



En partenariat avec :



Institut du Travail
Social de la Région
Auvergne

évaluation
qualitative 
**INTERDICTION DE VENTE
D'ALCOOL AUX MINEURS**
[loi HPST, art.93]



CONTACT AVENIR SANTÉ : RENAUD BOUTHIER - DIRECTEUR - RENAUD@AVENIR-SANTE.COM

loi hpst



Alcool et mineurs

L'article 93 de la loi n°2009-87 du 21 juillet 2009 portant réforme de l'hôpital et relative aux patients, à la santé et aux territoires, confirme l'interdiction de la vente des boissons alcooliques à tous les mineurs (et non plus aux seuls moins de 16 ans) et ajoute que l'offre de ces boissons à titre gratuit à des mineurs est également interdite dans les débits de boissons et tous commerces ou lieux publics.

Elle rappelle que la personne qui délivre la boisson, à qui la loi s'impose, peut exiger du client qu'il établisse la preuve de sa majorité.

La vente au forfait ou l'offre à volonté d'alcool est également interdite. Cette interdiction, bien qu'elle ne vise pas les seuls mineurs, vise spécialement la pratique dite des « open bars ».

L'exploitation de débits de boissons est interdite sur le périmètre des « zones protégées » (établissements scolaires, terrains de sport, etc.) et aucun nouvel établissement ne peut s'y implanter (sauf en cas de transfert).

Les sanctions prévues sont lourdes : la vente à des mineurs de boissons alcooliques est punie de 7.500 euros d'amende (le double en cas de récidive dans les 5 ans). L'offre de ces boissons à titre gratuit à des mineurs, dans les débits de boissons et tous commerces ou lieux publics, est punie de la même peine.

Des peines complémentaires d'interdiction à titre temporaire d'exercer les droits attachés à une licence de débit de boissons à consommer sur place ou à emporter pour une durée d'un an au plus, ou encore l'obligation d'accomplir un stage de responsabilité parentale, peuvent être prononcées.

L'arrêté du 27 janvier 2010 fait suite à la loi HPST du 21 juillet 2009 : il rappelle l'interdiction de vente d'alcool aux mineurs et fixe les modèles d'affiches devant être apposées dans tous les débits de boissons « de manière à être immédiatement visibles par la clientèle ».

Sommaire

4	CONTEXTE PARTENARIAL
6	ORIGINE ET PRÉSENTATION DE L'ÉTUDE
8	MÉTHODOLOGIE
9	1. Une stratégie de recherche
9	2. Choix préalables
10	3. Précautions
13	PRÉSENTATION DE LA POPULATION DE L'ETUDE
14	1. Population des mineurs : géographie
15	2. Population des mineurs : niveau d'étude
16	3. Population des responsables d'enseignes ou de marques
17	PORTRAITS D'ADOLESCENTS
18	1. L'abstinent militant, l'anti, le moralisateur
21	2. Le jouisseur décomplexé
23	3. Le raisonneur-raisonnable, l'hédoniste modéré
25	4. L'expérimentateur réflexif, le transgressif
27	ZOOM SUR LA LOI
28	1. Rapport à la loi chez les adolescents rencontrés
30	Repères cognitifs
31	Repères éthiques
32	Repères politiques
34	Les mots pour qualifier la loi
35	Le niveau de connaissance de la loi
36	2. Les stratégies de contournement ou comment les mineurs « s'arrangent » avec l'interdiction
38	LES RESPONSABLES D'ENSEIGNES ET DE MARQUES
39	1. Le positionnement des professionnels
39	Repères cognitifs
39	Repères éthiques
40	Repères politiques
41	2. Synthèse des positions
44	ET MAINTENANT QUE FAUT-IL FAIRE ?
46	1. Sensibiliser les adultes aux risques du non-respect de cette loi
46	2. Etablir un renforcement des dispositifs de contrôle envers les professionnels de la filière alcool
46	3. Mettre en place un dispositif spatial spécifique visant à mieux faire appliquer l'interdiction de vente
47	REMERCIEMENTS
49	ANNEXE
	Grille d'entretien

CONTEXTE

PARTENARIAL

Avenir Santé est une association nationale qui agit, en direction des jeunes, selon des modalités :

- Situationnelles dans les établissements d'enseignement (secondaire, supérieur, CFA....), milieux festifs, espaces publics (rues) et Internet. Les actions de prévention portent sur les addictions (alcool, tabac, cannabis), les accidents de la route, les risques sexuels et auditifs. Elles sont menées par les salariés de l'association et/ou des jeunes spécialement formés (volontaires et bénévoles).
- Environnementales : études et enquêtes visant à mieux comprendre les contextes favorisant ou limitant les comportements à risques dont l'ouvrage annuel alcoolator® qui recense les stratégies marketing incitant les jeunes à consommer de l'alcool.

L'association, dont le fonctionnement habituel est de travailler sur des projets en multi-compétences (aussi bien en interne qu'en externe), s'est adjoint pour ce travail, les services de **Thierry Morel** l'un des meilleurs connaisseurs français de la problématique « jeunes et alcool », Sociologue et formateur-chercheur au sein de l'ITSRA (Institut de Travail Social de la Région Auvergne) il travaille depuis une douzaine d'année sur les espaces publics et poursuit des recherches sur les usages et les pratiques de la jeunesse ordinaire.

Il a été entre autres :

- Le co-rédacteur du rapport de recherche « Comportements festifs des jeunes au printemps de Bourges 2008 », étude conduite dans le cadre de l'expérimentation « prévention : grands rassemblements festifs et nouveaux comportements de consommation des jeunes ».
- Le coordonnateur et le rédacteur du rapport « Chronique ordinaire d'une alcoolisation festive. Les 16-21 ans. No-No(s) Limit(es) ! », pour la DJEPVA et l'EPE Ile-de-France

C'est ce travail partenarial, coordonné par l'association Avenir santé et nourrit d'apports sociologiques, qui a permis de mener à terme cette étude qualitative sur l'effectivité de la loi Hôpital Patient Santé Territoire quant à l'interdiction de la vente d'alcool aux mineurs.

ORIGINE ET PRÉSENTATION DE L'ÉTUDE

Cette étude qualitative vise à comprendre le respect (ou le non-respect) de l'interdiction de la vente d'alcool aux mineurs (article 93 de la loi HPST).

Elle est financée par l'INCA (Institut National du Cancer), dans le cadre de son appel à projets « Santé Publique 2011 ».

Elle comprend deux séries d'enquêtes :

- La première concerne les (jeunes) mineurs afin d'évaluer l'effectivité de la loi dans cette catégorie de la population et d'analyser leurs connaissances, compréhension, représentations de la loi, stratégies de contournement.
- La seconde concerne des responsables d'enseignes, patrons de bars et/ou représentants syndicaux, le but étant de nous aider à mieux cerner leur positionnement vis-à-vis de cette loi ainsi que leurs réticences et contraintes (qui peuvent amener au non-respect de la législation).

L'objectif final est de remettre un rapport d'analyses et de recommandations visant notamment à faciliter l'application de cette loi et à la rendre plus efficace.

Par ailleurs, elle s'inscrit dans la continuité :

- Des différentes enquêtes menées sur le respect de l'interdit (par les moins de 16 ans, avant l'adoption de la loi HPST).

En 2005, le ministère de la Santé avait commandité la première évaluation du dispositif d'interdiction de la vente d'alcool aux mineurs. L'enquête avait conclu à une mauvaise connaissance et de nombreuses interprétations du dispositif législatif de la part des débitants. Ainsi, en ce qui concerne ces derniers, la réalisation d'une évaluation après adoption de la législation de 2009 paraît tout à fait justifiée car elle pourrait permettre de savoir si le dispositif actuel est mieux connu, plus légitime à leurs yeux et mieux appliqué.

Par ailleurs les résultats d'ESPAD 2011 montrent que l'alcool est devenu plus difficilement accessible ces dernières années. Compte-tenu du renforcement de la protection des mineurs porté par la loi HPST, il paraissait particulièrement intéressant d'examiner les données d'évolution avant et après les dernières dispositions : un an après l'entrée en vigueur du décret d'application, les mineurs disent-ils pouvoir se procurer facilement des boissons alcoolisées (sur les lieux de consommation sur place et à emporter) ? Quelles sont leurs stratégies de contournement éventuelles de la loi ? Quelles seraient, selon eux, les évolutions à apporter pour rendre la loi plus respectée ? Cette présente étude tente de répondre à ces questions en explorant le sens de ces pratiques.

- Des travaux réalisés par Avenir Santé.

En 2006, l'association mène une étude sur les stratégies promotionnelles des fabricants d'alcool en milieu festif étudiant. Outre le rapport remis à la D.G.S, le projet fait l'objet d'un article dans l'ouvrage collectif « Alcool et adolescence » (Albin Michel). Les années qui ont suivi, avec le soutien du Ministère, ont vu se développer un travail d'observation sur la thématique « alcool et jeunes ». Il a débouché sur la parution de l'ouvrage alcoolator®, qui recense, tous les deux mois, puis sous la forme d'un ouvrage annuel, les stratégies de ceux qui incitent les jeunes à consommer des boissons alcoolisées. Sa diffusion a été large, dans le cadre des retombées médiatiques et dans les réseaux de l'association.

Ce projet s'inscrit donc dans la lignée de ce que réalise l'association : étudier les divers environnements (législatifs, sociaux, promotionnels...) visant à inciter ou à restreindre l'accès des jeunes à l'alcool et mesurer leur efficacité (ou inefficacité).

MÉTHODOLOGIE

[RETOUR AU SOMMAIRE](#)

1. UNE STRATÉGIE DE RECHERCHE

Ce rapport est le résultat d'un long travail de terrain. Il est issu de l'aboutissement du travail d'enquête collaboratif Avenir Santé / ISTR-THIERRY MOREL effectué entre novembre 2011 et avril 2012.

Si nous voulons comprendre, aujourd'hui, les usages et les représentations des adolescents nous devons tenir compte de leur inscription dans un univers de valeurs puissamment configurées par la sphère marchande et médiatique. Cette dernière construit et configure un monde, un univers de référence et de valeurs propres à cette classe d'âge en façonnant une multitude d'objets, vêtements, jeux vidéo, musiques, et autres produits exclusifs, estampillés « jeunes ».

Cet univers du marketing gouverne un entre soi où tout adolescent se connaît et se reconnaît à travers la possession de ces objets et génère tout un ensemble extrêmement dense de pratiques, de conduites et de goûts.

C'est sans doute pour cela qu'il faut saisir les adolescents à travers cette grille interprétative et s'efforcer de restituer le poids de ces contraintes socialisatrices.

Aussi nous nous intéressons d'abord aux pratiques, à la description clinique de l'activité pour en saisir le sens.

Nous tenterons donc de saisir ce que les adolescents font, dans les lieux où ils le font, et d'en saisir le sens à travers ce qu'ils en disent. Ce préalable conduira nos recherches et justifiera notre posture qui est celle de penser que tous les individus, ici des mineurs âgés de seize à dix-sept ans, sont en capacité de donner du sens à leurs pratiques si nous les mettons dans une posture réflexive.

C'est ce qui se passe dans la relation qui nous unira à eux pendant la durée des entretiens. C'est bien dans ces « face à face » que se construiront et se coproduiront des connaissances un savoir pratique nécessaire à l'action.

C'est dans l'émergence de ce savoir ordinaire que l'on trouvera des réponses et des pistes de réflexion pour poursuivre ou engager des nouvelles propositions pragmatiques.

Cette étude reposera donc sur un matériau empirique ample et varié recueilli sur plusieurs mois d'enquêtes (novembre 2011-mai 2012), sur un territoire composé de trois régions : Auvergne, Rhône-Alpes, Languedoc-Roussillon et auprès de 30 mineurs et de 5 patrons de bar/alcooliers.

D'autres terrains investis, comme celui du festival du Printemps de Bourges, permettront de pousser les investigations au-delà de ces frontières et d'élargir la réflexion.

Ces observations ethnographiques viendront nourrir et accompagner l'analyse des discours recueillis, au même titre que la prise en compte des statistiques officielles, des analyses documentaires, des dernières études (HBSC, ESCAPAD, ESPAD,...) et de tous les autres rapports scientifiques, tels que les derniers travaux de la MILDt et de l'OFDT. Tous ces travaux formant une littérature spécifique, circonscrite venant soutenir les hypothèses contenues dans ce rapport.

2. CHOIX PRÉALABLES

Le panel de mineurs se devra d'être représentatif des différentes classes d'âges à étudier, des zones d'habitat (urbain, semi-urbain/rural et rural) ainsi qu'en parité de genre.

Mais que devons-nous entendre par mineur, puisque le projet laissait entendre que tout mineur pouvait-être rencontré ? Devait-on travailler sur un échantillon comprenant les 10-17 ans, les 13-17 ou redessiner un panel à partir de données plus raisonnées ? Compte-tenu de la faiblesse du panel, il ne semblait pas très pertinent de multiplier les rencontres avec toutes les tranches d'âge comprises entre 10 et 18 ans.

Cela reviendrait à interroger un à deux jeunes dans certaines catégories tout en ne respectant ni la question du genre (fille/garçon), ni la répartition géographique à l'intérieur des territoires choisis.

Nous feront le choix de ne rencontrer qu'un panel de mineurs consommateurs de 16 et 17 ans, option corroborée par les enquêtes (ESPAD et HBSC) qui montrent les évolutions récentes des usages de substances psychoactives à 16 ans :

- ▶ L'alcool est le produit le plus diffusé (88% des élèves de 16 ans ont déjà bu de l'alcool au cours de leur vie, sans distinction entre les sexes).
- ▶ A 16 ans, un peu moins de la moitié des élèves déclarent avoir déjà été ivres au cours de leur vie, plus d'un tiers (36%) au cours des 12 derniers mois et 3,5% au moins 10 fois au cours de cette même période.

► En 2007, à 16 ans, seul un adolescent sur 11 (9%) déclare n'avoir jamais pris ni alcool, ni tabac, ni cannabis au cours de sa vie. 31% n'ont pris que de l'alcool.

À la vu de ces observations, il apparaît que l'essentiel des expérimentations se déroule dans cette tranche d'âge et c'est pour cette raison que nous avons fixé notre attention sur les mineurs de 16 ans et plus.

Ceci rendra le corpus d'enquêtés plus homogène et plus représentatif à l'intérieur d'une même classe d'âge. Précisons également que la population d'enquête n'aura pas vocation à représenter statistiquement le monde des 16-17 ans mais à respecter un certain nombre de critères (localisation, filières, CSP des parents, lieux de vie, rural, centre-ville, périurbain...).

En ce qui concerne la cartographie de l'enquête nous prendrons en compte les fortes disparités régionales et leurs influences sur les usages et les modes d'exposition des adolescents au produit alcool. Nous retiendrons trois zones d'intervention en fonction de leur niveau de consommation (au-dessus de la moyenne nationale) : Rhône-Alpes, Auvergne et Languedoc-Roussillon, en retenant pour chacune d'entre elles, un lieu urbain, semi-urbain/rural et rural.

Les 5 responsables d'enseignes, quant à eux, seront essentiellement rencontrés dans la région Auvergne.

3. PRÉCAUTIONS

Nous soulignerons ici les précautions méthodologiques qui ont été mises en œuvre.

Une attention particulière sera portée aux conditions de la rencontre et à la relation enquêteur-enquêté. Cette situation mettra en présence un adulte et un adolescent dans un « face-à-face » qui risque de produire des effets sur le discours recueilli. Pas forcément comme nous pouvions le penser, a priori, dans un rapport inégalitaire de statuts, dominant-dominé, de génération, scolaire (dans des rôles préconstruits entre l'enseignant et l'élève), mais plutôt dans la recherche du contact et du plaisir à venir rencontrer le sociologue.

Dans notre travail d'analyse nous avons pensé et intégré cet élément, notamment pour comprendre ce besoin de parler et d'échanger avec les adultes.

D'autre part, une étude portant sur l'alcool et l'interdit comporte dans sa formulation même deux signifiants forts, aussitôt associés à la transgression, aux contrôles, au coercitif et au jugement moral, jamais loin lorsque l'on aborde les pratiques du boire.

Nous souhaitons que les mineurs s'expriment le plus largement possible sur leurs représentations liées à l'interdit (la loi) et sur leurs pratiques de détournement (l'achat). Pour cela il nous fallait éviter toute question trop directe et fermée et mettre en œuvre un climat favorisant un échange d'informations réciproques, c'est-à-dire créer la possibilité d'une rencontre.

Patrick Pharo, dans son ouvrage¹ « L'Injustice et le mal » parle de la possibilité de conceptualiser l'autre, c'est-à-dire de se le représenter, de le penser, de l'imaginer. Cette forme d'entretien supposera un dialogue minimum, donc une compréhension mutuelle entre le chercheur et le cherché. Si le praticien-chercheur peut faire preuve d'empathie, il n'est pas rare de constater chez les adolescents rencontrés une attente d'un dialogue basé sur les mêmes principes : reconnaissance, respect mais aussi affectif et relationnel.

Conformément aux méthodes sociologiques qualitatives, nous devons favoriser la parole, la libre expression en respectant une grille d'entretien (figurant en annexe) certes pensée, mais qui pourra laisser place et s'adapter à une certaine forme de spontanéité et au hasard. Certains guides d'entretien ressemblent d'ailleurs trop à de véritables questionnaires et ne laissent guère de place à l'improvisation. Une grille trop rigide, fermée, pourrait se transformer en véritable interrogatoire et bloquer ainsi la production d'un discours chez les mineurs. Le risque de la non-pertinence des questions préconstruites est réel, surtout sur un panel faible d'enquêtés.

Notre posture sera guidée par cette citation de Piaget : « L'art de l'interviewer est celui du clinicien qui consiste, non à faire répondre, mais à faire parler librement et à découvrir les tendances spontanées au lieu de les canaliser et de les endiguer »², seule manière de recueillir les représentations et les pratiques des mineurs.

Cette étude vise la connaissance d'un système pratique (les pratiques elles-mêmes et ce qui les relie : idéologies, symboles...) et nécessitera donc

¹ Patrique Pharo, L'Injustice et le mal, Paris, L'Harmattan, coll. logiques sociales, 1996, p.142

² Jean Piaget, psychologue du développement

la production de discours modaux et référentiels, obtenus à partir d'entretiens centrés d'une part sur les conceptions des acteurs et d'autre part sur la description des pratiques.

Nous recueillerons notamment les réactions des mineurs développées face aux différentes formes de contrôle social : leurs stratégies d'approvisionnement, leurs stratégies d'évitement des sanctions sociales et morales.

Nous serons particulièrement vigilants pour ne recueillir que des récits portant sur des expériences individuelles, à la fois sur le plan pratique et aussi sur les représentations que le mineur se fait à la fois de l'usage de l'alcool et de sa répression. Chaque mineur étant interrogé sur ce qu'il sait pour l'avoir éprouvé, pratiqué et non pas sur ce qu'il croit.

Ce type d'entretien sera plus descriptif et narratif que tous les autres et il fera appel au désir de raconter.

La conduite de l'entretien devra faire émerger les univers mentaux et symboliques à partir desquels les pratiques se structurent. Pour cela nous choisirons de ne rencontrer que des mineurs « pratiquants », c'est-à-dire consommateurs de boissons alcoolisées, sans préjuger de la fréquence de ses consommations. Néanmoins, le hasard du terrain nous aura fait rencontrer quelques belles figures d'adolescents abstinents que nous n'avons pas voulu écarter de notre panel. Ils trouveront une place dans notre analyse et leurs perceptions de la situation, leurs pratiques de non-consommateurs nous seront très utiles pour comprendre en creux les usages de tous les autres.

La réalisation de l'entretien sera effectuée en 2 temps :

- Le premier portera sur les récits de sorties, de fêtes, sur la place de l'alcool dans ces pratiques, et la description de celles-ci.
- Le deuxième sur la perception et l'appréciation de la loi, des interdits. Sur les stratégies de contournement, d'évitement.

Au final, nous réaliserons trente entretiens compréhensifs individuels, d'une durée comprise entre 45 et 90 minutes. Les mineurs seront tous contactés sur la base du volontariat et sur la garantie de l'anonymat (principe répété et appliqué pour les structures). Le contact s'effectuera à partir de deux protocoles distincts : une partie des mineurs seront

contactés soit à la sortie d'un lieu de vente d'alcool/ dans des espaces publics propices aux consommations festives, soit par le biais de structures les accueillant (lycées, collèges, associations,...).

Nous laisserons le choix du lieu aux jeunes rencontrés, ce qui nous permettra parfois de constater, in situ, l'accessibilité aux boissons alcoolisées. Ainsi, lorsque l'un des adolescents nous donnera rendez-vous dans un bar proche du lycée, attablé devant une bière, nous montrant ses autres camarades dans la même situation ou encore cet autre qui nous recevra chez lui, dans le grand garage aménagé en espace festif, derrière un bar comprenant de nombreuses bouteilles d'alcool.

D'autres encore nous ont amèneront dans des enseignes de vente pour nous montrer leurs stratégies d'achat.

Précisons qu'aucun des entretiens ne s'effectuera pendant un moment festif ou dans une situation d'ivresse manifeste du mineur. La totalité des entretiens sera effectuée par Thierry Morel, ce qui permettra une adaptation permanente au terrain et une réévaluation constante des données.

Nous terminerons cette partie par une interrogation concernant la motivation des adolescents à venir nous rencontrer.

Ce public se montre rarement réticent devant nos sollicitations et accepte avec un certain plaisir la rencontre, le principe de l'entretien.

Mais notre expérience du terrain nous forcera à constater, qu'ici ou là, les adolescents recherchent et expriment ce besoin d'être reconnus comme des êtres de parole, en capacité de donner du sens à des activités qui bien souvent échappent à la compréhension spontanée, immédiate de l'adulte.

Ils aimeront et apprécieront parler d'eux. :

- « Je me suis dit que c'était peut-être intéressant d'aller lui parler »,
- « Je trouve que c'est un bon sujet parce que je pense qu'on n'en parle pas assez en ce moment »,
- « Je suis motivé pour plein de choses et venir vous parler c'était une bonne idée »,
- « J'aime bien parler »,
- « j'aime bien discuter »,
- « Je me suis dit qu'il fallait que je vous parle »,
- « Je suis très sociable, j'aime bien discuter, échanger avec des adultes »,
- « Je pense que mon avis peut être intéressant »,
- « C'est toujours sympa de discuter avec quelqu'un ».

Leur démarche ne sera pas dénuée, non plus, d'une certaine curiosité, d'un intérêt pour la rencontre, l'interview, le face à face : « Benh, je voulais venir pour la découverte, pour voir ce que c'était ».

Certains poseront des questions sur le métier de sociologue, des questions sur le « comment on fait une recherche » et se prêteront sérieusement à la démarche scientifique :

- « Si ça peut aider la science »,
- « Si ça peut aider à faire avancer les choses »,
- « Si ça peut aider l'enquête ».

Certes, les débuts des entretiens ne seront pas faciles, les adolescents se montrant timides, ne sachant pas trop ce qui allait se passer. Il faudra attendre quelques minutes pour que le processus réflexif se mette en place et permette un échange dense.

Puis on oubliera l'enregistrement et on trouvera un certain plaisir à se raconter, à prendre du temps pour réfléchir sur ce qu'on fait, ses pratiques : « J'adore parler, communiquer, discuter, avec un psy, c'est comme discuter avec soi en fait, c'est un deuxième soi, c'est juste quelqu'un qui écoute et qui permet d'apporter des questions ». Notons au passage le lapsus sur le psy qui permet d'apporter des questions et non des réponses.

Nous sommes sans doute ici dans ce que Gérard Mauger³ décrit : « l'entretien à caractère biographique peut avoir une fonction thérapeutique, proche de la cure analytique par le travail de remémoration, de reconquête de soi qu'il implique ».

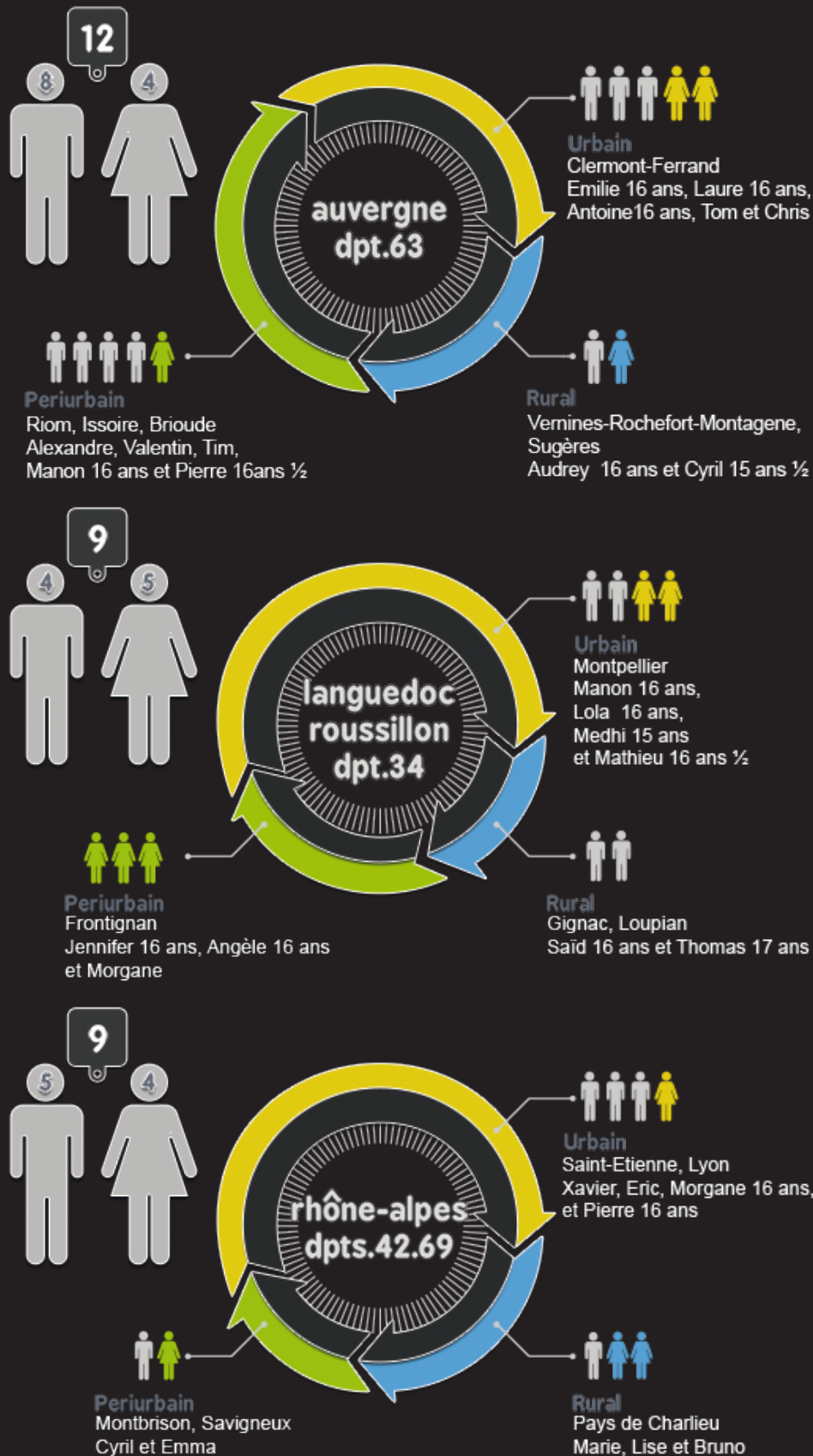
³ Gérard Mauger, la situation d'enquête, in informations sociales, N°47, 1995, pp24-31

PRÉSENTATION

DE LA POPULATION

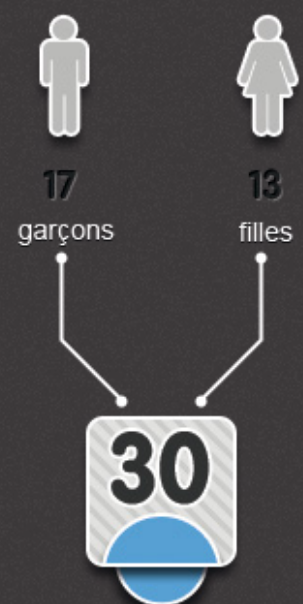
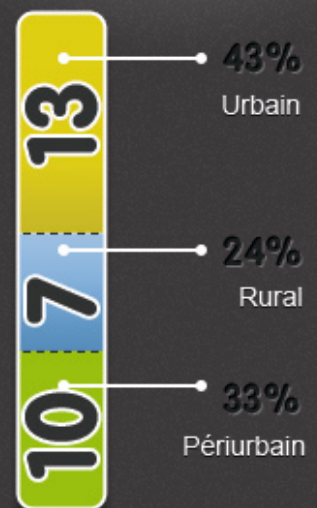
DE L'ÉTUDE

1. POPULATION DES MINEURS : GÉOGRAPHIE

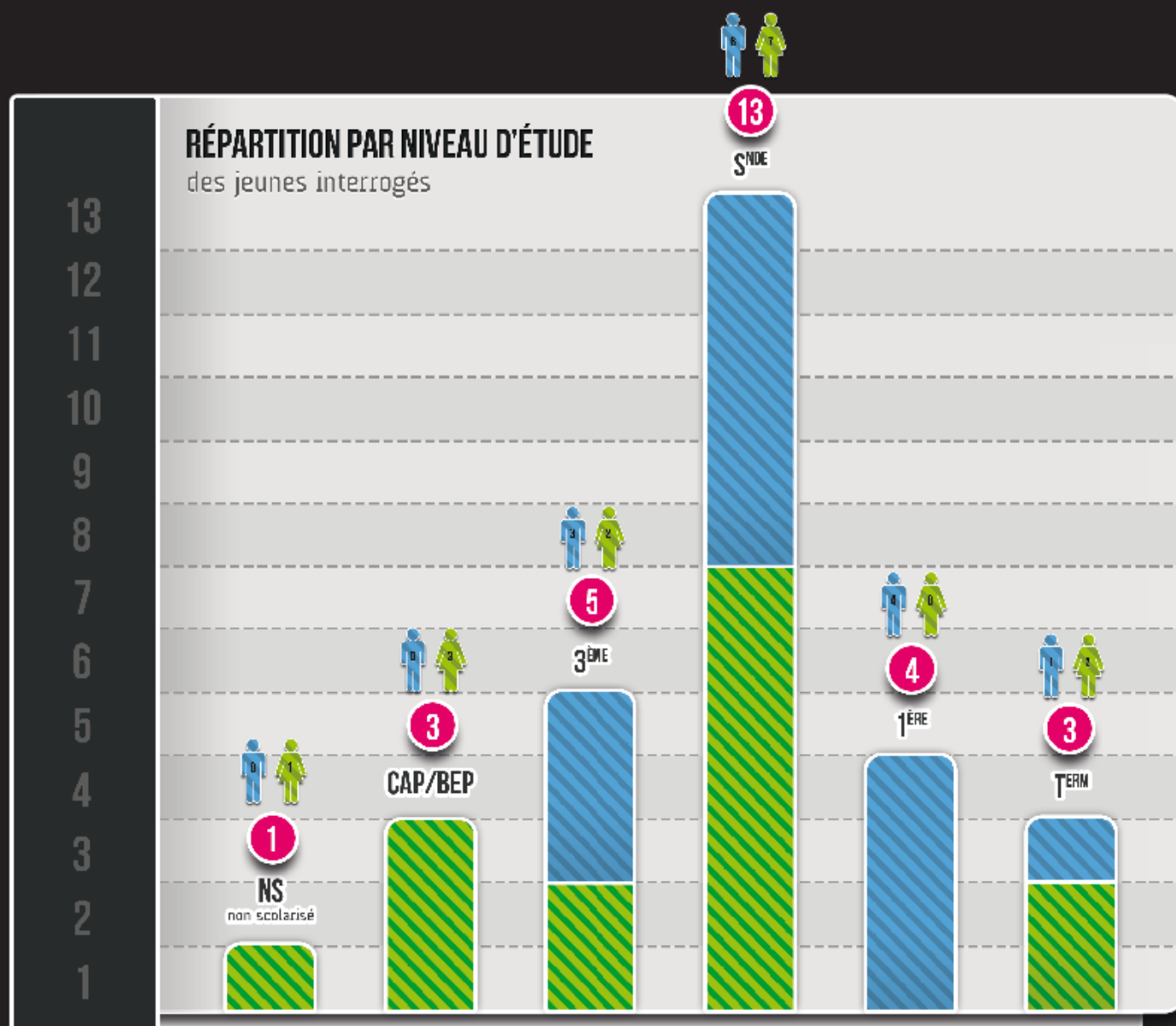


Total

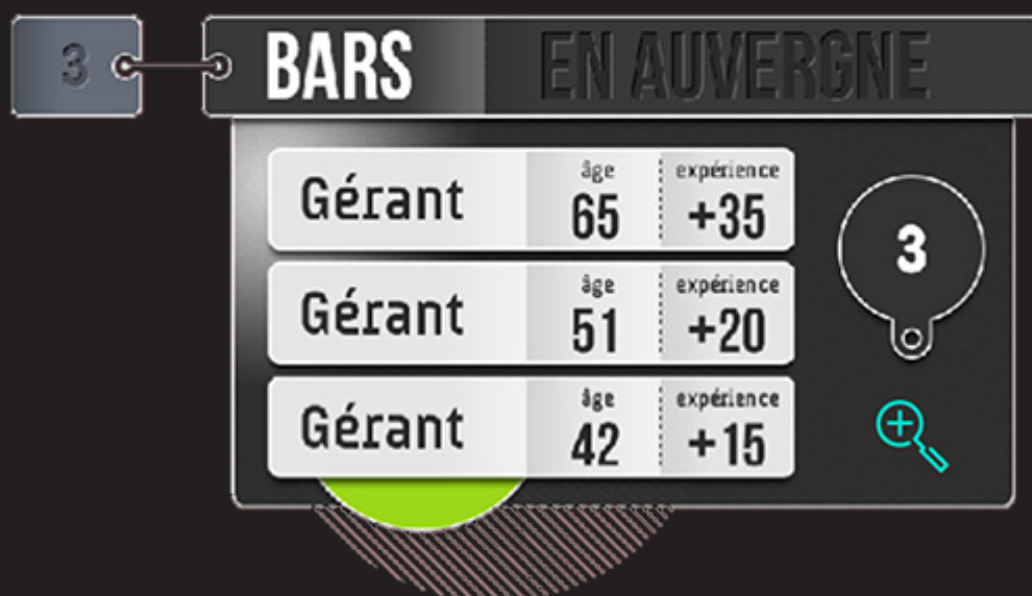
Repartition géographique des jeunes interrogés



2. POPULATION DES MINEURS : NIVEAU D'ÉTUDE



3. POPULATION DES RESPONSABLES D'ENSEIGNES OU DE MARQUES



PORTRAITS

D'ADOLESCENTS

[RETOUR AU SOMMAIRE](#)

Le travail du chercheur est de trouver des généralités dans des histoires singulières et il va de soi que les manières de boire, de consommer sont beaucoup plus contrastées que le laisse entendre la construction d'une simple typologie. Les adolescents eux-mêmes s'accordent sur un ensemble de fondements communs, un certain conformisme de la pensée et du comportement tout en se distinguant chacun par des manières d'être, de faire, uniques.

Faire la fête, boire, fumer ou bien consommer des produits illicites participent à cette mise en scène de soi qui passe bien évidemment par les comportements et la construction d'un discours. L'analyse des récits qu'ils font de leurs soirées, de leur manière de boire, de se comporter, leur vision du monde et les valeurs qu'elle contient nous a permis de dresser quatre portraits d'adolescents. Ces figures tiennent moins compte de leurs pratiques réelles, que de la manière dont ils en parlent, les justifient, les argumentent.

Chaque jeune rencontré nous confiera ses perceptions et sa connaissance de l'interdit, de la loi, et nous parlera des différentes stratégies qu'il met en œuvre pour se procurer des boissons alcoolisées. C'est grâce au sens donné à ces pratiques que nous avons pu construire ces typologies.

1. L'ABSTINENT MILITANT, L'ANTI, LE MORALISATEUR !

“ Moi je suis contre l'alcool ! ”

Profil : l'abstinent militant, peut se définir plutôt comme un garçon, qui habite le milieu urbain, inscrit dans un cursus scolaire technique ou professionnalisant, issu de milieu plutôt populaire avec des parents ouvriers ou exerçant un emploi de service. Il pratique une activité sportive (plutôt sport de combat ou arts martiaux) régulière à l'intérieur d'un club (en individuel).

Age : 16-17 ans

Perception du phénomène : l'alcool est un véritable fléau qui touche les jeunes, les plus jeunes. C'est une drogue.

Positionnement affiché : je suis contre. Il faut interdire et responsabiliser les adultes, surtout les parents.

Ce premier portrait réunit des adolescents qui ne boivent pas, qui n'ont jamais touché à une goutte d'alcool et qui revendiquent très clairement cette position :

« Moi je ne bois pas, je ne fume pas, je n'ai jamais essayé ! ».

« Écoutez, déjà moi le tabac et l'alcool je tiens à dire que je suis contre, vraiment contre... en fait l'état tue les gens pour se faire de l'argent, l'alcool comme le tabac... En fait moi je trouve que l'alcool c'est plutôt de la mort donnée en bouteille et le tabac c'est comme un paquet avec de la mort dans un sachet quoi... donc je suis contre ».

Nous les avons appelés les militants de l'abstinence, car leurs déclarations sont de véritables plaidoyers en faveur de la condamnation du produit alcool.

Ce ne sont pas les plus nombreux des jeunes rencontrés, mais ils sont suffisamment présents pour que leurs jugements et condamnations soient pris en compte. Avouons notre surprise de les voir arriver sur notre terrain d'enquête alors que nous ne les attendions pas. Nous avons clairement affiché notre volonté de n'interviewer que des jeunes consommateurs, mais leurs motivations à venir nous rencontrer, à exprimer parfois avec passion ce qu'ils ressentent comme un combat personnel nous a donné envie de leur laisser une place. Ceux-ci ont été rencontrés par le biais des structures scolaires ou périscolaires, lorsqu'un professionnel sondait le groupe à la recherche d'interviewés potentiels. Ils se sont tout de suite portés volontaires, tentés par l'expérience de la rencontre et dans un souci de faire entendre une voix qui savait être à contre-courant :

« Je pense que mon avis peut vous intéresser car moi je ne bois pas, je ne fume pas, je prends rien et je suis vraiment contre toutes ces saloperies »,
« Personnellement je trouve que pour s'amuser y' a pas besoin d'alcool, mais malheureusement autour de moi, mes copains ils ne sont pas nombreux à penser comme moi ».

Leur mission est de porter un discours ouvertement contre. Contre l'alcool et autres produits, sur les dangers de la consommation et sur la condamnation d'un monde d'adulte vu comme faible et complaisant face à ce phénomène :

« Les parents il faut qu'ils soient plus curieux ».
« Je trouve ça inadmissible que les parents achètent de l'alcool »,
« Les parents ils laissent faire ça, ce n'est pas tolérable »,
« Pour moi ce n'est pas normal et je ne comprends pas pourquoi les parents, les adultes quoi, y laissent faire ça »,
« Les adultes ils éduquent mal, pas tous, mais... »,
« Ce qui me surprend c'est que les parents ils incitent leurs enfants à aller acheter de l'alcool »,
« Y a des parents qui sont trop cool ou trop stricts, il faut être normal, faut donner des règles »,
« Y a des caissières qui s'en foutent, et même ils passent aux caisses automatiques ».

Ils insistent sur le rôle des parents, tous coupables « de fournir » l'alcool : « moi je connais des parents, c'est eux qui fournissent, ils achètent carrément le paquet de clopes, et les bières, tu parles de parents... des irresponsables ».

Ils insistent beaucoup sur les responsabilités collectives et pointent l'état comme principal responsable : « Le tabac et l'alcool je tiens à dire que c'est surtout l'Etat, c'est l'état qui tue les gens pour se faire de l'argent. Je ne peux pas du tout supporter ça, tolérer ça ».

Ces jeunes possèdent une bonne connaissance des produits, des effets, des méfaits, des enquêtes et des statistiques. Ainsi un jeune nous surprendra par sa connaissance du dernier rapport de la MILDt trouvé sur Internet pour préparer un exposé qui expliquera les dernières statistiques et le débat sur le danger de la légalisation du cannabis.

Pour ces adolescents abstinentes, le problème ne vient pas forcément des jeunes consommateurs qui sont plutôt perçus comme des victimes, des faibles :

« c'est pas la faute des jeunes, c'est celui des personnes qui vendent, parce que des personnes conscientes qui vendent à un jeune un produit, alcool ou tabac, c'est une personne qui n'est pas consciente en fait de ce qu'elle fait : c'est sûrement une personne qui n'a jamais eu d'enfant ».

Enfin ce militantisme actif ne pourrait pas se comprendre sans faire référence à la figure alcoolique de l'un des parents de l'adolescent, qui émerge de temps en temps dans les récits :

« J'ai vécu ça dans mon enfance, ma mère elle buvait, alors je sais pourquoi je bois pas »,
« Mon beau père c'était un alcoolico fini »,
« Ma tante elle est morte d'un cancer à cause de l'alcool et de la clope ».

Ils sont plus nombreux à porter ces discours que ne le laissent penser certains discours alarmistes sur les consommations des adolescents. Ce sont tous des abstinents volontaires, c'est un choix, une conduite. Présenter sa manière de ne pas boire, c'est aussi condamner celle de boire, d'une manière plus ou moins explicite, en creux. Dire : « Pour moi il ne faudrait pas boire, ça démolit », revient à penser que soi-même on est solide. La consommation est vue comme un acte de faiblesse :

« Y a pas de dépendance, ce n'est que de la volonté, faut pas être faible »,
« Quand on veut (s'arrêter) on peut »,
« Si tu veux, tu peux ! Y a pas de dépendance, c'est psy, c'est mental, on ne devient pas dépendant du tabac, c'est dans la tête, faut être fort ».

Exprimer cela, revient à dire que l'on est fort, résistant. D'ailleurs leur vision du phénomène est assez duale, le bien/le mal, le faible/le fort, la dépendance/la liberté, le superficiel/la profondeur,

« Boire ou fumer c'est une mode ». « On suit la mode. Ils pensent que c'est cool de boire, que c'est bien, moi je pense exactement le contraire, c'est mal, c'est le mal. Ça détruit le cerveau ».

C'est un discours moral où apparaît dans certains récits une vision d'une lutte entre deux forces le bien et le mal. On retrouve ici une majorité de garçons, peu de filles, qui partagent une même vision dramatique de la situation. Pour eux, il y a vraiment de sérieuses raisons de s'inquiéter et ils multiplient les exemples de scènes « gores » qui insistent sur l'horreur de la situation :

« Moi je connais un jeune et bien il est devenu handicapé après avoir failli mourir étouffé dans son vomi »,

« Il y a de plus en plus de jeunes qui boivent et qui fument, de plus en plus jeune, c'est plus jeune qu'avant et c'est un problème, un vrai problème » ;

« Les jeunes nés entre 1995 et 2000, tous ceux qui sont nés entre ces années, c'est vraiment les enfants qui dégénèrent le plus, je pense, ils fument, ils boivent et tout... ».

« Dans mon ancien collège il y avait des 4èmes ils étaient arrivés avec des bouteilles de jus d'orange mais à l'intérieur y avait de l'alcool, donc moi je ne trouve pas ça normal qu'on commence à 13-14 ans, si c'est ça dans quelques années on commencera à 8 ans... »

« J'ai une amie qui est morte par overdose, et y en a de plus en plus qui meurent à cause de ça et qui se défoncent ».

Le vocabulaire est le même que celui des drogues dites dures :

« La défonce, ils se défoncent »,

« Y a trop de drogues » (en parlant de l'alcool et du tabac).

« Y a beaucoup de fêtes, beaucoup trop : c'est toujours des occasions de boire et de se droguer ».

Pourtant ces adolescents abstinents ne sont pas exclus des fêtes, des rassemblements entre pairs. Ils sont respectés autant pour leur forte personnalité que pour la revendication affichée de leur abstinence :

« Je suis un saint parce que je ne fume pas ».

« Je m'amuse autant qu'eux, voire même plus sans boire d'alcool ».

« Je suis toujours invitée, j'ai un tempérament assez fo-folle » nous dira une jeune fille qui mesure sa côte de popularité au regard des invitations qu'elle reçoit.

Les autres adolescents leur reconnaissent une place dans le groupe, des valeurs et des prises de position reconnues comme courageuses :

« Je leur dis par rapport à l'alcool, et j'aime bien leur dire, j'essaie de les inciter à arrêter...pour eux je suis un sage ».

« Je ne suis pas vu comme un bolosse moi, un trimard, je suis respecté ».

« Je suis très sociable moi donc je n'ai pas de problème, je suis toujours invité, y en d'autres qui ne fument pas mais eux ils ne sont pas sociables, c'est des bolosses ».

Ce militantisme actif correspond à des situations contrastées où l'on retrouve aussi bien des interdits sportifs, le culte du corps sain non pollué par l'alcool, que les interdits religieux de l'Islam. Nous retrouvons ici des jeunes se déclarant musulmans pratiquants, mais qui ne justifient en rien leur abstinence militante par rapport à leur religion :

« Moi je ne bois pas, mais ma position ça n'a rien à voir avec le fait que je sois musulman, il y a de plus en plus de musulmans qui boivent et qui fument, d'ailleurs pour moi c'est plus des musulmans. »

Ces jeunes acceptent le plus souvent les invitations et sont présents jusqu'au moment où ils jugent que « tout dégénère ». Ils jouent le rôle du capitaine de soirée ou du préventeur un peu moralisateur :

« J'essaie de les inciter à arrêter mais c'est impossible, mais ils le font pas trop devant moi ».

« Ils savent qu'ils ne peuvent pas fumer à côté de moi »,

« Mes potes ils n'ont pas intérêt à se mettre minable dans une soirée si j'y suis ».

Ils prônent également l'exemplarité, ce droit qui leur est donné par le refus de la consommation :

« L'exemple, il faut donner l'exemple, ça ne changera jamais si il y a personne qui peut donner l'exemple, des adultes qui fument et bien ils ne peuvent rien dire, idem pour l'alcool et comme ils boivent tous ».

Leur abstinence au sein même des soirées adolescentes en font d'excellents observateurs des pratiques et des sociabilités juvéniles. Ils font preuve de réflexivité pour essayer de comprendre et de saisir le sens de la « défonce », ce qui se passe quand la soirée déborde : « je suis curieux, je me pose toujours des questions, pourquoi ils font ça ? Je cherche un peu à comprendre pour voir comment on peut arrêter ».

Enfin ces abstinents militants ne peuvent être confondus avec la figure simple du non consommateur, l'abstinant contraint, celui qui n'a pas d'autre choix car exclu des groupes d'appartenance. Le fameux bolosse ou trimard, termes apparus fréquemment pour mettre à distance l'ado qui est décrit comme non social par tous les autres et qui ne possède pas, tout simplement, les bons codes d'accès au groupe. Ceux-ci se déclarent comme n'ayant pas d'expérience de sortie : « pour l'instant ça m'intéresse pas ». Notons l'emploi du prudent terme « pour l'instant ».

2. LE JOUISSEUR DÉCOMPLEXÉ

“ Je bois, je fume et alors ? ”

Profil : le jouisseur décomplexé est plutôt un garçon (mais nous retrouvons quelques figures féminines) qui sort en discothèque (c'est ce groupe qui fait le plus référence à ce lieu), qui se retrouve sur les parkings pour boire. Il déclare ouvertement faire la fête en buvant beaucoup d'alcool et se définit comme un gros fêtard. « Pas de fête sans alcool ». C'est un lycéen. Ses parents exercent des professions de cadres intermédiaires, sont commerçants. Il souhaite s'engager dans des carrières socio-éducatives ou militaires (gendarme, pompier, marin). Il pratique un sport collectif. Il est l'un des éléments rassembleurs du club. Il s'entraîne et participe aux matchs régulièrement. Il se déplace souvent avec son club. Il habite plutôt le périurbain ou le milieu rural.

Age : ce sont les plus jeunes 15 ans ½, 16 ans.

Perception du phénomène : l'alcool n'est pas un problème. Il faut bien s'amuser et prendre du plaisir dans la vie. Nous sommes jeunes, on s'éclate, on verra bien plus tard.

Positionnement affiché : arrêtez de nous emmerder avec ça !

Cette deuxième figure affiche ouvertement son goût pour l'excès, plutôt que pour la fête. Ce sont les ivresses qui sont recherchées et mises en scène dans les récits recueillis. La première cuite est précoce, autour de 12-13 ans, liée à un souvenir de voyage scolaire ou de déplacements sportifs : « comment dire, dans le rugby on est très proche, on a un esprit de famille, on est tous des amis...et on fait la fête, après le match...et moi ma première cuite je l'ai prise dans le bus qui nous ramenait, avec les ados, enfin ceux qu'on appelait les ados à l'époque et qui devaient avoir 16 ans, moi j'en avais 12 ».

Le jouisseur décomplexé boit lors de rassemblements entre pairs où tout semble organisé autour de l'alcool : « On peut tomber 2 bouteilles d'alcool à 3, vodka, téquila, whisky, bière, pastis, rhum... ».

Ces adolescents décrivent des sorties fréquentes où tout devient prétexte à la beuverie, autour de jeux favorisant la prise d'alcool. Ils parlent tous de leur ivresse avec une certaine exaltation, se complaisant même dans le récit des débordements du corps :

- “ « Je vomis avant de rentrer chez moi »,
« Dans une fête réussie tout le monde vomit »,
« Je me suis souvent retrouvé par terre dans mon vomi »,
« On m'a ramassé par terre ».

Les mots sont assez violents pour décrire leurs excès ou les souillures qu'ils racontent avec fierté, tirant même une certaine gloire des comas éthyliques qu'ils ont pu connaître : « j'avais tellement bu que je me suis retrouvé à l'hôpital », « le trou noir, le coma, sacrée soirée ».

La notion de coma apparaît presque comme un curseur de réussite : « c'était la meilleure soirée du siècle, j'ai failli faire un coma ».

On peut retrouver selon les adolescents les expressions suivantes : « j'ai déjà fait », « je suis déjà allée à l'hôpital », « j'ai fait plusieurs comas... ».

On ne compte plus les anecdotes où les copains finissent mal, dans le camion des pompiers, à l'hôpital, aux urgences. Mais loin de tirer une expérience de ces épisodes, ces souvenirs semblent les amuser. Aucune limite n'est recherchée, c'est le tout pour le tout, le boire pour boire : « Je me fixe aucune limite, vraiment aucune ».

L'alcool apparaît comme obligatoire :

- “ « Avec l'alcool on s'amuse mieux, on se défoule, on peut rien faire sans alcool, c'est triste »,
« On est plus libre, on est moins gêné, on se sent plus libre quand on a bu »,
« Si n'y a pas d'alcool ce n'est pas une fête ».

La figure de l'ivrogne ne sert pas de repoussoir, on s'en qualifie, titre de reconnaissance entre jouisseurs décomplexés : « tu vas voir, lui c'est un vrai ivrogne, pas comme toi, il est capable de se vider ses trois bouteilles dans la soirée », « moi je suis un vrai ivrogne, l'ivrognerie ça me connaît, avec moi no limit ».

Le rythme semble soutenu pour ces fêtards : tous les week-ends, les samedis. Ils sont à la fois assez lucides pour reconnaître leurs excès : « Y en a qui sont plus raisonnables que nous...ça c'est sûr » et de les banaliser comme une routine ordinaire sans

conséquences : « J'ai beau boire et fumer, ça me fait rien du tout au corps, quand je bois, 2 heures après je suis normal ».

On boit mais on garde une certaine défiance pour tous les autres produits :

- « Bon, boire ce n'est pas grave, de temps en temps, mais fumer je vais essayer d'arrêter ».
- « L'alcool ça à rien avoir avec le shit, ou même avec la cigarette, rien de rien, c'est moins dangereux ».

L'alcool n'apparaît absolument pas comme un problème :

- « L'alcool ce n'est pas une difficulté ce n'est pas grave, il faut bien boire... pour s'amuser ».
- « Mes parents ils disent rien, du moment que je ne fume pas, que je me drogue pas...ils disent tu pourrais sortir un peu moins...par rapport à l'argent ».

L'argent dépensé lors des soirées ne semble pas être un problème :

- « 20 euros par samedi, moyenne, 80 euros/mois ».
- « On met beaucoup pour sortir mais bon...faut bien s'amuser on est jeune, les bals c'est moins cher, on boit du RCL (rosé citron limonade), on peut amener nos bouteilles. La vie et belle ».

Un autre point que nous n'avons pas retrouvé dans les autres récits des adolescents mais qui est très présent chez ces derniers reste la référence aux pratiques sexuelles.

Le langage est cru, imagé, généralement associé aux prises d'alcool :

- « On commence tranquillement la soirée, on repère, on boit, on est chaud et on s'éclate avec les filles qui demandent que ça... ».
- « Faut pas se mentir, dans ces soirées on boit, et avec les filles, on essaye de tirer son coup... ».
- « Faut prendre du plaisir ; de belles filles coquines qui aiment le sexe y en a plein dans les soirées ».

Pour certains le vocabulaire est plus soft :

- « On est un peu timide des fois, surtout avec les filles, alors on boit et après on ose... ».
- « Quand on est un peu bourré et quand une fille nous chauffe et bin on part, c'est-à-dire qu'on a une relation sexuelle basée là-dessus... ».
- « On parle un peu de tout, de ce qu'on fait, du sport, et surtout comme on est jeunes, on parle

surtout des relations sexuelles, des questions sexuelles...à quel âge on a pu le faire, si on se protège ou pas, si on a fait le test VIH ; si les filles elles prennent la pilule et le préservatif, si elles ont un stérilet, comment ça se passe »

Les filles ne sont pas en manque elles aussi d'histoires mettant en scène des garçons, des « beaux gosses », La virilité est aussi une valeur revendiquée dans ce groupe à travers les mots du boire :

- « Il faut savoir tenir l'alcool ».
- « Boire comme un homme ».
- « T'es pas un pédé, tu vas boire ton verre comme tout le monde ».
- « Ça ce n'est pas de l'alcool pour les filles ».

On n'a pas peur de la violence ou de l'affrontement, d'ailleurs des scènes de bagarre sont souvent décrites.

La violence est présente, même chez les filles :

- « Moi quand je bois je ne supporte pas qu'on m'emmerde alors je tape dans le tas ».
- « Je me suis retourné et je n'ai même pas vu si il était gros, petit que paf mon point, faut que je fasse gaffe un jour ça va me revenir (rires)... ».

En réalité, cette forme de virilisation des conduites, corps et langage, passe par les mêmes codes du boire et du boire viril, beaucoup, sans limite, sans façon, à la bouteille.

Leur perception du phénomène repose sur le plaisir, la jouissance immédiate. C'est pour cela que l'alcool n'apparaît absolument pas comme un problème :

« On s'en fout de ce qui va arriver, enfin on ne pense pas à demain, on s'en fout des conséquences, on veut juste profiter ».

Si on insiste un peu sur les risques, nous provoquons alors en réaction une provocation et un beau slogan :

« Vive l'alcool, la gueule de bois et la défonce, faut s'amuser ».

3. LE RAISONNEUR-RAISONNABLE, L'HÉDONISTE MODÉRÉ.

“ On boit mais on est raisonnable ” Faut boire mais avec modération ”

Profil : le raisonneur raisonnable peut être aussi bien un garçon, qu'une fille. Nous sommes ici dans une parité des usages et des pratiques, seule catégorie où nous retrouvons une égalité de genre. Ce sont des lycéens, plutôt en 1ère en section générale. On retrouve une surreprésentation de filières S ou ES. Ils habitent plutôt le centre-ville. Leurs sorties se font plutôt dans des soirées privées, appartement des parents, maison de campagne. Leurs parents exercent des professions libérales ou travaillent dans le milieu du social ou encore culturel. Ces lycéens envisagent tous de poursuivre des études dans des filières nécessitant une entrée par concours (architecte, école de commerce-management, ingénieur du son...).

Age : 17 ans

Perception du phénomène : l'alcool n'est pas un problème tant qu'on est raisonnable et que l'on connaît ses limites. Savoir se limiter, ne pas en abuser.

Positionnement affiché : il faut apprendre à consommer et à être raisonnable. Il faut boire modérément. La raison plutôt que la déraison de l'excès.

Cette troisième figure est la plus nombreuse de la population enquêtée. Elle représente presque 50% des adolescents interrogés. C'est la plus caractéristique sans doute du « boire jeune ». C'est celle d'une jeunesse ordinaire, qui inscrit sa consommation dans des pratiques festives et qui déclare maîtriser son alcoolisation, qui la « raisonne ».

« Savoir se limiter pas en abuser », ils y arrivent parfois, souvent, mais les récits et les observations montrent qu'ils n'y réussissent pas toujours. Nous les avons nommés les raisonneurs, ceux qui maîtrisent suffisamment le verbe pour aimer parler, se raconter, se confronter au discours de l'adulte et tenter de raisonner l'irraisonnable.

Raisonner l'excès, contrôler la fête, maîtriser son plaisir et ses émotions. Ils en appellent systématiquement à la raison, au contrôle, à l'ordre, à la maîtrise :

“ « Je sais me contrôler ».

« Je m'interdis de boire dans la semaine je ne bois que le week-end end, moi je suis un addict du week-end ! Je me dis c'est le samedi faut faire la fête mais self-control ».

L'ivresse est recherchée à condition qu'elle soit maîtrisée elle aussi, on s'arrête avant... Avant le débordement du corps qui est jugé comme un manque de tenue, un manque de maîtrise, une maladie : « On va pas boire pour se rendre malade ». On sait se tenir, s'amuser, boire, se lâcher jusqu'à un certain point, sans toutefois renoncer au contrôle de soi. La condamnation morale des buveurs excessifs,

des autres adolescents, ceux que nous avons nommé les « jouisseurs décomplexés » par exemple, est sans appel. La frontière est réelle entre ceux qui savent boire, bien boire, qui prennent du plaisir à goûter, et ceux qui ne sont pas « clean », qui boivent n'importe quoi, n'importe quand, n'importe où. Leurs propos sont particulièrement durs à l'encontre de ceux qui ne font pas partie de ce monde raisonnable. On pourrait même déceler un discours extrêmement normatif et vertueux sur la perception du bien boire et du bon consommateur qui contraste assez avec l'image d'ouverture et de tolérance affichée par ces adolescents.

L'entre soi est une valeur recherchée, les soirées se passent au domicile, sur cooptation, gage d'un contrôle de l'environnement et donc de sécurité. On pourra plus facilement se laisser aller, on cherche à optimiser et à maîtriser les risques :

“ « Quand on boit dehors je n'ai pas envie de me bourrer la gueule il faut que j'ai un endroit secure pour dormir »,

« Si on sort je ne vais pas prendre le risque de me mettre en mini-jupe, faut assurer ».

On partage les mêmes valeurs, les mêmes codes, la même vision de la fête. On n'est pas contre la prise d'autres produits, le shit arrivant en tête, mais à condition de respecter les conditions d'usages liées à une temporalité spécifique.

Là aussi, il y a une bonne manière de consommer, des lieux, des moments pour : « Le shit c'est plus en petit comité, entre potes, on ne fume pas forcément en soirée »..

On ne consomme pas n'importe où, n'importe quand, avec n'importe qui. Il y a des soirées sans alcool, ce qui n'était pas ouvertement dit il y a quelques années. Notons qu'il s'agit bien d'une fête au singulier, rares sont ceux qui ont utilisé le pluriel pour parler de ces soirées.

« On peut faire une soirée avec un peu de vin, on ouvre une bouteille, on discute toute la soirée, c'est une soirée cool »

Bien sûr nous retrouvons l'alcool consommé massivement. Il s'agit d'alcool dit fort, la vodka arrivant toujours en tête du classement suivis de très près par le rhum, lié à la consommation de Mojitos.

Les cocktails sont très présents dans les récits de ces adolescents, avec une recherche de présentation, verres glacés, tranche de citron... La recherche d'une esthétisation des pratiques est fréquente dans les discours. Certains jeunes évoqueront leur plaisir à boire du vin, « à le déguster, surtout si c'est du bon, un bon millésime », surtout du blanc, mais nous ne serons pas entièrement convaincus par leur parole, surtout lorsque nous observons d'autres pratiques en milieu festif (où le vin n'apparaît pas comme la boisson la plus consommée). Nous verrons plutôt la marque de l'éducation familiale, notamment le souci du père qui souhaite transmettre :

« Si j'aime faire la fête, boire, le goût du bon vin, et des bonnes choses, c'est grâce à mon père, allez, un peu aussi grâce à ma mère, sympa les parents... ».

« Moi mon père c'est un épicurien, il aime la vie et c'est lui qui m'a transmis son envie de connaître le vin »,

« Quand je vais chez mon grand-père il a toujours des vieux whiskies, j'en bois toujours une petite goutte ».

« Le vin ça se déguste, l'alcool ça se boit ».

D'ailleurs ces jeunes recherchent la relation avec l'adulte plutôt qu'ils ne la fuient : « moi j'aime bien discuter avec les adultes, moi je les vois comme n'importe qui, qu'ils aient 16 ou 50 ans ».

Ces adolescents cherchent aussi à se distinguer des autres consommateurs en faisant référence aux marques d'alcool qu'ils privilégient. Le produit est cité par la marque et il est vrai que ce sont des bons connaisseurs :

« On prend du Jack Daniels pour le whisky, ou du Saint James pour le rhum, c'est meilleur et c'est plus sain »,

« J'aime le bon whisky ».

Cela ne les empêchera pas de les mélanger, de les diluer comme ils disent, avec du coca où tout autre diluant. Ce dernier terme est apparu dans tous les récits quel que soit le groupe d'appartenance des mineurs et on peut s'interroger sur le sens qu'il prend lorsque l'on cherche à dissoudre le goût de l'alcool.

Cette esthétisation est presque une ritualisation lorsque l'on s'entoure d'objets, de verres, de bouteilles, d'un cadre mis en scène pour servir de décor à la fête ou encore qu'on utilise ou qu'on essaye d'utiliser les mots de l'expert, de l'amateur :

« On ouvre une bouteille et on goûte, on fait tourner le vin dans un verre et on en parle »,

« On m'a offert une bouteille de blanc pour mon anniversaire, mes potes ils savent que j'aime bien le blanc, je l'ai pas encore ouverte j'attends une occasion, ils ont tous écrit un mot dessus ; c'est un blanc de Nantes je crois ».

« On va pas boire n'importe comment, il faut préparer un peu, des verres, on déco, on pense à ce qu'on va acheter, on prend pas du premier prix, moi je prends comme mes parents, comme ça je me trompe pas. Des fois c'est eux qui me conseillent ».

Simple jeu de mise en scène de soi ou stratégies conscientes de distinction ?

Ce qui pourrait nous aider à trancher c'est leurs manières de se définir comme raisonnables :

« Je suis hyper raisonnable, ce n'est pas comme certains qui ne se contrôlent pas ».

« Moi je fais attention, je fais vachement gaffe à ce que je bois dans une soirée, je m'autorégule »,

« Comment je pourrais dire... je m'auto-self control ».

« Il faut boire pour s'amuser mais pas trop pour rester raisonnable quand même, clean. ».

« Moi je bois pour m'amuser, mais je ne vais pas boire si ce n'est pas pour m'amuser, je ne vais pas boire avant d'aller en cours, avant un examen, je ne suis pas ceux qu'on voit... ».

Le jugement condamne. Il y a nous et eux :

- « Je n'ai pas envie de devenir un alcoolique »,
- « Boire pour vomir ça sert à rien »,
- « Le moment critique où il n'y a plus de limite c'est quand les mecs ils vont vomir, ceux-là ce n'est même pas la peine ».

La limite est fixée par la nausée : « La limite c'est quand on commence à être saoul », il y a ceux qui savent se limiter (ne pas vomir), ce qui ne prescrit

en rien les quantités d'alcool absorbés, et ceux qui ne savent pas boire.

- « Je dirais qu'il y a ceux qui savent se limiter, ceux qui connaissent leurs limites, pas comme tous les autres qui boivent et qui tombent. Ca je ne peux pas le tolérer. On ne cherche pas à vomir quoi ! Je trouve ça ridicule ».
- « Je ne trouve pas normal qu'à notre âge on puisse tomber après avoir bu une bouteille de vodka ».

4. L'EXPERIMENTATEUR RÉFLEXIF, LE TRANSGRESSIF

« Je bois moins, je fume moins mais d'un côté je prends des amphétamines »

Profil : C'est un jeune lycéen qui poursuit une carrière de consommateur commencé très jeune, à 12 ans avec l'alcool, puis le cannabis. C'est un poly-consommateur avide de sensations nouvelles. Il teste ses limites. Ce n'est pas encore un « teuffeur professionnel » qui décrocherait des normes et s'engagerait dans le monde des free et des raves à plein temps. D'ailleurs il n'exprime pas ce désir. Il est pour l'instant un jeune amateur éclairé, accroché à deux mondes : celui du jour et des potes que l'on retrouve dans les autres catégories et le monde de la nuit, des free, plus marginal. C'est le plus isolé des adolescents, il n'a pas de réel groupe auquel il se rattache. Il fraye entre plusieurs. Ce fait n'apparaît pas comme un problème. Il est scolarisé en terminale. Souhaite poursuivre son cursus de formation en IUT, BTS.

Age : 17 ans ou +

Perception du phénomène : consomme des amphétamines, MDMA, LSD, acides, sous toutes les formes.

Positionnement affiché : l'alcool ce n'est pas trop son problème, il est passé à autre chose, mais c'est un préventeur bénévole.

Cette ultime figure est la plus atypique de notre population d'adolescent. Elle réunit un tout petit nombre de jeunes que nous avons délibérément fait apparaître dans cette étude.

Les récits font apparaître un parcours très tôt de consommateur, douze ans pour la première ivresse, deux ans plus tard pour le premier joint. Ces souvenirs sont marquants et sont associés à des récits de voyage, de « route », avec des copains plus âgés.

Une expérience qui prend valeur d'initiation, d'ailleurs le terme de passeur est employé pour décrire l'adulte qui a acheté les premières bières. La première ivresse, « cuite », est évoquée avec une certaine nostalgie et de nombreux détails. Ce sont les sensations vécues à ce moment-là qui continuent à être recherchées, le fameux « délire »,

cette perte de soi qui prendra sens et qui permettra de mieux se connaître.

Cette trajectoire de consommateur est marquée sur le moment car le produit est consommé pour ses effets : « avant je fumais beaucoup de pétards, beaucoup, beaucoup... une dizaine par jour... maintenant je ne fume plus, vraiment plus... la consommation elle s'est déplacée en fait... je bois et je fume beaucoup moins mais je prends beaucoup plus de produits différents... ».

Ce sont des experts dans la connaissance des produits, des effets, des molécules chimiques qui les composent et dans la recherche de sensations nouvelles. Ils ont une habileté et une certaine capacité à décrire les processus chimiques et les propriétés qu'ils trouvent dans des revues ou sur internet :

« Par exemple ce qui est intéressant dans le LSD c'est ses différentes formes, soit sur des cartons, soit directement la goutte, la micro pointe très violente quoi, la cocaïne c'est différent, comme le fluor amphétamine qui lui est hallucinogène... ».

Ils aiment parler d'eux, des produits et vivent la rencontre avec le chercheur comme un moyen d'accroître leurs connaissances de soi :

« Moi j'aime parler, échanger, surtout avec des psys comme vous, enfin pas des psys comme vous (rires), mais des gens qui peuvent vous apporter quelque chose ».

Ces adolescents aiment exposer et comparer les mérites de tel ou tel produit, ceux qui endorment, ceux qui stimulent, ceux qui provoquent le plus d'hallucinations.

Ils partagent facilement leurs expériences comme s'ils trouvaient dans cette confrontation une justification à ces multiples usages. On ressent du plaisir à échanger, à verbaliser ces sensations, ses émotions, dans le groupe et avec des adultes de passage que l'on s'est choisi, mais aussi entre amis :

« Les soirées entre potes ou on fait que parler, c'est trop »,
« On s'est mis à discuter, sur plein de choses, tout ça en même temps et on buvait ».

L'échange, la parole sur ces expériences, les confier aux autres sont des sortes de retour sur soi : « On a beaucoup discuté, on a même discuté toute la soirée, de nous rien que de nous... (Rires) c'est complètement mégalomanie ».

C'est aussi l'exaltation des sens qui est mise en scène dans leurs récits, la recherche permanente pour rester en état de veille, ne pas passer à côté d'expériences pour être encore plus dans la vie. Tout faire, tout prendre pour continuer cet état de stimulation intense :

« Ce que je cherche moi, avant tout c'est des trucs qui m'énergisent ».

« Maintenant je prends plus d'alcool ou de cannabis ça m'endort complètement, je ne suis plus réactif. C'est pas du tout ce que je recherche dans la fête...Ce que je cherche c'est des trucs qui m'ouvrent, qui me stimulent... surtout les amphétamines, de la MDMA, des acides, du LSD, tout ça... ».

Le besoin de communiquer est mis en avant comme justification de ces consommations :

« C'est difficile de parler avec les gens ».

« Je suis un peu asocial ».

« C'est assez flippant de voir qu'on ne communique pas, prendre 2-3 trucs ça aide à aller vers les autres ».

ZOOM SUR **LA LOI**

[RETOUR AU SOMMAIRE](#)

1. RAPPORT À LA LOI CHEZ LES ADOLESCENTS RENCONTRÉS

L'objectif de cette partie sera de comprendre les perceptions et les répercussions de la loi d'interdiction de vente d'alcool aux mineurs, au travers du discours recueilli.

L'analyse réalisée à partir des entretiens visera à mettre en évidence la manière dont chacun des mineurs se représente les enjeux de cette loi en lien avec leurs pratiques. La méthode employée sera celle de l'analyse des représentations des acteurs au travers des repères normatifs inspirés de Saül Karsz. Les enjeux seront ici compris au sens de l'analyse stratégique, à savoir ce qu'un acteur a à perdre ou à gagner dans une situation donnée.

Pour décoder ces représentations, nous élaborerons une grille d'analyse inspirée des registres normatifs qui met en évidence des repères d'ordres cognitifs, politiques et éthiques... repères qui permettent d'analyser le positionnement d'un acteur relativement à une pratique sociale, ici des mineurs consommateurs de boissons alcoolisées, puis des professionnels de la vente d'alcool. Nous choisirons de présenter les résultats en deux parties, en distinguant les représentations des adolescents, de celles des représentants de la filière alcool.

L'ABSTINENT MILITANT, L'ANTI, LE MORALISATEUR

Nous ne serons pas étonnés de trouver les propos les plus durs, les plus condamnants dans les récits de ces adolescents. Ils déplorent le laxisme ambiant, l'absence de règles et d'application de la loi :

« Ce n'est pas la peine d'aller chercher plus loin, il est là le problème, le problème vient de là, y a pas d'interdiction, enfin elle n'est pas appliquée, c'est comme si il n'y avait pas de loi. C'est ça y a pas de loi, pas de règles ».

« Tout le monde fait ce qu'il veut ».

« La nuit y a pas que les zonards défoncés y a surtout des jeunes biens, qui ont un travail, qui ne sont pas pauvres...des étudiants quoi, ils sont libertins, ils se tiennent pas en fait, ils ne se gênent pas quoi, ils ne se cachent pas, ils ont la bouteille à la main et c'est normal, tout le monde trouve ça normal... Ils boivent, ils fument... Ils sont tous bourrés...et c'est normal, normal, normal».

« Au contraire toi tu bois pas, tu te tiens et c'est toi qui es pas normal ».

« Il n'y a aucun respect de la loi ».

« Tout le monde s'en fout ».

La loi est qualifiée d'inutile, comme d'ailleurs pour tous les autres adolescents, mais avec une expression de regret :

« Elle ne sert à rien, puisque tous les ados achètent de l'alcool ».

« C'est une bonne loi mais qui ne marche pas, c'est bien mais... les parents la détournent, les adultes ».

Ils reconnaissent que cette loi ne sert à rien, tout en revendiquant un Etat plus fort et des mesures coercitives appliquées avec rigueur : « Faut mettre les points sur les i, faut obliger les caissières à vérifier, si elles ne veulent pas et bien on condamne ».

Ces adolescents se retrouvent tous sur le plus de contrôle, d'ordre d'application de la loi :

« Faut plus de police, être plus strict, plus de contrôle ».

« Il faudrait des travaux d'intérêts généraux, un truc pour leur faire comprendre de force quoi ».

« Moi je suis vraiment strict sur ce genre de choses ».

LE JOUISSEUR DÉCOMPLÉXÉ

Ce sont les plus réfractaires à toutes interdictions et s'ils reconnaissent n'avoir aucune difficulté à trouver et à acheter des boissons alcoolisées. Ils sont contre toutes interdictions qui leur donnent envie de passer outre et de transgresser :

- « Moi je trouve ça nul, interdire les open-bars ou les happy-hours je trouve ça dommage parce que ça revient cher de boire ».
- « Oui je bois, je transgresse, j'achète de l'alcool, je suis illégal mais ça me pose aucun problème, si on se fait pas attraper tant mieux pour toi, en plus on risque rien c'est le vendeur qui prendra une amende ».
- « Si on me refuse l'achat parce que je n'ai pas 18 ans et bien je reviens avec un pote de 18 et je nargue le vendeur, alors cette loi c'est du pipeau ».
- « Je vois pas vraiment pourquoi on chercherait à nous faire boire moins, c'est notre vie, faut bien qu'on s'amuse ».

LE RAISONNEUR-RAISONNABLE, L'HÉDONISTE MODÉRÉ

Là aussi leurs propos sont modérés. Ils oscillent entre trouver cette interdiction justifiée, c'est le côté vertueux qui prend le dessus, et l'inutilité d'une telle mesure qu'ils vérifient constamment :

- « On achète de l'alcool quand on veut ».
- « Avoir moins de 18 ans ce n'est pas un problème, faut une bonne tête ».

Et retombent parfaitement dans leur rôle de raisonneur-raisonnable quand ils ajoutent :

- « Ce n'est pas un problème d'interdiction qui va changer quoi que ce soit, c'est juste une question de raison, faut simplement être raisonnable quand on boit ».
- « C'est la raison, ce n'est pas l'interdiction ».

L'EXPÉRIMENTATEUR RÉFLEXIF, LE TRANSGRESSIF

- « Cette loi moi je ne l'ai jamais vue, jamais vue appliquée ».
 - « C'est comme la vente du tabac, ça fait 4 ans que je fume, j'avais 14 ans et on ne m'a jamais empêché d'acheter mes clopes. L'alcool c'est pareil. Dans un mois j'ai 18 ans et bien j'irai acheter l'alcool pour ma sœur (rire) ».
 - « Qu'est-ce que tu veux que je te dise, ça veut tout dire. J'étais en Ecosse l'an dernier, je ne pouvais pas rentrer dans un bar, un pub ».
 - « C'est pas pareil pour le cannabis ».
- Sur la prévention : « la seule chose qui m'a intéressé sur toute la journée prévention c'est le thème des psychotropes ».

REPÈRES COGNITIFS

L'abstinent militant

L'alcool est une drogue. C'est un fléau. Il y a danger. Trop de consommation chez les jeunes et les très jeunes qui s'abîment. Il n'y a pas assez de lois. Tout le monde peut acheter facilement de l'alcool. Pas assez de contrôle. Trop de laxisme. Tout le monde peut faire ce qu'il veut. Engagement militant.

Il faut interdire. Arrêter de boire.

Le jouisseur décomplexé

L'alcool n'est pas un problème. Tout le monde a le droit de boire ; boire est un droit. A quoi bon une loi. L'alcool ce n'est pas une drogue, banalisation du produit, des effets. Boire de l'alcool est un acte normal. La loi ne sert à rien. On ne fait rien de mal, rien de condamnable. On est libre de faire ce qu'on veut, même pour notre santé. Se distinguer des drogués.

Interdire c'est inciter.

Le raisonneur-raisonnable

Ambivalence de position. L'alcool n'est pas un problème en soi, c'est sa consommation mal maîtrisée qui est problématique, donc le coupable est le mauvais consommateur. A quoi bon vouloir pénaliser tout le monde, ceux qui savent boire et les autres ? La loi est mal faite, elle devrait ne pas les concerner, ni les pénaliser. De toute façon il n'y a aucun problème pour acheter de l'alcool. Pourquoi pas une loi, mais une qui devrait favoriser le bon usage, le leur ?

Interdire la vente, c'est impossible.

L'expérimentateur réflexif

Il y a des produits licites et illicites. A quoi bon une loi sur ce qui n'est pas interdit à la consommation ? Aucun problème pour accéder aux produits illicites alors l'alcool ?

Interdire non, réduire les risques, permettre les expérimentations en les accompagnant.

Ce tableau permettra de mettre en évidence les positions différenciées des mineurs, tout en affirmant le caractère d'un interdit qui n'est pas ressenti comme tel.

Tous connaissent l'interdiction visée par la loi, tous disent qu'elle n'est pas effective. Il n'existe aucune difficulté à se procurer de l'alcool, ni pour en acheter.

« Tout le monde le fait, et si tout le monde le fait c'est qu'il n'y a pas de problème ».

Aucun ne ressent le sentiment de transgresser, donc pas de prise de risque. Là aussi, aucun des jeunes consommateurs n'a l'impression de franchir un interdit, juste un léger sentiment « d'arrangement » avec la situation, on s'adapte au contexte.

Il existe chez chacun d'eux un fort sentiment de normalité dans une situation presque routinière, banale, ordinaire.

Le ressenti sera un peu différent avec les autres produits comme le tabac ou le cannabis. Le tabac est vu comme un produit plus dangereux, moins festif, associé à la dépendance. Donc la loi se justifie et elle est approuvée, aussi bien par les fumeurs que par les autres, même si les premiers s'approvisionnent sans difficulté dans les bureaux de tabac.

L'accès et la consommation de cannabis rentrant dans un autre contexte réglementaire n'aura pas été approfondi dans le cadre de cette enquête, même s'il a fait l'objet de récits qui montrent que même chez ces adolescents, les débats sur la légalisation ou la dépénalisation ne font pas l'unanimité.

REPÈRES ÉTHIQUES

L'abstinent militant

Dignité, exemplarité, respect des règles et de la loi, respect de l'interdit moral ou religieux, du corps et de l'esprit, rigueur, maîtrise, responsabilité collective et politique de l'Etat.

L'alcool est un mal, boire c'est mal. Il ne faut pas toucher à ces produits.

Le jouisseur décomplexé

Consommer ce n'est pas une tare, ce n'est pas interdit, c'est normal. On n'a pas à se cacher. On boit dans et pour le groupe. L'alcool participe à la cohésion du groupe, celui qui ne boit pas est exclu.

Recherche du plaisir, de la liberté, se lâcher, aller jusqu'au bout de ses limites, tout donner, se dépasser, assumer, pas d'interdit à part ceux du groupe, se plier à la règle du groupe que l'on s'est choisi.

Mon corps m'appartient, j'en fais ce que je veux, c'est ma vie.

L'individu d'abord.

Boire c'est bien.

Le raisonneur-raisonnable

Condamnation morale du mauvais buveur, celui qui ne sait pas se tenir. Boire ce n'est pas interdit.

La raison plutôt que l'excès.

L'alcool en soi ce n'est ni mal, ni bien, ça dépend du consommateur.

L'expérimentateur réflexif

Sortir de la norme, un peu. La norme c'est l'ennui. L'alcool n'est pas un produit illicite, sa consommation non plus.

Il faut être libre pour se connaître. La transgression et l'excès sont des valeurs positives. La liberté d'expérimenter avant tout. Trop de normes, trop de lois, trop de règlements, trop d'Etat.

La loi c'est la privation des libertés individuelles.

Pour aucun des groupes des consommateurs, l'alcool ne sera perçu comme un problème. Seul les abstinents se prononcent dans ce sens.

Face à ces représentations, l'interdit de la loi ne fait pas sens.

Les significations conscientes et inconscientes des expériences formulées ne font aucunement références aux risques, à la transgression. La transgression n'est même pas niée, elle n'est pas conscientisée. La construction de l'interdit et de la loi passe par une connaissance des règles, un apprentissage des limites. Ici, la règle vise l'interdiction de la vente, non pas de l'achat, et la consommation de l'alcool n'est pas illicite, même pour les mineurs.

Ce qui est permis dans le cadre de cette loi est donc compris, assimilé par des adolescents qui n'ont pas besoin d'aller au-delà de ce qui est donné, ni de s'autoriser ou d'oser la transgression. Ils ne sont pas des vendeurs, ni des responsables ou des patrons de bars. Lorsqu'ils achètent sont-ils coupables d'une activité illégale ? En tous cas, ils répondent par la négative sur ce point et ne jugent en rien leur conduite répréhensive ou condamnable.

S'il faut trouver un responsable, un délit et bien c'est le vendeur qui, lui, transgresse la loi. Cette dernière reste très explicite sur ce point.

Ce positionnement explique assez bien les repères éthiques et moraux qui justifient l'action. L'achat n'est pas un problème, on ne fait rien de mal, rien de répréhensible, il n'y a pas d'interdiction à l'achat, donc l'acheteur, même mineur, est dégagé de toutes responsabilités.

Il y a donc à la fois conscience de l'interdit, la vente, mais négation de sa transgression d'achat. Deux signifiants qui renvoient à la confusion du sens et de la règle.

REPÈRES POLITIQUES

L'abstinent militant

Militantisme revendiqué mais sans engagement officiel dans des associations de prévention jugées trop permissives. Engagement sous d'autres formes, groupe d'appartenance religieuse.

Constat de l'inactivité de l'Etat, des adultes, des parents. Pas assez d'Etat. Pour un Etat fort.

Souhaite s'engager pour la collectivité au sein de l'Etat (pompiers, militaires, marins...)

Le jouisseur décomplexé

Méfiance, voire défiance vis-à-vis des mouvements et des associations de prévention. Refus de l'interventionnisme étatique sous le dictat de la Santé Publique. Entrave à la liberté individuelle. Boire est une pratique individuelle, privée qui ne regarde pas l'Etat.

Prône la liberté d'agir et d'action, l'individualisme, et les responsabilités personnelles, libéral contre le tout Etat, ma santé c'est mon problème.

Le raisonneur-raisonnable

Pour l'intervention d'un Etat modéré, légitimité politique. Pas d'engagement militant, ni collectif mais distanciation avec les 3 autres groupes en reconnaissant à la fois le bien fondé des mesures réglementaires pour les plus fragiles, et la liberté d'agir de chaque individu. Refus de voir l'alcoolisation de tous les jeunes comme un phénomène inquiétant et mise à distance du rôle et de la fonction protectrice de l'Etat.

Respect de la liberté de choix, du libre arbitre, responsabilité individuelle. Un Etat éclairé pour faire respecter les libertés individuelles. Un Etat solidaire pour venir en aide aux plus fragiles.

L'expérimentateur réflexif

Libertaire. L'usage des produits comme forme de subversion à l'ordre. Opposition avec l'interdit, l'Etat qui veut tout contrôler même la fête. Alliance avec des associations free, militantes et le public de teufeurs.

Engagement dans une politique de réduction des risques.

Le concept de loi est d'abord un concept politique. La loi visant l'interdiction de la vente d'alcool a été initiée pour protéger les mineurs de dommages sanitaires et des conséquences en termes de troubles à l'ordre public.

La vision politique du sujet repose sur la « recrudescence inquiétante » de phénomènes d'alcoolisation massive chez les jeunes. Le terme anglo-saxon qualifiant cette conduite est d'ailleurs entré dans notre vocabulaire, il s'agit du « binge-drinking ».

Elle vient se heurter aux repères des adolescents qui ne partagent pas cette vision de leur mise en danger et donc la compréhension de la nécessité d'être protégé. Il ne s'agit pas ici de comprendre le contenu de la loi mais à quoi elle sert. La loi est perçue par eux comme une contrainte et non pas comme une aide, ce qui permet de mieux comprendre pourquoi les mineurs réagissent par sa non acceptation.

Aux yeux de ces mineurs, la loi est relative et on s'arrange avec elle, parce qu'elle est jugée ni juste, ni utile. La peur de la sanction n'est présente dans aucun des récits, sauf dans ceux qui transgressent, les expérimentateurs réflexifs, ceux qui consomment des produits illicites. La peur est liée à l'achat, à la consommation et aux mesures coercitives en cas de contrôle.

L'interdiction de vente d'alcool n'est pas pensée comme juste et elle est mise à distance sans autre considération morale. Ces attitudes ne sont pas récurrentes et la loi est en général appliquée lorsqu'ils en saisissent la portée : ils mettent un casque pour conduire leur scooter, la ceinture dans la voiture (même aux places arrières), ne conduisent pas en état d'ébriété, payent leurs transports.

Paradoxalement, l'intérêt individuel se retrouve plus dans la figure du « jouisseur décomplexé » qui ne rejette pas pour autant le contrôle social ; il est pour les contrôles d'identité aux sorties de boîtes de nuit, pour les contrôles concernant les stupéfiants, pour les contrôles routiers.

Le « raisonneur-raisonné » se retrouve lui aussi dans cette situation et accepte de se soumettre à la règle. Seul le « transgresseur » affichera son opposition à toutes formes de contrôle qui vivra comme inacceptable et une atteinte aux libertés individuelles.

Nous pouvons donc dire qu'une majorité des adolescents rencontrés n'est pas réfractaire à l'autorité, à l'idée de contrôle social et aux lois des adultes. Ils ont plutôt confiance dans une justice qu'ils connaissent peu mais qu'ils vivent comme sécurisante. Ce ne sont pas des contestataires de l'ordre social, ni des rebelles en opposition avec le monde des adultes.

Notons les effets de l'origine sociale, du statut social sur la construction des représentations de la loi et de l'interdit.

La variable localisation géographique et la répartition entre catégorie rurale, urbaine, périurbaine n'a pas été assez concluante pour que l'on puisse en tirer la moindre analyse. A. Percheron pense que le rapport à la loi, à la norme ne dépend pas simplement de la compétence et du système de valeurs des individus, mais de trois éléments : son patrimoine socioculturel, son cursus personnel, les circonstances.

Ce qui nous permet de penser qu'à 16 ans, apparaît le temps des désillusions dans le domaine du juste et du droit. Les premières expériences conduisent à grandir et à se façonner un nouveau regard sur le cadre moral du bien et du mal et de l'autorité.

Nous retrouvons ici nos quatre figures avec quatre attitudes face à l'interdit :

- ▶ La soumission à l'interdit non négociable,
- ▶ La contestation pragmatique du « pas vu pas pris »,
- ▶ L'arrangement distancié du plus grand nombre,
- ▶ La contestation libertaire idéologisée.

Ces différentes conceptions n'ont que peu de choses en commun, ce qui tend à montrer que pour comprendre les perceptions et les pratiques des adolescents, la posture réflexive de chacun est une condition nécessaire à la production d'un savoir pratique.

LES MOTS POUR QUALIFIER LA LOI

Au cours de l'entretien, nous leurs demanderons de qualifier la loi visant l'interdiction de vente d'alcool par quelques mots, associations rapides. L'idéal pour nous aurait été de recueillir deux ou trois mots bien sentis, synthétisant la vision de l'adolescent sur cet interdit.

Quatre grands registres apparaîtront sans qu'ils puissent être en lien avec nos portraits d'adolescents.

Le premier, celui qui rassemble majoritairement nos adolescents, sera le registre de l'inutilité de cette loi. Le mot est lâché, rapide, spontané :

- « Inutile, oui vraiment inutile, elle ne sert à rien, vraiment à rien »,
- « C'est pas mal...mais c'est inutile »,
- « Je ne vois vraiment pas à quoi elle sert, pour moi elle est inutile cette loi »,
- « Vous croyez qu'elle est utile cette loi ? ».

Autrement exprimés, d'autres mots qui renverront également à ce premier sens :

- « Du vent »,
- « Le néant »,
- « Aléatoire, c'est un peu aléatoire, ça sert pas à grand-chose quand même »,
- « Le truc le plus inutile qu'ils aient trouvé ».

L'autre registre arrivant après dans les récurrences des récits est celui du comique lié à la situation :

- « C'est de la rigolade cet interdit, du grand n'importe quoi, tout le monde peut acheter »,
- « C'est du comique », « c'est une blague »,
- « Ça me fait rire cette loi, y en a qui la respecte ? »,
- « Ouah ! Ça me fait peur ! Une loi pour de rire oui »,
- « Ça été voté par qui, par des alcooliques anonymes ».

Puis arrivera le registre du non-respect et du doute sur la valeur de l'interdit :

- « Elle n'est pas respecté »,
- « La loi, c'est le non-respect total »,
- « D'ailleurs ce n'est même pas un interdit »,
- « C'est même pas une loi, personne ne la respecte »,
- « C'est juste une loi pour faire joli, pour faire bien, pour dire ce n'est pas bien de boire et gnanngnan »,
- « Histoire de dire qu'on s'en occupe ».

Enfin le dernier concernera le sens que certains adolescents essayent de trouver à la législation :

- « Ça pourrait être bien mais ... c'est pas top, faut le dire »,
- « C'est plutôt un bien, même si elle ne marche pas vraiment »,
- « C'est un peu incomplet, puisqu'elle n'est pas appliquée »,
- « C'est quand même paradoxal, un peu bizarre, on n'interdit pas la consommation juste la vente »,
- « Peut faire mieux elle est trop facilement contournable ».

LE NIVEAU DE CONNAISSANCE DE LA LOI

Tous les mineurs rencontrés diront connaître la loi, tous sans exception. Pourtant, il nous faudra nuancer ces connaissances en relativisant ce qu'ils croient connaître.

Si en effet tous disent qu'ils savent, il nous restera à évaluer ce degré de connaissance. Par exemple, à l'évocation de l'interdiction ou la réglementation des happy-hours et des open-bars, aucun ne semblera savoir ce dont il s'agit.

Ce qu'ils ont acquis et bien intériorisé, c'est le fait que la vente de boissons alcoolisées est interdite aux mineurs et donc que normalement ils ne peuvent en acheter.

Là où la situation se complique un peu, c'est sur la confusion entre l'achat et la vente. Certains nous diront :

- « Oui je sais qu'on n'a pas le droit d'acheter et de consommer de l'alcool »,
- « On n'a pas le droit d'en vendre et d'en consommer avant 18 ans »,
- « Oui je crois qu'on n'a pas le droit d'en acheter, je ne sais pas trop si c'est acheter ou vendre qui est interdit par la loi »,

D'autres rajoutent que ce qui est interdit c'est de boire dans la rue. D'autres ne savent pas bien si la bière fait partie de cette interdiction, d'autant plus qu'on ne leur en a jamais refusé l'achat :

- « La bière je ne sais pas trop...on n'a jamais de problème pour prendre une bière en terrasse, ça personne nous a jamais dit non ».

Beaucoup de confusion amplifiée par la réalité :

- « La loi sur l'alcool je ne l'ai jamais vue en fait, parce qu'on ne m'a jamais interdit, y a pas de conséquences, j'achète un peu comme je veux »,
- « Je sais que c'est interdit pour les moins de 18 ans, mais bon j'ai jamais eu de problème ».

Lorsqu'on essaiera de mesurer leurs connaissances sur les risques encourus lors de ces épisodes, ils avoueront alors ne pas savoir les conséquences. Comme leur perception de l'achat n'est guère perçue comme un acte de transgression, ils n'envisagent pas de sanction.

Ils se souviendront de leurs tentatives d'achat, alors plus jeunes, soldées par des échecs (vers l'âge de 14-15 ans)

Nombreux sont ceux qui expliqueront qu'aujourd'hui encore, ils se présentent à la caisse des surfaces de vente et qu'ils espèrent passer sans montrer leur pièce d'identité. Cette pratique sans risque, aléatoire certes, mais sans conséquence en termes de sanction est très fréquente :

- « Quand je vais acheter de l'alcool, des fois ils disent oui, des fois ils disent non. Qu'est-ce que je risque ? Si ils me demandent ma carte je dis que je l'ai pas et là aussi des fois ça passe ».

Notons que dans les récits cette loi semblera être appliquée, notamment dans les surfaces de vente, en fonction de l'âge présumé de l'acheteur. Nous retrouverons souvent une limite qui, pour la plupart, s'inscrira au dessous de 16 ans :

- « A 14 ans on ne passait pas, on nous demandait la carte »,
- « L'an dernier c'était plus souvent qu'on me demandait mon âge »,
- « L'âge c'est important, moi je me rappelle que si, on n'avait pas de carte pour prouver et bien on ne passait pas. Maintenant à 16 ans no problem, je fais plus vieux »,
- « Même si on te demande ta carte on te laisse rentrer...16 ans c'est le minimum, si tu fais trop jeune ils disent non. Ils regardent la tête, comment t'es habillé moi je n'ai jamais eu de problème ».

Certains, notamment le groupe des « abstinents-militants », jugeront sévèrement la faible portée de la loi : « certaines caissières elles voient des gamins de 16 ans elles ne demandent même pas les cartes d'identité, elles vont laisser passer. Pourquoi ? Parce que les jeunes sont des grands consommateurs d'alcool, ça se voit. Et donc tant que ça peut faire marcher l'entreprise, on ne voit que le côté économique plutôt que la loi ».

Il semblerait, mais restons prudents sur ce fait, que la loi visant l'interdiction de vente d'alcool aux mineurs semble effective uniquement en mobilisant consciemment ou inconsciemment un registre symbolique (qui aurait dû disparaître mais qui semble encore bien fonctionner), celui des moins de 16 ans.

Ce que certains mineurs partageront en nous faisant remarquer que 16 ans est un âge auquel il semble légitime d'acheter l'alcool légalement : « pourquoi 18 ans, pourquoi pas 21 tant qu'on y est, 16 ans c'est bien, je ne dis pas ça parce que j'ai 16 ans, mais à cet âge on commence à savoir ce qu'on fait ».

2. LES STRATÉGIES DE CONTOURNEMENT OU COMMENT LES MINEURS « S'ARRANGENT » AVEC L'INTERDICTION

Nous dégagerons deux grandes stratégies pour obtenir de l'alcool :

- La première concerne l'achat direct, celui qui est prohibé par la loi.
- La deuxième, l'acte qui consiste à se procurer des boissons alcoolisées, avec l'aide d'un tiers (et qui échappe à tout encadrement législatif).

Si nous marquons cette différence, qui a pourtant la même conséquence, la consommation d'alcool par des mineurs, c'est pour distinguer nettement ce qui est un interdit, la vente d'alcool, à celle de pratiques qui échappent à la loi.

Le rôle des tiers, toujours des adultes, dans cette dernière dynamique ne sera pas sans conséquences dans le brouillage du sens de la loi, dans l'affaiblissement des règles, puisque ce sont ces derniers qui joueront le rôle principal du complice, voire de l'unique transgresseur. En effet, dans cette situation, l'achat se fera par procuration avec le plein consentement de l'adulte et pour la plus grande satisfaction du mineur.

L'achat direct :

► Les lieux plébiscités par les adolescents seront principalement des petits commerces, décrits comme des lieux privilégiés d'achat, sans trop de contrôle, contrairement aux grandes surfaces où les vérifications d'identités semblent plus fréquentes. Les « bonnes » adresses circulent dans le milieu des adolescents, celles où le gérant ferme plus facilement les yeux, celles où la caissière est une amie, celles ouvertes une partie de la nuit et qui acceptent systématiquement la vente.

Là aussi, nous vérifierons de visu ces informations et noterons le nombre impressionnant de jeunes venus s'approvisionner en « munitions » pour la soirée, notamment celle du jeudi ou du samedi soir :

« Là il y a un vendeur, c'est un petit magasin et tu peux lui acheter tout ce que tu veux quoi. Tu lui prends 15 bouteilles il ne te demandera jamais ta carte d'identité et donc ça ce n'est pas un problème l'achat ».

« Autrement place X y a une petite rue parallèle et là aussi tu peux acheter ».

« La vieille qui tient l'épicerie du village, elle s'en fout de l'âge, ce qui compte c'est son fric, et je peux vous dire que certains soirs c'est pas mal ».

« On dit qu'on a 17 ans, ils disent OK mais vous ne dites pas où vous avez acheté les bouteilles ».

► On notera aussi le fait que les adolescents insistent sur le rôle actif et complice de certains vendeurs qui leur demandent de sortir discrètement de leur magasin, en cachant si possible les bouteilles d'alcool et de ne pas dire leur provenance :

« Ils nous donnent des sacs, ils font bien attention qu'on mette les bouteilles dans un sac, ce qui leur importe c'est de gagner de l'argent et qu'on ne se fasse pas prendre avec les bouteilles ».

« Ils mettent automatiquement ce qu'on achète dans des sacs comme si on ne devait pas savoir qu'il y a des bouteilles dedans ».

► Les grandes surfaces seront décrites comme des lieux plus problématiques, plus contrôlés, plus aléatoires et les adolescents développeront d'autres techniques parallèles pour ne pas courir le risque de repartir à « sec » :

► Les détournements d'identité qui consistent à gommer sa véritable date de naissance sur des cartes scolaires :

« On a des cartes de lycéen, distribuées au lycée, qui sont pré-tamponnées, où tu ajoutes ta photo, tu mets ton nom, ton adresse, enfin tu remplis toutes les informations ; c'est une carte qui est distribuée comme ça, donc elle n'est pas nominative, donc tu peux mettre ton nom, t'es pas obligé de le changer par contre tu peux changer ta date de naissance et vu qu'elle est tamponnée les gens ils croient que c'est vrai, donc nous, mes potes on est nés en 96 mais on a tous une carte où on est nés en 93 ».

« Moi j'ai une petite technique, j'ai une carte de bus annuelle avec ma date de naissance, 94, et avec un compas j'ai gratté le numéro et voilà ça fait 91, et j'ai 19 au lieu de 16 ».

► Les stratégies de face qui permettent à certains adolescents de croire qu'ils se vieillissent en forçant leur voix, en sortant les épaules, en continuant une fausse conversation au téléphone, en évitant de soutenir le regard de la caissière, etc. Sont-elles vraiment convaincantes

ces techniques racontées comme infaillibles ? Dans le pire des cas, la bouteille sera reposée et l'adolescent piètre acteur, trouvera d'autres systèmes plus performants.

Mais, la stratégie la plus adaptée passe par la procuration, celle qui consistera à demander à un client, jugé sympathique, « cool », d'effectuer l'achat ou en étant accompagné par un majeur.

L'achat par procuration :

► Le repérage du « client-pilote » nécessitera des compétences relationnelles telles que la lecture sociale de la situation. Il faut qu'il soit jugé cool, mais pas trop, qu'il accepte sans condition, spontanément, sans discussion pour ne pas attirer l'attention, qu'il ne soit pas jugeant et qu'il paraisse suffisamment digne de confiance pour lui confier le montant des achats.

Pour avoir suivi un petit groupe d'adolescents à l'intérieur d'une enseigne de centre-ville, nous avons pu constater l'efficacité de ce moyen très opérationnel.

« 17h30, sortie du lycée situé à proximité de cette enseigne. Veille de vacances de printemps.

Il fait beau, la place qui jouxte le magasin est noire de monde. La soirée se prépare pour fêter les prochains 15 jours de vacances. Les adolescents attendus arrivent, heureux de nous montrer une activité dont on a parlé la veille et qu'ils considèrent comme banale.

On rentre et nous constatons que la porte automatique est en partie cachée par une grande affiche publicitaire vantant les mérites d'une marque de vodka. Les adolescents sont déjà au rayon alcool. Ils font leurs comptes aux centimes prêts, 3 bouteilles, dont 2 d'alcool, puis se lancent dans le repérage du futur complice, « le passeur ». A cette heure, le magasin est rempli de jeunes étudiants, le choix s'effectue rapidement, un jeune couple (23-25 ans ?) qui se dirige vers les caisses.

« Bonjour, c'est l'anniversaire de mon pote ce soir, vous pouvez nous passer ces 2 bouteilles, ça serait super sympa, trop cool » – « pas de problème, on comprend nous aussi on a été jeunes et on aime faire la fête ». Echange rapide de la monnaie, les adolescents se rendent à une caisse avec la bouteille de jus de fruit, suivis par le couple. L'opération n'aura nécessité qu'une dizaine de minutes et selon les jeunes elle se renouvelle fréquemment.

► Le majeur caution du groupe : un autre moyen consistera tout simplement à se faire accompagner par un comparse majeur, ami, grand frère ou grande sœur. Ce dernier pourra prouver son identité et sa majorité et passera ainsi les quantités d'alcool souhaitées.

► Le parent qui prendra commande en vue d'une soirée, qui effectuera l'achat tout en recommandant de ne pas abuser et de se montrer modéré. Cette forme d'achat effectuée par les parents sera très souvent citée par les adolescents :

« C'est surtout les parents qui vont acheter »,
« Moi ma mère elle est cool, elle sait que je suis sérieux, je lui demande de me prendre 1 ou 2 bouteilles et ça ne lui pose pas de problème »,
« Moi mon père il me dit d'aller prendre une bouteille à la cave ».

On trouvera également ici l'argent donné pour l'achat, forme de reconnaissance implicite et d'autorisation de transgression de la loi.

► Enfin, terminons cette partie par « l'emprunt », qui consistera à prendre discrètement dans le bar familial ou dans la cave, la bouteille d'alcool en espérant que l'on ne remarquera pas le manque :

« On mettait de l'eau au fur et à mesure dans la bouteille de vodka et puis un jour ma mère elle sert un verre à un invité et là, aïe, elle a compris ».

LES RESPONSABLES D'ENSEIGNES ET DE MARQUES

1. LE POSITIONNEMENT DES PROFESSIONNELS

L'objectif de cette partie sera de cerner le positionnement des professionnels rencontrés vis-à-vis de cette loi ainsi que leurs réticences et contraintes (qui peuvent amener au non-respect de la législation).

Cinq professionnels seront rencontrés. Trois pourront être considérés comme des acteurs directs de la vente d'alcool, ce sont des patrons de bars, alors que les deux autres auront une position un peu particulière, puisqu'ils sont les représentants d'une célèbre marque de whisky (leur rôle consiste à animer des soirées à thèmes, à distribuer des goodies, à distribuer de l'alcool et donc à favoriser indirectement les ventes - nous les nommerons les alcooliers).

Nous analyserons chacun de leur discours avec le même principe méthodologique que pour les mineurs, en cherchant les stratégies et les points de vue des acteurs impliqués. Ces repères permettront de mettre en évidence les représentations relatives aux enjeux de la vente d'alcool aux mineurs.

REPÈRES COGNITIFS

Patrons de bar

- « C'est un fléau ».
- « C'est un mal français ».
- « C'est de pire en pire. Ils ne consomment plus dans les bars ».
- « On les voit dehors avec leur pack de bières ».
- « Ils se mettent minables dans les apparts ».
- « Ils ne pourraient pas faire ce qu'ils font dans un bar ».
- « Moi je suis à côté d'un supermarché et bien je vois bien, on les voit arriver avec leur pack, avec des bouteilles d'alcool de mauvaise qualité ».
- « Il n'y a pas de mineurs chez moi, pas à ma connaissance ».
- « C'est très très rare qu'ils viennent consommer dans les bars ».
- « La bière ce n'est pas comme si... ».
- « La bière ce n'est pas vraiment de l'alcool, enfin si, mais... ».
- « Ce n'est pas là où cela se passe ».

- « Les comas éthyliques ils sont dans les appartements ».
- « Des jeunes ivres dans les rues ».

Alcooliers

- « C'est des jeunes il faut bien qu'ils s'amuse ».
- « Les gamins se lâchent c'est normal ».
- « Il ne faut pas dramatiser la situation ».
- « L'alcool c'est dans les mœurs ».
- « Tout le monde boit c'est normal ».

REPÈRES ÉTHIQUES

Patrons de bar

- « C'est la faute des parents ».
- « Il faut boire modérément ».
- « Les jeunes ils ne savent plus boire, plus faire la fête ».
- « La loi c'est bien, c'est un bien, c'est plus qu'un bien mais... (c'est pas nous) ».
- « L'alcool ce n'est pas de la drogue, boire ce n'est pas le mal ce n'est pas interdit, on est en France quoi ! ».
- « Ce n'est pas notre faute ».
- « On n'est pas responsable, c'est l'autre, les autres ».
- « L'interdiction de fumer à l'intérieur c'est vraiment bien ».
- « La modération, donc incitation à consommer avec modération ».
- « On reste quand même des commerçants : d'un côté y a la vente de la marchandise et de l'autre on ne peut pas savoir si ils sont mineurs ou majeurs ».
- « On est influencé par les VRP des marques : Stratégie marketing : Ricard très fort, 6 cartons de 12 bouteilles donc 72 bouteilles de 51 j'avais un blouson en cuir Eden Park ».
- « La bouteille elle va coûter 10-12 euros dans un supermarché, bon vous en avez plus que dans un bar pour ce prix vous n'avez pas 2 verres ».
- « On n'est pas coupables ».
- « On n'est pas responsables ».
- « Les coupables c'est les supermarchés, les stations-services, les p'tits arabes... ».

« Ce sont les parents ».
« Il faut expliquer aux parents qu'il faut qu'ils s'occupent de leurs enfants ».
« Ce n'est pas notre faute, ce n'est quand même pas notre faute ».
« On ne sert pas d'alcool le matin, ils sortent de boîte ».
« Faire boire des mineurs c'est pas super intéressant, ce n'est pas une clientèle super intéressante, déjà au niveau financier tu ne peux pas les fidéliser ».
« On ne vend pas d'alcool aux mineurs, la loi est respectée, c'est naturel ».

Alcooliers

« On s'arrange avec le cadre législatif ».
« L'alcool ce n'est pas le mal absolu quand même, ce n'est pas une drogue ».
« L'important c'est de rester dans le cadre »
« Il faut apprécier le bon produit ».
« Il ne faut pas boire si on conduit ».
« C'est une norme ».
« Nous on vend de l'alcool de qualité ».
« En France on essaye toujours de détourner un peu la loi, c'est français ça ».
« Si on boit on ne conduit pas ».
« Responsabilité personnelle, si l'être humain à envie de s'autodétruire, qu'est-ce que vous voulez faire ? ».
« Contournement de la loi : on offre des goodies et de l'alcool, on organise des dégustations c'est à cause de la loi de Evin, on est obligé d'être dans des espaces privés ».
« Petites cartes, on n'a pas le droit de distribuer de l'alcool si les gens n'ont pas ces petites cartes, autrement c'est considéré comme des open-space et c'est interdit ».
« Boire avec modération faut apprécier ».

REPÈRES POLITIQUES

Patrons de bar

« La loi ne peut rien ».
« Ce n'est pas vérifiable ».
« On n'est pas des flics ».
« Libéralisme ».
« La dénonciation de ceux qui vendent ».
« La loi n'ira pas contre la fête, la convivialité ».
« Pas de changement après l'application de la loi interdisant la vente d'alcool ; les mineurs se débrouillent toujours ».
« Interdire la vente d'alcool dans les bars ok, mais rien n'empêche les mineurs d'aller au supermarché, dans les stations-services, d'aller n'importe où acheter de l'alcool, ou piquer dans la cave de ses parents ».
« La loi je la trouve un peu logique, mais après il faudrait qu'elle soit respectée dans les grandes surfaces et on peut toujours envoyer un plus vieux acheter de l'alcool ».
« Impuissance de l'Etat ».
« Il faudrait leur demander la carte d'identité, on n'est pas la police ».
« C'est difficile de dire je ne sers pas ».
« Cette loi c'est comme pour les cigarettes »
« Moi je ne suis pas là pour faire la police est demander des pièces d'identité ».

Alcooliers

« On ne peut pas vérifier si il est majeur ou pas, c'est au feeling, il est le mineur il a de la barbe ou de la moustache ».
« Liberté d'action ».
« La loi n'ira pas contre la fête, la convivialité ».
« Les stratégies marketing : si vous voulez des réponses honnêtes tout le monde dit que le Pastis ne se vend plus, pourtant l'an dernier ils ont lancé une vaste opération le « 51 piscine », c'est-à-dire qu'ils mettent des immenses verres avec un pastis plein de glaçons ...mais bon voilà, c'était l'an dernier...pour les alcooliers maintenant le chiffre d'affaire c'est les supermarchés (avant on passait 8, 10 bouteilles de Ricard par semaine, maintenant c'est une par mois) ».

2. SYNTHÈSE DES POSITIONS

Les professionnels reconnaîtront tous qu'il existe bel et bien un problème « alcool et jeunes » qu'ils illustreront avec de nombreux exemples pris dans la presse ou à travers des observations personnelles liées le plus souvent à des ivresses dans l'espace public.

Ces scènes d'alcoolisation festives seront décrites avec de nombreux détails, comme celles d'ailleurs qui se déroulent dans des espaces privés, dehors, ou en dehors des bars. Les bruits, les traces laissées par les jeunes fêtards permettront de mettre à distance leur responsabilité en tant que vendeurs d'alcool, puisque leur lieu sera présenté comme :

- « professionnel »,
- « non problématique »,
- « sécurisant ».

Cela reviendra à dire : « vous voyez bien, ça ne se passe pas chez-nous ».

Certains gérants nous confieront également l'apparition de nouvelles pratiques déroutantes : « les jeunes ils viennent, ils sont 5-6, ils ont un sac de sport au pied de la chaise et ils remplissent les verres avec la bouteille qu'ils ont amenée. Tout le monde connaît cette pratique, elle est difficilement décelable, c'est en terrasse c'est plus difficile en salle ». Là aussi cet exemple viendra démontrer que pour les gérants de bar l'ivresse est provoquée par l'achat d'alcool dans les grandes surfaces.

Dans un premier temps, tous les gérants de bars déclareront respecter la loi, la trouver positive, position défensive avant de passer à l'attaque et de montrer qu'ils ne sont pas tellement concernés par ce problème puisque l'achat d'alcool se fait ailleurs.

Ces professionnels se sentent également trop souvent désignés comme les coupables idéaux, alors que les jeunes ne consomment plus chez eux. Ils ne comprendront pas trop cet « acharnement » contre leur profession alors que « d'autres » continuent « à vendre sans aucune modération, et surtout sans aucun contrôle ». Ils montreront du doigt les épiceries de nuit, les supermarchés, qui selon eux, sont les principaux fournisseurs de boissons alcoolisées. Ils regretteront alors un manque de contrôle et de surveillance dans ces lieux de vente et ressentiront un sentiment d'injustice devant une loi qui les désigne comme responsables et coupables... d'où leur justification marquée pour se présenter comme respectueux d'une loi visant les mineurs

tout en se dédouanant « d'une faute » potentielle en déclarant que leur établissement n'en reçoit pas.

Là aussi, ces responsables d'enseignes seront assez prompts pour se dégager de toutes responsabilités en désignant d'autres « coupables », les établissements situés dans des quartiers étudiants, ceux portant l'étiquette spécifique « bars de nuits jeunes » et tous les autres lieux festifs échappant aux commerces privés. Ce dernier point est important puisqu'il reviendra comme un leitmotiv et visera plus particulièrement les associations, les bureaux de vie des étudiants, les comités des fêtes et toutes autres organisations vendant de l'alcool le temps d'une soirée. Ces lieux sont décrits comme des lieux sans contrôle, des lieux d'orgie où l'alcool est consommé sans aucune modération, à des prix battant toute concurrence.

Nous percevrons quand même, derrière ces discours vertueux, le souci de s'élever contre des pratiques qu'ils vivent comme une forme de concurrence déloyale, avec le souci premier de défendre leurs marges et la rentabilité de leurs établissements : « Que voulez-vous nous sommes d'abord des commerçants avant tout ».

Un autre point semble important, celui du contrôle de l'âge du jeune consommateur.

Si tous diront ne pas avoir de mineurs dans leur clientèle et donc de ne pas avoir de problème à faire respecter la loi, cet argument sera vite balayé par une observation rigoureuse des lieux : des jeunes sont présents, attablés en terrasse devant des bières. Certes, ils ne représentent pas la majorité de la clientèle, mais leur présence est bien visible d'autant plus qu'ils sont en groupe.

Quels sont les critères retenus pour juger de l'âge des consommateurs ?

Question bien embarrassante si on en croit les explications des vendeurs qui reposent uniquement sur la perception de la situation, autrement dit sur le faciès. Ce seul critère totalement subjectif suffira à autoriser ou à interdire la vente d'alcool (qui se résume le plus souvent à une bière en terrasse).

Des propos synthétiseront assez bien ce qu'ils pensent de la situation : « une bière ce n'est pas tout à fait de l'alcool, on ne peut pas vraiment être sûr qu'ils sont majeurs, on ne va pas quand même pas leur demander une pièce d'identité, ce n'est pas chez nous qu'ils s'alcoolisent, alors on ne va pas trop compliquer la situation ».

Fin d'après-midi, à l'heure dite de l'apéritif. Une terrasse de café de centre-ville. Le temps est propice à un arrêt. Nous prenons place, notre position permet une observation de toute la terrasse. L'établissement est un lieu connu et reconnu depuis des générations, hype, selon la terminologie des plus jeunes. Des groupes d'adolescents sont présents, c'est le bar, leur bar, lieu de rendez-vous. Des consommations sont posées en face de chacun d'eux. Des demis, un café, des sodas, une jeune fille boit un mojito, nous essayons consciencieusement de leur donner un âge. Appartiennent-ils à notre corpus, des moins de 18 ans et au plus de 15 ? Quel âge peuvent-ils avoir tous ces adolescents réunis ? Quel critère retiendra particulièrement notre attention ? Certains font plus âgés que d'autres et nous avons toutes les peines du monde à trancher. La majorité d'entre eux fume, des casques de scooter sont posés à leurs pieds. Leurs conversations tournent sur une multitude de sujets. Aucun ne nous permet à coup sûr de m'arrêter sur un âge précis. Le groupe semble vouloir s'attarder et commande de nouvelles consommations. Mojito pour tout le monde. Une fois les verres sur la table, nous décidons de rentrer en contact. Nous nous présentons. L'accueil est plutôt positif. A notre première question sur leur âge, la méfiance est de mise car nous recevons immédiatement un « on est tous majeurs ! ». Ils ont compris le sens de nos investigations et il faudra un petit moment avant d'obtenir une déclaration plus proche de la réalité :

« Ok on n'a pas 18 ans, on est en 1ère, mais on est hyper raisonnables ! ». « On fait rien de mal, c'est normal ».

Scène banale, ordinaire qui montre toute la complexité de l'évaluation du critère de l'âge sans passer par le contrôle d'une pièce d'identité. Pratique qui ne peut être systématique.

Autre scène, autre lieu, autre contexte...

14 heures un mercredi dans un bar situé à proximité d'un lycée.

Le jeune, 16 ans 1/2 nous a donné rendez-vous dans ce lieu en vue de notre entretien. Il nous attend devant sa bière. A la fin de celui-ci, le jeune décide de nous montrer ou plutôt de nous prouver que tout ce qu'il vient de nous dire sur l'inefficacité de la loi est vrai. Ce bar est à la fois celui du lycée, mais c'est aussi un bar de quartier. L'adolescent nous décrit cet endroit comme une 2ème maison, lieu de rendez-vous le matin, avant les cours, à la pause, lieu du déjeuner et surtout lieu d'attente avant de reprendre le bus pour rentrer le soir. Lieu du rassemblement entre pairs. Le patron, figure bourrue, connaît tout le monde, tutoie et nomme chacun par son prénom. Le jeune commande une bière, une despé. C'est la 2ème. Aussitôt commandée, aussitôt servie. L'ado est fier de ce qui vient de se passer.

La situation sera encore plus transgressive chez les alcooliers. Si on peut trouver chez les responsables d'enseignes un certain sens du respect de la loi, le discours des alcooliers sera plus incisif et prônera une certaine forme de résistance à la loi. Tous les moyens sembleront bons pour contourner, s'adapter, s'arranger avec la législation en vigueur.

Connaissant parfaitement les différents articles, notamment la loi HPST interdisant la vente d'alcool aux mineurs, leur objectif sera clairement assumé :

« Parvenir à communiquer librement sur nos produits, donc inciter à la consommation, sans trop déborder du légal ».

« C'est encore le seul endroit où on peut communiquer librement sur nos produits, ailleurs on ne peut plus, c'est interdit à la télé, dans la presse... ».

Pour contourner l'interdiction les alcooliers débordent et rivalisent d'imagination.

Ce sont les sponsors de tous les festivals, de toutes les fêtes, de nombreuses soirées étudiantes, les manifestations sportives et culturelles :

« On apporte de grosses enveloppes budgétaires aux organisateurs de festivals, ce qui n'est pas négligeable et on rentre en concurrence avec d'autres marques d'alcool, ce qui nous assure une importante visibilité en terme d'image si on

décroche le marché ».

« Regardez autour de vous, tout est rouge, tous les parasols de toutes les terrasses et tous les barnums sont identiques. En plus on a sponsorisé une scène, on est un vrai partenaire officiel ».

Des cadeaux publicitaires sont largement distribués aux consommateurs et aux artistes qui deviennent porteurs et représentants de la marque.

Leurs cibles revendiquées sont les jeunes, tout en affichant un discours de prévention. Les jeunes seront exposés quotidiennement au marketing d'alcool et on peut difficilement imaginer que ces messages n'aient pas d'impact sur leur comportement : « Notre marque est toujours associée à la fête, au plaisir, au partage,... ».

Le message visera à considérer l'alcool comme un produit ordinaire, objet de grandissement et d'indépendance. Les stagiaires embauchés par les grandes marques seront issus généralement des écoles de communication, de relations publiques, d'événementiel, de marketing.

Leurs stratégies seront efficaces, comme par exemple la distribution de contremarques par dizaine pour déguster ensuite un cocktail à base d'alcool : « Nous avons le plaisir de vous offrir une dégustation de Whisky sur remise de cette carte ».

La technique est celle de l'open-bar puisque on distribue gratuitement de l'alcool, mais la petite carte donnée, sans limite, permet le contournement de la loi. Le message inscrit sur la contremarque est bien celui de la modération : « l'abus d'alcool est dangereux pour la santé à consommer avec modération ».

Dans les faits les consommateurs seront nombreux à profiter de l'ouverture de l'open-bar, munis de plusieurs cartes distribuées généreusement. Parmi eux quelques mineurs.

ET MAINTENANT
QUE FAUT-IL FAIRE ?

L'objectif de cette étude était de mieux comprendre le positionnement des mineurs vis-à-vis de la loi Hôpital Patient Santé Territoire interdisant la vente d'alcool aux personnes âgées de moins de 18 ans, afin de proposer des pistes de renforcement de son effectivité.

Plus de 3 ans après l'entrée en vigueur de cette loi, nous ne pouvons que constater le peu d'efficacité pratique de cette mesure, puisque les jeunes s'approvisionnent sans difficulté en boissons alcoolisées. Ce sont surtout les 16-18 ans qui se procurent ces boissons, soit en les achetant directement dans certains commerces, ou indirectement par l'intermédiaire d'un tiers, majeur. Il semble que les moins de 16 ans se confrontent d'avantage à la réalité de la loi. Les adolescents rivalisent de stratégies pour s'arranger avec un interdit qui ne fait que trop peu de sens et les professionnels de la filière partagent globalement ce sentiment.

La réglementation entretient dans sa formulation une certaine confusion entre l'achat, la vente, l'ivresse et la consommation. Si l'interdiction de la vente est clairement affichée, le statut de l'acheteur reste quant à lui confus. La consommation reste légale, même pour des mineurs. Ce principe insiste sur la responsabilité du vendeur en dédouanant l'acheteur de toute responsabilité. La confusion sémantique entraînée par le jeu entre ces 2 mots profite aux mineurs qui n'ont pas l'impression de transgresser un interdit, l'interdit de la loi qui perd toute portée symbolique. La figure même de l'adulte perd toute crédibilité en se rendant complice d'un acte transgressif, la vente d'alcool à des mineurs, en toute connaissance de cause.

La première conséquence a pour effet l'affaiblissement de la loi, des règles chez les adolescents. Un des paradoxes se trouve dans cette perte de règles. Les adolescents rencontrés sont pour la plupart dans la recherche de limites, de règles, de repères. Ils ne refusent pas les interdictions, ils veulent simplement en comprendre le sens et la portée. Aucun d'eux ne réfute les consignes de sécurité visant la sécurité routière, l'interdiction de fumer dans les lieux publics. Sentir les limites est un impératif qui les sécurise.

Le respect de la règle par l'adulte est aussi l'une des conditions pour comprendre le sens de l'interdit. Le non-respect de la loi par l'adulte entraîne, de facto, sa perte de sens. La portée et le respect de l'interdiction de fumer dans les lieux publics est un principe qui n'est pas remis en cause chez les adolescents. Ce qui reviendrait à penser que l'interdit n'est pas contesté en tant que tel chez les adolescents, mais qu'il doit alors, être compris, pour être respecté. Cela sous-entend également la nécessité d'énoncer clairement l'interdit, dire non et d'être en capacité d'expliquer le pourquoi de l'interdiction ; faire preuve de pédagogie pour que l'apprentissage de la règle fasse sens.

C'est en partant de toutes ces observations que nous avons élaboré les recommandations ci-après.

1. SENSIBILISER LES ADULTES AUX RISQUES DU NON-RESPECT DE CETTE LOI

Dans les stratégies de contournement décrites par les mineurs interrogés, il est fréquent d'avoir recours à un tiers majeur (clients de magasin, amis majeurs, frères/sœurs, parents...etc.) afin de se procurer de l'alcool, ce qui échappe à tout encadrement législatif. Pour les adultes, la loi ne fait pas sens car l'alcool n'est pas perçu comme un produit dangereux pour les jeunes, alors que rappelons le, l'alcool en lien avec les accidents de la route, est la première cause de mortalité chez les jeunes.

Il est donc nécessaire d'accompagner les adultes (ce qui inclut toutes personnes majeures : parents, vendeurs, les hôtes/hôtesse de caisse... etc.) par le biais de campagnes de sensibilisation à visée pédagogique, en mettant le doigt sur les risques liés à certaines consommations d'alcool. Il s'agit de faire évoluer les représentations du produit alcool, mais également de la compréhension de la loi.

2. ÉTABLIR UN RENFORCEMENT DES DISPOSITIFS DE CONTRÔLE ENVERS LES PROFESSIONNELS DE LA FILIÈRE ALCOOL (GÉRANTS DE BAR, PATRONS DE PETITES, GRANDES ET MOYENNES SURFACES...).

La loi qui, par définition, est une disposition posant une règle juridique d'application obligatoire, doit être mise en place et vécue en tant que tel. La loi doit « faire sens » et pour ce faire, il est nécessaire qu'il y ait une vérification de sa mise en application et des sanctions appliquées dans les cas de non-respect de la part de ces professionnels.

3. METTRE EN PLACE UN DISPOSITIF SPATIAL SPÉCIFIQUE VISANT À MIEUX FAIRE APPLIQUER L'INTERDICTION DE VENTE

Cette recommandation tend à proposer un espace distinct au sein de l'espace de vente, consacré aux boissons alcoolisées de tous types (exemple des parapharmacies). Cette configuration permettrait un contrôle total des achats de type alcool par les hôte/hôtesse de caisse, en passant par la demande systématique de la carte d'identité afin de s'assurer de l'âge du client. Cette mise à distance du produit est à penser à la fois d'un point de vue spatial/physique mais également symbolique.

REMERCIEMENTS

[RETOUR AU SOMMAIRE](#)

Nous souhaitons remercier toutes les personnes qui ont bien voulu accepter d'être interrogées et de partager leur expérience directe, les gérants d'enseigne, les patrons de bar et toutes les associations qui nous ont reçus et qui nous ont consacré un temps précieux.

Nous remercions plus personnellement Stérenn Bohélay de l'association FMR, Christine Beaurez de la Communauté d'agglomération Loire-Forez, Madame Tortosa directrice adjointe du lycée agricole de Frontignan (LEPAP) et madame Pascale Puerta documentaliste, Monsieur Thibult directeur adjoint du Lycée de Gignac, Mesdames Ghislaine Ledoucen de l'association CRACPA, Louise Rouzier de la Maison des Jeunes d'Issoire, Annabelle Vaux coordonnatrice Santé association ISIS, Monsieur Eric Bergeault pour nos déambulations Berruyères, Karen Lyonnet du collectif Traverse, Monsieur Gérard Courtadon des CEMEA Auvergne et Laure-Hélène, Agnès mes collègues de l'ITSRA pour leur relecture attentive.

Enfin, un grand merci à tous les jeunes qui ont bien voulu consacrer un peu de leur temps pour venir parler très librement de leur consommation d'alcool et de bien d'autres choses. Qu'ils trouvent ici la retranscription fidèle de ce qu'ils sont, de ce qu'ils pensent, de ce qu'ils veulent.

ANNEXE

GRILLE D'ENTRETIEN

Consigne et préfiguration d'axes thématiques :

Grille d'entretien. Canevas général qui a pour but d'aborder les différents aspects prévus dans un ordre différent en se laissant guider par la logique de la discussion et les expressions utilisées. L'expérience de l'enquêteur est essentielle avec une posture compréhensive.

Objectif : recueillir les sentiments, les expériences vécues, les opinions...

Propos de départ, consigne d'ouverture :

« Comme je te l'ai déjà expliqué tout à l'heure, lors de notre rencontre, nous faisons une recherche sur les jeunes, la fête... tu peux me raconter comment ça se passe... Raconte-moi ta dernière soirée... ».

Thèmes à aborder :

- ▶ Les types de soirées, de sorties, de fêtes
- ▶ Les lieux (privés, soirées en « boîte »...)
- ▶ Avec des amis ?
- ▶ Le rythme, la question de la temporalité
- ▶ Comment vous organisez-vous ?
- ▶ Comment ça se passe ? Qu'est-ce que vous faites, raconte-moi... ?
- ▶ La régularité

A ce moment de l'entretien, le thème de l'alcool devrait être abordé spontanément et il devient possible de « rebondir » sur les pratiques, toutes les pratiques liées à la consommation (le boire, la/les consommation(s), l'achat, les produits, habitudes, les évolutions...).

- ▶ Les motivations : l'effet, qu'est-ce que tu aimes dans la fête, l'alcool... Qu'est-ce que tu n'aimes pas...
- ▶ Sur les pratiques d'achat : le lieu, le moment, la quantité, la question du prix... La place, le rôle des parents, des adultes. Comment ça se passe ? Raconte-moi... Tu as une/des anecdotes...
- ▶ Les interdits, les limites, ce que tu condamnes, ce que tu n'aimes pas, ce que tu ne comprends pas... la consommation d'autres produits.
- ▶ Il faut tenter de recueillir des récits, des anecdotes, des discours, des jugements et des appréciations.
- ▶ Tu peux me raconter ton meilleur souvenir. Ton pire souvenir. C'est quoi pour toi une fête réussie (une beuverie, une soirée...)?

A partir de cette première partie on peut préciser l'objectif de l'enquête (analyser leurs connaissances, compréhension, représentations de la loi, les stratégies de contournement).

- ▶ Tu penses que l'alcool pour les jeunes c'est un problème...
- ▶ Qu'est-ce que tu penses de la prévention...
- ▶ Qu'est-ce que tu connais comme mesures, comme réglementation...

Si l'enquêté à ce moment de l'entretien n'a pas abordé spontanément la question de la loi, des interdits, nous devons préciser que la recherche porte sur l'interdiction totale de vente d'alcool aux mineurs, sur cette loi et ses déclinaisons.

Que penses-tu des nouvelles mesures concernant l'interdiction de la vente d'alcool aux mineurs ?

- ▶ Essaye de me trouver un mot, une expression pour qualifier cette interdiction...
- ▶ Tu peux me dire ce qu'il y a dans ces nouveaux règlements. (il s'agira ici de mesurer la connaissance de la loi ; partielle, bonne... ; connais-tu les points suivants : interdiction totale de vente d'alcool, interdiction des open-bars...

Si l'enquêté n'a pas abordé la question des open-bars, revenir sur ce thème pour qu'il exprime son sentiment. Idem sur la question de la réglementation des happy-hours et des publicités.

- ▶ Tu sais si tu risques quelque chose par rapport à cette loi ?
- ▶ Tu as cherché des infos ?
- ▶ Comment en as-tu entendu parlé ? Par qui ?
- ▶ Qu'en pensent tes parents ? Tes copains ?
- ▶ Tu penses qu'elle est respectée cette loi ?
Tu peux me raconter un exemple, une illustration de que tu vois autour de toi ?
- ▶ Ça représente quoi pour toi cette loi, cet interdit ?
- ▶ Tu as l'impression de transgresser, de faire quelque chose d'interdit, de dangereux ?

Plus particulièrement sur les stratégies de contournement :

- ▶ Alors puisque c'est interdit comment tu fais ? Explique-moi ?
- ▶ Tu as observé des changements par apport à avant ?
- ▶ Comment ça se passe ?
- ▶ Tu as l'impression de transgresser, de faire quelque chose d'interdit, de dangereux ?
- ▶ Raconte-moi une scène, une anecdote...

Questions d'identification : (à poser en fin d'entretien)

- ▶ Fille/garçon
- ▶ Vous habitez en ville, en ZUS, périurbain, rural...
- ▶ Vous vous considérez plutôt comme un petit buveur, un buveur occasionnel, un gros buveur, quelqu'un qui ne boit pas, un gros fêtard, un jeune comme les autres...
- ▶ Type d'étude, filière
- ▶ Projet d'orientation
- ▶ Fratrie
- ▶ CSP des parents, profession (si retraités demander la dernière profession)

Questions prospectives :

- ▶ A ton avis qu'est-ce qu'on pourrait faire ?
- ▶ Tu as des idées pour que cela se passe mieux ?
- ▶ Qu'est qu'il faudrait mettre en place ?
- ▶ Une campagne idéale de prévention, pour toi, c'est quoi ?