

Paris, 14 juin 2022

2^{ème} Edition du baromètre des addictions Ipsos/Macif 2022

Les addictions (alcool, écrans, drogue...) : une situation préoccupante chez les jeunes post crise sanitaire

4 tendances marquantes chez les jeunes de 16 à 30 ans :

- **58 % des jeunes ont déjà perdu le contrôle d’eux-mêmes au moins une fois du fait de leur consommation de substances** (alcool, tabac, cannabis, autres drogues) **et 70% après avoir passé du temps devant un écran** (tendances à la hausse par rapport à 2021).
- **Alcool et écrans : une perception du risque toujours très minimisée par les jeunes consommateurs avec notamment 2 jeunes sur 5 qui passe plus de 6h devant un écran/jour (41%).**
- **74 % des jeunes déclarent avoir ressenti des troubles, des sentiments de mal-être ou des difficultés concrètes** (accidents, situations de violence, problèmes financiers) liées à leur consommation de substances et d’écrans (soit +6 points par rapport à 2021)
- **4 jeunes sur 5 ont déjà adopté un comportement à risque¹ dans leurs déplacements en raison de leur consommation (83%), dont 62% plusieurs fois.** Un tiers d’entre eux est déjà rentré en voiture en tant que conducteur (34%) ou à vélo (31%). 1 sur 5 est déjà rentré en trottinette, hoverboard, rollers (21%) ou en scooter, moto en tant que conducteur (20%).

>> [Micro-trottoir « Alcool et drogue au volant ». Découvrez les réponses des étudiants et les commentaires de notre médecin expert.](#)

Consommation de drogue, d’alcool, d’écrans et comportement à risque sur la route,... la crise sanitaire, dont nous venons juste de sortir, a fragilisé les jeunes Français et a inscrit ces comportements négatifs dans la durée. Malgré un retour à la « vie normale », cette tranche de la population particulièrement sensible déclare avoir besoin de s’amuser, de déstresser, quitte à se mettre en danger ou à perdre le contrôle...

¹ Sous-total construit à partir des situations suivantes : rentrer en voiture en tant que conducteur, à vélo, en trottinette, hoverboard, rollers, en scooter ou à moto en tant que conducteur et à pied.

C'est ce que révèle la deuxième édition du baromètre « Les addictions et leurs conséquences chez les jeunes »*. Réalisé avec l'institut Ipsos et en concertation avec un collectif d'experts composé de psychologues, d'addictologues et de la FAGE (Fédération des Associations Générales Étudiantes), cette deuxième édition permet de faire le point sur les évolutions des consommations de substances addictives chez les jeunes de 16 à 30 ans et les comportements à risque qu'elles engendrent.

Quel est le niveau de prévalence des comportements addictifs des jeunes depuis la crise sanitaire ? Comment ces comportements ont-ils évolué ? La crise a-t-elle impacté leurs motivations à consommer et leur perception du risque dans un contexte où ces derniers sortent fragilisés de la période qui vient de s'écouler ? Quelles sont les implications de leurs consommations en termes de sécurité routière ? Quels risques conscients ou non prennent-ils sous l'emprise de substances ? ». Telles sont les interrogations auxquelles cherche à répondre cette deuxième édition du baromètre « Les addictions et leurs conséquences chez les jeunes ».

« Les addictions chez les jeunes n'ont pas uniquement des conséquences sur leur santé mais touchent également leur vie sociale, leur équilibre émotionnel, leur sécurité que ce soit sur la route, dans l'espace public ou dans leur vie privée. Il s'agit d'un cercle vicieux que la crise sanitaire et le contexte économique et géopolitique compliqué viennent probablement accentuer. Il est donc prioritaire de continuer à s'engager aux côtés des jeunes qui demeurent une préoccupation majeure de l'engagement sociétal de la Macif.» **Nathalie Irisson, Responsable prévention Macif**

>> Une augmentation de la fréquence et de la récurrence des pertes de contrôle. Fait alarmant : elles concernent une grande majorité des jeunes âgés de 16 à 30 ans.

Près de 6 jeunes sur 10 ont déjà perdu le contrôle d'eux-mêmes au moins une fois au cours des 12 derniers mois du fait de leur consommation de substances, au point de ne plus vraiment savoir ce qu'ils faisaient (58%) : cet indicateur augmente de 6 points par rapport à la précédente mesure (52%). Par ailleurs, plus la consommation est régulière, plus la perte de contrôle est élevée. En effet, ce sont désormais **78% des consommateurs réguliers qui déclarent avoir perdu le contrôle d'eux-mêmes ces 12 derniers mois (toutes substances confondues)**, soit une proportion en hausse de 7 points par rapport à l'an dernier (71%).

La perte de contrôle liée à l'utilisation **des écrans interactifs** est aussi très élevée : 70% des jeunes déclarent avoir perdu le contrôle au moins une fois au cours des 12 derniers mois (contre 61% l'an passé soit une proportion en hausse de 9 points), 52% au moins dix fois (contre 45%). **C'est sur cette consommation que la proportion de jeunes ayant déclaré avoir déjà perdu le contrôle a le plus augmenté.**

>> Une perception du risque minorée, particulièrement chez les consommateurs, mais également dans une moindre mesure chez les non-consommateurs

Comme l'an passé, les niveaux de risque perçus sont toujours plus importants pour les drogues dites dures : l'héroïne (note moyenne de 8,7/10, contre 9/10 l'an dernier), la cocaïne, le crack (note moyenne de 8,7/10, contre 8,9/10) et l'ecstasy, la MDMA, le GHB, le poppers, le protoxyde d'azote et le LSD (note moyenne de 8,6/10, contre 8,7/10). **Cette année, et c'est inquiétant, le risque associé à ces trois substances est en recul**, et l'est même de manière significative concernant l'héroïne, la cocaïne et le crack.

Le risque associé au cannabis et au tabac est stable : 7,5/10 en moyenne pour le cannabis (contre 7,5/10 l'an dernier) et 7/10 en moyenne pour le tabac (contre 7,3 l'an dernier).

La troisième catégorie concerne **l'alcool et les écrans interactifs, dont le niveau de risque perçu est toujours nettement plus bas que celui mesuré pour les autres substances, alors même que leurs usages ont été encore davantage répandus durant la crise sanitaire.**

La note moyenne (sur le risque perçu) attribuée aux écrans interactifs reste stable et s'élève à 5,2/10. Plus préoccupant encore, seuls 8% des jeunes leur attribuent un risque maximal (notes 9 et 10/10). Le niveau de risque moyen associé à l'alcool est plus élevé mais reste, lui aussi, stable comparé à l'an dernier : 6,5/10.

>> Des situations négatives liées à la consommation de substances et d'écrans, qui impactent tous les aspects de la vie des jeunes et ce, de manière plus marquée.

Près des trois quarts des jeunes de 16 à 30 ans (74%) déclarent avoir ressenti des troubles, des sentiments de mal-être ou des difficultés concrètes (accidents, situations de violence, problèmes financiers) au cours des 12 derniers mois. Une proportion qui a progressé de 6 points par rapport à l'an passé, une évolution qui incarne particulièrement ce mal-être des jeunes.

Ainsi, près de la moitié des jeunes consommateurs² ont expérimenté des émotions négatives du fait de leur consommation que l'on peut nommer communément « bad trip » (56%, contre 49% - 61% pour les consommateurs réguliers, contre 54%). La consommation engendre aussi dans plus d'un tiers des situations des épisodes d'échec scolaire ou professionnel (38%, contre 30%) ou un isolement sur le plan social (34%, contre 27%). D'autres conséquences sont aussi citées par près d'un consommateur sur trois : les problèmes financiers (29%, contre 21%) et les troubles de la sexualité (27%, contre 20%).

Par ailleurs, un quart des consommateurs déclarent avoir eu des pensées suicidaires (26%, contre 20%), des comportements violents envers eux-mêmes (25%, contre 19%) mais aussi avoir rencontré des situations d'agressions physiques ou sexuelles (23%, contre 19%).

Enfin, un consommateur sur cinq déclare avoir été l'auteur d'une agression physique (20%, contre 14%).

Des situations dangereuses sur la route dues à la consommation de substances

Une part non négligeable des jeunes âgés de 16 à 30 ans s'est déjà retrouvée en danger en raison de sa propre consommation de substances. Ils sont nombreux à avoir vécu (de manière consciente ou non) des expériences négatives sur la voie publique.

On observe que plus de 4 jeunes sur 5 ont déjà adopté un comportement à risque³ dans leurs déplacements en raison de leur consommation (83%), dont 62% plusieurs fois.

Ainsi, 7 jeunes sur 10 (70%) déclarent être déjà rentrés à pied en ayant consommé une substance (toutes substances confondues), un tiers d'entre eux est déjà rentré en voiture en tant que conducteur (34%) ou à vélo (31%). 1 sur 5 est déjà rentré en trottinette, hoverboard, rollers (21%) ou en scooter, moto en tant que conducteur (20%).

Ces comportements à risque sur la route sont non seulement liés à leur consommation personnelle mais aussi à la consommation des autres.

En effet, 2 jeunes âgés de 16 à 30 ans sur 5 (42%) déclarent être déjà rentrés, en tant que passager, avec un conducteur sous l'emprise de drogues ou d'alcool. Les jeunes âgés de 16 à 19 ans (31%) et les hommes âgés de 25 à 30 ans (50%) semblent les plus concernés.

>> Découvrez en pièce jointe les résultats du baromètre national Ipsos/Macif 2022 avec :

- La synthèse des résultats
- L'infographie présentant les grands enseignements

² Toutes substances confondues hors consommateurs de tabac

³ Sous-total obtenu à partir des situations suivantes : rentrer en voiture en tant que conducteur, à vélo, en trottinette, hoverboard, rollers, en scooter ou à moto en tant que conducteur et à pied.

Un nouveau dispositif de prévention conçu par et pour les jeunes : l'escape game « After Chill »

Pour renforcer ses actions de prévention pour les jeunes et augmenter leur impact, la Macif a demandé au Locklab de la Faculté de Gestion, Economie et Sciences, accompagnés des étudiants de L'Université Catholique de Lille d'imaginer un nouveau dispositif de prévention des addictions. Une trentaine d'étudiants, accompagnés d'enseignants-chercheurs ont ainsi imaginé l'escape game « After Chill ». Un dispositif ludique et mobile qui permet d'aller à la rencontre des jeunes directement dans leurs établissements scolaires. **Basé sur une pédagogie active, cet escape game permet à chaque participant d'être acteur de son apprentissage.**

Le principe du jeu :

Installé dans une salle de 40 m², l'escape game « After Chill » place **les participants en situation réelle**. Le pitch : « *Mains menottées au réveil, souvenirs flous. La soirée avait pourtant bien commencée* ». Ainsi, 8 à 12 étudiants entrent dans une salle obscure avec les yeux bandés et sont menottés au sol... la soirée a mal tourné!

Ils vont devoir sortir de cette situation en cherchant des indices pour résoudre une dizaine d'énigmes. Les participants se retrouvent dans une chambre d'adolescent, dans laquelle l'alcool, la drogue et les écrans font discrètement partie du décor. Dans une pièce attenante, le maître du jeu accompagne les participants.

Chaque session d'1h30 se compose d'une présentation du jeu et de ses principaux objectifs, du jeu lui-même, et d'un débriefing avec l'accompagnement d'un infirmier scolaire ou d'un professionnel de santé. Tout public. A partir de 16 ans



>> Découvrez l'escape game « After Chill » en vidéo

>>> Retrouvez toutes les informations sur les addictions et leurs conséquences chez les jeunes, sur www.macif.fr/barometre-addictions

*2^{ème} édition du Baromètre "Addictions et leurs conséquences chez les jeunes" - Etude de perception IPSOS pour la Macif, réalisée auprès d'un échantillon représentatif de 3500 jeunes âgés de 16 à 30 ans du 14 au 21 avril 2022.

A propos de la Macif • Assureur mutualiste, la Macif s'engage au quotidien auprès de ses 5,7 millions de sociétaires et clients pour protéger le présent et permettre l'avenir. La Macif propose des offres et services de protection simples et utiles en assurances dommages, santé-prévoyance et finance-épargne. Gérant plus de 18,4 millions de contrats, la Macif a réalisé un chiffre d'affaires de près de 6 milliards d'euros en 2021. Depuis janvier 2021, la Macif est affiliée à Aéma Groupe. Aéma Groupe, né du rapprochement entre Aésio Mutuelle et Macif, imagine chaque jour les contours d'un monde plus juste et plus humain en plaçant la prévenance au cœur de la relation avec ses adhérents, sociétaires et entreprises clientes. Plus d'infos sur www.macif.fr.



Macif élue marque préférée des Français dans la catégorie Compagnies d'assurance en 2022

*Étude réalisée du 12 au 13 janvier 2022 par La Marque Préférée des Français auprès de 1 022 répondants représentatifs de la population Française - terrain réalisé par OpinionWay - dans la catégorie Compagnies d'assurance.

Contacts presse :

Caroline Lemarchand • 06 28 11 56 37 – clemarchand@macif.fr
Marina Ducros • 06 13 55 57 98 – mducros@macif.fr