	conférence par médecin étude sup	1	2
<input type="radio"/>	intervention dans les écoles	1	1
<input type="radio"/>	conférence par médecin étude sup	1	2
<input type="radio"/>	intervention école avec casque reali	1	1
<input type="radio"/>	interventions école par force de l'or	1	1
<input type="radio"/>	radio	2	3
<input type="radio"/>	réseaux sociaux	3	5
<input type="radio"/>	télévision	6	11
<input type="radio"/>	influence des célébrités	2	2
<input type="radio"/>	B Critiques négatives	2	3
<input type="radio"/>	(intro) pas d'influence	9	16
<input type="radio"/>	1) inefficacité liée aux campagnes	1	2
<input type="radio"/>	a) inefficacité liée à la forme	0	0
<input type="radio"/>	médias peu adaptés à l'age	4	9
<input type="radio"/>	rareté des campagnes	7	18
<input type="radio"/>	absent des reseaux sociaux	2	4
<input type="radio"/>	rare dans les écoles	9	14
<input type="radio"/>	rare dans les médias traditionn	6	9
<input type="radio"/>	b) inefficacité liée au fond	0	0
<input type="radio"/>	messages pas assez concrets	2	3
<input type="radio"/>	non pertinentes = inadaptées	2	3
<input type="radio"/>	obsolète (exemple de SAM)	1	2
<input type="radio"/>	peu réaliste = risible	1	2
<input type="radio"/>	public jeune non ciblé	2	2
<input type="radio"/>	stereotypées	1	2

<input type="radio"/>	public jeune non ciblé	2	2
<input type="radio"/>	stereotypées	1	2
<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/> sécurité routière essentiellement	5	11
<input type="radio"/>	manque de prévention sur l'ad	1	1
<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/> 2) cible difficile à sensibiliser	1	1
<input type="radio"/>	âge du debut de la prevention variable	1	1
<input type="radio"/>	forme dependance fete, pas de fete san	1	1
<input type="radio"/>	immaturité insouciance inconscience	5	12
<input type="radio"/>	ne considère pas la consommation d'al	1	1
<input type="radio"/>	ne pas se sentir concerné	1	1
<input type="radio"/>	notion de liberté individuelle	1	2
<input type="radio"/>	periode experimentation	1	2
<input type="radio"/>	sentiment d'appartenance (faire comm	2	2
<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/> 03. Pistes d'améliorations	0	0
<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/> A) moyens de communication	0	0
<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/> augmentation campagnes TV	2	2
<input type="radio"/>	lors de séries télé	1	1
<input type="radio"/>	utiliser influenceurs télé réalité	1	1
<input type="radio"/>	défavorable à la prévention dans les médias	1	2
<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/> prévention lors de l'achat d'alcool	1	1
<input type="radio"/>	affichage dans les lieux de vente	1	1
<input type="radio"/>	aiguillage dans les rayons alcool	1	1
<input type="radio"/>	alcoolscore ou pictogramme sur les bouteil	2	2
<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/> prévention dans les bars	1	3
<input type="radio"/>	témoignages	1	1
<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/> prévention dans les bars	1	3
<input type="radio"/>	témoignages	1	1
<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/> réseaux sociaux	7	17
<input type="radio"/>	format vidéo et affiches	2	2
<input type="radio"/>	influenceurs	2	4
<input type="radio"/>	prévention systématique dans le fil d'actuali	3	3
<input type="radio"/>	TV peu utilisée	2	2
<input type="radio"/>	varier les médias	1	1
<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/> B) grands principes de communication	0	0
<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/> adapter le message au public	1	2
<input type="radio"/>	adapter à l'âge	2	2
<input type="radio"/>	adpater à la maturité	1	1
<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/> importance d'une sensibilisation précoce	5	7
<input type="radio"/>	importance d'une sensibilisation précoce au	4	4
<input type="radio"/>	prévention primaire avant les premieres co	2	4
<input type="radio"/>	varier les campagnes pour toucher un public la	1	1
<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/> C) prévention en milieu scolaire	2	3
<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/> 1) Prévention collective	0	0
<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/> interventions par des professionnels	0	0
<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/> étude supérieure	0	0
<input type="radio"/>	intervention conférence médecin é	1	3
<input type="radio"/>	intervention universités	1	1
<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/> intevention collèges lycées	8	10

<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>	intevention collèges lycées	8	10	
	<input type="radio"/>	discours concret	2	3	
	<input type="radio"/>	discours non moralisateur	1	2	
	<input type="radio"/>	eviter l'infantilisation	1	1	
	<input type="radio"/>	format vidéo	1	1	
	<input type="radio"/>	interactive	2	2	
	<input type="radio"/>	obligatoire	1	1	
	<input type="radio"/>	par médecin	3	4	
	<input type="radio"/>	prévention régulière - annuelle	1	1	
	<input type="radio"/>	sous forme de stage	1	1	
	<input type="radio"/>	témoignages	1	1	
	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/> utiliser des activités pratiques- cent	1	1	
		<input type="radio"/> casque de réalité virtuelle	1	1	
<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>	prévention par association étudiante	2	5	
	<input type="radio"/>	prévention faite par un pair	3	4	
	<input type="radio"/>	prévention par pair difficile collèges- ly	1	1	
<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>	2) prévention individuelle personnalisée	0	0	
	<input type="radio"/>	meilleure information sur les professionnels	1	2	
	<input type="radio"/>	prévention par professionnels de santé scol	1	1	
	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/> proposition d'entretiens individuels aux élé	1	2	
		<input type="radio"/> entretiens individuels non obligatoire	1	1	
		<input type="radio"/> faciliter l'accès à un entretien individuel	1	1	
		<input type="radio"/> inciter à consulter en prévention	1	1	
		<input type="radio"/> proposition d'aide par l'adulte	1	1	
		<input type="radio"/> proposition d'aide par l'adulte	1	1	
<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>	D) role du médecin traitant	1	1	
	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/> 1) Motivations	0	0	
		<input type="radio"/> favorable à la prévention par le MT	8	12	
		<input type="radio"/> personne de confiance	1	1	
		<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/> role de conseiller	1	1
			<input type="radio"/> en cas de consommation problématique	2	3
			<input type="radio"/> situer sa consommation par rapport à la m	2	3
	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/> 2) Freins	0	0	
		<input type="radio"/> consultations trop rapides	1	2	
		<input type="radio"/> crainte du partage d'infomation avec les pa	1	1	
		<input type="radio"/> pas de place dans le prévention actuelleme	1	1	
	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/> 3) Fond et forme du discours	0	0	
		<input type="radio"/> discours concret	1	2	
		<input type="radio"/> ecoute et discours empathique	1	2	
		<input type="radio"/> eviter discours moralisateur	1	3	
		<input type="radio"/> importance confidentialité (absence des pa	2	4	
		<input type="radio"/> conclusion déterminer l'âge de la prévention a	1	1	
		<input type="radio"/> indifférent à la prevention par le MT	2	3	
<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>	E) influence de la famille (parents)	1	1	
	<input type="radio"/>	1) absence d'influence des parents	2	3	
	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/> 2) influence des parents	2	3	
		<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/> influence contre la consommtaion	0	0

○	influence contre la consommation	0	0
○	education des parents	4	9
○	montre l'exemple	4	6
○	regulation de la consommation par leur	2	2
○	Influence vers la consommation	0	0
○	incitation à la consommation (partager	2	2
○	initiation en famille	1	1
○	partager un moment	1	1
○	3) rôle des parents dans la prévention	1	2
○	sensibiliser les parents	1	2
○	F) prévention par les pairs	4	4
○	1) motivations	0	0
○	éviter adultes moralisateurs	1	2
○	plus sensible au discours des pairs	1	1
○	probleme de manque d'experience	1	1
○	sentiment d'être compris	1	1
○	2) transmission familiale (jeunes + âgés)	3	5
○	3) transmission entre amis	2	2
○	4) intervention collèges-lycées	2	3
○	5) témoignages de pairs	1	2
○	discours concret	1	1
○	G) sources d'informations principales	0	0
○	G) sources d'informations principales	0	0
○	1) internet	0	0
○	forum internet	2	2
○	site internet vulgarisation médicale	1	1
○	2) jeunes de la même tranche d'âge	1	1
○	amis proches	5	5
○	3) parents	2	2
○	demande d'aide aux parents	4	4
○	4) médecin traitant	6	7
○	H) Alternatives	0	0
○	interdiction pour dissuader les mineurs	1	2
○	pas + de prévention car consommation non pr	1	1
○	redcution du risque remplacer par une substan	1	4

Annexe n° 6 : Déclaration à la CNIL



RÉCÉPISSÉ

DÉCLARATION DE CONFORMITÉ

Délégué à la protection des données (DPO) : Jean-Luc TESSIER

Responsable administrative : Yasmine GUEMRA

La délivrance de ce récépissé atteste que votre traitement est conforme à la réglementation applicable à la protection des données personnelles. Vous pouvez désormais mettre en œuvre votre traitement dans le strict respect des mesures qui ont été élaborées avec le DPO et qui figurent sur votre déclaration.

Toute modification doit être signalée dans les plus brefs délais: dpo@univ-lille.fr

Responsable du traitement

Nom : Université de Lille	SIREN: 13 00 23583 00011
Adresse : 42 rue Paul Duez 59000 LILLE	Code NAF: 8542Z Tél. : +33 (0) 3 62 26 90 00

Traitement déclaré

Intitulé : Comment les campagnes de prévention influencent-elles la consommation d'alcool chez les jeunes de 18 à 25 ans dans le Nord-Pas-De-Calais ?
Référence Registre DPO : 2020-238
Responsable du traitement / Chargé (s) de la mise en œuvre : M. Dominique LACROIX Interlocuteur (s) : Mme Louise LAFLECHELLE

Fait à Lille,

Jean-Luc TESSIER

Le 8 décembre 2020

Délégué à la Protection des Données

Annexe n°7 : Carte Mentale



