

11.05.2021 - 09:00 Uhr

Nouvelle étude: toutes les 5 minutes, les jeunes entre 16 et 19 ans sont exposés à des stimuli en lien avec l'alcool



Lausanne (ots) -

Une étude pilote réalisée par Addiction Suisse s'est intéressée aux incitations à la consommation d'alcool dans le quotidien des jeunes de 16 à 19 ans lors de trajets effectués ainsi que sur les réseaux sociaux. Dans les cinq plus grandes villes de Suisse, les participant-e-s étaient confronté-e-s en moyenne à un stimulus en lien avec l'alcool toutes les cinq minutes. L'alcool était également omniprésent sur les réseaux sociaux à travers les photos et messages d'amis et d'influenceurs souvent rémunérés pour cela. L'étude a montré l'effrayante normalité de l'alcool dans le quotidien des jeunes.

Les jeunes sont une cible privilégiée du marketing de l'alcool, car ce sont les clients de demain. [Une étude pilote](#) menée par Addiction Suisse et financée par l'Administration fédérale des douanes a cherché à savoir dans quelle mesure les jeunes sont effectivement exposés à des stimuli pro-alcool. L'étude a été conçue en partie selon le même schéma qu'une étude antérieure sur le [marketing du tabac](#): elle a passé au crible les trajets et activités types des jeunes dans leur vie de tous les jours et dans le cadre de leurs sorties à Genève, Lausanne, Berne, Bâle et Zurich. Tous les éléments encourageant la consommation d'alcool rencontrés lors des trajets effectués ont été recensés de manière systématique. Les stimuli pro-alcool vus par les jeunes sur les réseaux sociaux ont eux aussi été comptabilisés dans cette nouvelle étude.

La moitié au moins des incitations à consommer sont intentionnelles

Les itinéraires (y compris les trajets pour participer à des activités telles que sport, cinéma, sorties au restaurant, etc.) étaient parcourus en l'espace d'environ six heures. Par trajet, 73 stimuli pro alcool ont été dénombrés en moyenne, soit un élément évoquant l'alcool toutes les cinq minutes ! À noter que l'étude a été réalisée en automne 2020, une période marquée par le durcissement des mesures prises pour enrayer la pandémie de coronavirus et la fermeture des lieux de sortie, de même que par la diminution des manifestations dans l'espace public. On peut supposer que l'activité publicitaire offline a elle aussi été réduite durant cette période.

La moitié des stimuli comptabilisés concernaient de la publicité pour l'alcool ou des offres promotionnelles pour des boissons alcooliques. L'autre moitié se composait de stimuli apparemment fortuits : bouteilles et cannettes vides dans l'espace public, scènes dans lesquelles l'alcool jouait un rôle (événement avec des personnes en train de boire, p. ex.), offre sur la carte d'un restaurant, etc.

Tous les messages de prévention perçus par les jeunes devaient également être comptabilisés. On a toutefois constaté que ceux-ci étaient quasi inexistantes sur les trajets couverts par les jeunes.

Réseaux sociaux : le pouvoir des images et des influenceurs

Le marketing de l'alcool s'est en partie déplacé sur Internet. En 2019, 85 % des jeunes de 12 à 19 ans ont passé [une heure ou plus](#) par jour sur la toile, la plupart étant également présents sur les réseaux sociaux, un phénomène qui s'est sans doute encore [amplifié](#) durant la pandémie. Sur Snapchat, Instagram et TikTok en particulier, les jeunes reçoivent de nombreuses photos et messages d'amis et de connaissances qui ont pour sujet l'alcool. La publicité pour l'alcool faite par des influenceurs et influenceuses est également frappante.

Une société qui banalise l'alcool protège mal sa jeunesse

Les résultats de cette étude pilote montrent clairement que les jeunes sont largement confrontés à l'alcool. Pour eux, il s'agit d'un produit tout à fait normal, ce qui est problématique au vu des quelque 400 jeunes hospitalisés chaque année en Suisse à la suite d'une intoxication alcoolique. Une grande partie des stimuli pro-alcool sont placés intentionnellement ou tolérés même s'ils ciblent aussi les jeunes. Addiction Suisse appelle par conséquent à renforcer les mesures de protection de la jeunesse, notamment la limitation de la publicité pour l'alcool en vue de réduire son attractivité auprès des jeunes.

Addiction Suisse est un centre de compétences national dans le domaine des addictions. Elle est active dans la recherche, conçoit des projets de prévention et s'engage pour une politique de santé. Le but de notre ONG est de prévenir ou d'atténuer les problèmes issus de la consommation d'alcool et d'autres substances psychoactives ou liés aux jeux de hasard et à l'usage de l'internet.

Vous trouverez le présent communiqué de presse sur :

www.addictionsuisse.ch/fr/actualites/communiques-de-presse

Plus d'informations concernant Addiction Suisse sur notre site internet

www.addictionsuisse.ch

Suivez-nous aussi sur Twitter : <https://twitter.com/AddictionSuisse>

Contact:

Addiction Suisse
Monique Portner-Helfer
porte-parole
mportner-helfer@addictionsuisse.ch
021 321 29 74

Medieninhalte



Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/fr/pm/100000980/100870376> abgerufen werden.