

**Observatoire Ireb 2007 : « Les Français et l'alcool » :  
70 % des Français connaissent le message sanitaire alcool et le conducteur  
désigné est très populaire... mais beaucoup d'idées fausses persistent**

**Paris, le 3 décembre 2007.**

Pour sa seconde édition, l'Observatoire Ireb sur les Français et l'alcool a tenté d'évaluer la mémorisation et les effets du message sanitaire figurant depuis plus de quinze ans sur les toutes publicités pour des boissons alcoolisées : « *L'abus d'alcool est dangereux pour la santé, consommez avec modération* ». Sept Français sur dix de plus de 18 ans sont capables de citer spontanément tout ou une partie de ce message ; très peu déclarent toutefois qu'il est à l'origine d'une modification de leur consommation car une forte majorité dit boire déjà très peu.

Les autres résultats de cette édition 2007 révèlent que les connaissances des Français sur l'alcool restent très approximatives. On y décèle aussi une vision plutôt pessimiste des jeunes et des femmes sur le niveau de consommation en France ainsi qu'une inquiétude marquée des parents. En revanche, on notera aussi que 80 % des 18-34 ans et près de 70 % de l'ensemble des Français déclarent adopter la pratique du conducteur désigné lors des sorties en groupe.

A l'heure où les messages sanitaires se multiplient dans la publicité ou sur les conditionnements des produits alimentaires, on retiendra que près de 7 Français sur 10 sont en mesure de citer spontanément tout ou une partie du message sanitaire « alcool ». Parmi les consommateurs qui restituent spontanément ce message, 86 % déclarent qu'il ne les a pas conduits à modifier leur consommation, 69 % d'entre eux déclarant boire déjà peu et 25 % pensent que c'est à eux seuls de décider. Un tiers des personnes connaissant le message sont par ailleurs des non-consommateurs d'alcool.

*« C'est une bonne illustration du fait que la prévention doit modifier un comportement et que la rétention du message ne suffit pas, surtout dans la population générale qui compte beaucoup de petits et moyens buveurs »,* souligne Jacques Weill, Président d'honneur du comité scientifique de l'Ireb. *« Pour ceux qui ont un problème avec l'alcool, le message est peu efficace car ils sont soit dans le déni, soit dans l'impossibilité de maîtriser leur consommation »* commente Laure Com-Ruelle, membre du comité scientifique de l'Ireb et Directeur de recherches à Irdes. Marie Choquet, Vice-présidente du comité scientifique de l'Ireb et Directeur de recherches à l'Inserm, explique toutefois que *« Comme tous les messages de ce type, c'est plus dans l'environnement du buveur, famille et amis, qu'il peut éventuellement jouer un rôle »*.

Plus généralement, alors que huit Français sur dix consomment des boissons alcoolisées, leurs connaissances sur le sujet restent approximatives. La majorité d'entre eux ignore quels sont les seuils de consommation à moindre risque et beaucoup, notamment les femmes et les 18-34 ans, ont le sentiment que l'on boit de plus en plus en France alors que la consommation a baissé de plus de 10 % depuis 10 ans.

On notera aussi que la perception des problèmes liés à l'alcool reflète souvent l'inquiétude des parents selon l'âge probable de leur enfant. D'abord celle de la future mère, puisque la moitié des jeunes femmes de 25 à 34 ans citent la consommation d'alcool durant la grossesse comme l'un des deux problèmes les plus grave. Ensuite, la vente d'alcool aux jeunes de moins de 16 ans est le plus souvent citée par les 35-49 ans (33 % des femmes et 31 % des hommes de cet âge). Enfin, l'alcool au volant préoccupe au plus haut point les femmes de 35 à 64 ans mais aussi celle de plus de 65 ans, sans doute autant pour leurs enfants que leurs petits enfants. Pourtant, un élément devrait rassurer les parents : 80 % des 18-34 ans (contre 68 % de l'ensemble des Français) déclarent adopter la pratique du conducteur désigné lors des sorties en groupe.

Comparativement à l'étude 2006, on ne constate pas d'évolution importante des opinions et attitudes sur un an, ce qui est logique. Quelques résultats évoluent toutefois : La perception de l'obésité en tant que problème de santé publique n°1 progresse, les idées fausses sur l'évolution de la consommation d'alcool en France se développent un peu plus, la difficulté à parler des problèmes d'alcool est un peu plus marquée que dans le précédent baromètre et la vente d'alcool aux jeunes de moins de 16 ans est plus souvent citée comme un problème qu'en 2006.

### **A propos de l'Observatoire IREB**

---

L'Observatoire Ireb vise à dresser un état de l'opinion, des connaissances et des attitudes des Français face à l'alcool. Il est réalisé régulièrement pour mesurer les évolutions. En 2006 et 2007, l'Observatoire Ireb a été conduit sur la base d'une enquête omnibus en face à face auprès d'un échantillon de 2 000 personnes, représentatif de la population française de 18 ans et plus.

### **A propos de l'IREB**

---

Fondé en 1971, à l'initiative de sociétés productrices et distributrices de boissons alcoolisées, l'IREB a pour mission de contribuer à la recherche alcoologique.

Dans le cadre de cette mission, l'IREB entend être à la fois un organisme de recherche, une source de documentation et un lieu d'information sur l'alcool.

Plus de 300 programmes de recherches biomédicales ou en sciences sociales ont été subventionnés à ce jour. L'IREB s'attache également à mettre en œuvre des études propres et à combler le manque d'informations statistiques détaillées sur la consommation d'alcool des Français, plus particulièrement des jeunes.

Son comité scientifique est composé de membres bénévoles cooptés pour leur compétence et représentant l'ensemble des disciplines de l'alcoologie (biologie, biochimie, hépatologie, neurologie, psychiatrie, sciences humaines, épidémiologie).

### **Dossier complet et graphiques sur simple demande :**

**Contact : service de presse de l'Ireb**

**Maxence Brechon**

Tél : + 33 (0)1 49 70 43 69

Fax : + 33 (0)1 49 70 44 03

[mbrechon@gci-grey.com](mailto:mbrechon@gci-grey.com)