

# L'accessibilité des produits

Cristina Díaz Gómez, Maitena Milhet, Agnès Cadet-Taïrou

L'accessibilité d'un produit dépend de plusieurs facteurs. Sa disponibilité ou sa diffusion constitue le premier élément. Un produit peut être très disponible s'il est aisément accessible sur le marché légal ou via les nouvelles technologies. Il peut être disponible également lorsqu'il est présent au sein de l'environnement proche (groupe de pairs, entourage). La capacité des consommateurs à pouvoir se le procurer effectivement ou l'effort à consentir pour y parvenir lorsque son accès est limité est l'autre condition. Un produit peut être très disponible car autorisé sur le marché, mais peu accessible parce que trop cher. Une substance illicite peut paradoxalement être considérée comme très accessible par un jeune à partir du moment où plusieurs personnes de son entourage (ami(e)s ou membre(s) de la famille) en consomment, s'il parvient à l'obtenir par des moyens détournés ou encore si elle lui est offerte ou s'avère disponible à un prix abordable sur un marché parallèle.

## Alcool, tabac

### **Une accessibilité perçue en léger recul mais toujours élevée**

La loi portant réforme de l'hôpital, relative aux patients, à la santé et aux territoires (dite « loi HPST ») du 21 juillet 2009 a instauré l'interdiction de vente des boissons alcoolisées et des produits du tabac à tous les mineurs. Pourtant, en 2015, ils étaient encore nombreux à déclarer qu'il leur serait facile ou très facile de se procurer de l'alcool ou du tabac s'ils le souhaitaient. L'enquête ESPAD montre ainsi qu'une majorité des jeunes scolarisés de 16 ans, qui ont consommé de l'alcool au cours du dernier mois, considèrent qu'ils n'auraient pas de difficulté à se procurer de la bière (81 %), du vin (59 %) ou des alcools forts (56 %). Parmi les fumeurs durant le mois précédent l'enquête, plus de huit sur dix (87 %) déclarent qu'il leur serait facile ou très facile de s'approvisionner en tabac s'ils le voulaient. Toutefois, la perception d'un accès facile à l'alcool et au tabac est moindre chez ceux qui n'en ont pas consommé récemment. La même année, seuls 42 % des jeunes de 16 ans qui n'ont pas consommé d'alcool dans le mois précédent l'enquête déclarent qu'il leur serait facile ou très facile de se procurer de la bière et 23 % des alcools forts. Parmi les non-fumeurs, 49 % considèrent que l'accès au tabac n'est pas difficile.

Par ailleurs, la part des jeunes de 16 ans qui trouvent facile ou très facile l'accès aux boissons alcoolisées et au tabac est globalement en recul et cette évolution est plus marquée parmi les non-consommateurs : entre 2007, deux ans avant l'adoption de la loi, et 2015, on observe chez les non-consommateurs d'alcool une baisse de 9 points pour la bière et même de 10 points pour les alcools forts, et chez les non-fumeurs, une chute de 12 points du sentiment d'accessibilité au tabac (données ESPAD 2007, 2015).

## **L'interdiction de vente insuffisamment appliquée**

Cette forte accessibilité perçue est à mettre en lien avec une insuffisante application effective de la législation, d'une part, et des stratégies de contournement mises en œuvre par les adolescents pour obtenir les produits malgré tout, d'autre part. La vérification de l'âge du client au moyen de la carte d'identité apparaissait en 2012 comme une pratique limitée de la part des débitants, de même que les refus de vente (Díaz Gómez et al. 2013 ; Karsenty et al. 2013). De leur côté, les mineurs souhaitant se procurer de l'alcool ou du tabac ont recours à diverses stratégies, tout à fait banales à leurs yeux et qui s'avèrent opérantes. Parmi elles, demander à leurs amis majeurs (ou qui le paraissent) ou à leur entourage proche d'acheter à leur place constitue la pratique la plus habituelle. Mais ils peuvent aussi solliciter sur place un adulte qu'ils ne connaissent pas. Par ailleurs, ils savent repérer et se rendre en premier lieu chez les débitants qui ne respectent pas la loi. Cette grande facilité d'accès à l'alcool et au tabac décrédibilise aux yeux des mineurs la portée de l'interdiction (Milhet et al. 2013), alors même que cette mesure est efficace, à condition toutefois d'être massivement appliquée (Stead et Lancaster 2005 ; Wagenaar et Toomey 2002). Un dispositif de contrôle spécifique à cette interdiction est décisif pour en assurer l'impact en termes d'accessibilité et de prévalences (DiFranza et al. 2009 ; Feighery et al. 1991 ; Toomey et al. 1996). Le Plan gouvernemental 2013-2017 (MILD'T 2013) et le PNRT (ministère des Affaires sociales, de la Santé et des Droits des femmes 2014) prévoient que l'habilitation de la police municipale à contrôler l'interdiction de fumer dans les lieux publics soit étendue à l'interdiction de vente aux moins de 18 ans (art. R. 15-33-29-3 du Code de procédure pénale).

## **Produits illicites**

Concernant les drogues illicites, la question se pose différemment puisque non seulement leur vente mais également leur consommation sont interdites. Néanmoins, le cannabis apparaît à l'heure actuelle de plus en plus accessible, essentiellement via des dons. À 17 ans, en particulier, plus de six adolescents sur dix, consommateurs de cannabis dans le mois, l'ont obtenu gratuitement, les filles étant plus nombreuses encore dans cette situation (sept sur dix). Plus d'un tiers de ces usagers récents l'ont acheté personnellement (34 %), une petite minorité (2,5 %) consommant la substance issue d'une production personnelle (autoculture) (données ESCAPAD 2014).

Les usages importants de cannabis chez les jeunes sont à mettre en perspective avec le dynamisme d'une offre en expansion continue, notamment celle de l'herbe, plus facile à trouver en 2014 que la résine (Cadet-Taïrou et al. 2015a). La forte disponibilité du produit contribue ainsi à brouiller son statut aux yeux des jeunes usagers pour qui consommer du cannabis n'est pas considéré comme un délit, mais comme une pratique banale, a fortiori quand les consommations persistent au sein des générations plus âgées (Beck et al. 2015b).

Moins fréquemment consommées, d'autres substances illicites sont néanmoins très présentes dans une diversité d'espaces festifs fréquentés par un jeune public et sont accessibles à un prix abordable.

Il en est ainsi de la MDMA/ecstasy, deuxième substance illicite la plus consommée chez les 18-25 ans en 2014, devant la cocaïne (Beck et al. 2015b). Outre l'engouement dont elle fait l'objet (voir article « La MDMA », p. 48), la MDMA/ecstasy voit sa disponibilité garantie par une nouvelle forme d'offre qui s'appuie sur des micro-réseaux d'usagers-revendeurs et s'avère très difficile à démanteler pour les forces de l'ordre (Cadet-Tairou et al. 2015a). Dans les espaces festifs dits « alternatifs », en particulier les free parties, fréquentés par une petite part de mineurs, une variété plus importante de substances est immédiatement disponible (voir chapitre « Consommations, pratiques et profils dans l'espace festif », p. 59). Les médicaments psychotropes, en particulier vendus sans ordonnance, comptent aussi parmi les substances facilement accessibles. Les jeunes peuvent en faire un usage détourné, y compris en dehors des espaces festifs (voir article « Les usages détournés de médicaments », p. 74).