



François BECK

Chercheur au CESP

Dole, 03/06/2021

Vivre avec les drogues



Contexte

- Projet d'exposition sur les drogues au Balcon des sciences du Musée de l'Homme
 - Comment délimiter le champ ?
 - Comment rendre compte de la diversité des produits, des époques, des situations, des motivations... ?
 - Quels messages faire passer ?
 - Comment s'adresser à un large public ? f

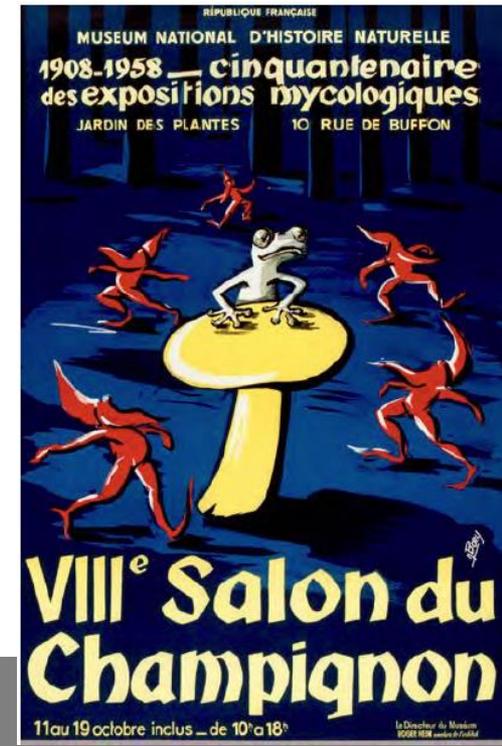
=> Offrir un espace de réflexion

Plan de la présentation

- Axes de l'exposition « Drogues, Ivresses et sociétés » au Balcon des sciences du Musée de l'Homme
 - Comment s'adresser à un large public ?
- L'évolution des campagnes de prévention sur les drogues en France
- Les écueils des grandes campagnes de prévention sur les drogues
- L'évolution des normes entre dénormalisation et réduction des risques
- Le marketing social : un outil de lutte contre le marketing

Equipe en charge de l'exposition « Drogues, Ivresses et sociétés »

- **François Beck, Alain Epelboin, Vincent Verroust** : Commissaires scientifiques de l'exposition
- **Franz Manni** : Commissaire scientifique permanent du Balcon des sciences
- **Aurélie Clemente-Ruiz** : Directrice des expositions du Musée de l'Homme,
- **Conseil scientifique**



Conseil scientifique

- **Kenza Afsahi**, sociologue, Université de Bordeaux "Maisons de Maajoun" : travail invisible des femmes dans le marché du cannabis (Maroc)
- **Elisabeth Avril**, médecin addictologue, directrice de Gaïa et de la salle de consommation à moindres risques de Paris
- **Bernard Basset**, médecin de santé publique, vice-président de L'Association Addictions France (ex ANPAA)
- **Vincent Benso**, sociologue, membre de l'association Techno+
- **Amine Benyamina**, professeur de psychiatrie, président de la Fédération française d'addictologie
- **Nicolas Bonnet**, pharmacien de santé publique, directeur du RESPADD
- **Pierre Champy**, pharmacien, professeur de pharmacognosie à la faculté de pharmacie de Chatenay-Malabry, expert en cannabis médical
- **Pierre Chappard**, coordinateur du Réseau français de réduction des risques, responsable du site Psychoactif

Conseil scientifique

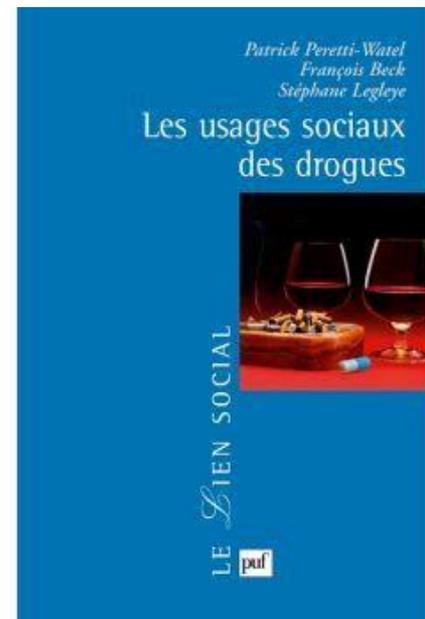
- **Jean-Pierre Couteron**, titulaire de la chaire addiction du CNAM
- **Jean-Michel Delile**, psychiatre ethnologue, président de la Fédération addiction
- **André Delpuech**, archéologue, Conservateur général du patrimoine au Musée de l'Homme
- **François-Xavier Dudouet**, directeur de recherche CNRS en sociologie politique et morale,
- **Astrid Fontaine** anthropologue, muséographe (Universcience)
- **Nathalie Latour**, déléguée générale de la Fédération addiction
- **Ivana Obradovic**, sociologue, directrice adjointe de l'OFDT
- **Nina Tissot**, docteur en sociologie, coordinatrice d'un dispositif d'observation des usagers de drogues à Lyon
- **Didier Touzeau**, médecin addictologue, rédacteur en chef de la revue « Le courrier des addictions »

Axes de l'exposition

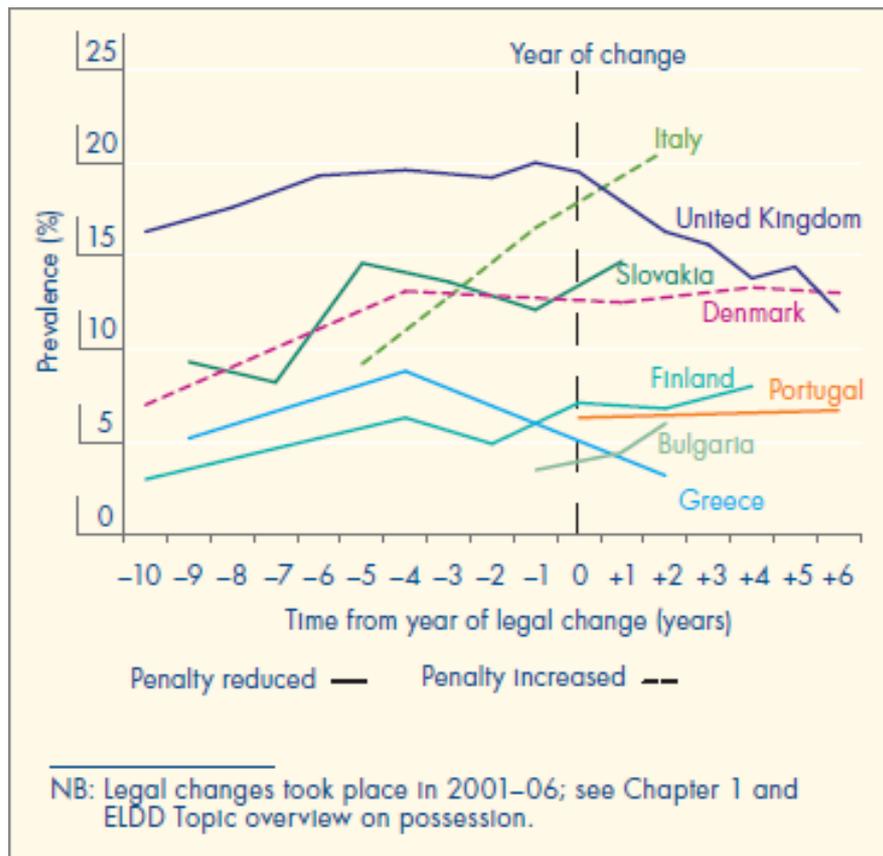
- 1. Vivre avec les drogues : des usages omniprésents et diversement acceptés
- 2. Porter un regard “mesuré” : Drogues, médecine et sciences humaines
- 3. Pourquoi consommer ces produits puissants ?
- 4. Drogues, genre et enfance
- 5. Rendre compte de la diversité des usages et des problématiques
- 6. Des lectures transversales des produits, aujourd’hui, hier, ailleurs, ici
- Objectif : offrir un espace de réflexion

Vivre avec les drogues : des usages omniprésents et diversement acceptés

- Les drogues accompagnent les civilisations
- Construction sociale, historique et culturelle
- Drogues, médicaments, poisons, NPS... ? Le trouble des frontières
- Echec de la guerre à « la drogue »
- Vers de nouvelles politiques de régulation
 - à la recherche d'un meilleur équilibre entre prévention et accompagnement des consommateurs, lutte contre la criminalité et usages thérapeutiques



Quel lien entre changement législatif et niveau d'usage de cannabis ?

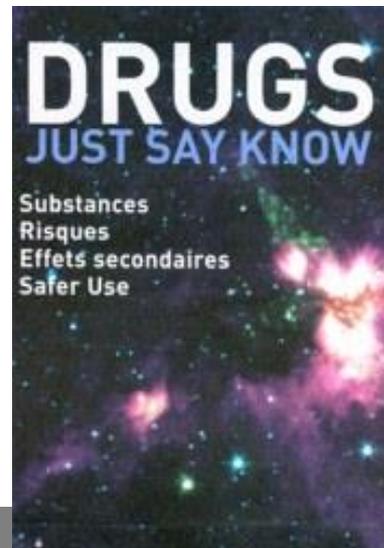
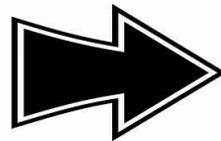
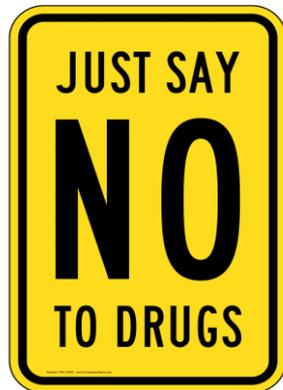


- Usage au cours de l'année des 15-34 ans.
- Droite en pointillé : année du changement dans la loi.
- Pas de lien évident entre changement législatif et niveau d'usage de cannabis

Source: 2011 EMCDDA Annual Report on the State of the Drugs Problem in Europe

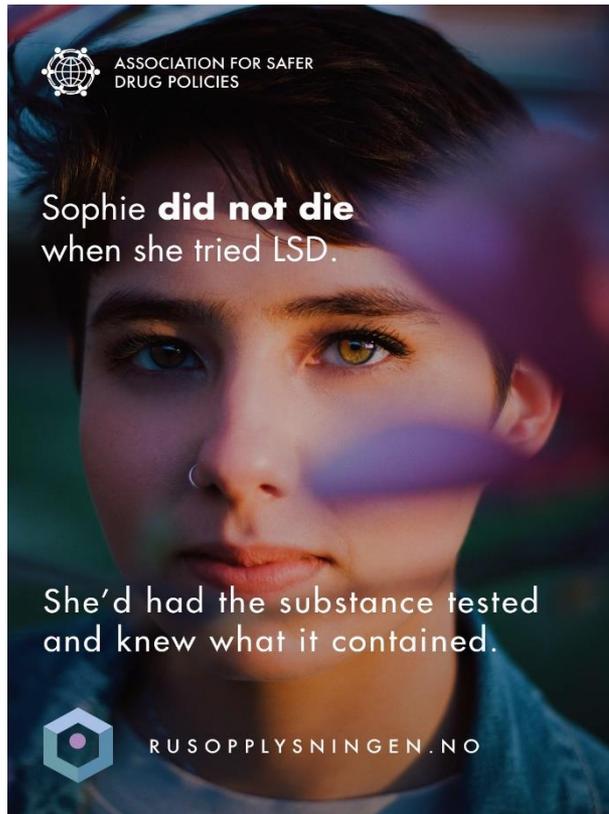
2. Porter un regard “mesuré” : Drogues, médecine et sciences humaines

- Continuum entre diabolisation extrême et déni de tout risque
- Du paradigme prohibitionniste à la réduction des risques
- Objectiver les questions des drogues
- « Savoir *mieux* pour risquer moins »



Porter un regard “mesuré” : Drogues, médecine et sciences humaines

- Changer le regard



Porter un regard “mesuré” : Drogues, médecine et sciences humaines

- Eclairer les pouvoirs publics par des recherches pluridisciplinaires

COMMUNICATIONS

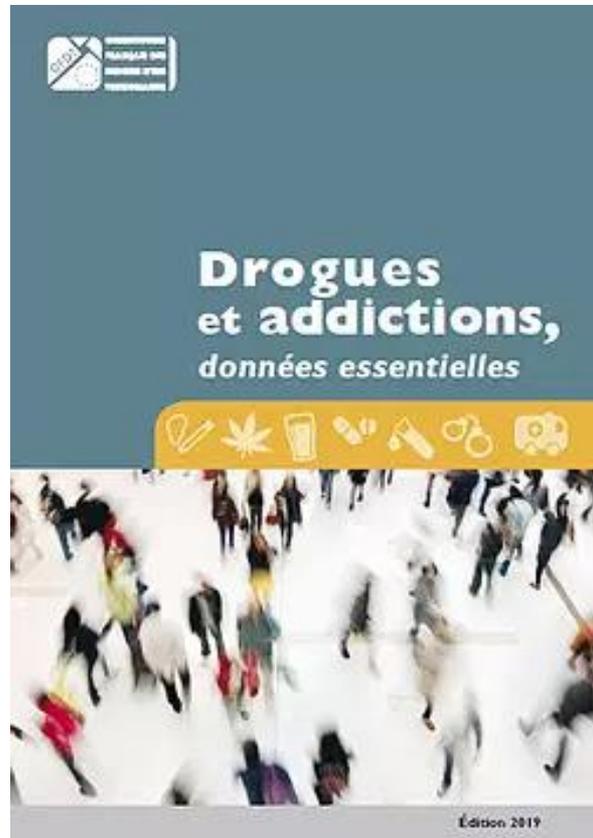
ÉCOLE DES HAUTES ÉTUDES EN SCIENCES SOCIALES - CENTRE D'ÉTUDES TRANSDISCIPLINAIRES
(SOCIOLOGIE, ANTHROPOLOGIE, HISTOIRE)



**Vivre avec
les drogues**

62

1996 / Seuil



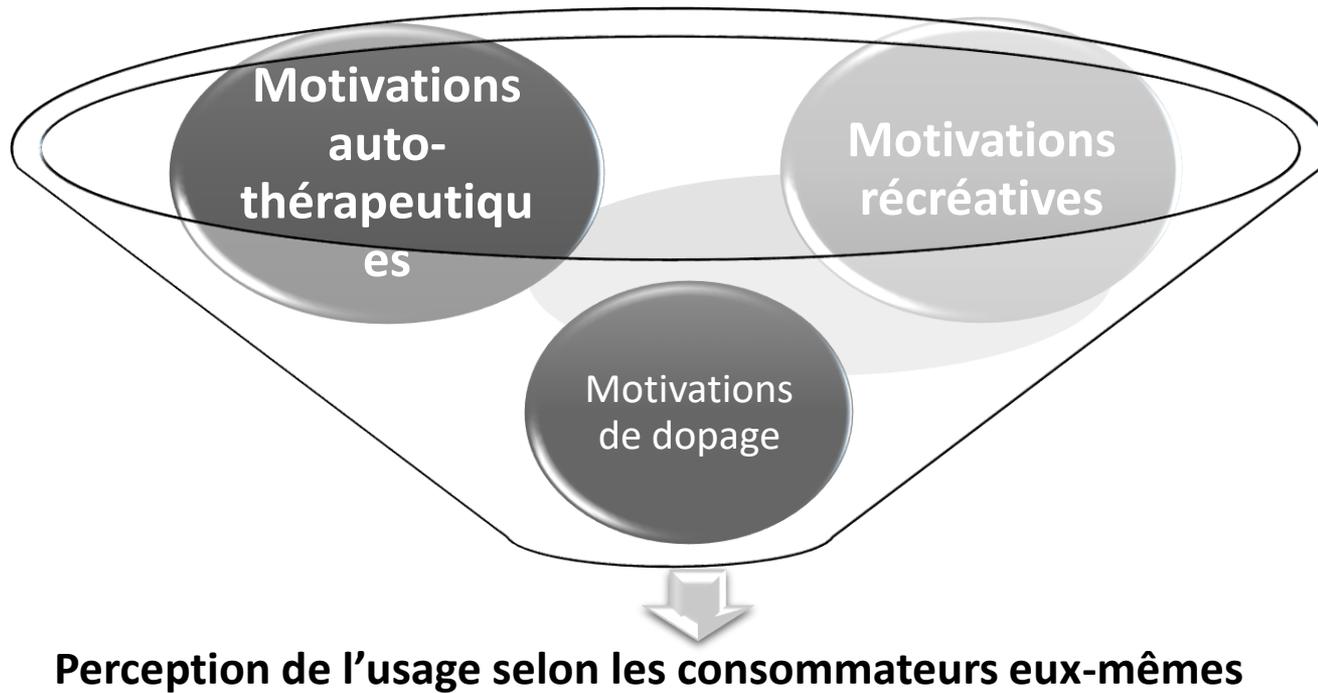
Édition 2019



Sous la direction
de François Beck

Décembre 2016

3. Pourquoi consommer ces produits puissants ?



Pourquoi consommer ces produits puissants ?

- Le plus souvent, chaque individu cumule plusieurs types de motivations
- Les motivations sont différenciées en fonction du contexte de consommation
- Le contexte et la disposition d'esprit au moment de la prise déterminent les effets obtenus
- Les motivations prennent leur source dans une série d'effets attendus, expérimentés au fil des années de pratique
- Attribuer une fonction au produit, c'est anticiper sur les effets à venir, qu'ils soient recherchés ou délétères

Motivations et représentations

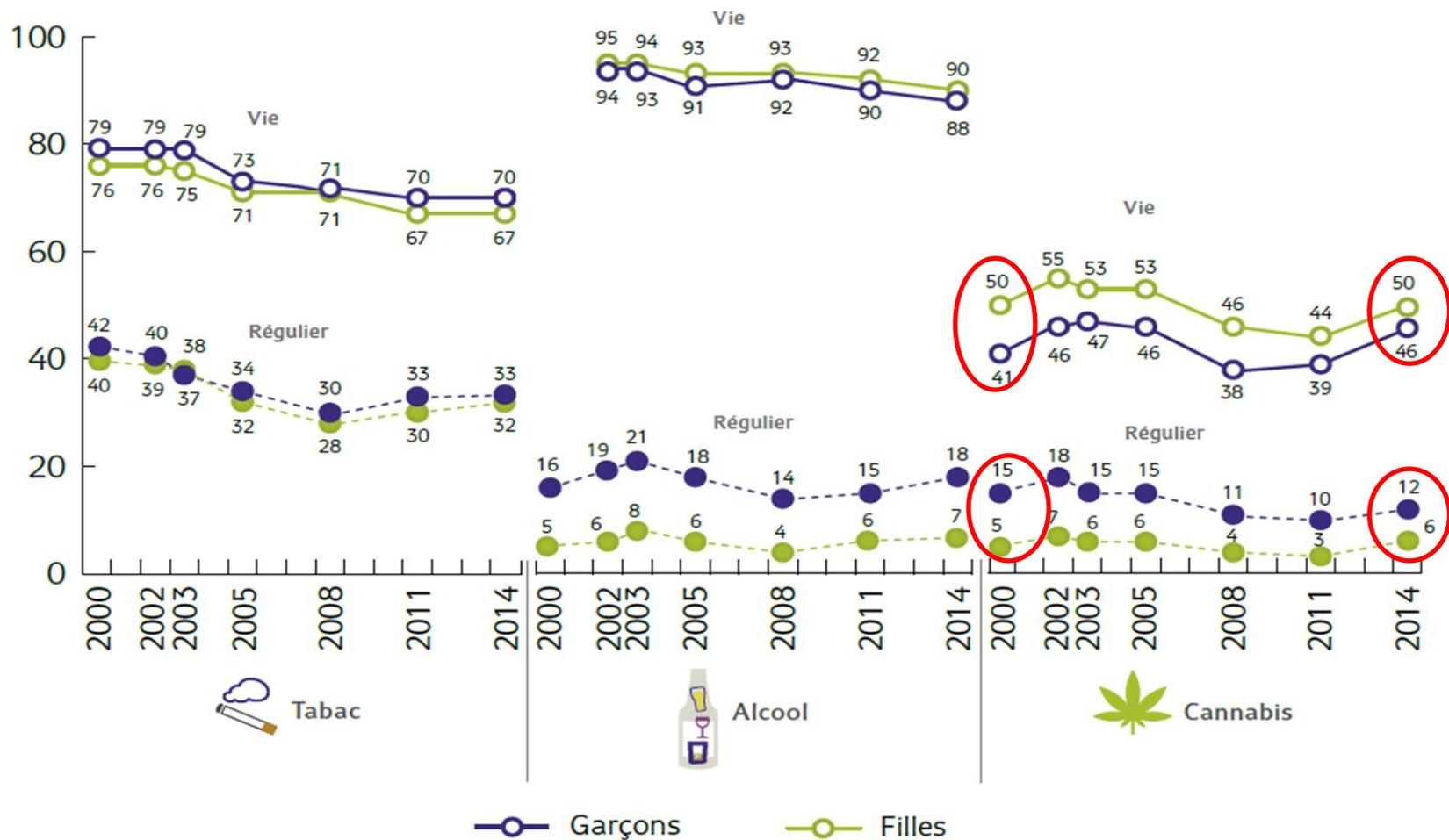
- Peu d'études, or les motivations et représentations des individus sont des déterminants clés des pratiques
- Motivations très variées, le plus souvent en fonction du genre et socialement différenciées
- Représentations influencées par de nombreux facteurs (culturels, croyances des proches...) et difficiles à modifier
- Adolescents peu sensibles aux risques sanitaires à long terme; davantage réceptifs à certains effets indésirables à court terme

4. Drogues, genre et enfance

- Iconographie du XIX^{ème} aux années 1950 sur-représentant des personnages féminins
- L'enjeu de la précocité de l'entrée dans les usages



Évolution des usages de tabac, d'alcool et de cannabis par sexe



Source : ESCAPAD 2000, 2002-2003, 2005, 2008, 2011 et 2014

Evolution des indicateurs d'alcoolisation entre 2005 et 2010 des 18-25 ans par sexe

18-25 ans	Ensemble		Garçons		Filles	
	2005	2010	2005	2010	2005	2010
Consommation d'alcool						
Alcool année	78,8	84,4 ^{***}	82,3	86,3 [*]	75,1	82,5 ^{***}
Alcool hebdomadaire	31,8	37,2 ^{***}	44,4	48,9 [*]	18,9	25,0 ^{***}
Alcool quotidien	2,6	2,6	4,4	4,8	0,7	0,4
Risque selon l'Audit-C						
Risque ponctuel	35,6	39,4 ^{**}	44,0	44,6	26,9	33,9 ^{***}
Risque chronique	7,8	11,8 ^{***}	12,8	16,5 [*]	2,6	7,0 ^{***}
Risque de dépendance	1,3	2,1	2,2	3,1	0,3	1,0
Consommation Ponctuelle Importante						
CPI année	44,6	53,2 ^{***}	58,9	64,1 [*]	30,0	41,8 ^{***}
CPI mois	22,8	30,1 ^{***}	34,4	42,0 ^{***}	10,9	17,6 ^{***}
CPI semaine	7,0	11,4 ^{***}	12,1	16,6 ^{**}	1,8	6,1 ^{***}
Ivresse						
Ivresse année	33,0	46,1 ^{***}	45,8	57,8 ^{***}	19,8	34,0 ^{***}
Ivresse répétée	15,0	24,9 ^{***}	23,2	34,6 ^{***}	6,6	14,9 ^{***}
Ivresse régulière	5,9	11,6 ^{***}	10,0	18,5 ^{***}	1,8	4,5 ^{***}

Alcool et genre en 1900

	Femme	Homme
Sobriété	Forte : pureté, honneur et féminité	Faible : impotence et impuissance
Consommation	Faible : licence et lubricité	Fort : robustesse et virilité

Source : Eriksen, 1999.

Alcool et genre en 2000

	Femme	Homme
Sobriété	Faible : esprit de sacrifice, fidélité et tradition	Fort : maîtrise de soi, conscience professionnelle
Consommation	Forte : indépendance, assurance et confiance en soi	Faible : mollesse, impuissance et impotence

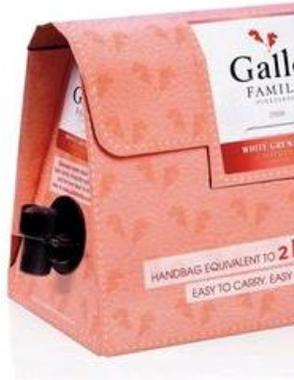
Source : Eriksen, 1999.

Des innovations marketing ciblant spécifiquement les femmes



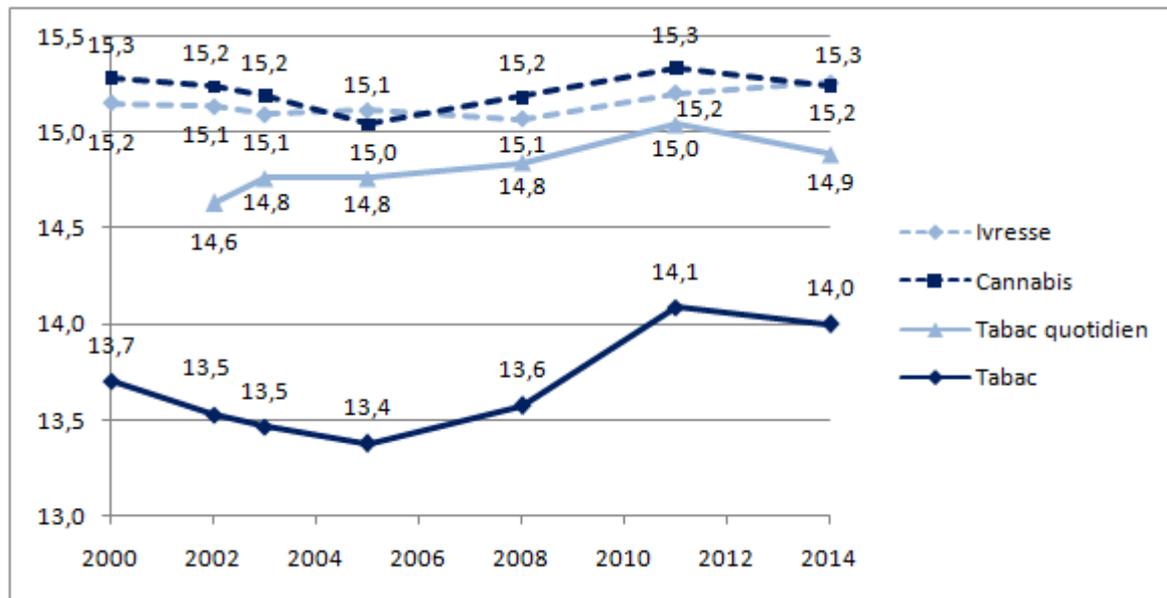
cesp

... et des campagnes ciblées sur les femmes en réponse (UK, 2008)



cesp

Âges moyens d'expérimentation à 17 ans des produits en 2014



En 2014	Ensemble	Filles	Garçons
Ivresse	15,3 ans	15,4 ans	15,2 ans
Cannabis	15,2 ans	15,4 ans	15,1 ans
Tabac quotidien	14,9 ans	14,9 ans	14,9 ans
Tabac	14,0 ans	14,1 ans	13,9 ans

5. Rendre compte de la diversité des usages et des problématiques

- Déplacement d'un regard centré sur les produits vers une compréhension centrée sur le comportement d'usage
- L'image de l'utilisateur de substances : une représentation en mutation



L'évolution des campagnes de prévention en France

- 1986 : les premières campagnes grand public sur les drogues

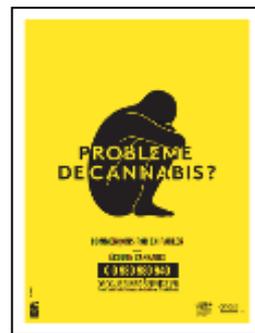


- 1995-2001 : vers la création d'une culture commune sur les drogues et la responsabilisation du consommateur



L'évolution des campagnes de prévention en France

- 2015 : promotion des « Consultations Jeunes Consommateurs » (CJC)
- Une communication plus ciblée autour du repérage précoce



Les écueils des grandes campagnes de prévention sur les drogues

- Les preuves d'efficacité des campagnes en mass media pour prévenir les entrées ou encourager à l'arrêt de la consommation de drogues illicites sont faibles
 - Wakefield MA, Loken B, Hornik RC. Use of mass media campaigns to change health behaviour. *Lancet*. 2010 Oct 9;376(9748):1261-71.
- Possible effet iatrogène
 - Werb D, Mills EJ, Debeck K, Kerr T, Montaner JS, Wood E. The effectiveness of anti-illicit-drug public-service announcements: a systematic review and meta-analysis. *J Epidemiol Community Health*. 2011 Oct;65(10):834-40.
 - Fishbein M, Hall-Jamieson K, Zimmer E, von Haefen I, Nabi R. Avoiding the boomerang: testing the relative effectiveness of antidrug public service announcements before a national campaign. *Am J Public Health*. 2002;92(2):238-245.
- Nécessité d'évaluer leurs effets
 - Allara E, Ferri M, Bo A, Gasparrini A, Faggiano F. Are mass-media campaigns effective in preventing drug use? A Cochrane systematic review and meta-analysis. *BMJ Open*. 2015 Sep 3;5(9):e007449.

Les écueils des grandes campagnes de prévention sur les drogues

- L'évaluation de la campagne *The National Youth Anti-Drug Media Campaign (1999-2002)* a montré des effets contre-productifs importants :
 - Hausse de l'expérimentation du cannabis parmi les jeunes
 - Baisse des attitudes défavorables vis-à-vis du produit ont diminué
 - Hornik R, Jacobsohn L, Orwin R, Piesse A, Kalton G. Effects of the National Youth Anti-Drug Media Campaign on youths. *Am J Public Health*. 2008;98(12):2229-36.
- Efficacité de campagnes s'appuyant sur des leviers plus positifs (ex : promotion de l'autonomie) :
 - Slater MD, Kelly KJ, Lawrence FR, Stanley LR, Comello ML. Assessing media campaigns linking marijuana non-use with autonomy and aspirations: "Be Under Your Own Influence" and ONDCP's "Above the Influence". *Prev Sci*. 2011;12(1):12-22.

Le marketing social : un outil de lutte contre le marketing

Le marketing social en santé :

L'application des techniques utilisées en marketing commercial pour analyser, planifier, exécuter et évaluer des programmes dont le but est la modification volontaire du comportement d'une cible d'individus, afin d'améliorer leur bien-être personnel et celui de la société. »

Philip Kotler & Gerald Zaltman

La campagne « Boire Trop. Des sensations Trop extrêmes ».



La campagne « Boire Trop. Des sensations Trop extrêmes ».



La campagne « Boire Trop. Des sensations Trop extrêmes ».



DISPOSITIF MEDIA / RESEAUX SOCIAUX

OBJECTIF

- S'appuyer sur le pouvoir de prescripteur des influenceurs
- Valorisation de l'idée de prendre soin de ses amis y compris en contexte festif



Michel & Poupie

Mister V & Co

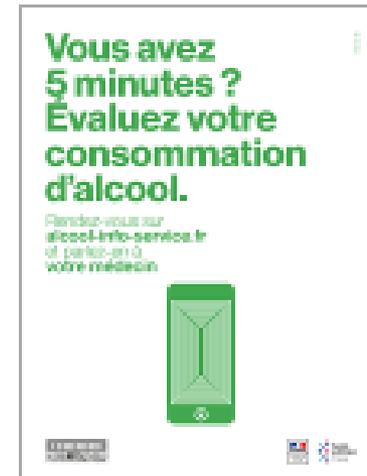
Mirabel & Bambi

Léna Situation & Bilal



L'évolution des normes entre dénormalisation et RDR

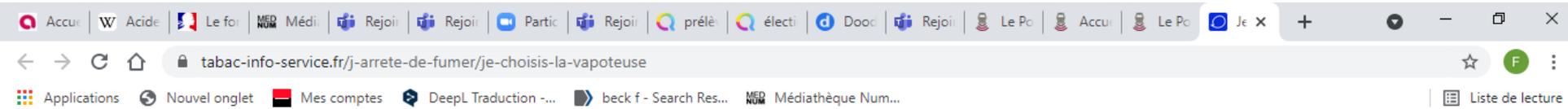
- Une campagne sur les « Repères » Alcool en 2019 :



- Des dispositifs de réduction des risques visant les jeunes :



La e-giarette et le vapotage : un outil de réduction des risques



Espace Pro



Je trouve ma motivation

J'arrête de fumer

Questions / Réponses

Je me fais accompagner



Bienvenue dans une vie sans tabac > J'arrête de fumer > Je choisis la vapoteuse

Je choisis la vapoteuse

Publié le 4 août 2020 - Mis à jour le 17 novembre 2020



Sommaire

Comment ça marche ?

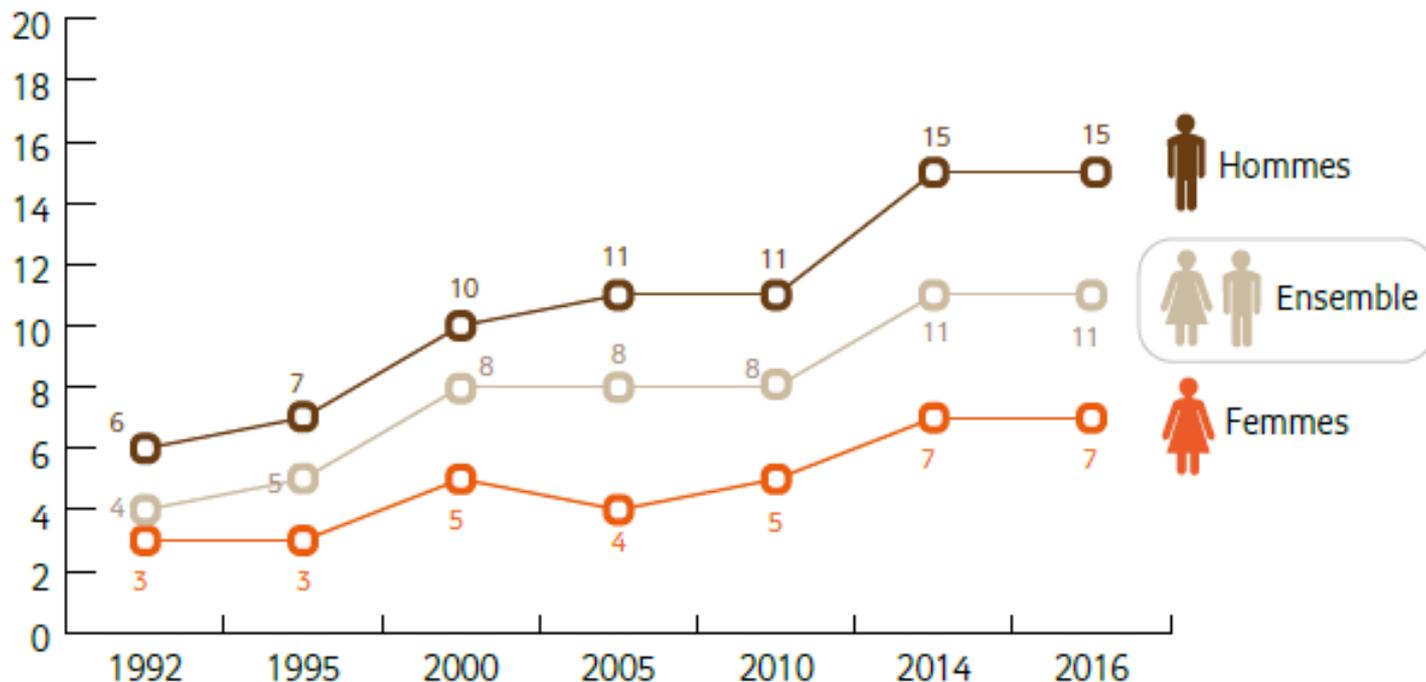
Pourquoi l'utiliser ?

Est-elle sans risques ?

Comment bien la choisir ?



Mise en perspective : évolution de l'usage actuel de cannabis parmi les 18-64 ans



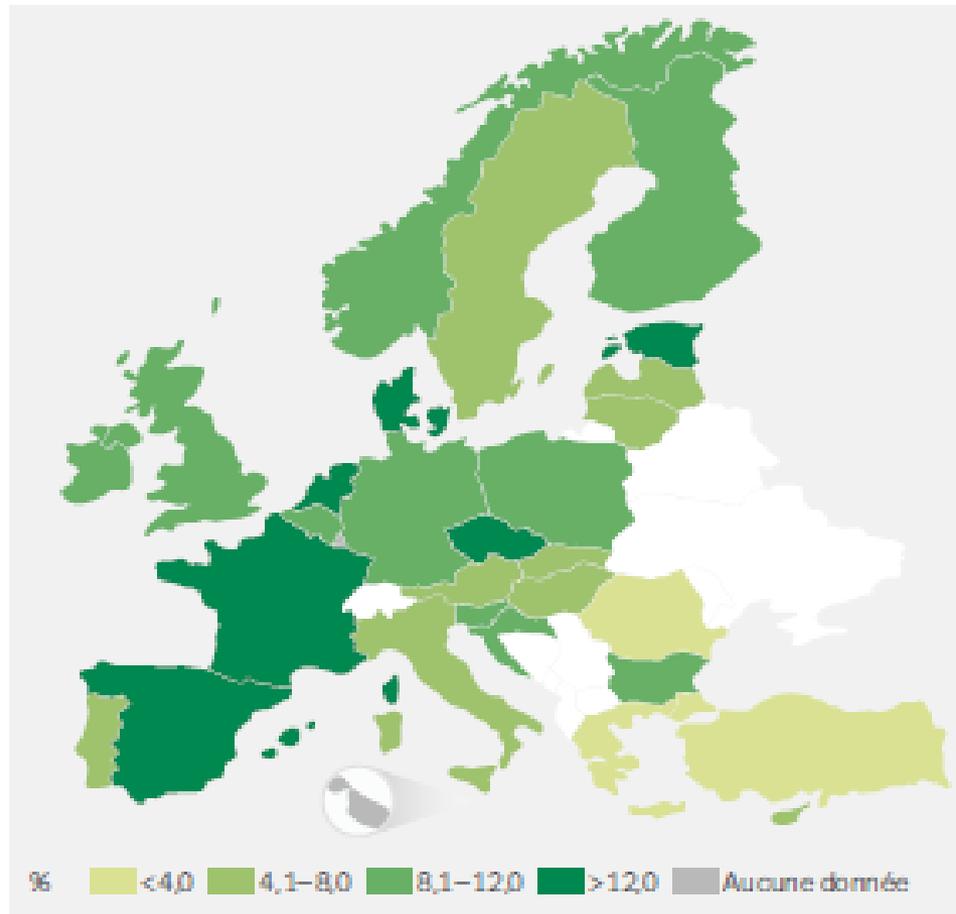
Sources : Baromètres santé 1992-2016, Santé publique France, exploitation OFDT

Environ 3 fois plus d'usagers actuels de cannabis en 2014 qu'en 1992.

Nette augmentation de l'usage actuel de cannabis entre 2010 et 2014.

Cannabis

Évolution des niveaux d'usage en Europe parmi les jeunes adultes (15-34 ans)



Usage problématique de cannabis

- Cannabis Abuse Screening Test (CAST)
Echelle européenne conçue en France en 2003
- 21 % des usages actuels de cannabis parmi les 18-64 ans (soit 2 % des 18-64 ans)
- Les trois quarts sont des hommes
- A 17 ans, 22 % des usagers actuels de cannabis présentent un risque élevé d'usage problématique (soit 8 % des jeunes de 17 ans)
- Les deux tiers sont des garçons

Source : OFDT, 2014

QUESTIONNAIRE D'AUTO-ÉVALUATION DE SA CONSOMMATION

S'il vous arrive de consommer du cannabis, le questionnaire suivant vous aidera à définir si votre consommation vous met en danger. Ce questionnaire a déjà été testé sur plusieurs milliers d'adolescents. En principe, deux réponses positives au test doivent vous amener à vous interroger sérieusement sur les conséquences de votre consommation. Trois réponses positives ou plus, devraient vous amener à demander de l'aide.

Pr Michel Reynaud, Hôpital universitaire Paul Brousse, Villejuif.

Au cours de votre vie :

Questionnaire CAST (Cannabis abuse screening test, conçu à l'OFDT)

Une seule croix par ligne

OUI NON

Avez-vous déjà fumé du cannabis avant midi ?

Avez-vous déjà fumé du cannabis lorsque vous étiez seul(e) ?

Avez-vous déjà eu des problèmes de mémoire quand vous fumez du cannabis ?

Des amis ou des membres de votre famille vous ont-ils déjà dit que vous devriez réduire votre consommation de cannabis ?

Avez-vous déjà essayé de réduire ou d'arrêter votre consommation de cannabis sans y parvenir ?

Avez-vous déjà eu des problèmes à cause de votre consommation de cannabis (dispute, bagarre, accident, mauvais résultat à l'école...) ?

Source : Beck F., Legleye S., Reynaud M., Karila L.

Un point important :

L'association du cannabis avec d'autres drogues augmente la possibilité que votre consommation ait des conséquences graves pour vous ou pour votre entourage.