

Mme Imaine Sahed*

* Doctorante en sociologie et démographie, Réseau doctoral EHESP, Rennes, France. Laboratoire CADIS, EHESP, 190-198 avenue de France, F-75244 Paris Cedex 1. Courriel : imaine.sahed@gmail.com
Reçu février 2015, accepté janvier 2016

Influence des amis dans la consommation de cigarettes, de cannabis et d'alcool

Sensibiliser les jeunes : premiers résultats de l'expérimentation de l'outil Ageven

Résumé

Contexte : la consommation de cigarettes, de cannabis et d'alcool par les adolescents est actuellement au cœur des débats politiques. L'influence des amis est l'un des facteurs de consommation. Cette recherche explore un outil d'éducation à l'attention des jeunes publics : la fiche Ageven. Ce dispositif peut être utilisé pour les aider à prendre conscience de l'influence des amis dans leurs parcours de consommations. Cette méthode, en gestation, souhaite ainsi amorcer chez les consommateurs une démarche d'arrêt ou de réduction de la consommation. **Méthodes** : cet outil a été testé auprès de 30 étudiants âgés de 18 à 22 ans, consommateurs ou non-consommateurs, afin d'étudier sa réception et vérifier son impact sur les consommateurs. Le test a pris la forme d'un atelier de discussion collective autour de l'influence des amis et de la perte de liberté face à la pression des pairs. Pour que les participants repèrent plus facilement cette influence, nous les avons invités à reconstituer leur parcours de vie à l'aide de la fiche Ageven. À la fin de la séance, un questionnaire a été auto-administré afin d'évaluer son effet sur les consommateurs. **Résultats** : les résultats issus de cette expérimentation confirment l'impact de la fiche Ageven sur la prise de conscience de l'influence sociale des pairs. Cette fiche a notamment eu un impact sur les consommateurs de cigarettes qui souhaitaient entamer une démarche d'arrêt ou de réduction de la consommation avant leur participation à cette expérimentation, en contribuant à renforcer ce projet. **Conclusion** : les résultats de ce test comportent des limites du fait de la taille de l'échantillon, des caractéristiques des participants, ou de la méthode pour évaluer l'efficacité du dispositif. Toutefois, ils ont permis d'examiner l'accueil et l'impact de cet outil auprès de cet échantillon.

Mots-clés

Prévention – Influence sociale – Pair – Substance psychoactive – Fiche Ageven – Autoréflexion.

Summary

Suggestion of a toll to sensitize young people to their friends' social influence on tobacco, cannabis and alcohol consumption. First results of the Ageven tool experimentation among young adults

Background: the tobacco, cannabis and alcohol consumption by teenagers is a key point in policy debate. Friends' influence is one main factor of consumption. This research tests an original method of prevention: the Ageven tool. This tool helps teenagers to identify peer influence in their tobacco, cannabis and alcohol course consumption. This method tries to act on teenager's social influence of peers. It is based on the belief that social influence awareness can initiate a stopping approach. **Methods:** we have tested the effectiveness of this prevention tool with thirty students aged to 18 and 22 years old. This experimentation was performed among consumers and non-consumers of psychoactive substances. To encourage their consciousness, participants completed a biographical sheet: the Ageven sheet. By scheduling different events and changes, the Ageven sheet allows them to critically analyse the events sequence and objectively face their own situation. **Results:** the experimentation results confirm the Ageven sheet impact on teenager's consciousness about their peer social influence. This sheet has a positive impact on consumers who want to reduce or stop their consumption before their participation to this experimentation. The "self reflection" with the Ageven sheet reinforces this project. **Conclusion:** these experimentation results are limited due to the small size of the sample or characteristics of the participants. However, these results allow to explore the Ageven sheet effectiveness.

Key words

Prevention – Social influence – Psychoactive substance – Ageven sheet – Self-reflection.

La consommation de substances addictives, en particulier d'alcool, de tabac et de cannabis, est une pratique largement diffusée au cours de l'adolescence. Leur expérimentation et leur usage continuent de s'accroître entre le début et la fin des années de collège (1). Les jeunes Français de 15 à 16 ans sont les premiers consommateurs de substances psychoactives en Europe (2). Nous avons relevé les chiffres suivants : 15 % des jeunes Européens ont déjà fumé du cannabis au cours de l'année, en France 22 % en ont fumé (2). Près de 41,5 % des jeunes Français de 17 ans ont déjà fumé du cannabis et 6 % en font une consommation régulière (2). Ce qui caractérise ce phénomène, c'est avant tout son enjeu dans les débats sur la prévention des usages et des addictions aux drogues. Depuis 2003, le gouvernement français a mis en place de nombreux dispositifs législatifs, tels que l'interdiction de vendre de l'alcool et des cigarettes aux mineurs, l'interdiction de consommer du cannabis, ainsi que de nombreuses campagnes d'information pour lutter contre l'essai et l'usage de ces produits chez les jeunes.

Placé dans le champ de la santé publique, cet article s'inscrit dans un contexte d'élaboration du Plan gouvernemental de lutte contre les drogues et les conduites addictives (2013-2017). Adopté le 19 septembre 2013, ce plan encourage les acteurs et les chercheurs de la santé publique à impulser de nouvelles approches préventives et de nouveaux modes d'intervention en direction des jeunes

L'article propose un dispositif en faveur de la prévention secondaire des usages et addictions aux substances psychoactives. Ce dispositif expérimental s'adresse aux jeunes publics, notamment aux consommateurs de substances psychoactives (cigarettes, cannabis et alcool fort). Il vise à amorcer ou renforcer chez les consommateurs une démarche d'arrêt et de réduction de l'usage. Pour y parvenir, l'approche proposée est la sensibilisation sur le phénomène d'influence sociale des pairs et de la perte de liberté (de choix, de comportements). Le dispositif que nous évoquons implique les jeunes publics dans un exercice de réflexion autour de l'impact des amis dans la prise de produits à partir de leurs expériences personnelles. Pour faciliter cet exercice, nous faisons appel à un outil original : la fiche Ageven. Cette fiche est initialement un outil de collecte de données biographiques utilisé par les démographes. Cependant, cet article suggère d'exploiter cet instrument auprès des consommateurs comme outils de mesure des risques d'influence. À visée exploratoire, le principal objet de cette étude est

d'étudier l'intérêt d'utiliser cet outil auprès des jeunes publics pour les sensibiliser à l'influence des pairs dans la consommation.

L'application en santé publique de cet instrument nécessite au préalable une première mise à l'essai. C'est, d'ailleurs, le second objectif de cette étude. Il s'agit d'une phase de test sur un petit échantillon. Le test a pour vocation de recueillir les témoignages des étudiants sondés et d'explorer l'impact de l'outil Ageven sur les consommateurs. Ce test devrait en principe constituer le prélude à une étude évaluative de plus grande ampleur. Ce processus d'évaluation est nécessaire pour identifier des pistes de réflexion et d'amélioration à engager avant d'envisager d'intégrer l'outil dans un programme de prévention.

Quatre parties composent cet article. Une première partie présente l'intérêt d'employer l'outil Ageven pour sensibiliser les consommateurs à l'effet des influences des amis. La deuxième partie s'attache à décrire le déroulement de l'expérimentation. Elle revient également sur la méthode de recrutement des participants à l'expérimentation. L'article explore ensuite les résultats issus de ce test. Nous terminons notre propos par la discussion de nos résultats.

L'intérêt d'utiliser l'outil Ageven pour sensibiliser les consommateurs aux influences sociales des pairs

Dans la littérature internationale, les amis jouent un rôle dans l'essai et l'usage de substances psychoactives à l'adolescence (3). Cette influence peut se faire par la pression incitative du groupe (4) ou par des processus normatifs (5) pour que l'individu se conforme aux comportements valorisés par les pairs. Cette pression est d'autant plus forte qu'elle s'exerce en milieu scolaire – au collège ou au lycée (6, 7).

Le groupe d'experts de l'Inserm (8) souligne, dès lors, l'intérêt de sensibiliser les jeunes à l'influence des amis afin de prévenir les initiations précoces, ainsi que les addictions. Les compétences qui doivent être travaillées sont la gestion de l'influence des pairs et leur capacité à s'affirmer : *“Toute campagne de prévention auprès des jeunes doit prendre en considération l'influence des croyances et représentations de l'usage. Elle doit aider les adolescents à repérer une éventuelle hypersensibilité aux substances,*

notamment au cannabis, et confronter leurs expériences à celles véhiculées par les représentations aux croyances. [...] Le groupe d'experts recommande que l'information auprès des jeunes soit accompagnée d'interventions visant un renforcement de leurs compétences psychosociales et de l'affirmation de soi. Le développement des compétences doit s'inscrire dans des activités de groupes utilisant des méthodes interactives (ateliers créatifs, mises en situation, jeux de rôle, discussion de groupe...)" (9).

L'apprentissage de la résistance à l'influence sociale s'est, d'ailleurs, avéré efficace dans la prévention du tabagisme (10). Les programmes travaillent sur les capacités des jeunes à résister aux sollicitations du réseau amical et aux comportements à risque : *"Ils apprennent comment gérer la pression des pairs, les situations à risques, comment faire face à l'incitation direct ou indirect à consommer les substances"* (10). Ces programmes s'inspirent du modèle de "l'influence sociale" qui vise à prévenir le tabagisme chez les jeunes (11). Ancrée dans la théorie d'inoculation sociale développée par McGuire (12), l'approche par "l'influence sociale" propose de réduire les effets de l'influence venant des proches en travaillant leur rapport à l'influence et à la pression des amis. Pour créer une résistance à la persuasion, cette méthode convie les consommateurs à explorer, notamment à travers une projection vidéo, les stratégies d'influence persuasive développées par les amis (13). Elle souhaite également renforcer leurs capacités de décliner, de résister à une offre de substances en apportant des arguments de réfutation. Pour parvenir à sensibiliser les jeunes à l'influence des amis, la méthode mise sur le désir des individus à préserver et affirmer leurs libertés comportementales. Selon Brehm (14), les individus sont motivés à rétablir leurs libertés (liberté de choix, d'actions, de pensées) lorsqu'ils ont le sentiment qu'elles sont menacées, supprimées.

Le dispositif proposé dans cette étude prend appui sur cette théorie. Il s'agit de stimuler la réflexion des jeunes consommateurs sur les influences sociales. La méthode les invite à éclairer, à partir des expériences personnelles, leurs parcours de consommation, ainsi que l'effet des influences sociales dans leurs choix. L'efficacité de cette méthode peut être renforcée lorsque les jeunes se rendent compte de leur sensibilité à l'influence des pairs à partir de leur propre situation. Pour sensibiliser à l'effet de l'influence, la méthode mobilise le désir de liberté, d'autonomie qui anime les adolescents et les jeunes adultes (15). Elle suppose, en effet, que transmettre l'idée d'une perte de liberté et d'autonomie liée à l'effet de groupe peut être un argument fort pour initier

une démarche d'arrêt de la consommation. Ce changement de comportement exprimerait, pour reprendre Brehm et Mann (16), une démarche pour recouvrir leurs libertés et affirmer leurs capacités à agir librement.

Toutefois, éclairer les décisions prises et analyser les influences des amis sur les conduites de consommation peuvent être un exercice fastidieux pour les jeunes consommateurs. La construction du sens suppose une prise de recul, une mise à distance des expériences vécues afin de construire une interprétation "objective", distancée de la situation, notamment du rapport aux produits ou du rapport aux amis. Pour ce faire, notre proposition de méthode utilise la fiche Ageven.

Cet outil est traditionnellement un outil de recueil des données démographiques. Elle est utilisée par les démographes pour favoriser la datation des événements biographiques : naissances, décès, mouvement migratoire, changements matrimoniaux (17). La fiche apparaît sous la forme d'une grille chronologique sur laquelle figurent en lignes les repères temporels (l'âge, l'année, etc.) et en colonnes les dimensions biographiques retenues pour l'enquête (concernant la situation familiale : nombre d'enfants, etc.). Elle est employée pour aider l'enquêté et l'enquêteur à ordonner les événements vécus les uns par rapport aux autres et à les situer dans un espace-temps en termes d'âge.

En prévention, nous suggérons d'employer la fiche Ageven auprès des jeunes dans une démarche individuelle afin de stimuler l'exercice d'autoréflexion sur leurs expériences. En procédant à l'ordonnement des événements biographiques, cet outil souhaite faciliter le repérage de l'influence des amis aux différentes étapes de la consommation. Ainsi, les consommateurs pourraient comprendre plus aisément la façon dont la décision de consommer a émergé. Ils pourraient également se rendre compte que les choix face aux produits peuvent être la conséquence d'une influence sociale ou d'une pression normative venant de leurs proches. Nous avons expérimenté cet outil afin d'étudier son efficacité.

Deux questions animent cette étude : la fiche Ageven peut-elle être conçue pour stimuler la réflexion sur les influences des amis, notamment pour leur faire prendre conscience de l'impact des pairs sur les usages de substances psychoactives ? Comment cette prise de conscience agit en retour sur les consommateurs : le fait de prendre conscience de l'influence des amis dans le parcours de consommation peut-il être un argument

suffisant pour réduire, limiter la consommation de substances psychoactives ?

Cette étude vise à vérifier deux principales hypothèses. La première suppose que la visualisation de la fiche Ageven participe à une prise de conscience de l'influence des pairs dans le parcours de consommation. La seconde hypothèse postule l'idée selon laquelle le fait de se rendre compte des influences sociales des pairs permettrait aux consommateurs de définir un projet de réduction/arrêt de la consommation. Cette démarche exprimerait une volonté d'affirmer leur liberté et leur autonomie vis-à-vis des pairs.

Pour vérifier ces hypothèses, nous avons expérimenté le dispositif auprès d'un groupe d'étudiants en étude supérieure. Nous avons préféré le tester en groupe plutôt qu'individuellement afin d'étudier son application dans les conditions d'une intervention en groupe. L'étude a été conduite auprès d'étudiants pour lesquels nous avons mis en place un atelier de prévention. Centré sur la discussion collective, cet atelier expérimental est l'occasion d'utiliser la fiche Ageven comme support pour débattre autour de l'influence des amis et de la place de leur autonomie dans les choix et les préférences. L'atelier s'est structuré en trois parties :

- présentation de la séance ;
- exercice de l'autoréflexion au cours duquel nous sollicitons les participants à éclairer leur parcours de consommation, ainsi que les motivations à la consommation. Nous avons distribué la fiche Ageven comme support à la réflexion. Cette partie a duré 50 minutes ;
- discussion collective sous forme de débat autour de l'influence des amis dans leur parcours de consommation à partir des expériences individuelles. L'outil Ageven intervient ici pour alimenter la discussion collective. Cette séance a duré entre 25 et 30 minutes ;
- passation du questionnaire d'évaluation afin d'estimer l'impact de l'utilisation de l'outil Ageven sur les intentions d'arrêt ou de réduction de la consommation chez les usagers (dix minutes).

La mise en place de l'expérimentation

Méthode de recrutement de l'échantillon et considérations éthiques

Pour tester l'impact de la fiche Ageven sur la prise de conscience de l'influence des pairs, ainsi que l'effet de

cette prise de conscience sur le projet d'arrêt ou de réduction de la consommation, nous avons choisi de réaliser le test auprès d'un groupe d'étudiants (consommateurs ou non-consommateurs) en première et deuxième années de licence à la mi-octobre 2014. Nous avons lancé un appel à participation auprès d'étudiants d'une université de la région parisienne à travers différents moyens : notes laissées sur les tableaux d'affichage près des secrétariats pédagogiques, appels à participation avant les cours. Dans ce document, nous avons présenté l'objectif et l'enjeu de l'enquête, en précisant que nous souhaitions expérimenter un outil de prévention. Nous avons décrit les conditions de l'enquête (basée sur le volontariat, questionnaire auto-administré, anonymat, durée de l'enquête). Nous avons invité les volontaires à communiquer leur adresse courriel et leur numéro de téléphone portable afin d'organiser un rendez-vous collectif. Nous avons ouvert l'appel aux étudiants âgés de moins de 21 ans, consommateurs ou non-consommateurs. Ainsi, nous avons pu organiser un rendez-vous avec 30 étudiants dans une salle de classe. En classe, nous avons exposé l'objet et les conditions du test, en rappelant notamment le caractère anonyme de l'expérimentation et l'aspect volontaire de leur participation. Nous avons décrit les grandes lignes de la fiche Ageven et précisé les modules relevant du domaine de la vie privée, comme les questions portant sur leurs relations avec leurs parents ou sur la consommation de drogues illégales afin que les participants ne soient pas surpris par ces questions au moment de l'expérimentation.

Déroulement de l'expérimentation

L'expérimentation a duré une heure et demie dans une salle de classe. Après nous être présentée, nous avons débuté par une séance de discussion collective au cours de laquelle nous abordions la question de l'influence des amis dans la consommation de substances psychoactives, ainsi que leurs stratégies de persuasion. Au cours de cette séance, nous avons convié l'ensemble des participants à un exercice d'autoréflexion durant lequel les participants devaient éclairer leur propre parcours d'usage, c'est-à-dire comprendre leurs choix face aux produits. Pour faciliter cet exercice, nous proposons aux participants de remplir individuellement la fiche Ageven (modèle disponible auprès de l'auteur).

Cette fiche Ageven soumise aux sondés est composée de lignes représentant chaque âge ou niveau scolaire

allant de l'âge de neuf ans à la situation actuelle (au moment du test). Elle comportait 12 modules correspondant aux principaux facteurs associés à la consommation de produits et aux pratiques addictives, tels que la consommation des amis, des parents (18), la qualité de la relation avec les parents (19, 20) ou les événements marquants où la consommation de produits permettrait d'oublier ses problèmes ou d'anesthésier les souffrances (ou émotions négatives) (21).

Un premier groupe de modules recensait le niveau scolaire atteint à un âge donné. Cette information vise à faciliter le repérage temporel. Nous avons considéré que le fait de se référer aux niveaux scolaires (sixième, seconde...) plutôt qu'à l'âge (11 ans, 14 ans) permettrait de resituer et de souvenir plus aisément des événements passés. Trois autres modules portaient sur l'évolution des modes de consommation pour chacun des produits (cigarettes, cannabis et alcool fort) au cours des âges. L'objectif est d'articuler l'évolution des différents parcours de consommation. De nombreuses études démontrent que le tabac et le cannabis interagissent l'un avec l'autre : la consommation de cigarettes favorise le passage à la consommation de cannabis et inversement (22). Les participants avaient pour consigne de noter à chaque âge des données de fréquences, des mots-clés correspondant à la situation (par exemple : arrêt de la consommation, usage quotidien, essai, etc.). Pour mettre en relief l'effet de l'influence extérieure, les modules interrogeaient également le parcours d'usage de l'entourage (amis et parents). Nous avons complété cette comparaison en interrogeant la qualité de la relation avec les parents. Les modules correspondants sollicitaient leur jugement sur le type de relations qu'ils entretenaient avec leurs parents. Il s'agissait d'indiquer des mots qui reflètent leur situation vécue (par exemple : conflictuelle, complice, distante, etc.). Un autre module questionnait le sentiment de proximité à partir des indicateurs suivants : à un moment t, de qui vous sentez-vous le plus proche ? Cette question permet, par exemple, de savoir s'ils se sentaient plus proches des parents ou des amis au moment où ils essayaient ou développaient la consommation d'un produit. Nous demandions, par ailleurs, de situer les événements ou changements marquants, positifs et/ou négatifs, vécus à chaque âge afin qu'ils puissent mieux comprendre les moments où les relations avec les parents ont changé, se sont détériorées ou au contraire améliorées, et comment le parcours relationnel est relié aux parcours de consommation. Soit : modèlent-ils leur comportement par rapport aux groupes dont ils se sentent le plus proche ? La fiche

demandait également aux participants de fournir le prénom ou le surnom de leurs meilleurs amis. Nous avons eu recours à cette indication afin d'aider les participants à identifier les personnes influentes et savoir comment celles-ci ont pu déterminer leurs choix.

Il peut paraître bien évidemment difficile pour les participants de révéler spontanément des pratiques illégales ou de noter sur un papier des éléments de leur vie privée devant un tiers inconnu. Afin de réduire toute équivoque, nous avons précisé en début de séance notre indépendance institutionnelle et notre statut d'étudiante universitaire en sociologie. Nous avons indiqué que cette fiche était uniquement une aide pour reconstituer le parcours de vie et cerner le rôle des parents et des amis dans les choix qu'ils font. Nous avons, par ailleurs, souligné l'importance de remplir la grille en toute honnêteté afin d'en tirer le plus grand profit.

Lors de la passation, les consignes de remplissage étaient simples. Les participants étaient invités à remplir chacun des modules. Ils devaient commencer par renseigner les niveaux scolaires pour faciliter le repérage dans le temps. Pour faciliter la datation et le travail de mémorisation, nous avons rappelé la nécessité de commencer par indiquer les informations récentes (situation au moment du test, événements actuels), puis remonter progressivement vers les situations de plus en plus anciennes (préciser les événements ayant eu lieu l'année précédente, etc.). Enfin, ils ont eu à compléter chaque champ en utilisant des mots-clés. Nous avons laissé libre le remplissage des modules.

Après le remplissage, nous avons demandé aux participants de visualiser la fiche dans sa globalité et de regarder la façon dont leur parcours de vie s'est déroulé, comment les événements se sont enchaînés et avaient interagi entre eux. Pour les non-consommateurs, les consignes étaient de trouver des explications à leur non-consommation à travers les pratiques des proches et la qualité de leur relation avec leurs proches. Pour les consommateurs, il s'agissait d'identifier à quel moment et pour quelles raisons leur consommation avait pris un tournant après l'essai, après la première expérience. Nous les avons invités à comparer leurs parcours d'usage avec le parcours de leurs proches (amis et parents) afin qu'ils visualisent les similitudes ou les différences. La comparaison de leur parcours de consommation avec celui de leurs entourages (amis, parents) contribue ainsi à visualiser leur impact sur les choix face aux produits. Après la visualisation de

la fiche, nous avons demandé à chacun d'annoter leurs propres constats et/ou les éléments "percutants". Nous avons poursuivi la séance en invitant les participants à réfléchir et à discuter sans jugement autour de plusieurs questions en lien avec leurs histoires respectives. Par exemple : "Quel rôle jouent les amis dans votre parcours de consommation ?", "Selon vous, avez-vous été influencé par vos amis ?". Cette discussion fut l'occasion de vérifier avec les consommateurs l'hypothèse selon laquelle ils consommeraient les produits pour faire comme leurs amis ou qu'ils agiraient sous l'effet de groupe. À la fin de l'atelier, nous leur avons demandé de répondre à un questionnaire d'évaluation. Ce questionnaire permet de mesurer l'influence de l'atelier et de l'instrument Ageven sur les projets d'arrêt ou de réduction chez les usagers.

Questionnaire d'évaluation

Le questionnaire d'évaluation (disponible auprès de l'auteur) est court, et son remplissage a duré sept minutes. Il est principalement composé de questions fermées et ouvertes, et comporte au total 14 questions. Il commence par interroger les tendances de consommation des participants. Les questions portant sur les pratiques actuelles permettent d'identifier auprès de quel public cet outil a été efficace (efficacité en termes de prise de conscience). Le questionnaire interroge également l'impact de la fiche Ageven sur la prise de conscience de l'influence sociale des amis, ainsi que de l'influence des parents sur le choix de consommer ou de ne pas consommer. Par exemple : "Après la visualisation de votre propre parcours de vie au cours de l'atelier, cette grille vous a-t-elle fait prendre conscience du rôle des amis dans le fait d'avoir essayé/consommé les produits (cigarettes, cannabis ou alcool fort) ou de vivre des épisodes d'ivresses ?" ou "Après la visualisation de votre propre parcours de vie au cours de l'atelier, cette grille vous a-t-elle fait prendre conscience du rôle des parents dans le fait de ne pas avoir essayé/consommé les produits (cigarettes, cannabis ou alcool fort) ou de vivre des épisodes d'ivresses ?".

Pour mesurer l'intensité de la prise de conscience par les répondants de l'influence sociale de leurs proches, nous avons proposé quatre modalités de réponse : un peu ; beaucoup ; je le savais/je m'en doutais déjà ; pas du tout. Le questionnaire interroge notamment les intentions des participants, c'est-à-dire : envisagent-ils d'essayer les produits ou de limiter/mettre fin à leur

consommation, ceci pour connaître l'impact de cette réflexion sur les intentions d'arrêt ou de réduction de la consommation. Pour connaître l'influence de la fiche Ageven, le questionnaire distingue l'effet de l'atelier dans son ensemble (discussion collective sur l'influence des amis et la visualisation de la fiche Ageven) et l'effet de la fiche Ageven (visualisation de la fiche Ageven) sur les intentions d'arrêt ou de la réduction de la consommation. Deux questions ont été posées : la première interroge l'effet de l'atelier – "L'intervention entière à laquelle vous venez d'assister est-elle la cause de ce projet ?" et "L'intervention entière à laquelle vous venez d'assister a-t-elle renforcé ce projet ?" – la seconde isole l'impact de la fiche Ageven – "La visualisation de la fiche biographique est-elle la cause de ce projet ?" et "La visualisation de la fiche biographique a-t-elle renforcé, conforté ce projet ?".

Cette enquête ne donne aucune évaluation des intentions avant le test. Pourtant, il eut été pertinent de réaliser une étude comparative des intentions avant et après l'intervention afin d'apprécier le réel impact de cet outil. À défaut, nous avons questionné les intentions d'arrêt ou de réduction avant de participer à l'atelier : "Avant de remplir la grille Ageven, envisagiez-vous de réduire ou d'arrêter votre consommation ?". Ce même type de question est proposé pour connaître les intentions actuelles, c'est-à-dire après leur participation à l'atelier : "À l'heure actuelle, envisagez-vous de mettre fin ou de réduire votre consommation ?".

Comme toute activité de recherche avec des individus, ce questionnaire d'évaluation soulève des questions éthiques relatives au respect et aux droits des participants. Nous avons suivi les principes éthiques du Comité d'éthique de la recherche afin de respecter le consentement, les droits et la vie privée des participants. Nous avons aussi veillé à ce que les sondés participent volontairement et de manière éclairée à l'enquête. Ils ont, en effet, le droit de refuser ou d'accepter de participer à l'étude. Nous avons veillé à ce qu'ils aient une compréhension complète de l'objet de la recherche et de la conséquence de leur participation dans le processus de recherche. Nous avons, dès lors, expliqué que leurs données seraient utilisées à des fins statistiques afin d'évaluer quantitativement l'impact de l'intervention sur leurs pratiques futures. Au cours de ce protocole, nous avons informé les participants de la confidentialité des données, de l'anonymat, de leur droit de refuser de participer à l'enquête et de la durée de remplissage. Nous avons insisté sur l'importance de l'honnêteté des

réponses pour que l'analyse ne soit pas biaisée. Par ailleurs, nous avons rappelé que cette analyse ne ferait pas l'objet d'un jugement de valeur, et donc qu'il n'y avait pas de bonnes ou de mauvaises réponses. Ce dernier point – le fait que leurs réponses ne fassent pas l'objet d'un jugement – a encouragé l'expression.

Méthodes d'analyse

Une analyse qualitative s'attache au verbatim des étudiants recueilli lors de l'expérimentation. Ce type d'analyse permet d'étudier la réception de la fiche Ageven par les participants. Il s'agit de recenser les réactions, en particulier les opinions sur la fiche, son impact sur la prise de conscience de l'influence des amis et leur rapport aux produits. Pour compléter cette analyse, nous avons procédé à une analyse quantitative des résultats du questionnaire d'évaluation. Pour cela, les données recueillies dans ces questionnaires ont été codées sous Excel puis transférées vers le logiciel de traitement statistique SPSS (*Statistical package for the social sciences*). Ce logiciel a permis de conduire une analyse des données disponibles.

La faible taille de l'échantillon ne permet pas, dans notre étude, d'effectuer de test de significativité statistique permettant de faire état d'une indépendance statistique entre les variables sélectionnées. Néanmoins, l'échantillon permet de disposer de données descriptives nécessaires pour livrer des pistes de réflexion. Nous avons utilisé les outils classiques d'analyse descriptive, notamment pour décrire les caractéristiques de notre échantillon (âge, proportion de fumeurs, de non-fumeurs, etc.). Nous avons également effectué une analyse univariée sur la variable "prise de conscience de l'influence des amis/des parents" afin d'observer la distribution des effectifs. Pour savoir si cette prise de conscience affecte leur rapport aux produits, à savoir si elle impulse ou renforce le projet de se limiter, de réduire l'usage de produits, nous avons procédé à une analyse entre les variables "prise de conscience de l'influence des amis/des parents" et "projet d'arrêt/de réduction de la consommation" du questionnaire d'évaluation.

La partie suivante décrit dans un premier temps l'échantillon, notamment les conduites d'usage. Le deuxième temps porte sur la réception de l'enquête par les étudiants sondés. Pour compléter ces informations, les données du questionnaire d'évaluation ont été mobilisées pour quantifier cet impact.

Résultats

Description de l'échantillon

Notre échantillon est composé de 16 filles et 14 garçons. Les sondés sont majoritairement en deuxième année de licence, toutes disciplines confondues (n = 27), trois sont en première année. Ils ont majoritairement entre 18 et 21 ans : 13 ont entre 18 et 19 ans, 12 entre 20 et 21 ans et cinq participants ont 22 ans. L'âge médian est de 20 ans. Près de la moitié de l'échantillon est composée des consommateurs (incluant les usagers occasionnels dans le mois, dans l'année, les usagers fréquents et quotidiens – tableau I) d'au moins l'un des produits : - 14 n'ont jamais fumé de cigarette, trois ont arrêté avant l'étude, quatre n'ont fait qu'essayer, contre six qui sont des fumeurs quotidiens et trois des fumeurs occasionnels ou fréquents ; - 17 n'ont jamais fumé de cannabis contre cinq fumeurs quotidiens et sept fumeurs occasionnels ou fréquents, un seul participant s'est limité à un essai et aucun ne déclare avoir arrêté l'usage avant le test ; - enfin, 11 n'ont jamais vécu d'épisodes d'ivresse, trois ont cessé d'être en état d'ivresse avant l'intervention expérimentale, deux se sont limités à un essai, contre trois qui en vivent de manière répétée et 11 de manière occasionnelle. Seul un sujet est non consommateur des trois produits.

La réception de la fiche AGEVEN par les étudiants sondés

Compléter la fiche s'est avéré un exercice fastidieux pour les sondés. Elle faisait appel à leur mémoire. Il fut difficile, par exemple, de se souvenir de la qualité des

Tableau I : Répartition des consommateurs et des non-consommateurs au moment de l'étude

Substances psychoactives	Non-consommateurs*	Consommateurs**
Cigarettes	21	9
Cannabis	18	12
Alcool	8	22
Épisodes d'ivresse	16	14

* N'a jamais expérimenté, s'est limité à un essai, a arrêté de consommer.
 ** Usagers occasionnels dans le mois (entre un à trois usages par mois au cours des 30 derniers jours), usagers occasionnels dans l'année (moins six usages au cours de l'année), usagers fréquents (au moins un usage par semaine au cours des 30 derniers jours), usagers quotidiens (tous les jours au cours des 30 derniers jours), consommateurs ayant entamé une démarche d'arrêt ou de réduction de la consommation.

relations qu'ils entretenaient avec les parents lorsqu'ils étaient au collège : "Je ne me souviens plus de mes relations avec mon père quand j'étais en sixième, c'est compliqué ce que vous me demandez !". En dépit de la difficulté ressentie pour remplir la fiche, la lecture de leur parcours de vie semble avoir été une expérience positive pour les sondés. Elle leur a permis d'apprendre ou de confirmer certains points, comme en témoignent certains propos obtenus lors de la discussion :

- "Je vois que j'ai été influencée par l'ambiance familiale."

- "Avec Rosana, mon amie, je vois qu'on s'est influencées mutuellement [...]. Tout a basculé avec le passage du lycée à la fac, c'est là que j'ai commencé à réduire la consommation d'alcool et de cannabis."

- "En réalité, je me sens responsable de mes actes [...]. Je crois que cette fiche m'aide à grandir et à être plus fort dans mes décisions."

- "En général, je ne me sens pas influencé par mes amis. Mais il y a des moments exceptionnels, comme les repas familiaux ou le mariage, où en fait, c'est là que je bois pas mal et que je me fais influencer par mes amis."

- "Ce qui est intéressant à voir, c'est que la famille joue beaucoup dans ma consommation d'alcool, mais que mes amis, c'est plus sur la cigarette et le cannabis."

- "Ma famille est ma première source d'inspiration. Je suis heureux de n'avoir pas commencé à fumer la cigarette ou le cannabis. Je m'aperçois de l'influence familiale, c'est impressionnant, et quelque peu effrayant."

Les sondés mettent en évidence une articulation entre les comportements qu'ils ont développés face aux produits (non-consommation ou pratique limitée à des essais et consommation) et le type d'influence qu'ils y associent. L'influence parentale est plutôt avancée chez

les non-consommateurs (les abstinents et les sondés anciens consommateurs qui ont mis fin à la consommation) comme l'un des principaux facteurs qui expliquent la non-expérimentation de produits. La fiche Ageven est à la base de cette prise de conscience.

Nous avons évalué quantitativement cette prise de conscience. Parmi les non-consommateurs au moment de l'étude (incluant les abstinents des trois produits, les abstinents d'au moins l'un des trois produits, les anciens consommateurs et ceux qui ne consomment plus - n = 18), 16 vont dans le sens d'une prise de conscience de l'influence familiale : la majorité d'entre eux (n = 13) constatent que la fiche leur a fait "beaucoup" prendre conscience de l'influence de leurs parents dans la non-consommation des trois produits ou de l'une des substances, trois ont "un peu" pris conscience de l'influence familiale et un n'accorde pas de rôle influent des parents dans le fait de ne pas consommer (tableau II).

Les amis peuvent également être un argument pour justifier la non-consommation. La fiche a en effet permis à certains d'entre eux de se rendre compte de l'influence des amis, eux-mêmes non-consommateurs, sur leur rapport aux produits. La visualisation de la fiche biographique Ageven a favorisé une prise de conscience auprès de dix sondés : sept d'entre eux ont pris "un peu" conscience du rôle de leurs amis dans leur non-consommation, trois ont eu "beaucoup" conscience, contre sept pour lesquels la fiche n'a pas permis de constater l'influence des amis dans la non-consommation (tableau III).

En revanche, pour les consommateurs (quel que soit le produit), la prise de conscience se porte plutôt au niveau d'une influence sociale exercée par les amis. La

Tableau II : Impact de la fiche Ageven sur la prise de conscience de l'influence des parents dans la non-consommation (non-consommateurs et consommateurs)

	Non concerné*	Non pas du tout	Un peu	Beaucoup	Je le savais déjà	Total
Prise de conscience de l'influence des parents dans la non-consommation	12	1	3	13	1	30

* Consommateurs.

Tableau III : Impact de la fiche Ageven sur la prise de conscience de l'influence des amis dans la non-consommation (non-consommateurs et consommateurs).

	Non concerné*	Non pas du tout	Un peu	Beaucoup	Je le savais déjà	Total
Prise de conscience de l'influence des amis dans la non-consommation	12	7	7	3	1	30

* Consommateurs.

visualisation du parcours de vie a permis aux sondés de découvrir une articulation entre leur parcours de consommation et celui de leurs amis, très souvent consommateurs. Parmi l'ensemble des consommateurs au moment de l'étude (incluant les expérimentateurs : les répondants qui se sont limités à un essai, les sondés qui ont mis fin à leurs consommations – n = 22), la moitié (n = 11) déclare que la fiche Ageven a "un peu" favorisé une prise de conscience de l'influence des amis dans les choix effectués d'essai et de consommation de produits, sept répondent "beaucoup" (contre deux pour lesquels la fiche n'a pas contribué à cette prise de conscience) (tableau IV). En revanche, l'influence des parents est "peu" ou "pas du tout" associée à cette consommation. Pour ces consommateurs, la fiche n'a pas permis de découvrir une influence familiale : seuls deux participants déclarent avoir pris "beaucoup" conscience du rôle des parents dans la consommation de produits, cinq "un peu" et 14 ne reconnaissent "pas du tout" d'influence parentale dans leur consommation (tableau V).

À la lecture de leur fiche, les consommateurs reconnaissent que les amis puissent certainement exercer une pression incitative à expérimenter les produits ou à consommer de l'alcool, particulièrement lors de soirées festives. Néanmoins, ce n'est pas la principale explication qu'ils mobilisent pour justifier des pratiques similaires aux amis ou pourquoi ils consomment avec leurs amis. Le "partage" est le principal argument avancé, notamment par les consommateurs de cannabis, d'alcool et les usagers occasionnels de cigarettes. Ces derniers affirment qu'ils ne consomment pas par mimétisme, mais plutôt par besoin de se réunir et de s'unir autour d'une même activité. En ce sens, la consommation de substances psychoactives ne renvoie pas à une logique d'imitation pour "faire comme les autres". Il s'agit de faire, d'agir "avec les autres". C'est, selon les dires, l'ex-

pression d'une activité partagée, collective et conviviale :
- "Ça ne sert à rien de fumer ou de boire seul. C'est plus pour partager avec eux, ce n'est pas pour autant qu'on est influençable."

- "C'est pour rendre les échanges conviviaux que l'on consomme avec eux."

- "Si on fume quand ils se mettent à fumer, c'est plus pour le fait de partager quelque chose avec eux que le fait de faire comme eux."

- "On ne fume pas tout seul. Si on se met à consommer tout seul du cannabis, c'est qu'il y a un problème."

Nous constatons, par ailleurs, l'effort des participants pour revendiquer l'autonomie à travers leurs choix. Ils déclarent prendre seuls l'initiative de mettre fin à leur consommation ou de consommer un produit différent de celui des amis :

- "Je suis ferme dans mes décisions."

- "L'influence ne vient pas toujours des amis car il se peut qu'on se décide nous-mêmes pour la découverte ou pour quand on consomme."

- "Si je n'aime pas le cannabis, je ne fumerai pas même si mes amis me le demandent."

- "Si c'est la cocaïne, je ne ferai pas comme eux. C'est pour les tox. Je sais que je serai vite accro."

Les caractéristiques individuelles des choix, des décisions s'entrevoient notamment à travers la dimension rationnelle du comportement. Consommer les substances est une décision prise de manière rationalisée pour deux raisons. D'abord, ils orientent leurs choix d'après une finalité : partager une activité avec les amis. Il s'agit, comme nous l'avons souligné plus haut, d'un choix individuel de participer et de partager avec leurs amis à une activité collective. Un autre point est relevé : les participants tiennent compte du contexte spatio-temporel (le moment de la journée, le jour de la semaine, le lieu le plus propice à la consommation) avant de se

Tableau IV : Impact de la fiche Ageven sur la prise de conscience de l'influence des amis dans la consommation (consommateurs et non-consommateurs)

	Non concerné*	Non pas du tout	Un peu	Beaucoup	Je le savais déjà	Total
Prise de conscience de l'influence des amis dans la consommation	8	2	11	7	2	30

* Non-consommateurs des trois produits ou de l'un des produits.

Tableau V : Impact de la fiche Ageven sur la prise de conscience de l'influence des parents dans la consommation (consommateurs et non-consommateurs)

	Non concerné*	Non pas du tout	Un peu	Beaucoup	Je le savais déjà	Total
Prise de conscience de l'influence des parents dans la consommation	9	14	5	2	0	30

* Non-consommateurs des trois produits ou de l'un des produits.

décider à fumer ou à boire avec leurs amis. En effet, pour éviter d'être sanctionnés par leurs parents ou éviter que la consommation d'alcool ou de cannabis ait des conséquences sur leur scolarité, les sondés sont souvent amenés à tenir compte des paramètres contextuels :

- "Je préfère fumer des joints plutôt en fin de semaine ou pendant les vacances."
- "J'avais réduit la cigarette quand j'étais en seconde pour ne pas que je devienne accro après."
- "J'évite de fumer [la cigarette] près de la fac parce que mon père travaille à côté, je ne veux pas me faire gauler."
- "L'influence a ses limites, quand on se sent mal, on ne fume pas. Quand on trouve plus d'inconvénients que de plaisir."
- "J'ai le contrôle de mon corps, si je ne veux pas, si je n'ai pas envie, je ne le fais pas. Il n'y aura pas de plaisir, pas d'intérêt pour moi à faire quelque chose contre mon gré, contre ma volonté !"
- "Je dis non quand cela a des conséquences sur le reste, sur la santé, les cours et tout."
- "On est tous influencés même si on connaît les risques. Après si on ne veut pas, on ne prend pas !"

Évaluons désormais comment le besoin de revendication de l'autonomie dans les choix qu'ils font et la prise de conscience de leur influençabilité par leurs pairs agissent sur les consommateurs, en particulier pour susciter ou stimuler un projet d'arrêt ou de réduction de l'usage.

Un outil qui renforce le projet de réduction et/ou d'arrêt de la consommation

L'ensemble de la séance (incluant la passation de la fiche Ageven et la discussion) semble avoir peu d'impact

auprès des usagers de cigarettes, de cannabis et auprès des participants qui vivent des épisodes d'ivresse. Seuls cinq participants fumeurs de cigarettes au moment de l'étude ont déclaré avoir formulé un projet d'arrêt et/ou de réduction de la consommation après l'atelier (trois envisagent "beaucoup" et deux "un peu" une démarche de réduction et/ou d'arrêt), contre 12 qui avaient formulé ce projet ou entamé cette démarche avant la séance. Les chiffres sont moins élevés concernant les usagers de cannabis (deux ont formulé le projet post-test contre trois avant le test). En revanche, le nombre d'usagers d'alcool (vivant des épisodes d'ivresses) qui envisagent ce projet avant et après l'étude est le même (n = 3) (tableaux VI et VII).

Lorsque nous nous concentrons sur l'influence de la fiche Ageven sur le projet d'arrêt et/ou de réduction de l'usage, la comparaison des résultats obtenus dans les tableaux VIII et IX montre un faible effet de l'outil pour renforcer ou initier des projets d'arrêt et/ou de réduction formulés. L'effet du dispositif avant le test apparaît, par ailleurs, proportionnellement moindre par rapport à son effet sur les projets formulés post-test. Parmi les participants qui envisageaient un tel projet post-test (n = 15), seuls sept sur 15 (46 %) ont été impactés par la fiche Ageven (tableau VIII). La proposition diminue à 42 % lorsqu'il s'agit de renforcer les projets formulés avant le test : seuls huit sur 19 sujets estiment que la fiche a renforcé leur projet (tableau IX).

Toutefois, lorsque la fiche Ageven affecte les projets d'arrêt et/ou de réduction, son effet varie selon le produit et le contexte dans lequel le projet a été formulé. L'impact de la fiche Ageven pour initier, amorcer un

Tableau VI : Répartition des sondés (consommateurs) ayant formulé le projet d'arrêt ou de réduction de la consommation avant l'atelier selon la substance concernée

Projet d'arrêt ou de réduction avant le test	Non	Un peu	Beaucoup	Total
Consommation de cigarettes	4	6	6	16
Consommation de cannabis	10	2	1	13
Épisodes d'ivresse	19	1	2	22

Tableau VII : Répartition des sondés (consommateurs) ayant formulé le projet d'arrêt ou de réduction de la consommation après l'atelier selon la substance concernée

Projet d'arrêt ou de réduction après le test	Non	Oui, un peu	Oui, beaucoup	J'ai déjà réduit/arrêté	Total
Consommation de cigarettes	4	2	3	7	16
Consommation de cannabis	9	1	1	2	13
Épisodes d'ivresse	14	2	1	2	19

projet d'arrêt et/ou de réduction après la séance semble concerner aussi bien les fumeurs de cigarettes, de cannabis et usagers d'alcool. En revanche, cet impact pour renforcer les projets formulés avant le test concerne plutôt les fumeurs de cigarettes. Pour ces fumeurs qui avaient formulé ou entamé cette démarche avant test, le dispositif a renforcé le projet auprès de la moitié d'entre eux (tableau IX). Par ailleurs, parmi les 12 sondés qui projetaient d'arrêter et/ou de réduire la consommation de cigarettes avant même de participer à l'expérimentation, la moitié (n = 6) a estimé que la fiche Ageven a renforcé ce projet (tableau X). En revanche, l'impact demeure toujours moindre parmi les fumeurs de cannabis (n = 1) et les jeunes qui vivent des épisodes d'ivresse (n = 1) (tableau IX). Pour ces derniers, le caractère occasionnel et festif de l'usage de cannabis et des ivresses ne semble pas justifier une démarche d'arrêt et/ou réduction :

- "Je ne fume pas de cannabis tous les jours, c'est de temps en temps."

- "Pour l'instant, je ne vois pas de raison d'arrêter [le cannabis] c'est un usage occasionnel. J'arrêterai quand je verrais que je deviendrai accro et que je n'arriverai pas à m'en passer, quand ça devient dangereux pour moi."

Pour encourager une démarche d'arrêt, la fiche Ageven doit susciter une prise de conscience. Parmi les usagers des trois produits pour lesquels la fiche a impulsé un projet d'arrêt et/ou de réduction après l'atelier (n = 10), un peu plus de la moitié (n = 6) déclare que cette fiche a "un peu" (n = 4) ou "beaucoup" (n = 2) contribué à une prise de conscience de l'influence de leurs amis. Le fait de prendre conscience de l'influence des amis à partir de l'analyse de leur parcours de vie dans leur consommation peut avoir joué un rôle dans ce renforcement :

- "C'est bien fait. Je trouve que c'est [la fiche Ageven] une bonne idée ! Moi j'avais déjà pensé à arrêter le cannabis mais bon là c'est vrai que ça fait bizarre de voir notre parcours comme ça ! C'est intéressant."

- "J'ai commencé à arrêter la cigarette, ça m'arrive de succomber de temps en temps. Je vois bien que c'est lié aux amis, je prends du recul et ça me fait réfléchir à être peut-être plus sérieuse pour arrêter."

Notons que la visualisation des parcours d'usages à partir de l'outil Ageven ne peut être efficace auprès des consommateurs – dans le sens où elle stimulerait, renforcerait un projet d'arrêt et/ou de réduction – que lorsqu'elle s'accompagne d'une séance d'échanges, de

Tableau VIII : Impact de la fiche Ageven sur le projet de réduction ou d'arrêt de cigarettes, de cannabis et des épisodes d'ivresses formulé après la séance

Consommateurs ayant formulé un projet d'arrêt ou de réduction après la visualisation de la fiche Ageven	Ageven est la cause du projet d'arrêt ou de réduction de l'usage		
	Non	Oui, un peu	Oui, beaucoup
Cigarettes	2	–	2
Cannabis	3	1	1
Épisodes d'ivresse	3	2	1
Total	8	3	4

Tableau IX : Impact de la fiche Ageven sur le projet de réduction ou d'arrêt de cigarettes, de cannabis et des épisodes d'ivresses formulé avant la séance

Consommateurs ayant formulé un projet d'arrêt ou de réduction avant la visualisation de la fiche Ageven	Ageven a renforcé le projet d'arrêt ou de réduction de l'usage		
	Non	Oui, un peu	Oui, beaucoup
Cigarettes	2	4	2
Cannabis	4	1	–
Épisodes d'ivresse	5	1	–
Total	11	6	2

Tableau X : Projet de réduction ou d'arrêt de la consommation de cigarettes avant le test et impact de la fiche Ageven sur ce projet

Impact de la fiche Ageven sur le projet de réduction ou d'arrêt de la consommation de cigarettes	Intentions d'arrêter ou de réduire l'usage avant le test			
	Non	Oui, un peu	Oui, beaucoup	Total
Non	–	2	–	2
Oui	2	4	2	8
Nombre de consommateurs de cigarettes ayant ce projet avant l'atelier	4	6	6	16

discussion avec les usagers. L'étude comparative des effets de l'outil Ageven (visualisation des données sur la fiche Ageven) et de l'effet obtenu par l'ensemble des activités (visualisation des données sur la fiche Ageven et la session de discussion) sur les projets d'arrêt ou de réduction démontre un impact amoindri de l'outil Ageven lorsque nous l'isolons de la séance de discussion collective : dix sondés rapportent que l'ensemble de la séance a "un peu" ou "beaucoup" renforcé la démarche contre sept qui ont formulé ce projet après avoir seulement visualisé la fiche Ageven. Ces résultats soulignent l'intérêt d'utiliser l'outil Ageven pour animer les échanges avec les jeunes consommateurs. Ces échanges ont constitué un certain intérêt pour ces derniers dans la mesure où ils ont été interpellés sur leur autonomie, la responsabilité à engager dans les choix à faire. Parallèlement aux travaux antérieurs (11, 16), le fait d'interpeller les jeunes consommateurs sur la perte d'autonomie peut s'avérer essentiel pour amorcer ou renforcer un tel projet.

Discussion et conclusion

Cet article explore l'effet de l'outil Ageven sur les consommateurs. La faible taille de notre échantillon ($n = 30$) et l'effectif trop petit dans chaque cellule ne permettent pas de formuler un constat fiable et scientifique sur la relation entre la prise de conscience de l'influence sociale et l'impact que cette prise de conscience peut avoir sur le projet d'arrêter et/ou de réduire la consommation. La portée de nos propos est, par conséquent, limitée pour affirmer l'efficacité du dispositif pour initier ou renforcer la démarche d'arrêt ou de réduction. Bien que les chiffres soient faibles, les résultats de cette étude apportent des premiers éléments qualitatifs de réflexion qui peuvent s'avérer utiles pour développer et améliorer cet outil. Ils mettent en évidence deux éléments. Cette fiche a pu être utilisée par les participants comme support pour analyser objectivement et trouver des explications sur leur parcours de consommation. Les résultats de ce travail démontrent que la fiche Ageven peut avoir un impact dans la prise de conscience de l'influence des pairs. Alors que l'inexpérience est imputée à une influence parentale, la consommation est appréhendée sous l'angle d'une influence des pairs. Pour expliquer des pratiques d'usage similaires avec leurs amis, les jeunes mettent en avant l'idée de partage, de convivialité ou la volonté d'accompagner les amis dans cette pratique. Cet argument

permet de placer les choix exposés sous le faisceau d'un choix autonome qui est celui de consommer avec les amis dans le but de partager une activité et un moment convivial avec eux. L'idée de partage, l'idée d'accompagner les amis est, bien plus que l'influence sociale, la principale source de motivation de nos répondants. Dès lors, l'argument de l'influence sociale ne peut à lui seul stimuler un projet d'arrêt ou de réduction de l'usage.

L'usage de l'outil Ageven, dans l'analyse des parcours, a permis à certains sondés consommateurs de cigarettes, de cannabis ou d'alcool d'envisager une démarche d'arrêt et/ou de réduction après l'atelier expérimental. L'impact semble, par ailleurs, relativement plus important chez les consommateurs de cigarettes qui avaient formulé ce projet avant même de participer à l'enquête. Cet outil peut contribuer à le renforcer, mettant ainsi en évidence l'intérêt de développer la réflexion sur l'utilisation de cet outil pour accompagner les jeunes consommateurs de cigarettes dans la démarche d'arrêt ou de réduction.

Nous pouvons, dès lors, envisager son utilisation auprès des jeunes publics dans le cadre d'une intervention en groupe en contexte scolaire ou entretien individuel. Cet outil peut être conçu comme outil d'éducation à la santé dans les Consultations jeunes consommateurs (centres d'accueil pour les consommateurs de substances psychoactives, ces consultations permettent d'effectuer un bilan des consommations, d'apporter des informations et d'accompagner la démarche d'arrêt). À titre d'exemple, il serait utilisé en entretien thérapeutique par les professionnels de santé afin de stimuler chez les jeunes publics la réflexion sur leur parcours d'usage.

Nous convenons que cette méthode nécessite encore quelques modifications, améliorations à réaliser avant de pouvoir la proposer comme outils de prévention. Les caractéristiques des enquêtés, uniquement des étudiants en étude supérieure, ne permettent pas de vérifier véritablement l'efficacité de l'action de cette fiche auprès d'un public plus jeune, c'est-à-dire la population lycéenne. Aussi, comparé à la population générale sur la classe d'âge des étudiants, notre échantillon présente une proportion de fumeurs quotidiens de cigarettes (20 % ; $n = 6$) bien moindre qu'en population générale : 23,6 % pour les 15-19 ans et 40,9 % chez les 20-25 ans. La proportion de fumeurs quotidiens de cannabis dans notre population est également relativement moins importante (16 % ; $n = 5$) contre 22 % chez les 20-25 ans, 19 % chez les 15-19 ans et 20 % selon le Baromètre santé 2010 (23).

Pour explorer la réelle efficacité de cet outil sur les consommateurs, il eut fallu passer le questionnaire avant et après le test. Nous disposerions d'informations plus précises sur l'impact du dispositif expérimental sur les intentions. En outre, la démarche d'arrêt formulée par les participants est probablement propre à de nombreux utilisateurs. Cela ne dit pas si une démarche d'arrêt s'ensuit. Nous ne pouvons pas déduire l'effet du dispositif sur les consommateurs à partir des réponses aux questionnaires et des intentions formulées par les participants. Une évaluation de type longitudinale serait plus adaptée pour apprécier l'impact du dispositif sur le long terme.

Une étude de type évaluative, voire un essai d'évaluation à plus grande échelle, pourrait également être envisagée. Il conviendrait d'abord d'extrapoler cette expérimentation auprès d'un plus large échantillon afin d'évaluer quantitativement son impact. Il conviendrait également de mettre en place une intervention expérimentale en milieu scolaire, notamment auprès de lycéens (24). Le tester auprès de cette population s'avère pertinent car, en effet, c'est pendant les années "lycée" que la consommation de cigarettes, de cannabis et d'alcool à tendance à s'intensifier (1). ■

Conflits d'intérêt. – L'auteur déclare l'absence de tout conflit d'intérêt.

I. Sahed

Influence des amis dans la consommation de cigarettes, de cannabis et d'alcool. Sensibiliser les jeunes : premiers résultats de l'expérimentation de l'outil Ageven

Alcoologie et Addictologie. 2016 ; 38 (1) : 57-69

Références bibliographiques

1 - Spilka S, Le Nézet O. Alcool, tabac et cannabis durant les "années lycée". *Tendances, OFDT*. 2013 ; (89, novembre). <http://www.ofdt.fr/BDD/publications/docs/eftxsstb.pdf>.

2 - Observatoire Européen des Drogues et des Toxicomanies. Rapport européen sur les drogues : tendances et évolutions. Luxembourg : Office des publications de l'Union européenne ; 2013.

3 - Miller P, Plant M. The family, peer influences and substance use:

findings from a study of UK teenagers. *Journal of Substance Use*. 2003 ; (8) : 19-26.

4 - Gardner M, Steinberg L. Peer Influence on risk taking, risk preference, and risky decision making in adolescence and adulthood: an experimental study. *Developmental Psychology*. 2005 ; 41 (4) : 625-35.

5 - Aquatias S, Maillard I, Zorman M. Faut-il avoir peur du hachich ? Entre diabolisation et banalisation : les vrais dangers pour les jeunes. Paris : Syros ; 1999.

6 - Pasquier D. Cultures lycéennes, la tyrannie de la majorité. Paris : Autrement ; 2005.

7 - Cheryl A, Piazza M, Mekos D, Valente T. Peers, schools, and adolescent cigarette smoking. *Journal of Adolescent Health*. 2001 ; 29 (1) : 22-30.

8 - Institut National de la Santé et de la Recherche Médicale. Conduites addictives chez les adolescents. Usages prévention et accompagnement. Paris : Éditions INSERM, Collection Expertise Collective ; 2014.

9 - Institut National de la Santé et de la Recherche Médicale. Conduites addictives chez les adolescents. Usages, prévention et accompagnement. Principaux constats et recommandations. Manuel de poche. Paris : Éditions INSERM, Collection Expertise Collective ; 2014.

10 - Thomas RE, McLellan J, Perera R. School-based programmes for preventing smoking. *Cochrane Database of Systematic Reviews*. 2013 ; (4).

11 - Evans RI. A social inoculation strategy to deter smoking in adolescents. In : Matarazzo JD, Weiss SM, Herd JA, Miller NE, Weiss SM, editors. Behavioral health: a handbook of health enhancement and disease prevention. New York : Wiley ; 1984. p. 765-74.

12 - McGuire W J. Inducing resistance to persuasion. In : Berkowitz L, editor. Advances in experimental social psychology. New York : McGraw-Hill ; 1964. p. 192-229.

13 - Evans RI, Rozelle RM, Maxwell SE, Raines BE, Dill CA, Guthrie TJ. Social modelling films to deter smoking in adolescents: results of a three-year field investigation. *Journal of Applied Psychology*. 1981 ; 66 (4) : 399-414.

14 - Brehm JW. A theory of psychological reactance. New York : Academic Press ; 1966.

15 - De Singly F. Les adonaissants. Paris : Armand Colin ; 2006.

16 - Brehm JW, Mann M. Effect of importance of freedom and attraction to group members on influence produced by group pressure. *Journal of Personality and Social Psychology*. 1975 ; (31) : 816-24.

17 - Antoine P, Bry X, Diouf PD. La fiche AGEVEN, un outil pour la collecte des données rétrospectives. *Techniques d'enquête*. 1987 ; 13 (2) : 173-81.

18 - Béraud J, Marcelli D, Venisse JL, Reynaud M. Les facteurs psychosociaux de risque, de gravité et de protection. In : Reynaud M, directeur. Usage nocif de substances psychoactives : identification de usages à risque. Outils de repérages, conduites à tenir. Rapport au directeur Général de la Santé. Paris : La Documentation française ; 2002 : 59-76. http://asp.lecrips-idf.net/cirdd/telechargement/facteurs_risque_protection.pdf.

19 - Chedid M, Romo L, Chagnard E. Consommation du cannabis chez les adolescents : liens entre structure, cohésion, hiérarchie familiales et niveau de consommation. *Annales Médico-Psychologiques*. 2008 ; 167 (7) : 541-3.

20 - Batters JE. Family stressors and adolescent cannabis use: pathway to problem use. *Journal of Adolescence*. 2002 ; (25) : 645-54.

21 - Brunelle N, Brochu S, Cousineau MM. Des cheminements vers un style de vie déviant : adolescents des centres jeunesse et des centres pour toxicomanes. Université de Montréal : CICC, Cahier de recherche ; 1998.

22 - Patton GC, Coffey C, Carlin JB, Sawyer SM, Lynskey M. Reverse gateways? Frequent cannabis use as a predictor of tobacco initiation and nicotine dependence. *Addiction*. 2005 ; (100) : 1518-25.

23 - Beck F, Richard JB. Les Comportements de santé des jeunes. Analyses du Baromètre santé 2010. Saint-Denis : Inpes, collection Baromètres santé ; 2013.

24 - Sahed I. Prévenir la consommation de substances psychoactives à l'adolescence. Proposition et mise à l'essai de la méthode par l'autoréflexion et de l'outil Ageven. *Psychotropes*. 2015 ; 21 (2) : 131-56. <http://www.cairn.info/revue-psychotropes-2015-2-page-131.htm>.