



Communiqué de presse
Paris, le 7 avril 2016

« Recettes pompettes » :

L'Institut national de prévention et d'éducation pour la santé (INPES) et la Mission interministérielle de lutte contre les drogues et les conduites addictives (MILDECA) condamnent une incitation au « *binge-drinking* »

Après le jeu « *Neknomination* » (défis à boire sur les réseaux sociaux) aux conséquences dramatiques pour les jeunes, c'est au tour des stars de se mettre en scène en état d'ivresse.

La bande-annonce d'une nouvelle émission, « *Les Recettes pompettes* », disponible sur You Tube dévoile un nouveau concept: inviter une star pour cuisiner et aligner les « *shots* » d'alcool jusqu'à l'ivresse.

Cette vidéo contribue malheureusement à banaliser les consommations excessives d'alcool, qui sont loin d'être uniquement synonymes de fête. On connaît aujourd'hui les conséquences du « *binge-drinking*¹ » et des fortes consommations d'alcool, en particulier chez les jeunes : à la fois à court terme (comas éthyliques, accidents de la route, violences, viols, noyades ... etc.) mais également à long terme (conséquences neurologiques irréversibles sur le cerveau, risques de dépendance, cancers, cirrhose etc.). L'Institut national de prévention et d'éducation pour la santé (INPES) et la Mission interministérielle de lutte contre les drogues et les conduites addictives (MILDECA) condamnent donc fermement cette vidéo, qui encourage objectivement les internautes à adopter des comportements dangereux pour leur santé.

Le « *binge drinking* » et les consommations excessives se banalisent en France

En effet, en dix ans :

- la part des 18-25 ans ayant connu une ivresse dans l'année est passée de 33% à 46% ;
- la part de ceux en ayant connu au moins trois a presque doublé, de 15% à 29%.

D'autre part,

- le phénomène du « *binge drinking* » concerne **14 % des 15-24 ans** et 10 % des 25-34 ans qui ont consommé de l'alcool en recherchant l'ivresse au moins une fois dans l'année² ;
- la consommation nocive d'alcool engendre un coût pour la société estimé à 120 milliards euros en 2010, elle est responsable de 49 000 décès par an, soit 135 par jour.

Par ailleurs, en novembre 2015, l'Inpes a réalisé une étude omnibus qui montrait que les français se sentent surexposés à la publicité pour l'alcool :

- 89% des français pensent qu'il y a suffisamment (55%) voire trop (34%) de publicités en faveur des boissons alcoolisées

¹ Phénomène issu des pays anglo-saxons qui consiste en la consommation d'une quantité importante d'alcool dans un temps limité dans le but d'atteindre l'ivresse

² Données Baromètre santé Inpes 2014

Cette omniprésence de l'alcool dans les médias (séries, films, publicité) et la tonalité positive associée à son image contribue probablement à **installer ou conforter une norme sociale en faveur de la consommation excessive d'alcool et valorisant ces comportements excessifs.**

Oui, on peut dire non

Les réseaux sociaux sont des espaces privilégiés pour toucher les jeunes générations connectées. C'est pourquoi l'Inpes est présent sur cette espace avec la création d'un espace jeune sur le site alcool info service et sa web série « Esquive la tise », qui vise à développer les compétences psychosociales des adolescents : **oui, on peut dire non à un verre de trop** sans passer pour un looser. Chaque épisode donne des astuces, sur le ton de l'humour, pour résister à la pression des autres et refuser les incitations à boire. **Certains épisodes ont été vus plus de 270 000 fois.**

CONTACTS PRESSE

Inpes : Vanessa Lemoine – Tél : 01 49 33 22 42 – E-mail : vanessa.lemoine@inpes.sante.fr

Inpes : Cynthia Bessarion – Tél : 01 49 33 22 17 – E-mail : cynthia.bessarion@inpes.sante.fr

Mildeca : Murielle Fayolle – Tél : 06 08 42 81 90 – E-mail : murielle.fayolle@pm.gouv.fr