



- Stanislas  
SILKA,  
OFDT

## Accessibilité de l'alcool & exposition à la publicité

Que nous disent les adolescents ?

# Les données : les enquêtes EnCLASS et ESCAPAD

- EnCLASS : Enquête nationale en collège et en lycée chez les adolescents sur la santé et les substances.
  - ✦ Questionnaire en ligne auto administré anonyme et confidentiel se déroulant en classe d'une durée de 40 minutes ;
  - ✦ **7 155** lycéens ont répondu aux questions sur l'accessibilité au printemps 2018

- **ESCAPAD : Enquête sur la santé et les comportements lors de l'appel de préparation à la défense.**
  - ✦ **13 330** adolescents de 17 ans concernés par le module exposition à la publicité ;
  - ✦ Questionnaire papier auto administré anonyme et confidentiel lors de la Journée défense et citoyenneté d'une durée de 20 minutes en mars 2017 ;



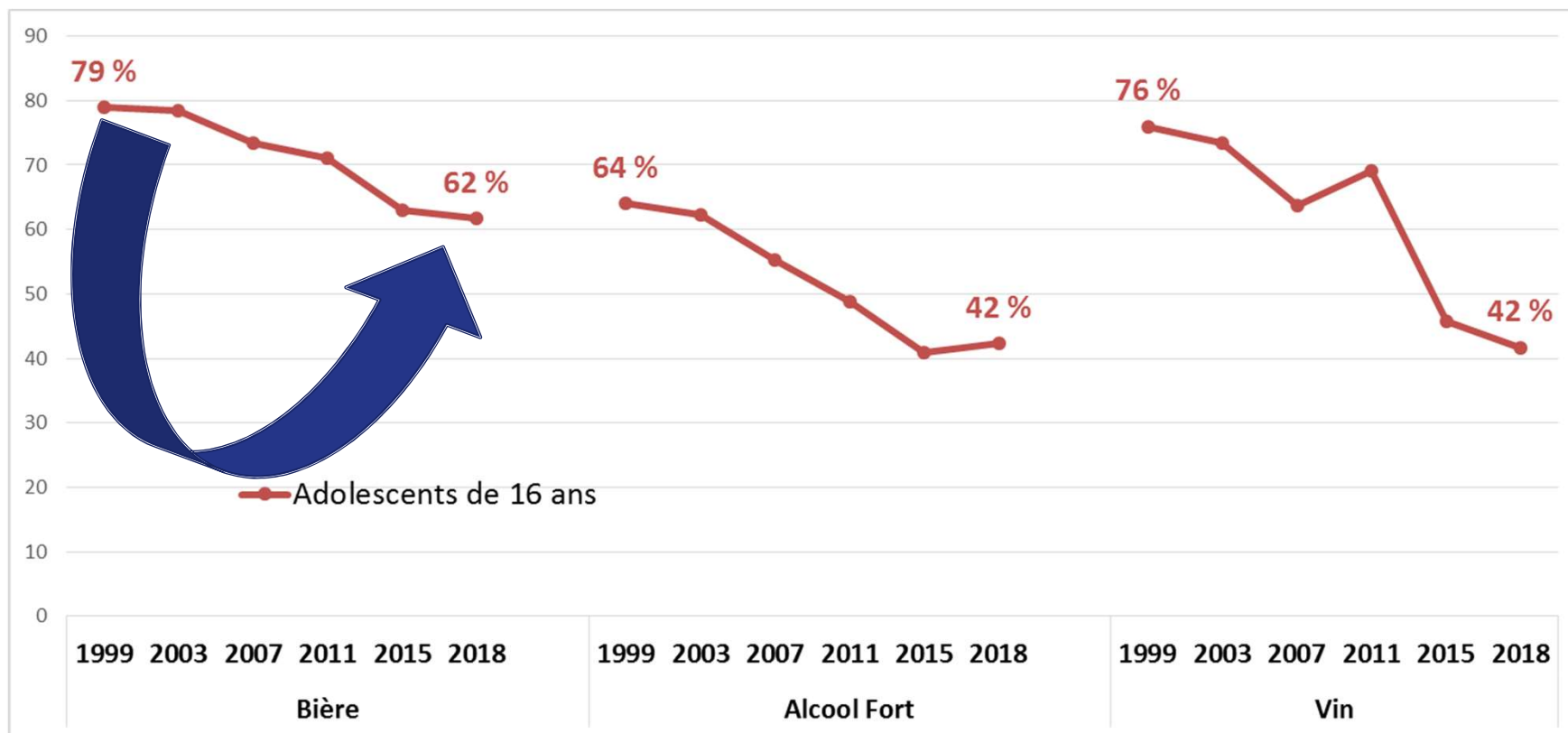
# Accessibilité perçue

**EnCLASS**  
Enquête Nationale en Collèges et en Lycées  
chez les Adolescents sur la Santé et les Substances  
Enquêtes HBSC / ESPAD 2018 | [enclass@enclass.fr](mailto:enclass@enclass.fr)



## L'accessibilité perçue depuis 1999 à 16 ans

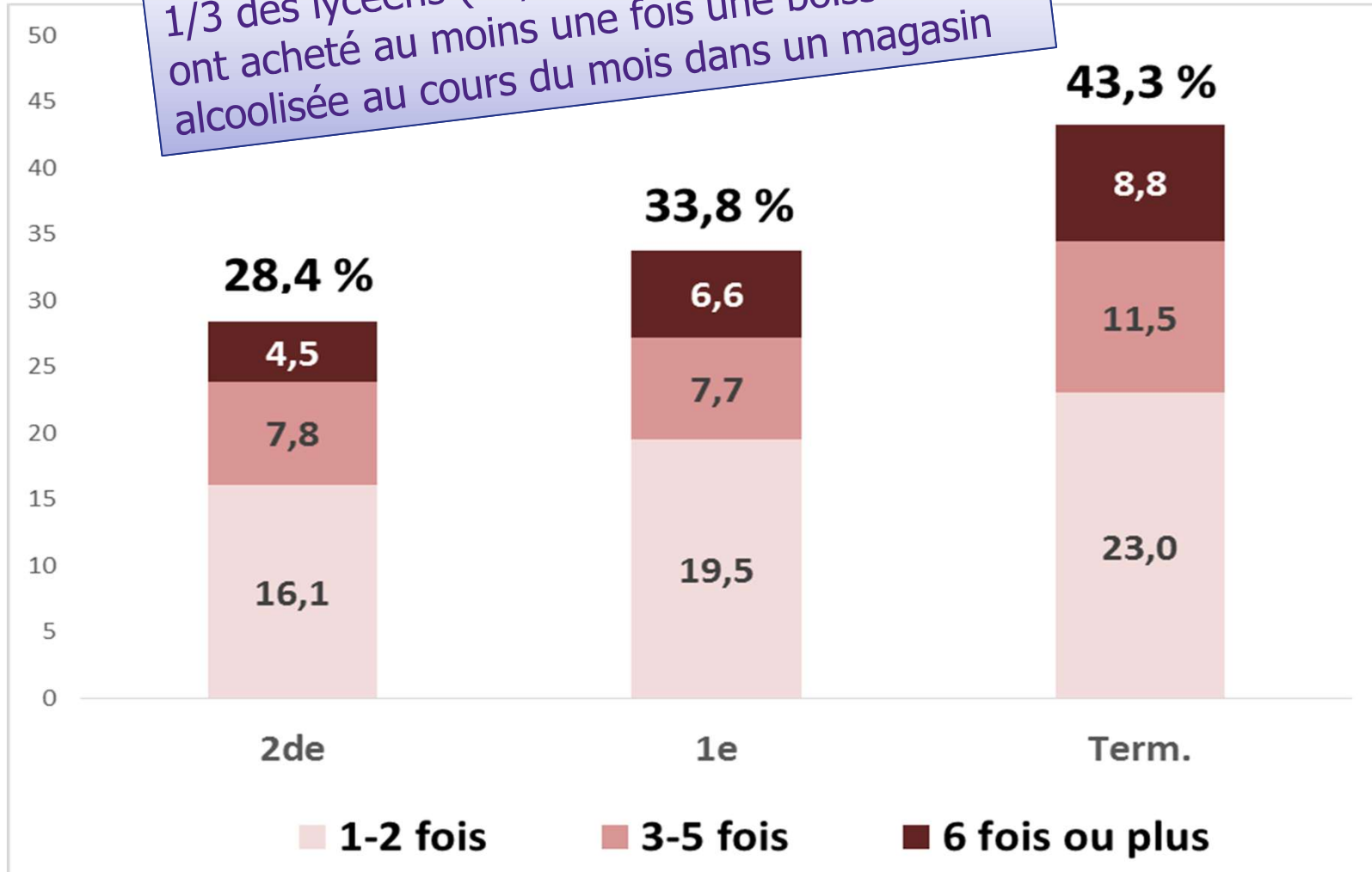
- À quel point serait-il difficile de vous procurer les boissons alcoolisées suivantes (bière, alcool fort, vin), si vous le vouliez ?



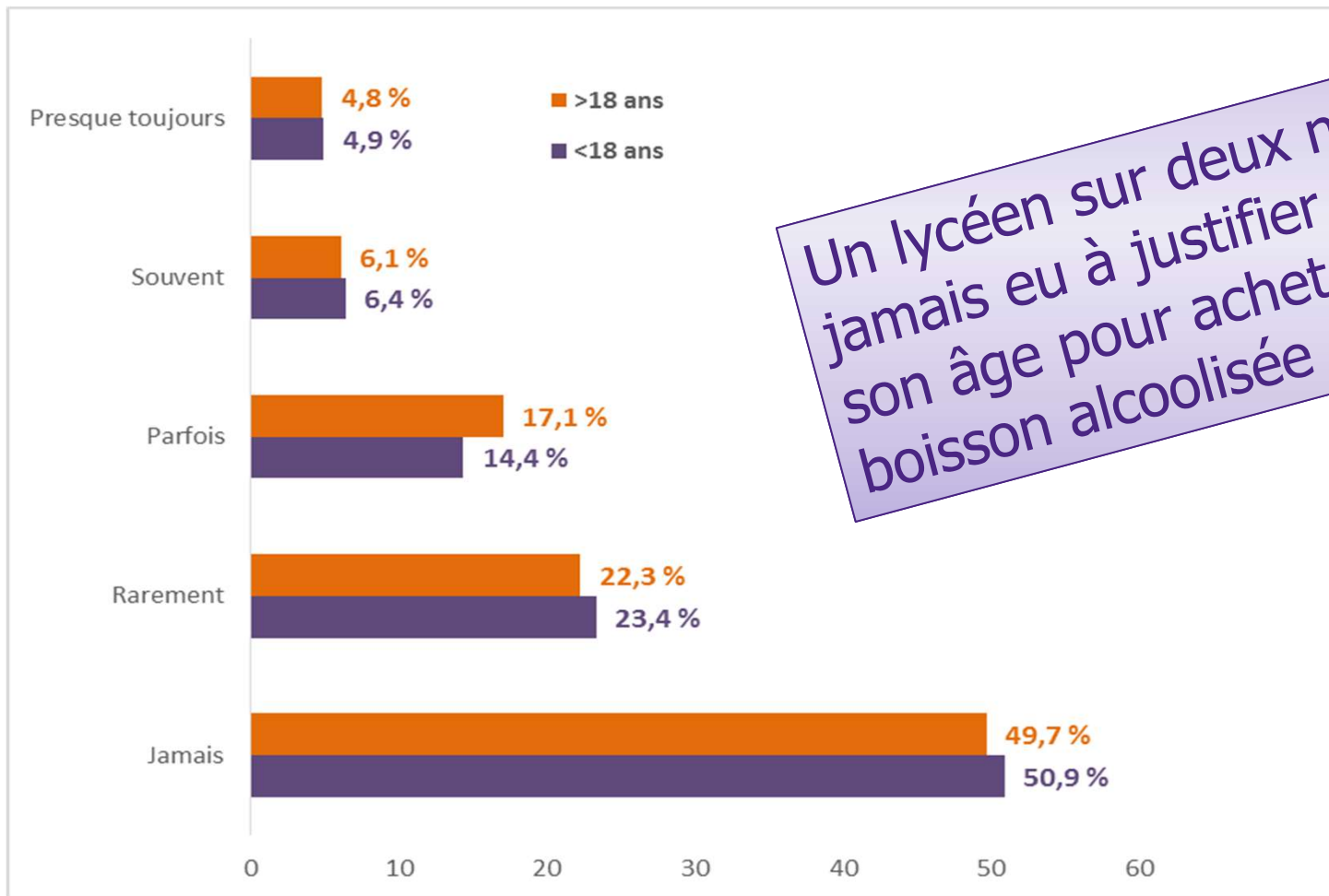
En 2018, 62 % des adolescents de 16 ans considèrent que cela leur serait **très ou plutôt facile** de se procurer de la bière contre 79 % en 1999

## Achat de boissons alcoolisées dans un magasin pour consommation personnelle au cours des 30 derniers jours

1/3 des lycéens (33,6 %) de moins de 18 ans ont acheté au moins une fois une boisson alcoolisée au cours du mois dans un magasin



## Vous a-t-on demandé votre ID alors que vous vouliez acheter de l'alcool dans un magasin ?



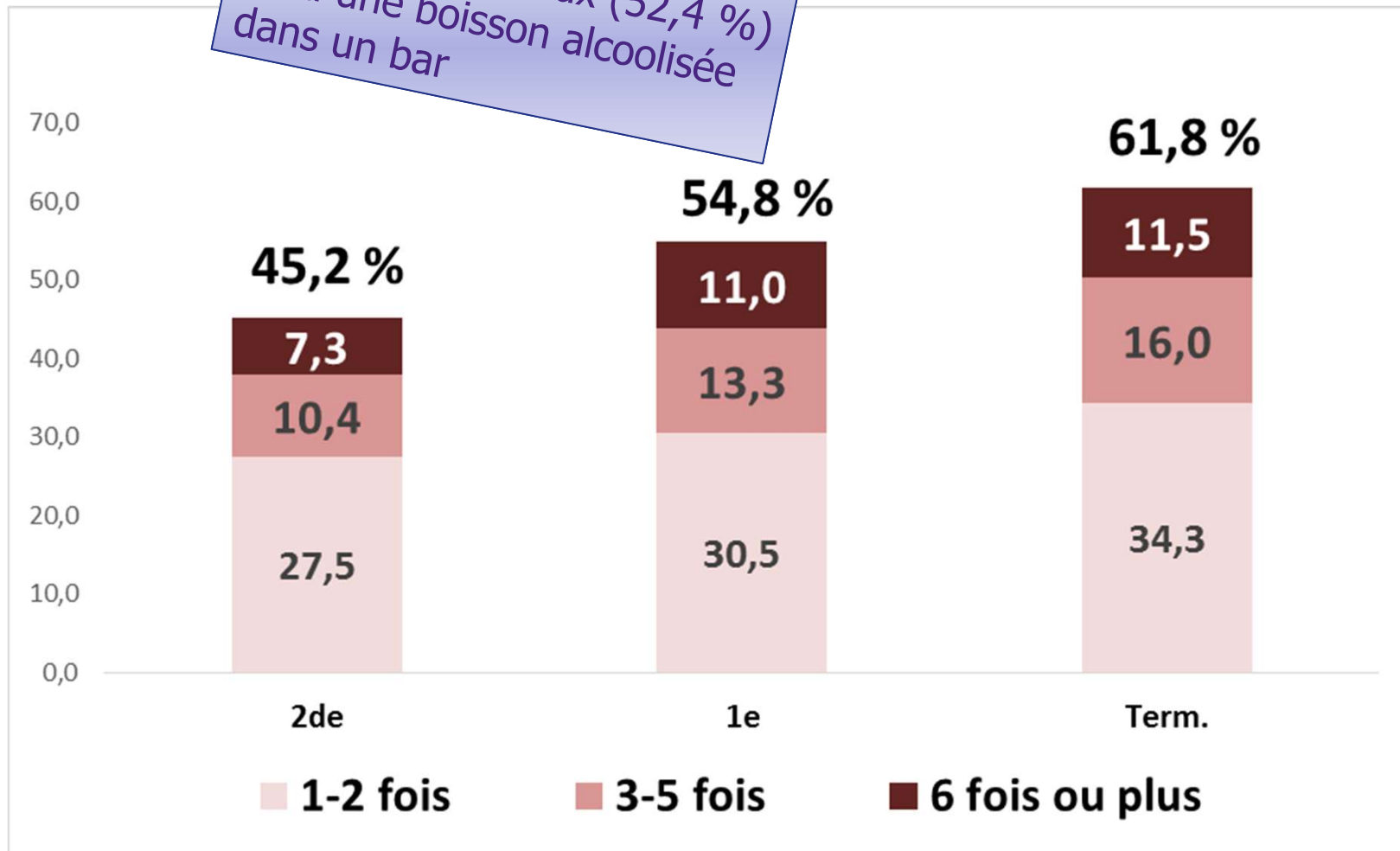
Un lycéen sur deux n'a jamais eu à justifier de son âge pour acheter une boisson alcoolisée

*Parmi les lycéens qui ont acheté au moins une fois une boisson alcoolisée dans un magasin*



## Consommation de boissons alcoolisées dans un bar, un restaurant ou une discothèque au cours des 30 derniers jours

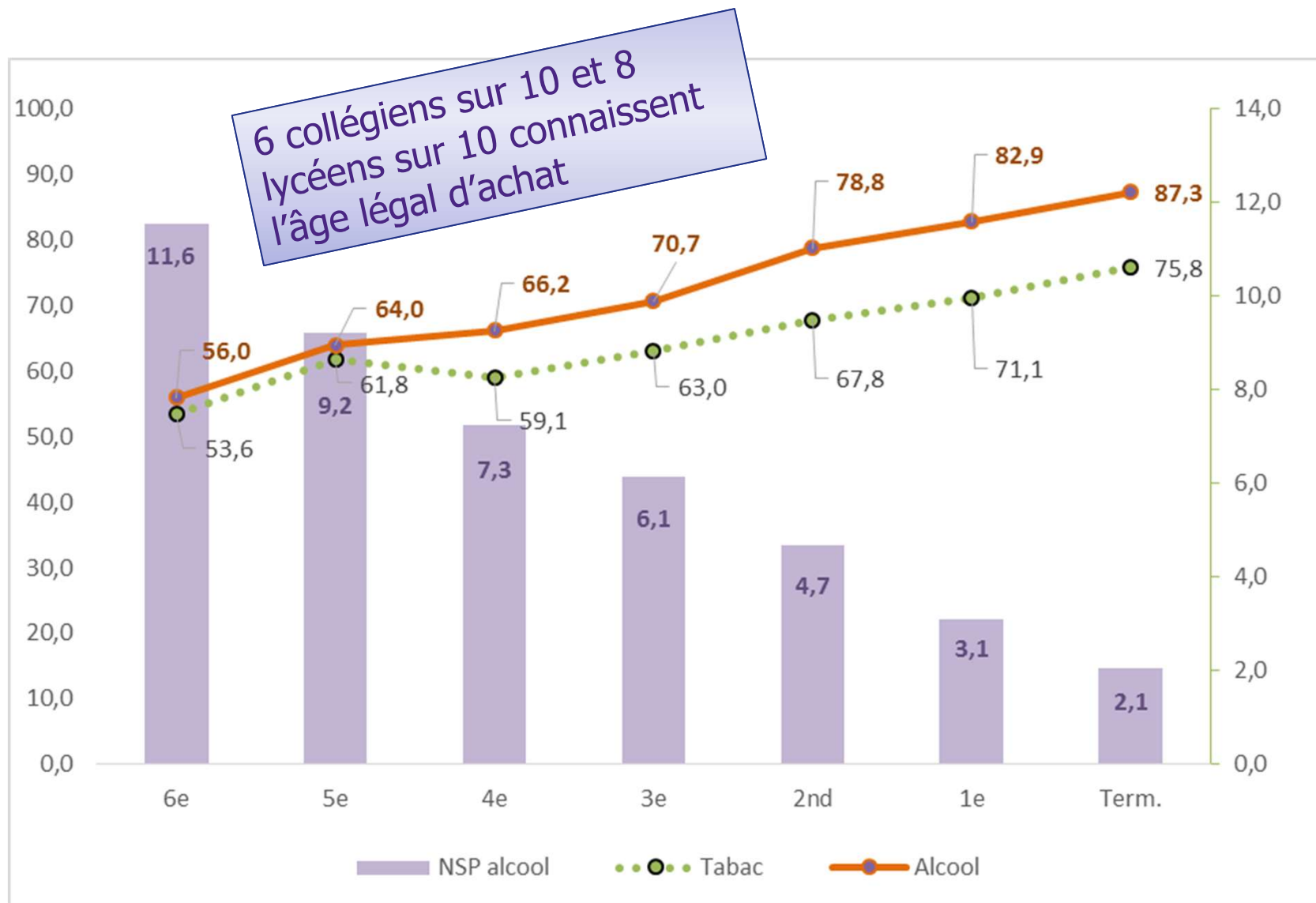
Un lycéen sur deux (52,4 %) a bu une boisson alcoolisée dans un bar



parmi les lycéens de moins de 18 ans qui ont bu au cours du mois



# Part des élèves qui connaissent l'âge légal d'achat de tabac et d'alcool selon le niveau scolaire





# Niveaux d'exposition au marketing alcool déclarés à **17 ans**, en 2017



# 1

## Un projet de long terme pour la construction d'une échelle d'exposition au marketing alcool à l'adolescence

2015,

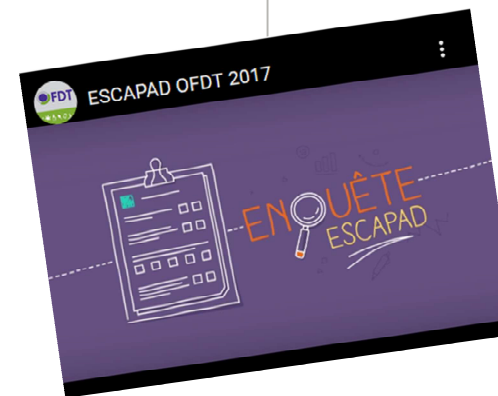
un 1<sup>er</sup> jeu de questions dans la version française de l'enquête européenne en milieu scolaire sur l'alcool et les autres drogues (ESPAD)

2017

Questions révisées dans l'enquête ESCAPAD  
⇒ Mesurer l'exposition à la publicité et au marketing alcool chez LES adolescents de 17 ans, en métropole

2017-2019

Focus sur certains contextes de marketing en faveur de l'alcool



Soutien financier (DEPREV 2016)

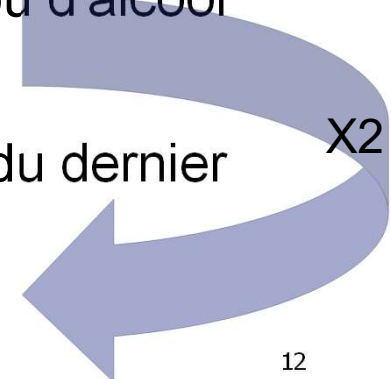




# La mémorisation de la marque est d'autant meilleure que les adolescents...



- ...ont trouvé la publicité attrayante (25,8 % des adolescents)  
44,1 % d'entre eux ont retenu la marque vs 23,3 % chez ceux à qui elle n'a pas plu [soit une mémorisation x2 ]
- ...ont ressenti l'envie d'en boire (22,9 %)
  - 44,9 % d'entre eux ont retenu la marque vs 22,9 % parmi les autres adolescents [soit une mémorisation x2]
- ...consomment fréquemment
  - ✦ 17,5 % ont retenu la marque lorsqu'ils n'ont pas bu d'alcool dans le dernier mois
  - ✦ 26,0 % lorsqu'ils ont bu entre 1 à 5 fois au cours du dernier mois
  - ✦ 36,3 % lorsqu'ils ont bu au moins 10 fois



# Au-delà de la publicité, une large exposition des jeunes au marketing



MERCI

