

Paris, le 12 juin 2023

Sous Embargo jusqu'au mardi 13 juin à 9h00

3^{ème} Édition du baromètre des addictions Ipsos/Macif 2023

Jeunes et addictions (alcool, écrans, drogue...) : une situation toujours préoccupante notamment sur la consommation d'écrans

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

- **78 % des jeunes, consommateurs réguliers de substances, ont déjà perdu le contrôle d'eux-mêmes au moins une fois du fait de leur consommation** (alcool, tabac, cannabis, autres drogues) au cours des 12 derniers mois **et 70% après avoir passé du temps devant un écran.**
- **73 % 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.**
- **51 % des jeunes ont déjà perdu le contrôle d'eux-mêmes au moins 10 fois après avoir passé du temps devant un écran au cours des 12 derniers mois : 61% d'entre eux ont perdu la notion du temps et 47% ont éprouvé des difficultés à trouver le sommeil.**
- **2 jeunes sur 3 (65%) ont déjà téléphoné, participé à des réunions téléphoniques pour le travail, envoyé ou lu des sms/emails, regardé des films/séries, joué à des jeux ou consulté les réseaux sociaux en se déplaçant en voiture, en moto, en scooter ou à vélo. Fait particulièrement inquiétant : 30% des utilisateurs de scooters avouent avoir déjà regardé une série sur leur téléphone en roulant.**

Consommation de drogue, d'alcool, d'écrans et comportements à risque sur la route,... les comportements négatifs des jeunes se stabilisent mais demeurent préoccupants, signe que la crise sanitaire a fragilisé les jeunes Français et que leur mal-être est toujours présent. 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...

C'est ce que révèle la troisième 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). Il permet de faire le point sur les consommations de substances addictives, l'utilisation des écrans et les comportements à risque engendrés chez les jeunes de 16 à 30 ans.

Quel est le niveau de prévalence des comportements addictifs des jeunes ? Comment ces comportements ont-ils évolué ? Leurs motivations ont-elles changé ? Quelles sont les implications de leurs consommations en termes de sécurité routière ? Quels risques conscients ou non prennent-ils sous l'emprise de substances et en utilisant les écrans durant leurs déplacements ? ». Telles sont les interrogations auxquelles cherche à répondre cette troisième édition du baromètre « *Les addictions et leurs conséquences chez les jeunes* ».

>> La fréquence et la récurrence des pertes de contrôle liées à ces consommations se stabilisent mais se maintiennent toujours à un niveau important.

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 (54%¹). Cet indicateur recule de 4 points par rapport à la précédente mesure (58%) mais reste supérieur au niveau mesuré lors de la première édition (52%). Par ailleurs, plus la consommation est régulière, plus la perte de contrôle est importante. Ce sont toujours **78%¹ des consommateurs réguliers qui déclarent avoir perdu le contrôle d'eux-mêmes ces 12 derniers mois** (toutes substances confondues). Cet indicateur est stable depuis l'an dernier mais reste supérieur à la première mesure (71%).

La perte de contrôle liée à l'utilisation des écrans est aussi très élevée : 70% des jeunes déclarent avoir perdu le contrôle au moins une fois au cours des 12 derniers mois (contre 70% l'an passé et 61% en 2021). **Plus de la moitié des jeunes déclarent l'avoir perdu au moins dix fois** (51%, contre 52% et 45%) Le plus souvent, pour ces jeunes qui déclarent avoir perdu le contrôle au moins 10 fois dans l'année en raison des écrans, cela s'est traduit par **une perte de la notion du temps** (61%, contre 63%) et des **difficultés à trouver le sommeil** (47%, contre 48%). Par ailleurs, près d'un tiers d'entre eux déclarent que ces pertes de contrôle les ont amenés à ne plus répondre aux sollicitations de leur entourage (32%, stable) ou à développer des problèmes de vue (28%, contre 30%).

>> S'amuser, déstresser et se sentir bien sont les principales motivations des jeunes consommateurs mais varient en fonction du type de substance consommée.

Les consommateurs d'alcool justifient avant tout leur consommation par l'envie de s'amuser (40%, contre 40% et 41%) et le souhait de **déstresser** (28%, contre 28% et 33%). Par ailleurs, un quart des jeunes interrogés déclarent que cela leur permet de **se sentir bien** (22%, contre 22% et 26%).

Les utilisateurs d'écrans mettent en avant leur souhait de s'amuser (45%, contre 46% lors des deux précédentes mesures), cette pratique leur permettant de **déstresser** (43%, contre 43% et 45%), et de **se sentir bien** (28%, contre 31% et 32%).

Les jeunes consommateurs de tabac déclarent quant à eux que le tabac leur permet de **déstresser** (46%, contre 46% et 51%) et de **se sentir bien** (27%, contre 29% et 30%). Ces deux motivations sont encore davantage citées par les consommateurs quotidiens, respectivement 56% et 32%.

Les consommateurs de cannabis évoquent des raisons similaires : cela leur permet de **déstresser** (38%, contre 38% et 42%) et de **se sentir bien** (32% contre 35% et 41%).

Pour les consommateurs de cocaïne, d'héroïne et d'ecstasy, c'est avant tout pour **se sentir bien** (21%, contre 20%).

¹ Sous-total recalculé hors utilisation écrans interactifs

Une nouvelle fois, la recherche de perte de contrôle reste une des motivations principales des consommateurs. La perte de contrôle, le laisser aller est non seulement mis en avant par les consommateurs de drogues : cannabis (19%), cocaïne, héroïne et ecstasy (19%) mais aussi par les consommateurs d'alcool (18%).

>> Des situations négatives qui se stabilisent mais qui impactent toujours les jeunes et ce sur tous les aspects de leur vie.

Près des trois quarts des jeunes de 16 à 30 ans (73%) déclarent avoir ressenti des troubles, des sentiments de mal-être ou des difficultés concrètes (accidents, situations de violence, problèmes financiers) au cours des derniers mois. Une proportion qui se stabilise par rapport à l'an dernier (74%) mais qui reste importante. Signe que le mal-être des jeunes est toujours présent.

Près de la moitié des jeunes consommateurs² ont expérimenté des émotions négatives du fait de leur consommation (54%, contre 56% en 2022 - 58% pour les consommateurs réguliers). La consommation engendre aussi, dans plus d'un tiers des situations, des épisodes d'échec scolaire ou professionnel (36%, contre 38% en 2022) ou un isolement sur le plan social (34%, contre 34% en 2022). D'autres conséquences sont aussi citées par près d'un consommateur sur trois : les problèmes financiers (28%, contre 29% en 2022) et les troubles de la sexualité (25%, contre 27% en 2022). Par ailleurs, un quart des consommateurs déclarent avoir eu des pensées suicidaires (25%, contre 26% en 2022), des comportements violents envers eux-mêmes (26%, contre 25% en 2022) mais aussi avoir subi des agressions physiques ou sexuelles (22%, contre 23% en 2022). Enfin, un consommateur sur cinq déclare avoir été l'auteur d'une agression physique (18%, contre 20%).

Si ces indicateurs diminuent par rapport à l'an dernier, les conséquences semblent bien ancrées et restent extrêmement impactantes pour les jeunes âgés de 16 à 30 ans.

>> Des situations dangereuses sur la route dues non seulement à la consommation de substances mais aussi à l'utilisation des écrans lors de leurs déplacements

Toutes substances confondues, **1 consommateur sur 5 déclare avoir eu un accident de la circulation (19%, contre 23% des consommateurs réguliers).**

En regardant plus précisément les situations de mise en danger 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 (84%, contre 83% en 2022), dont 64% plusieurs fois (contre 62%).**

Ainsi, 7 jeunes sur 10 (71% contre 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 (33% contre 34%) ou à vélo (32% contre 31%). 1 sur 5 est déjà rentré en trottinette, hoverboard, rollers (22% contre 21%) ou en scooter, moto en tant que conducteur (19% contre 20%).**

Le même phénomène de mise en danger est retrouvé chez les utilisateurs d'écrans. 1 utilisateur d'écrans sur 5 déclare s'être mis en situation de danger sur la voie publique (21%, 24% de ceux qui les utilisent 6 heures ou plus).

Plus de 2 jeunes sur 3 (65%) avouent avoir déjà téléphoné, participé à des réunions téléphoniques pour le travail, envoyé ou lu des sms/des mails, regardé des films/des séries, joué à des jeux ou consulté les réseaux sociaux en se déplaçant en voiture, en moto, en scooter ou à vélo et 38% d'entre eux déclarent même le faire souvent.

² Toutes substances confondues hors consommateurs de tabac

³ 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.

1 jeune sur 5 déclare avoir adopté ces comportements à risque en trottinette (20%, dont souvent : 14%).

>>> Toutes les infos sur les addictions et leurs conséquences chez les jeunes, seront disponibles sur <https://www.macif.fr/barometre-des-addictions> à partir du 13 juin

**>>> Retrouvez en pièces jointes :
la synthèse des résultats du baromètre
l'infographie**

*3^{ème} édition du Baromètre "Addictions et leurs conséquences chez les jeunes" - Étude de perception Ipsos pour la Macif, réalisée auprès d'un échantillon représentatif de 3 500 jeunes âgés de 16 à 30 ans du 29 mars au 10 avril 2023.

Ce document présente aussi les rappels par rapport aux 2 précédentes vagues du baromètre. Ces dernières avaient été réalisées selon le même protocole méthodologique auprès d'un échantillon de 3 500 personnes âgées de 16 à 30 ans, du 17 au 30 mars 2021 (1^{ère} édition) et du 14 au 21 avril 2022 (2^{ème} édition).

A propos de la Macif • Assureur mutualiste, la Macif protège au quotidien ses 5,7 millions de sociétaires et clients avec des offres et services simples et utiles en assurances dommages, santé-prévoyance et finance-épargne. La Macif a réalisé un chiffre d'affaires de près de 6 milliards d'euros en 2022. Gérant plus de 18 millions de contrats, elle compte près de 11 000 salariés qui exercent tous en France au sein d'un réseau de plus de 450 points d'accueil physiques et téléphoniques. La Macif a été certifiée Top Employer 2023 et a été élue marque préférée des Français dans la catégorie Compagnies d'assurance en 2022. Depuis janvier 2021, elle 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.

Contacts presse :

Caroline Lemarchand • 06 28 11 56 37 – clemarchand@macif.fr

Marion Quint • 06 28 11 56 38 – mquint@macif.fr