



PLAISIRS, DEPENDANCES : QUI MENE LA DANSE ?

1^{er} CONCOURS DEPARTEMENTAL SUR LES ADDICTIONS

DOSSIER DE TRAVAIL

JANVIER 2009

Le 1^{er} concours départemental addictions organisé par le CoDES de Vaucluse et ses partenaires - l'Anpaa 84, l'Etape de l'Avapt SOS DI, Resad 84, Mission locale du Luberon, Mission locale d'Avignon, Msa 84, Advsea Prévention spécialisée, Mutualité française Paca - Délégation de Vaucluse, les FRAD – Gendarmerie nationale, Crous 84, Cirdd Paca, Cdmrt 84... - a pour objectif d'inciter les jeunes à réfléchir et à s'exprimer autour des facteurs d'influence auxquels peuvent être soumis leurs consommations de produits psychoactifs et certains de leurs comportements face aux nouvelles technologies (Internet, MSN, jeux vidéos...).

Ce dossier de travail regroupe, dans une 1^{ère} partie, des informations sur les différentes influences (individuelles, familiales, culturelles...) auxquels les consommations et comportements peuvent être soumis. Dans une 2^{ème} partie vous trouverez des techniques d'animation pour travailler avec les jeunes, autour de ces influences, afin de les accompagner dans leur réflexion et de les aider à s'approprier le projet de concours. La 3^{ème} partie regroupe les articles cités en 1^{ère} partie, en texte intégral pour la plupart.

Quelques définitions :

Qu'est-ce que l'addiction ? Le terme addiction est d'étymologie latine *addictere* « dit à » et exprimant une appartenance en terme d'esclavage. Globalement, la signification est "d'être lié à un autre".

La compréhension moderne que nous avons d'un comportement toxique comme la dépendance, c'est qu'un individu atteint de cette maladie n'est plus libre de choisir.

Et aujourd'hui....

Le terme addiction est un anglicisme utilisé depuis quelques années comme équivalent du mot dépendance (ou pharmacodépendance) ou parfois de toxicomanie ou même d'assuétude.

Il caractérise une envie irrésistible et une difficulté voire une impossibilité répétée à contrôler le besoin de l'objet addictif.

Le sujet se livre à des conduites dites addictives et ceci souvent malgré la conscience aigüe des risques d'abus et de dépendance.

L'addiction se rapporte autant à des produits qu'à des conduites à risque et certaines formes de sports comme le surentraînement.

On distingue les addictions avec substance, dépendance à l'égard d'un produit toxique (tabagisme, alcoolisme...), mais aussi, par extension les addictions sans substance, dépendance à une pratique (achat compulsif, jeu pathologique, anorexie/boulimie) ou à une situation (relation affective, travail intense). Les problèmes engendrés par une addiction peuvent être d'ordre physique, psychologique, relationnel, familial ou social.

Qu'est-ce qu'une substance psychoactive ? Alcool, tabac, cannabis, héroïne, cocaïne... sont tous des substances psychoactives qui agissent sur le cerveau :

- elles modifient l'activité mentale, les sensations, le comportement. Leur usage expose à des risques et des dangers pour la santé, et peut entraîner des conséquences sociales dans la vie quotidienne ; leur usage peut en outre engendrer une dépendance ;
- elles provoquent des effets somatiques (sur le corps) d'une grande diversité selon les propriétés de chacune, leurs effets et leur nocivité. (OMS)

Que sont les comportements de consommations ? Les comportements de consommation sont classés en trois catégories, en fonction des dommages sanitaires ou sociaux qu'ils provoquent. Cette classification ne fait pas référence au caractère licite ou illicite du produit consommé.

• **L'usage simple** : est une consommation de substances psychoactives qui n'entraînent complications pour la santé, ni troubles du comportement ayant des conséquences nocives pour soi ou pour autrui.

• **L'usage nocif (ou abus)** : est caractérisée par une consommation répétée induisant des dommages dans les domaines somatiques, psychoactifs ou sociaux, pour le sujet lui-même mais aussi pour son environnement.

• **La dépendance** : une personne est dépendante lorsqu'elle ne peut plus se passer de consommer, sous peine de souffrances physiques et/ou psychiques. Sa vie quotidienne tourne largement ou exclusivement autour de la recherche et de la prise du produit. La dépendance peut s'installer de façon brutale ou progressive, en fonction de l'individu et du produit consommé. (Inpes et MILDT)

Qu'est-ce qu'un comportement à risque ? « Les conduites à risque consistent en l'exposition du jeune à une probabilité non négligeable de se blesser ou de mourir, de léser son avenir personnel ou de mettre sa santé en péril [...] » et qu'« elles altèrent en profondeur ses possibilités d'intégration sociale ». (David Le Breton)

SOMMAIRE

 1 ^{ère} partie : les influences	
1. Histoire personnelle	p. 5
2. Influences sociales	p. 8
3. Contexte sociétal et culturel	p. 9
4. Marketing	p. 11
 2 ^{ème} partie : les techniques d'animation	p. 16
1. Le metaplan ou technique du Post-it	p. 18
2. Le blason ou écusson	p. 19
3. Le remue-méninges ou brainstorming	p. 21
 3 ^{ème} partie : les articles cités	p. 23
 Bibliographie sélective	p. 24

1^{ère} partie : les influences

1. Histoire personnelle

1.1 Construction de l'individu

Jeunes sous influences. Jean-Pascal Assailly

« ...Autre élément de poids jouant dans le comportement : la sécurisation du lien [voir encadré *Un mouvement pendulaire*] : les enfants à attachement anxieux ont tendance à gommer leur vie affective, nier leurs émotions, par trop négatives (alexithymie), qu'ils vont remplacer par des sensations, plus intenses ou plus nouvelles. En fonction de ses rencontres ou des hasards de la vie, le jeune s'orientera vers l'alcool ou le cannabis, vers la montagne ou la mer, mais le mécanisme reste le même. »

« Un mouvement pendulaire

Toute notre vie, nous oscillons entre deux tendances : la protection (rentrer dans sa coquille) et l'exploration (découvrir des champs nouveaux). Quand, durant l'enfance, l'attachement à la mère (ou son équivalent) a été suffisant, les individus se montrent réceptifs, communicants, ils ont confiance en eux et sont prudents dans leurs prises de risque. Dans le cas inverse, le sujet aura tendance à «compenser» son absence de sécurité par une hyperprotection, évitant rencontres ou situations nouvelles ou au contraire rechercher les sensations fortes pour pallier sa pénurie d'émotions. »

« Les événements intervenant au sein de la famille ont aussi leur importance ?

La famille évolue effectivement en fonction de plusieurs paramètres : sa structure, l'existence d'une fratrie par exemple, mais aussi les événements qui s'y jouent : disputes, divorce, deuils. Avec des conséquences qui ne s'exercent pas toujours dans le sens qu'on attend. Ainsi Marie Choquet a montré que les enfants de divorcés buvaient souvent moins d'alcool que les autres, du fait qu'ils sont élevés par leur mère, généralement moins consommatrice. Il faut savoir aussi que dans le divorce, ce qui est pathogène, c'est beaucoup moins la séparation que les conflits, avant ou après, qui l'accompagnent.

Il en est de même pour les familles recomposées : en soi la situation n'est ni positive ni négative. Mais force est de constater que des conflits surgissent souvent, entre la fille et sa belle-mère par exemple, source de comportements addictifs. »

Addictions, n° 21, mars 2008 pp. 8-9

« Tout objet de plaisir peut devenir une addiction, Michaël Stora »

« ...S. H. : Quels sont les principaux renseignements que vous retenir de votre action de psychanalyste vis-à-vis de ces dépendants ?

Les patients que je reçois sont des joueurs de milieu plutôt favorisé. Leur âge va de 14 à 25 ans, voire 30 ans. La majorité d'entre eux a entre 14 et 17 ans. Ils sont souvent déscolarisés. Ils vivent seuls avec leur maman. Une mère qui n'est pas toujours très bien. Si le père est là, il est parfois absent aussi bien réellement que symboliquement. De plus, et c'était une hypothèse que j'avais posée il y a quelque temps et qui se confirme aujourd'hui : 90 % de ces enfants, je dis bien 90 %, ont été diagnostiqués dans leur jeunesse avec un haut potentiel intellectuel. Ces enfants ont été diagnostiqués précoces.

S. H. : Comment expliquez-vous cela ?

Les enfants précoces testés à 5 ou 6 ans possèdent des QI parfois impressionnants. Alors, les parents ne regardent plus leur enfant comme avant. Parfois, ils l'investissent même d'une parure de héros, du moins d'un futur héros. Le problème est que ces enfants à intelligence précoce ne sont pas habitués à travailler. Ils ne savent pas ce qu'est " fournir un effort ". Eh bien - et c'est quasi systématique -, en classe de 4e, une chute des résultats est observée. La chute des notes accompagne l'effondrement du statut de héros. Il passe à celui de très mauvais élève. Et je constate que le jeune " précoce " surinvestit le jeu comme pour continuer à être ce héros....

S. H. : On est dans la symbolique de l'image ?

Bien sûr. Dans mon livre *Les écrans, ça rend accro...²*, j'évoque le poids de la tyrannie de l'image de soi. Le soi est devenu quelque chose d'incontournable. Et l'image du surdoué, du précoce qui d'un seul coup chute complètement est une blessure quant à l'estime de soi. Le jeu va être une manière de se soigner, en ayant quelque part des victoires, en incarnant surtout ce héros... »

Santé de l'homme, n° 396, juillet / août 2008, pp. 5

1.2 Plaisir / Mal-être

« Rôle des attentes dans les comportements de consommation

Les attentes sont des croyances subjectives que chacun de nous manifeste à propos des effets physiques et psychologiques de l'alcool : attente d'un changement global positif, de l'assertivité, du plaisir, de l'éveil sexuel... Les chercheurs dans ce champ ont repris de manière humoristique l'illustration des sept nains *sleepy* (endormi), *dopey* (excité), *bashful* (modeste), *happy* (heureux), *grumpy* (grognon)... pour décrire les différentes attentes. Elles constituent des anticipations du type « si-alors » qui se construisent au sein d'un apprentissage de l'alcoolisation...

...Recherche de sensations...La recherche de danger et d'aventure ; La recherche d'expériences nouvelles et excitantes ; La désinhibition ; La susceptibilité à l'ennui... »

In Alcool – Dommages sociaux, abus et dépendance, Expertise collective, Inserm, 2003, pp.263-270

« **Tout objet de plaisir peut devenir une addiction, Michaël Stora** »

« S. H. : Au sujet de l'addiction aux jeux et à l'image, la Mission interministérielle de lutte contre la drogue et la toxicomanie (Mildt) parle "d'addiction sans drogue". Reprenez-vous, à votre compte, cette expression ?

Complètement. Je dirais que tout objet de plaisir peut devenir une addiction. Il y a des nouveaux objets technologiques qui apparaissent dans notre société et qui provoquent chez certaines personnes des phénomènes de dépendance. Ceux-là feront tout pour posséder le dernier de ces objets, par exemple. L'image, en elle-même, peut être un objet d'addiction.

...Cela étant dit, la question de l'addiction demeure compliquée. Car l'objet de l'addiction est aussi un antidépresseur. Au fond, certaines des personnes n'ayant pas les ressources intérieures pour baisser le niveau de déprime ou d'anxiété vont trouver un objet extérieur avec une illusion de maîtrise qui va faire que cet objet-là va remplir cette fonction.

S. H. : Est-ce valable pour toutes les addictions ?

Oui. Paradoxalement, l'addiction est aussi une manière de se soigner. C'est ce que nous rencontrons chez les grands psychotiques. Le délire est une forme de soin. Ce n'est pas forcément évident à comprendre mais nous sommes bien dans l'idée de l'antidépresseur. Ce qui m'intéresse, ce qui m'intrigue, c'est que le jeu vidéo serait comme une sorte d'antidépresseur mais interactif. Je travaille sur cette question : pourquoi cette action du jeu vidéo dans l'addiction au virtuel ? Et non l'alcool ou tout autre produit dangereux. Je vous rappelle toutefois, et heureusement, que le jeu vidéo n'est pas considéré comme une drogue. »

Santé de l'homme, n° 396, juillet/août 2008, pp. 5

Conduites à risque ou... passion du risque ? David Le Breton

La recherche de sensations

« Le cannabis (et ses dérivés)... est vécu comme une sorte d'anxiolytique et un outil de dissolution de soi dans l'ambiance. Il libère des tensions du quotidien ou des petites appréhensions. Il induit une humeur communicative, il rend réceptif à l'environnement. La plupart du temps, ses usagers connaissent les doses menant aux effets recherchés et le produit est aisément maniable en la matière. Le cannabis rend cependant plus difficile la concentration et altère les capacités de mémoire immédiate. Il exerce un effet de ralentissement, altère les perceptions visuelles et rend, par exemple, dangereux le fait de conduire une voiture ou un deux-roues. Un usage régulier provoque des difficultés scolaires ou sociales. Il risque de potentialiser des fragilités psychiques et d'induire ainsi des périodes dépressives ou des moments d'anxiété ou de panique... »

Santé de l'homme, n° 386 p. 23

2. Influences sociales

2.1 Famille

2.1.1 Les parents

« L'usage de substances psycho-actives par les parents et par leurs enfants. L'usage par les parents »

« L'usage par les parents d'alcool, de tabac ou de drogues illicites est associé à une augmentation significative du risque d'usage par l'adolescent, d'usage précoce et de dépendance (Conger et al., 1996 ; Duncan et al., 1995 ; Andrews, 1994). »

« Donc, les comportements, les attitudes des parents et la permissivité parentale en ce qui concerne l'usage de substances psycho-actives sont un facteur-clef de l'usage par le jeune, au moins autant sinon plus que la pression du groupe des pairs : lorsque les jeunes sont autorisés à consommer à la maison, ils auront plus tendance à consommer à l'extérieur de la maison avec leurs pairs, et à développer des problèmes liés à l'usage. »

Les conduites à risque des jeunes - Toxibase n° 11, septembre 2003, pp.8-9

2.1.2 La fratrie

« Les grands frères ou soeurs agissent comme des *modèles de rôle*. Cet effet est encore plus fort lorsque le membre de la fratrie est du même sexe que le jeune (du fait de la plus grande proximité et de la similitude des affinités et activités), ou si le membre plus âgé de la fratrie est un garçon (dans ce cas, il a une influence aussi sur ses petites sœurs). L'influence de la fratrie peut être indirecte (pousser le jeune à fréquenter le même type de pairs) ou directe (intégrer le jeune frère ou sœur dans son groupe d'amis et l'aider à se soustraire à la surveillance parentale...). »

Les conduites à risque des jeunes - Toxibase n° 11, septembre 2003, p.10

2.2 Influence des pairs

« a) l'influence... Les similarités entre les patterns de comportements d'un sujet et ceux de son environnement ont souvent été interprétés en termes d'influence sociale de la famille et des amis sur un comportement individuel (les théories de l'apprentissage social de Bandura, le modelage et le contrôle sociaux) : l'individu modèle son comportement sur celui d'autrui, surtout les autrui qui vivent à ses côtés, afin d'être en conformité avec les normes de groupe.

b) la sélection ou floconnage

L'autre hypothèse se fonde sur l'idée que les similarités sont le résultat d'un processus de sélection : l'individu va composer son réseau social avec des individus dont les styles de vie et les comportements ressemblent aux siens. »

Les conduites à risque des jeunes - Toxibase n° 11, septembre 2003, p.9

L'influence du groupe des pairs sur les usages de drogues Karl BOHRN, Regina FENK

« Avec l'âge l'influence du groupe des pairs et des amis augmente pour atteindre un sommet à l'adolescence. Ce qui est vrai pour les parents et les frères et soeurs est aussi vrai pour les amis : ils ont le rôle de modèle, surtout quand ils sont plus vieux. Mais la différence entre la famille et les amis réside dans la possibilité, dans une certaine mesure, de choisir un groupe de pairs. Au sein du groupe de pairs, l'influence est généralement double : les « pairs » ou amis exercent une influence sur l'individu, mais l'individu a aussi son mot à dire dans le groupe (à l'exception des groupes très rigides ou d'individus très « faibles » ou très peu estimés au sein du groupe). Ces influences s'exercent dans tous les domaines -l'habillement, la musique, l'alimentation- et pas seulement en ce qui concerne les usages de drogue.

Au sein du groupe, ces normes peuvent inciter à l'usage de drogue, comme le montre la citation suivante : *Freak (C5, Allemagne) : Votre cercle social... fournit un rôle de modèle. Vous vous orientez en fonction, vous imitez les choses et essayez les choses que font les autres. (...) Cela a à voir avec l'identification au groupe.*

Mais un groupe peut aussi protéger de l'usage de drogue si aucun membre n'utilise des drogues : *Claudia (NC, Autriche) : Non, mes amis partagent mon opinion. Aucun d'eux ne prend de drogue.* 5 NC = non consommateur, C = consommateur

Dans une étude autrichienne, 47,2 % des adolescents ont dit appartenir à un groupe stable d'amis (« clique ») et 41,0 % sortir souvent avec leurs amis. L'usage ou l'usage abusif de substances sont influencés par les amis : parmi ces adolescents appartenant à une « clique », 26,5 % boivent des boissons alcoolisées plusieurs fois par mois, 16,9 % ont expérimenté le cannabis et 4,9 % l'Ecstasy. Parmi ceux qui ne sont pas membre d'une clique, seulement 15,5 % consomment de l'alcool plusieurs fois par mois, 9,9 % ont essayé le cannabis et 2,8 % l'Ecstasy (Bohrn et Bittner, 2000). »

Psychotropes – Vol. 9 nos 3-4, pp. 197-198

3. Contexte sociétal et culturel

3.1 Contexte historique

Le vin, deux mille ans d'enracinement gaulois, Michel Craplet

« *De ce vin frais, l'écume pétillante. De nos Français est l'image brillante* », s'enthousiasmait Voltaire. Enraciné au plus profond de la culture française, utilisé comme anxiolytique par les Poilus lors de la Première Guerre mondiale, le vin s'est considérablement démocratisé depuis un siècle. Il continue d'être consommé à la fois par convivialité, pour ses qualités gustatives et comme substance psychoactive pourvue d'effets " dopants " ...

...La vigne s'inscrit dans la terre. Il suffit de parcourir les régions viticoles pour lire sur le paysage l'impact visuel de cette plantation. Le vin est, certes, un produit naturel, comme disent ses défenseurs, pour souligner la différence avec d'autres boissons dites industrielles ; mais il est avant tout un produit culturel. Sa consommation a toujours été un symbole de pouvoir : de l'évêque, du seigneur, puis de la bourgeoisie urbaine. C'est ainsi que les vignes furent plantées à proximité des villes ou des cours d'eau afin que le vin soit facilement

acheminé vers ceux qui avaient les moyens d'en acheter. Cela explique quelques curiosités de la carte viticole qui reflète davantage la proximité des marchés potentiels de buveurs que les conditions climatiques idéales (vallée du Rhin ou Champagne, par exemple).

Le vin s'inscrit dans la culture. Depuis l'Antiquité avec Homère et Horace, il a été chanté par de nombreux poètes. Loué par des auteurs difficiles ou populaires, il envahit certaines œuvres emblématiques de la littérature française, comme celle de Rabelais, dans une tradition qui se poursuit jusqu'à nos jours avec *Le Vin des copains*, de Jules Romain, d'Antoine Blondin et de René Fallet. Il est alors fait référence aux terroirs fournissant des vins simples bus " pour la soif " dit-on, plutôt que dégustés.

Parallèlement, l'appréciation du vin fut toujours un signe de bon goût, de civilisation (identifiée à celle de l'Antiquité gréco-romaine), alors que les autres boissons ne bénéficient pas de ce prestige. La bière est restée la " boisson des Barbares " ou bien celle du peuple... »

Santé de l'homme, n° 368, novembre-décembre 2003, pp. 19-20

3.2 Rites de passage

Les jeunes et la fête : rites d'alcoolisation ; Les lieux et les sociabilités de la fête

« ...Les regroupements festifs étudiants et lycéens présentent des caractéristiques communes :
. L'un et l'autre constituent des phénomènes massifs mais circonscrits à des populations identifiables statutairement (étudiant-e-s, lycéen-ne-s).

. Ils rythment le temps de la semaine ou de l'année universitaire/scolaire et prennent ainsi la forme de rituels par lesquels se dit et s'éprouve de l'appartenance.

L'enjeu est ici identitaire et la fête ainsi vécue, dans des modalités renouvelées, remplit les fonctions qui lui ont été attribuées par toutes les sociétés et en toute époque, « construire leur appartenance à une communauté de temps et de lieu - première fonction sociale -, mais aussi pour leur permettre de s'exercer à la transgression afin de mieux se maîtriser - seconde fonction émotionnelle...»

L'alcoolisation festive : un rituel social et culturel

« ...Si la consommation d'alcool participe aux rites d'intégration du groupe et de l'individu au groupe de pairs, elle prend également un caractère symbolique en contexte familial. Proposer et autoriser cette consommation est une manière de signifier au jeune son intégration au monde adulte. Il ne s'agit pas, partant de ces rituels sociaux et familiaux, de conclure à une responsabilité familiale des pratiques adolescentes. Nous ne pouvons en effet tenir ces pratiques pour des encouragements conscients à l'alcoolisation des plus jeunes par leurs ascendants. Au-delà du cercle familial, c'est la société dans son ensemble qui fait preuve de certaines ambivalences. Michel Craplet dit à ce propos : « En France, l'alcool est à la fois un sujet tabou et un produit totem. [...] Les boissons alcooliques, et spécialement le vin, sont considérées comme de bons produits du point de vue économique et culturel. Pour rester un bon citoyen français, il convient de ne pas faire un *mauvais usage* de ces *bons produits*. »

Les jeunes et la fête : rites d'alcoolisation, Marie-Laure Déroff, Université de Bretagne occidentale, Atelier de recherche sociologique, EA 3149, 2007

3.3 Interdit

Conduites à risque ou... passion du risque ? David Le Breton

« La recherche de sensations

Pour les jeunes générations, le recours à la drogue traduit une volonté initiale de jouer avec le risque tout en éprouvant la satisfaction de transgresser les codes sociaux. Le franchissement de la limite ajoute sa saveur aux sensations recherchées. L'accessibilité croissante des produits en rend la tentation difficile à repousser. Une quête d'identité se construit là en opposition aux adultes, incarnant la loi, avec le sentiment d'échapper à l'adolescence par le mépris des interdits et l'assentiment des pairs.

Le cannabis (et ses dérivés) est la substance psychoactive la plus consommée par les jeunes générations, souvent entre amis qui facilitent son usage festif et exercent un effet d'éducation. Il induit l'impression heureuse de " planer ", d'échapper à la pesanteur du monde et jouit de la réputation d'une drogue prohibée, mais dont les effets néfastes sont contestés. Il porte le bonheur de la transgression tout en favorisant l'intégration dans le groupe »

Santé de l'homme, n° 386 p. 23

Autour de ces ados qui en prennent : tabac, cannabis, alcool : quelle prévention ?

Qui sont ces ados qui en prennent ? S. le Garrec, Sociologue (Université de Fribourg) Département travail social et politiques sociale

« ...Collectivement, certaines pratiques n'ont pas la même signification: des actes tantôt condamnés, interdits ou stigmatisés deviennent, en groupe, dédouanés de l'interdit et de l'anormalité... »

Adolescence et prévention : utopie ou réalité. 7^{ème} journée nationale de médecine de santé de l'adolescent, Amiens, 2-3 décembre 2005

4. Marketing

Premix, « Alcopops », « Vinipops »... Comment les industriels alcoolisent les jeunes, Sylvie Boistard

Les jeunes sont depuis quelques années dans la ligne de mire des fabricants d'alcool, qui ne reculent devant rien pour les inciter à consommer leur marque. Au risque d'en faire de futurs adultes alcooliques.

Annick Boucheron, infirmière scolaire dans un lycée professionnel d'Eure-et-Loir, ne cache pas son inquiétude. Depuis cinq ans, elle observe une nette recrudescence des cas d'ivresse chez les lycéens. Chaque semaine, au moins un élève est surpris alcoolisé au sein de l'établissement. « Ils profitent de la pause déjeuner pour aller chercher leurs bières dans le centre commercial d'à côté et boivent souvent en groupe, note-t-elle. Le problème est tel que le directeur a déjà organisé trois journées d'information et de sensibilisation. » « Prendre une cuite » quand on a 15-18 ans n'est pas nouveau. Ce qui l'est, c'est la façon de boire importée des pays anglo-saxons : le binge drinking, autrement dit la « cuite express ». De nombreux jeunes ne boivent plus en effet qu'avec le seul objectif de « se défoncer » le plus vite possible. Selon le Baromètre santé 2005, 2,4 % des garçons et 3,3 % des filles âgés de 12 à 14 ans déclarent avoir été ivres

au moins une fois dans l'année écoulée. Ces proportions passent respectivement à 32,4 % et à 19 % chez les 15-19 ans. Entre 20 et 25 ans, l'ivresse concerne 48,3 % des garçons.

Règle n° 1 : les inciter à consommer

Cette consommation excessive est aidée par la facilité d'accès des boissons alcoolisées dans les linéaires des hypermarchés, les stations-service, les discothèques, les festivals de musique et les soirées étudiantes. Car, si la vente d'alcool est désormais interdite aux moins de 16 ans (article L. 3342-1 du Code de la santé publique), une enquête de la direction générale de la Santé montre que cette réglementation est loin d'être partout respectée*... Dans les discothèques, le barman vous regarde d'un sale œil si vous ne commandez pas une bouteille d'alcool fort. D'ailleurs, des coupons de réduction sont souvent offerts. Et une bière est toujours moins chère qu'un jus de fruits. »

En aparté : il en est de même pour la vente de cigarettes, tabac à rouler... dont l'accessibilité dans les bureaux de tabac dépend du choix du buraliste d'appliquer ou pas la réglementation en vigueur (interdiction de la vente ou de la cession de tabac aux mineurs de moins de 16 ans).

Règle n° 2 : les séduire avec des goûts fruités

Les alcooliers ne sont évidemment pas étrangers à ce phénomène. Au fil des années, ils ont trouvé diverses parades et imaginé de nouveaux produits pour contourner la loi Evin et séduire une nouvelle cible : les jeunes. L'arrivée des prémix et autres « alcopops », qui mélangent gin, vodka, tequila... et sodas ou jus de fruits, en est un parfait exemple. Très sucrées, ces boissons ont été imaginées pour plaire aux 13-14 ans et les faire passer en douceur des sodas à l'alcool. Les bières sont désormais aromatisées pour masquer leur amertume et attirer les filles, ou mélangées à des alcools forts, plus appréciés des garçons. « Le vieillissement des consommateurs et les différentes campagnes de prévention routière incitant les Français à réduire leur consommation d'alcool ont poussé les industriels à trouver de nouvelles cibles afin d'assurer l'avenir de leurs entreprises en termes de parts de marché, explique, une experte du marketing, Karine Gallopel-Morvan, maître de conférences à l'institut de gestion de Rennes. Les alcooliers ont beaucoup travaillé tant sur le marketing que sur la communication - à travers leur site Internet, des publicités dans la rue et la presse ou encore le parrainage de manifestations artistiques - pour conditionner les jeunes à acheter leur marque. Leur but est d'en faire des consommateurs réguliers et fidèles. » Packaging aux couleurs flashy, logos attractifs, noms exotiques (« wild turkey cola », « fruit défendu », « blue shark »), promotions multiples (1 euro de réduction pour l'achat de tel produit, ou deux boissons offertes pour le prix d'une), rien n'est laissé au hasard. Et surtout pas la fête !

En aparté : de leur côté les industriels du tabac ont investi depuis quelques années ce « marché de goût » en proposant des cigarettes aromatisées (vanille, caramel ou, chocolat par exemple). Le packaging a également évolué : cigarettes en couleur (en fonction du sexe), changement régulier du design des paquets... Enfin, des offres promotionnelles apparaissent parfois (un briquet offert pour l'achat de 2 paquets par exemple...).

Règle n° 3 : investir leur univers

Pour toucher au plus près leur clientèle, les alcooliers sponsorisent les soirées étudiantes et des animations au décor de fête dans les discothèques. Sous la plume d'Eric Coder, Franck Daniel, ex-commercial d'un grand groupe, explique dans un livre comment il démarchait les clubs sportifs pour ados de 13-14 ans, mais aussi les grandes écoles, afin d'accroître la consommation des produits de la marque. Si ce genre de partenariat reste illégal, aucun grand fabricant n'a encore été inquiété par la justice. « D'un côté une ambiance festive et branchée, de l'autre des étudiants qui réussissent. L'idée est de refléter une image valorisante aux 12-13 ans, qui ont tendance à s'identifier à leurs aînés. Les alcooliers jouent là-dessus pour accroître leur clientèle », reprend Karine Gallopel-Morvan. Dans le même but, et sans déroger à la loi Evin (qui autorise la promotion des produits sur les lieux de consommation), les industriels ont imaginé le concept des « happy hours » : pendant une heure ou deux, l'alcool est vendu à un prix défiant toute concurrence. En échange de quoi, les patrons de bar reçoivent des objets publicitaires (miroirs, affiches, doseurs) qui garantissent une présence visuelle permanente de la marque dans leur établissement.

Règle n° 4 : contourner la loi

Il reste donc nécessaire de bien connaître ces stratégies si l'on souhaite organiser des actions de prévention efficaces. Ainsi, entrée en vigueur en janvier 2005, la surtaxe sur les cocktails à base d'alcool a conduit à une chute des ventes de prémix de 40 % en 2005. Mais les alcooliers ont fini par rebondir. Ils utilisent désormais des édulcorants - qui n'ont du sucre que le goût - dans les « alcopops » pour ne plus tomber sous le coup de la surtaxation. De même, de nouveaux produits à base de malt (les « malternatives »), de vin (les « vinipops ») ou de cidre aromatisé - des catégories exclues jusqu'à présent du cadre de la taxe - ont fait leur apparition dans les supermarchés. Les récents états généraux de l'alcool, dont les travaux ont pris fin en décembre dernier, ont été l'occasion d'ouvrir le débat sur le sujet. Mais la situation pourra-t-elle réellement évoluer dans le bon sens quand on sait que les alcooliers participent au Conseil de modération et de prévention, créé il y a un an pour valider les projets de textes législatifs et de campagnes de communication relatifs à la consommation d'alcool ?

En aparté : pour contourner l'interdiction de la publicité tabac, les industriels ont largement investi le cinéma. Une enquête réalisée entre 1982 et 2002 (Ligue nationale contre le cancer) sur 200 films montre que le tabac est présent dans 50 % de ces productions. De plus des partenariats ont été prouvés entre certains acteurs, payés pour fumer à l'écran, et les cigarettiers.

Viva magazine, Mise en ligne : 2 mars 2007, http://www.viva.presse.fr/Comment-les-industriels_7540.html

P.S. * Bulletin épidémiologique hebdomadaire (Beh) n° 34-35, 12 septembre 2006.

Conclusion

Les déterminants des comportements à risque

« L'abus de substances psychoactives (licites ou illicites) »

Pour rappel, parler de consommation de substances licites ou illicites sous-entend, entre autres, de parler de la consommation de tabac, d'alcool ou de médicaments (Currie *et al.* ; 2004) mais aussi de la consommation de cannabis, d'amphétamines, de LSD ou d'autres hallucinogènes, de crack, de cocaïne, d'ecstasy ou d'héroïne (Hibell *et al.* ; 2004). Certains travaux suggèrent que les facteurs psychologiques, biologiques et psychiatriques jouent un rôle prépondérant dans l'abus et la dépendance (Glantz et Pickens, 1992, cités par l'Inserm, 2001). D'autres travaux montrent que dans certains cas, les facteurs environnementaux peuvent jouer un rôle déterminant dans le développement de la dépendance (Kaminer, 1994 ; Adès et Lejoyeux, 1997 ; Bailly, 1997, cités par l'Inserm, 2001). Il existe en fait de très nombreuses voies pouvant conduire à l'abus et à la dépendance. Il est bien évidemment impossible d'isoler chez un sujet donné un facteur de risque unique qui aurait à lui seul valeur prédictive de la survenue d'un abus ou d'une dépendance. Les différents facteurs impliqués peuvent être regroupés en facteurs propres à l'individu, en facteurs comportementaux et enfin en facteurs liés à l'environnement.

Les facteurs individuels

Les principaux facteurs de prédisposition et de contribution individuels impliqués dans les comportements à risque ont été identifiés. On trouve parmi eux : avoir une faible estime de soi, souffrir d'autodépréciation, être timide, présenter des réactions émotionnelles excessives, des difficultés à faire face aux événements, des difficultés à établir des relations stables et satisfaisantes et des difficultés à résoudre les problèmes interpersonnels (Glantz et Pickens, 1992). Peuvent aussi être cités ici les antécédents difficiles et les accidents dans le parcours de vie.

Les facteurs comportementaux

Il existe un lien entre les besoins du jeune et les comportements qu'il va adopter. La consommation aiguë d'une substance s'inscrit fréquemment dans les comportements de polyconsommation, à visée de plaisir, de fuite, d'anesthésie, de « défonce », etc. L'enquête Escapad (France) a montré une similitude entre les trajectoires d'expérimentation de l'ivresse alcoolique et de cannabis. De très nombreuses études ont aussi mis en évidence que les consommations élevées de cannabis sont accompagnées et ont été précédées par des consommations de tabac et d'alcool (Inserm ; 2001). La précocité de l'initiation et de la consommation apparaît comme le facteur le plus prédictif d'un abus ou d'une dépendance à la fin de l'adolescence (Roberstson *et al.*, 1996 ; Poulton *et al.*, 1997 ; Aarons *et al.*, 1999, cités par l'Inserm, 2001).

Les facteurs environnementaux

En termes d'influence, le groupe des pairs joue un rôle important dans l'initiation et la consommation de substances psychoactives. Par la suite, il peut jouer un rôle renforçateur, dans la mesure où l'adolescent consommateur abusif de substances psychoactives a tendance à

choisir des groupes au sein desquels circulent ces substances (Kandel, 1982 ; Bauman et Ennett, 1994 ; Lanotti *et al.* ; 1996, cités par l'Inserm , 2001). En termes d'influence familiale, l'attitude des parents à l'égard de l'alcool et des substances psychoactives en général peut jouer un rôle incitateur et favoriser la survenue d'un abus ou d'une dépendance. Le risque est alors corrélé au degré de disponibilité des substances psychoactives au sein du milieu familial, à l'importance des conduites d'usage chez les parents et dans la fratrie, ainsi qu'à la précocité de l'exposition de l'enfant à ces conduites d'usage de substances (Kaminer, 1994, cité par l'Inserm, 2001). L'ambiance familiale et la survenue d'événements de vie familiaux indésirables (telle la séparation des parents) au moment de l'adolescence constituent aussi des facteurs de risque. Il est également à noter que la culture dominante, la pression à la surconsommation et les stéréotypes médiatiques peuvent constituer des facteurs de risque de consommation de substances psychoactives licites ou illicites. »

Référentiel de bonnes pratiques. Comportements à risque et santé : agir en milieu scolaire. Inpes, p.51

2^{ème} partie : les techniques d'animation¹

En éducation à la santé, la démarche éducative prend pour objet le travail sur les représentations sociales de la santé. Il ne s'agit pas tant de transmettre de l'information que de comprendre et d'identifier les représentations sous-jacentes à un comportement qui influence la santé.

Il convient donc de favoriser l'expression des représentations de la santé des élèves dans les activités de groupe en utilisant des techniques d'expression et en mettant en place un cadre « facilitant ».

↳ LE CADRE ET L'ORGANISATION DU GROUPE

- Ce qui est dit lors des échanges ne doit pas sortir du groupe.
- Chaque parole a la même valeur et tous les éléments doivent être repris lors de la synthèse.
- Les moments d'échange entre les jeunes ne sont ni notés, ni critiqués. Ils ne doivent pas être présentés comme une sanction ou une récompense.
- Chacun a le droit de prendre la parole et, inversement, chacun peut garder le silence. La gestion de la parole peut être confiée à l'un des jeunes.
- Chacun doit respecter la parole de l'autre. On ne se coupe pas la parole, on ne commente pas ce que l'on entend avant que celui qui s'exprime ait terminé.
- Chacun veille à présenter ses idées dans un temps court, pour permettre à tous de prendre la parole. Chacun s'exprime en son nom propre en utilisant le « Je ».
- L'aménagement de la salle doit pouvoir favoriser l'expression : chacun doit notamment pouvoir voir la personne qui parle, quelle que soit sa place.
- Les horaires de début et de fin du groupe doivent être fixés à l'avance ; la durée accordée au débat doit être calibrée en fonction du niveau d'expression/ de créativité du groupe.
- Chacun des participants exprime clairement son adhésion aux règles de fonctionnement du groupe.
- Les échanges prennent appui sur l'expression des représentations individuelles sur un sujet proposé. Ce cadre n'est pas approprié pour répondre aux situations individuelles des élèves. Si une situation individuelle particulièrement délicate émerge, l'animateur peut proposer d'en discuter en fin de session ou de l'orienter vers une personne ressource.
- L'intervenant s'abstrait de sa situation individuelle et de son expérience personnelle. Il n'a pas à se présenter comme un « modèle » pour les jeunes.

¹ Cette 2^{ème} partie est extraite de l'ouvrage « Education à la santé en milieu scolaire. Choisir, élaborer et développer un projet, Inpes, 2006

Pour animer un groupe d'élèves, l'intervenant devra effectuer un travail préalable, lui permettant de clarifier ses intentions éducatives. Ainsi, être au clair sur ses intentions, motivations, représentations et objectifs d'action constitue un préalable nécessaire à toute intervention en éducation à la santé.

Les questions suivantes peuvent servir de fil directeur à cette réflexion :

- « *Que connaissons-nous du sujet ?* »
- « *Quelle est notre opinion sur ce thème ?* »
- « *Sur quelles bases avons-nous construit nos connaissances (lectures, études, médias, pratiques...)?* »
- « *En quoi le sujet nous intéresse-t-il ?* »
- « *Qu'avons-nous envie d'en dire ?* »
- « *Certains aspects du sujet sont-ils gênants ou difficiles à aborder ?* »
- Etc.

Ce temps de préparation favorise chez chacun une prise de conscience de ses propres connaissances, représentations et comportements sur le thème.

Il permettra également à chacun d'identifier ses limites, de prendre de la distance par rapport à sa propre expérience.

↳ DES TECHNIQUES D'ANIMATION

Pour chacune des techniques d'expression décrites ci-dessous nous vous proposons d'utiliser ces deux mêmes consignes d'animation :

①. Quels sont les facteurs qui peuvent influencer mes choix de consommations de produits psychoactifs (alcool, tabac...) ? (ou qu'est-ce qui peut nous inciter à consommer des drogues ?)

②. Qu'est ce qui peut nous inciter à utiliser les nouvelles technologies sans modération : Internet, MSN, jeux vidéo... ? (ou quels sont les facteurs qui peuvent influencer certains de mes comportements face aux nouvelles technologies ?)

1. Le Métaplan ou technique du post-it

⇒ Objectifs :

- Rendre les discussions en groupe efficaces.
- Favoriser l'implication de tous dans le processus de groupe.
- Prendre en compte toutes les opinions.
- Identifier les attentes des élèves par rapport au thème choisi.
- Faire un point sur les représentations des élèves.

⇒ Déroulement

On pose une question aux élèves qui doivent répondre en un mot, une idée sur un post-it. Plusieurs réponses sont possibles mais un mot, une idée par post-it. L'idée doit être écrite assez

Les Post-It sont ensuite recueillis, lus et collés au tableau au fur et à mesure. Une fois tous les post-it collés, l'animateur les regroupe par thème ou sujet avec l'aide des élèves. Des blocs thématiques (des bulles) de Post-it sont constitués et un nom est donné à chaque bloc.

⇒ Conseils d'utilisation

- Intérêt/difficultés : chacun est libre d'écrire ce qu'il souhaite, il peut rester anonyme lorsque son post-it est lu par l'animateur. Les différents membres du groupe n'influencent pas les idées des autres. Tout le monde travaille en même temps.
- Taille du groupe : dans la mesure du possible, le groupe n'excèdera pas 15 personnes.
- Durée nécessaire : elle est variable en fonction des objectifs fixés et de la taille du groupe. Le nombre de post-it donnés à chacun influence aussi le temps nécessaire à l'animation du groupe.

⇒ Matériel

Tableau, post-it et crayons feutres.

2. Le blason ou écusson

⇒ Objectifs

- Permettre aux participants de valoriser et d'argumenter leurs propos en formulant des idées, des questionnements, des représentations, en fonction de critères proposés par l'animateur.
- Définir un sens commun pour le groupe.
- Faciliter la présentation des élèves.

⇒ Présentation

Chaque élève disposera d'un blason composé de différents « quartiers » qu'il complétera en fonction des critères définis par l'animateur. Après une réflexion individuelle, l'élève fait partager au groupe son analyse et son ressenti. Les critères qui vont structurer le blason constituent une image d'ensemble des perceptions de chacun.

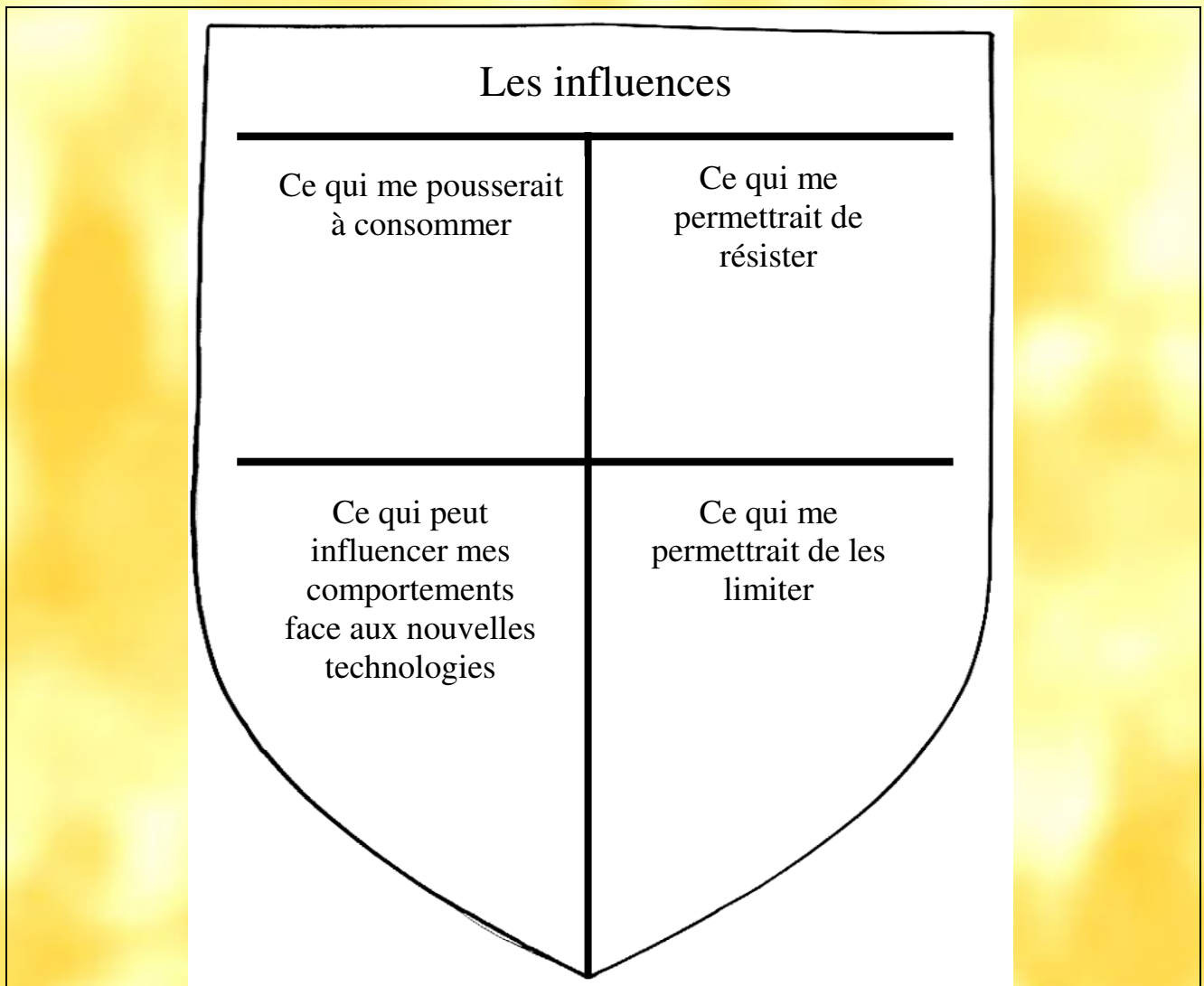
Il peut être utile de prévoir un « paperboard » pour dessiner le blason en grand et noter directement les idées des élèves dans les cases correspondantes.

⇒ Déroulement

- 1) L'animateur distribue les blasons et signale qu'il n'y a pas de réponses justes ou fausses, bonnes ou mauvaises. Si nécessaire, il explicite les critères qui pourraient ne pas être clairs. Il demande aux élèves de remplir leurs blasons en 15 minutes.
- 2) Chacun présente à la classe ce qu'il a noté dans chacune des cases. L'animateur note les différentes propositions pour chacun des critères.
- 3) L'animateur et les élèves identifient les points communs et les différences au sein du groupe.

⇒ Conseils d'utilisation

- Intérêt : le blason permet aux élèves de travailler individuellement, car chacun doit remplir son propre blason. Les élèves ne s'influencent pas lors de cette phase de réflexion.
- Difficulté : les participants peuvent avoir du mal à comprendre certains critères, qu'il faudra expliciter. Attention ! Il ne s'agit pas ici d'effectuer un contrôle des connaissances. Comme pour les autres techniques présentées, l'objectif du groupe ne doit pas être occulté. La technique reste au service du projet.
- Taille du groupe : 15 à 20 élèves. Si la taille du groupe est plus importante, il est intéressant de faire travailler les élèves en petits groupes. En fonction de la taille du groupe, on peut créer un blason commun à tous. On peut aussi demander à trois ou quatre élèves de travailler sur un blason commun (ce qui suppose alors des « négociations »).
- Durée nécessaire : 2 heures environ.



Dans un blason, il peut être demandé d'écrire un slogan, de dessiner un symbole ou une image en fonction du thème choisi.

3. Le remue-méninges (ou « brainstorming »)

Cette méthode est destinée à faire exprimer aux membres d'un groupe un maximum d'idées sur un sujet précis. Toutes les idées (opinions) sont acceptées et notées sur un tableau de papier.

⇒ Objectifs

- Mettre en évidence les représentations d'un groupe sur un thème donné.
- Analyser la perception d'un groupe à propos d'une question, d'un problème, d'un thème, d'un concept.
- Recueillir un maximum d'idées en un temps relativement court.
- Repérer les obstacles à la créativité, les habitudes, les contraintes, les conceptions d'un groupe sur un thème donné.

⇒ Déroulement

1) L'animateur peut introduire le sujet par un exposé, puis il pose une question claire et précise au groupe. Les participants sont invités à exprimer toutes les idées qui leur viennent sans se censurer.

Les consignes sont les suivantes :

- exprimer son idée par des mots courts et concrets ;
- être spontané et rapide ;
- éviter toute attitude critique vis-à-vis des idées des autres participants ;
- s'inspirer des idées des autres pour les développer, les transformer et en exprimer d'autres ;
- ne pas chercher à se focaliser sur la recherche d'idées « de qualité » : toutes les idées, même les plus saugrenues en apparence, doivent être exprimées ;
- ne pas cumuler plusieurs idées dans une phrase.

2) L'animateur note l'intégralité des idées au fur et à mesure. Il est souhaitable de prévoir deux animateurs : l'un qui note, l'autre qui régule la parole du groupe.

3) Les participants (avec l'aide de l'animateur) regroupent les idées par catégorie.

4) L'animateur exploite ces données et propose une synthèse des échanges en reprenant les principales opinions émises par l'ensemble du groupe.

⇒ Conseils d'utilisation

- Préalable indispensable : aucun.
- Intérêt/difficultés : cette technique favorise l'échange entre les participants.
- Toutefois, les réponses des uns peuvent orienter la réflexion du groupe dans son ensemble. Ceux qui s'expriment le plus vite ou le mieux peuvent confisquer la parole du groupe. Les plus timides risquent de ne pas s'exprimer.
- Taille du groupe : idéalement de 12 à 16 personnes.
- Durée nécessaire : 20 à 60 minutes pour l'animation en fonction de la complexité de la question. Le temps de production des idées est compris entre 5 et 10 minutes.

⇒ Variante

Pour pallier la timidité de certains élèves, on peut demander à chacun de réfléchir 5 à 10 minutes à deux ou trois propositions qu'il s'agit d'écrire afin de pouvoir les lire au reste de la classe. Seul le rédacteur de la phrase peut la compléter à la demande de l'animateur. La discussion peut se faire à l'issue du tour de table ou quand toutes les phrases sont épuisées.

3^{ème} partie : les articles cités

Les articles ou documents trop long pour être intégrés en entier à ce dossier sont disponibles au service documentation du CoDES 84

- **Jeunes sous influences**, Jean-Pascal Assailly, Addictions, n° 21, mars 2008
- **Tout objet de plaisir peut devenir une addiction**, Michaël Stora, Santé de l'homme, n° 396, juillet/août 2008
- **Rôle des attentes dans les comportements de consommation**, In Alcool – Dommages sociaux, abus et dépendance, Expertise collective, Inserm, 2003
- **Conduites à risque ou... passion du risque ?** David Le Breton, Santé de l'homme, n° 386
- **L'usage de substances psycho-actives par les parents et par leurs enfants**, Les conduites à risque des jeunes - Toxibase n° 11, septembre 2003
- **L'influence du groupe des pairs sur les usages de drogues**, Karl BOHRN, Regina FENK, Psychotropes - Vol. 9 nos 3-4
- **Le vin, deux mille ans d'enracinement gaulois**, Michel Craplet, Santé de l'homme, n° 368, novembre-décembre 2003
- **Les jeunes et la fête : rites d'alcoolisation**, Marie-Laure Déroff, Université de Bretagne occidentale, Atelier de recherche sociologique, EA 3149, 2007
- **Autour de ces ados qui en prennent : tabac, cannabis, alcool : quelle prévention ?** Qui sont ces ados qui en prennent ? S. le Garrec, Sociologue (Université de Fribourg) Département travail social et politiques sociale, Adolescence et prévention : utopie ou réalité. 7^{ème} journée nationale de médecine de santé de l'adolescent, Amiens, 2-3 décembre 2005
- **Premix, « Alcopops », « Vinipops »... Comment les industriels alcoolisent les jeunes**, Sylvie Boistard, Viva magazine, Mise en ligne : 2 mars 2007, http://www.viva.presse.fr/Comment-les-industriels_7540.html
- **Les déterminants des comportements à risque**, Référentiel de bonnes pratiques. Comportements à risque et santé : agir en milieu scolaire. Inpes, p.51

Bibliographie sélective

Tous les documents cités sont disponibles en prêt ou en version électronique au service documentation du CoDES 84

- **CIEM. Séminaire les jeunes et la radio**, Mercredi 17 décembre 2003
- **L'usage problématique du cannabis**, numéro spécial Toxibase - Crips, Toxibase, n° 12 / lettre du Crips n° 70, 2003
- **Sport et dopages : une lecture sociologique**, revue Toxibase n° 3 - septembre 2001
- **Les 13-20 ans et l'alcool en 2001, Comportements et contextes en France**, Marie Choquet, Laure Com-Ruelle, Nicole Leymarie, avec la collaboration de Julien Lesrel, Institut de Recherches Scientifiques sur les Boissons
- **Conduites d'alcoolisation dans un lycée professionnel en Mayenne : mieux les comprendre pour mieux les prévenir**, Véronique Sankari, Mémoire de l'École Nationale de la Santé Publique - 2003
- **Avec l'alcool, où en sommes-nous ?** Revue Toxibase, n° 16, 4^{ème} trimestre 2004
- **Dommages sociaux liés à l'usage de drogues : focus sur les relations et difficultés familiales**, Dominique Lopez, Daniel Sansfaçon, dossier Théma, revue Toxibase, n° 20, 4^{ème} trimestre 2005
- **Les premix... et après ?** Dr Claudine FECAN DE KERMEL, Alcool ou santé, n° 4, 1997
- **Ados, comment on vous manipule**, Viviane Mahler, Albin Michel, 2004, 205 p.
- **Dealer légal**, Eric Coder, Max Milo, 2005, 190 p.
- En + : **C'est dans l'air**, 22 octobre 2008. **Alcool, la première drogue**
http://www.france5.fr/c-dans-l-air/index-fr.php?page=resume&id_rubrique=999