

Travail de fin d'études: "Etude des motivations et des freins à la consommation d'alcool et de cannabis chez les jeunes de 15 à 25 ans."

Auteur : Joiret, Alice

Promoteur(s) : Mathys, Cécile

Faculté : Faculté de Droit, de Science Politique et de Criminologie

Diplôme : Master en criminologie, à finalité spécialisée

Année académique : 2018-2019

URI/URL : <http://hdl.handle.net/2268.2/7877>

Avertissement à l'attention des usagers :

Tous les documents placés en accès ouvert sur le site le site MatheO sont protégés par le droit d'auteur. Conformément aux principes énoncés par la "Budapest Open Access Initiative"(BOAI, 2002), l'utilisateur du site peut lire, télécharger, copier, transmettre, imprimer, chercher ou faire un lien vers le texte intégral de ces documents, les disséquer pour les indexer, s'en servir de données pour un logiciel, ou s'en servir à toute autre fin légale (ou prévue par la réglementation relative au droit d'auteur). Toute utilisation du document à des fins commerciales est strictement interdite.

Par ailleurs, l'utilisateur s'engage à respecter les droits moraux de l'auteur, principalement le droit à l'intégrité de l'oeuvre et le droit de paternité et ce dans toute utilisation que l'utilisateur entreprend. Ainsi, à titre d'exemple, lorsqu'il reproduira un document par extrait ou dans son intégralité, l'utilisateur citera de manière complète les sources telles que mentionnées ci-dessus. Toute utilisation non explicitement autorisée ci-avant (telle que par exemple, la modification du document ou son résumé) nécessite l'autorisation préalable et expresse des auteurs ou de leurs ayants droit.



LIÈGE université

**Droit, Science Politique
& Criminologie**

Étude des motivations et des freins à la consommation d'alcool et de cannabis chez les jeunes de 15 à 25 ans

Travail de fin d'études

Promoteur : Cécile Mathys

Année académique 2018-2019

Alice Joiret

Remerciements

Je tenais tout d'abord à remercier ma promotrice, Madame Mathys, qui m'a permis de réaliser mon travail de fin d'études sur un thème qui me touche particulièrement et de m'avoir aidée, par ses conseils, dans la réalisation de celui-ci.

Je remercie également mes référents de stage de dernière année de master en criminologie, Monsieur Christophe Mairesse et Monsieur Frédéric Lekeu qui m'ont permis d'approcher la thématique de la prévention des assuétudes auprès d'un public d'adolescents et de jeunes adultes au sein du service de prévention de l'Openado de Liège. Ils m'ont offert l'occasion de réfléchir à la manière de mettre en place de nouvelles activités concernant la prévention des assuétudes, ce qui m'a donné l'envie d'aller plus loin et de consacrer mon travail de fin d'études à cette problématique.

J'aimerais adresser mes remerciements à toutes les personnes qui ont accepté de participer à mon étude, sans qui ce travail de fin d'études n'aurait pas pu aboutir mais également pour les questionnements qu'ils ont fait émerger en moi.

Enfin, je remercie tout particulièrement mon père, Jean-Pierre Joiret, pour tout son soutien.

Tables des matières :

Abstract	5
Corpus théorique	6
Question de recherche	8
Méthodologie	8
Participants	8
Profils	9
Procédure	9
Résultats	11
Profil de consommateurs et de non-consommateurs	11
Motivations évoquées quant à la non-consommation d'alcool et de cannabis	11
<i>Motivations évoquées par les consommateurs abstinents et les consommateurs expérimentateurs d'alcool</i>	11
<i>Différences constatées parmi les profils de consommateurs d'alcool abstinents et expérimentateurs</i>	12
<i>Motivations évoquées par les consommateurs abstinents et expérimentateurs de cannabis</i>	12
<i>Différences constatées parmi les profils de consommateurs de cannabis abstinents et expérimentateurs</i>	13
Motivations évoquées quant à la consommation d'alcool et de cannabis	14
<i>Motivations évoquées quant à la consommation d'alcool</i>	14
<i>Motivations évoquées quant à la consommation de cannabis : (Tableaux récapitulatifs en annexe 12.)</i>	15
<i>Différences constatées parmi les cinq profils de consommateurs d'alcool :</i>	16
<i>Différences constatées parmi les cinq profils de consommateurs de cannabis :</i>	16
Motivations évoquées librement par l'ensemble des sujets consommateurs et non-consommateurs d'alcool et de cannabis :	16
<i>Sujets non-consommateurs d'alcool</i>	16
<i>Sujets consommateurs d'alcool :</i>	17
<i>Sujets non-consommateurs de cannabis</i>	17
<i>Sujets consommateurs de cannabis :</i>	18
Discussion	18
Forces et limites de l'étude	22
Implications sur le terrain	23
Conclusion	24
Bibliographie :	25
Annexes :	27

ANNEXE 1	27
ANNEXE 2	37
ANNEXE 3	38
ANNEXE 4	39
ANNEXE 5	40
ANNEXE 6	41
ANNEXE 7	42
ANNEXE 8	43
ANNEXE 9	44
ANNEXE 10	45
ANNEXE 11	55
ANNEXE 12	57

Abstract

But de l'étude : Compte tenu des nombreux risques que la consommation excessive d'alcool et de cannabis peut engendrer, la prévention est une mission essentielle d'intérêt public. Le but de l'étude était d'identifier les différentes motivations quant à la consommation et à la non-consommation d'alcool et de cannabis chez les jeunes de 15 à 25 ans, en relation avec les différents profils de consommateurs, afin d'apporter de nouvelles perspectives aux programmes de prévention.

Echantillonnage et méthodologie : Une étude en ligne a été réalisée auprès de 1312 jeunes de 15 à 25 ans, essentiellement au travers des réseaux sociaux. Cette étude était basée sur deux questionnaires préalablement validés, l'un abordant les motivations à consommer tandis que l'autre sondait les principales raisons de s'abstenir.

Résultats : L'étude a permis d'identifier les principales raisons qui expliquent pourquoi on consomme de l'alcool et du cannabis et les principales motivations qui freinent cette consommation ; en découle des recommandations pour les programmes de prévention.

Conclusion : En s'appuyant sur des études scientifiques antérieures et des questionnaires pré-validés, et grâce au recours à des outils modernes et adaptés, cette étude a pu apporter des réponses à l'objet de sa recherche et à ses hypothèses. Elle fournit des pistes pour améliorer la prévention, identifie les questions encore présentes et une réflexion sur des études complémentaires à mener.

Mots-clefs : Alcool, cannabis, consommateur, prévention, risques.

Objective: given the numerous risks that excessive use of alcohol and cannabis may cause, prevention is an essential public interest's duty. The aim of the study was to identify the different reasons for alcohol and cannabis using and non-using among young people between 15 and 25 years old, taking into account the different consumer profiles, in order to draw new perspectives for prevention programs.

Sample and methods: an online survey was conducted among 1312 young people between 15 and 25 years old, mainly through social networks. This study was based on two questionnaires previously validated, one addressing the reasons to consume while the other was identifying the main reasons to abstain.

Results: the study succeeded identifying the main reasons why alcohol and cannabis are used and the main motivations that hinder this consumption. Recommendations for prevention programs come from these learnings.

Conclusion: based on previous scientific studies and pre-validated questionnaires, and thanks to the use of modern and adapted tools, this study was able to give answers to the object of its research and its hypotheses. It provides tracks for improving prevention, identifies issues that are still present and a reflection on further studies to be conducted.

Keywords: alcohol, cannabis, consumer, prevention, risks.

Introduction

La prévention relative aux abus de consommation ou la consommation à risques de drogues¹ ou d'alcool, vise à toucher de larges groupes dans la population, à savoir les adolescents et les jeunes, les écoles, les familles, le monde du travail, les usagers en période festive, les groupes à risque, etc. Il s'agit donc d'un important fait de société qui vise presque l'entièreté de la population d'un pays, mais également la plupart des pays. En effet, cette consommation à risques et ces abus peuvent engendrer de nombreux problèmes sociaux tels que l'échec ou le décrochage scolaire, la perte d'emploi et du logement, des accidents mais aussi des problèmes sanitaires par la transmission de maladies, des overdoses ... On constate chez certains consommateurs de cannabis un risque plus important de schizophrénie, de décès prématurés, mais aussi une criminalité accrue, d'où l'importance d'y consacrer toute notre attention dans le cadre de la criminologie (Antoine, Blanckaert, De Ridder, Gremeaux, & Plettinckx, 2015 ; Drogues Info Service, 2018).

Gisle (2014) et l'observatoire européen des drogues et des toxicomanies ([OEDT] 2018) ont démontré que le cannabis et l'alcool étaient les deux drogues les plus prisées par les jeunes de 15 à 24 ans.

Des études belges sur les élèves de secondaire ont révélé que plus d'un cinquième des 15 à 16 ans (20,9%) et plus d'un tiers des 17 à 18 ans (36,6%) ont déjà consommé du cannabis au moins une fois dans leur vie, tandis que parmi les plus jeunes, à savoir les 12-13 ans, moins d'un sur vingt avait déjà consommé du cannabis. On remarque également que 3,1% des 15-16 ans consomment du cannabis régulièrement tandis que cette proportion grimpe à 5,4% pour les 17-18 ans. D'autre part, il a été révélé que la moyenne d'âge de la première consommation de cannabis chez les jeunes est de 15,4 ans (Antoine et al., 2015).

De même, il a été recensé que près de 4 jeunes entre 15 et 24 ans sur 5 (77%) ont consommé de l'alcool durant les 12 derniers mois en Belgique. On situe l'âge de la première consommation de boissons alcoolisées entre 15 et 18 ans pour les hommes, et entre 15 et 24 ans pour les femmes. De plus, 6% des jeunes belges reconnaissent déjà une consommation problématique d'alcool contre 12 à 13% chez les adultes de 35 à 64 ans (Gisle, 2014).

Corpus théorique

Les motivations des consommateurs d'alcool ont notamment été explorées au sein d'une Université Nigériane, relevant ainsi trois motivations principales à la consommation, à savoir, surmonter l'anxiété face aux exigences scolaires et améliorer ses compétences, se sociabiliser et faciliter les échanges avec autrui, et atténuer les émotions négatives pour faire face à certaines situations mal vécues (Dumbili & Onyima, 2018). D'autre part, le « binge drinking », et les jeux d'alcool associés, prennent beaucoup de place dans nos sociétés aujourd'hui. Une étude australienne a analysé les motivations des étudiants universitaires à participer à ce genre de jeux. Elle a révélé que les motivations étaient la recherche de compétition, la stimulation, la poursuite de sensations fortes, l'amélioration de l'image sociale, la poursuite sexuelle et l'ennui. Les motivations quant aux quantités d'alcool ingérées lors de ces jeux relevaient, elles, également de la compétition mais aussi du désir de s'entraîner pour devenir plus fort (George, Zamboanga, Martin & Olthuis, 2018).

Les raisons les plus fréquemment relevées concernant la consommation de cannabis diffèrent quelque peu des motivations avancées quant à la consommation d'alcool. Bello et ses collègues (2005) indiquent

¹ Par le terme drogue, nous nous référons dans le cadre de cette étude à la définition donnée par Infor Drogues (2019), soit « toute substance, naturelle ou synthétique, qui a un effet modificateur sur l'état de conscience et/ou l'activité mentale. »

que les motivations les plus souvent évoquées pour la consommation de cannabis sont le fait de se détendre et de faire la fête ; de pouvoir mieux dormir, mieux réfléchir et mieux communiquer ; penser plus efficacement, diminuer l'anxiété et se soigner.

Les facteurs de protection quant à la consommation de drogues en général établissent que les abstinents présentaient une plus grande religiosité, un engagement scolaire et un contrôle parental plus important que les consommateurs. Ils avaient également moins tendance à fréquenter des pairs toxicomanes et avaient en général moins de conflits avec leurs parents. A l'inverse, les facteurs de risque pour les non-abstinents étaient la pauvreté, de faibles notes scolaires, un manque d'engagement vis-à-vis de l'école, la fréquentation de pairs antisociaux et des conflits avec leurs parents. (Vaughn et al., 2018).

Par ailleurs, d'autres motivations ont également été étudiées, à savoir, les raisons qui poussent les consommateurs adultes de cannabis à ne plus en faire usage. Une étude dans la région de Baltimore a permis de mettre en évidence six facteurs de motivations relatifs au désir d'arrêter de consommer : l'image de soi et la maîtrise de soi, les préoccupations en matière de santé, les relations interpersonnelles, le risque d'inacceptabilité sociale, les risques juridiques et la recherche d'efficacité personnelle. Les 4 premières motivations ci-dessus sont celles qui réduisent le plus les risques de rechute (Chauchard, Levin, Copersino, Heishman & Gorelick, 2013). Par ailleurs, Downey, Rosengren et Donovan (2001) ont révélé que les motivations intrinsèques concernant l'arrêt de consommation de drogues (alcool, hallucinogènes, cannabis, opiacés, cocaïne, etc.) avaient plus de poids que les motivations extrinsèques. Les raisons intrinsèques se focalisaient sur l'image de soi et les préoccupations pour la santé tandis que les motivations extrinsèques prenaient en compte l'influence sociale et les risques juridiques.

Enfin, Davis et Spillman (2011) ont mis en évidence que les motivations d'étudiants en psychologie de 18 à 44 ans pour n'avoir jamais consommé de marijuana, de PCP, d'héroïne, de cocaïne, d'amphétamines, d'hallucinogènes, de méthamphétamines, d'ecstasy et de médicaments à usage non-médical étaient les risques de dommages physiques liés à la consommation de drogues, la désapprobation des parents et la probabilité que les drogues interfèrent avec leurs objectifs de vie. L'étude a aussi révélé que les étudiants abstinents avaient de meilleures relations avec leurs proches.

Bien que certaines recherches aient étudié les facteurs de protection relatifs à la consommation de drogue, le profil des abstentionnistes et leurs motivations à s'abstenir n'ont été que peu investigués jusqu'ici, notamment en Belgique ; et ce constat est encore plus vrai si l'on considère un public d'adolescents et de jeunes adultes. Pourtant, ces profils et ces motivations pourraient faire l'objet de politiques de prévention ciblées relatives à l'usage de drogues, raison pour laquelle l'étude de cette problématique semble pertinente. La présente étude a donc pour objectif d'analyser ces profils et ces motivations afin d'apporter un regard neuf sur la pertinence des programmes de prévention actuellement en vigueur relatifs à l'abus de consommation de drogues ou aux consommations à risques.

Cette recherche se concentrera sur les deux drogues principales que les jeunes consomment le plus, à savoir, l'alcool et le cannabis (Gisle, 2014 ; L'observatoire européen des drogues et des toxicomanies, 2018). Elle visera précisément les jeunes de 15 à 25 ans, soit la tranche d'âge de la première expérimentation de ces deux drogues (Antoine et al., 2015 ; Gisle, 2014).

En plus de décrire les motivations quant à la consommation et la non-consommation d'alcool et/ou de cannabis, cette étude visera à comparer les différents profils et les motivations respectives. Il s'agira donc d'une recherche descriptive à visée comparative.

Question de recherche

La question de recherche principale est de déterminer les différentes motivations qui poussent les consommateurs et les non-consommateurs à consommer ou justement à ne pas consommer de l'alcool ou du cannabis. Une des sous-questions est de déterminer s'il existe différents types de profils de consommateurs et de non-consommateurs d'alcool et de cannabis, et si leurs motivations peuvent différer en fonction de ces profils. En effet, l'Institut de la statistique du Québec (2009) évoque la possibilité qu'il existe plusieurs catégories entre les différents non-consommateurs et consommateurs d'alcool et de cannabis et que ces catégories pourraient se comporter différemment. Une des hypothèses avancées est donc qu'un groupe ayant déjà consommé de l'alcool ou du cannabis n'aura pas nécessairement les mêmes attentes, le même avis ni les mêmes freins qu'un autre groupe composé de personnes n'en ayant jamais consommé. D'autre part, un des risques potentiels anticipé dans l'étude est que les motifs religieux interviennent pour beaucoup dans la non-consommation d'alcool, en particulier pour le profil des personnes n'en ayant jamais consommé. Enfin, il s'agira d'effectuer une comparaison des motivations de consommation ou d'abstinence, tant pour l'alcool que pour le cannabis et en fonction des différents profils de consommateurs ou de non-consommateurs. Une autre des hypothèses avancées est qu'il devrait y avoir des différences dans les motivations de consommation, ou non, de ces deux drogues, étant donné que les attentes, les expériences et les risques sont perçus différemment. Il est donc opportun de comparer les motivations des jeunes de 15 à 25 ans à consommer ou ne pas consommer ces deux types de drogue, à savoir l'alcool ou le cannabis, afin de rechercher des similitudes d'une part, et de mettre en évidence les différences d'autre part.

Méthodologie

Participants

Cette étude s'appuyait sur un échantillon aléatoire et probabiliste à visée objective reposant sur une sélection de critères adressés à l'échantillon cible, à savoir avoir entre 15 et 25 ans et soit consommer de l'alcool et/ou du cannabis, soit n'avoir jamais consommé d'alcool et/ou du cannabis, soit ne plus avoir consommé de l'alcool et/ou du cannabis depuis plus de 12 mois.

1312 sujets ont participé à l'étude. Néanmoins, deux répondants ont dû être écartés compte tenu d'un manque de sérieux évident des réponses fournies. L'échantillon retenu était donc composé de 955 femmes, 349 hommes et 6 personnes faisant partie de la catégorie autres, se définissant eux-mêmes comme non-binaire, bi-genre, en transition sexuelle ou « genderfluid ».

La répartition par âges des participants à l'étude était respectivement de :

- | | |
|-------------------------------------|---------------------------------------|
| ▪ 2,52% pour les jeunes de 15 ans, | ▪ 12,82% pour les jeunes de 21 ans, |
| ▪ 2,75% pour les jeunes de 16 ans, | ▪ 11,98% pour les jeunes de 22 ans, |
| ▪ 3,05% pour les jeunes de 17 ans, | ▪ 13,12% pour les jeunes de 23 ans, |
| ▪ 11,76% pour les jeunes de 18 ans, | ▪ 7,56% pour les jeunes de 24 ans, et |
| ▪ 14,58% pour les jeunes de 19 ans, | ▪ 4,66% pour les jeunes de 25 ans. |
| ▪ 15,19% pour les jeunes de 20 ans, | |

La toute grande majorité des répondants étaient belges, soit 85,72%, mais l'échantillon reprenait un peu plus d'un français sur 10 répondants (12,2%) et un italien sur 200 (0,5%) ; tandis que le reste (1,58%) se composait essentiellement d'allemands, de polonais, de luxembourgeois, de canadiens, d'autrichiens et de suisses.

Ils étaient une majorité à avoir obtenu leur diplôme de secondaire supérieur avec 55,57% de l'échantillon ; 26,41% ayant obtenu leur diplôme d'études supérieures de type court, 9,08% étant diplômés du secondaire inférieur et 7,09% ayant obtenu un diplôme d'études supérieures de type long. Seuls 1,29% avait un diplôme de l'enseignement primaire alors que 0,56% ont répondu « Autre ».

Une très grande majorité des jeunes de l'échantillon étaient étudiants avec 87,78% des répondants. 2,06% des participants étaient actuellement sans emploi. 3,12% travaillaient dans le secteur médical ou social ; un peu moins d'un pourcent de l'échantillon exerçait une fonction commerciale (0,99%) et faisait partie du personnel enseignant (0,99% également). 0,76% de l'échantillon travaillaient dans l'administration, 0,68% dans l'Horeca et 0,30% dans la construction. Le solde des répondants (3,32%) ayant répondu « Autre » avec des métiers tels que graphiste, photographe, doctorant, journaliste, pilote de ligne, informaticien, militaire, moniteur sportif et coiffeur.

Plus de deux tiers des participants habitaient chez leurs parents (67,17%) alors que 14,80% vivaient en colocation, 8,47% habitant seuls et 7,40% avec un/une partenaire. 2,16% de l'échantillon ont répondu « Autre ».

Profils

Plusieurs profils de consommateurs et de non-consommateurs pour chacune des deux drogues ont été évalués lors de cette recherche. Les différentes catégories ont été reprises de l'Institut de la statistique du Québec (2009) et étaient évaluées dans les 12 derniers mois, à savoir :

- Deux profils de consommateurs abstinents :
 - N'avoir jamais consommé
 - Ne pas avoir consommé au cours des 12 derniers mois
- Un profil de consommateurs expérimentateurs :
 - Juste une fois, pour essayer
- Deux profils de consommateurs occasionnels :
 - Moins d'une fois par mois (à l'occasion)
 - Environ une fois par mois
- Deux profils de consommateurs réguliers :
 - La fin de semaine ou une ou deux fois par semaine
 - Trois fois et plus par semaine mais pas tous les jours
- Un profil de consommateurs quotidiens :
 - Tous les jours

Les différents profils participants se situaient dans la tranche d'âge, préalablement établie, des jeunes de 15 à 25 ans. Chacun de ces profils a été redirigé vers le questionnaire qui le concernait selon le type de drogues consommées ou non.

Procédure

Pour mener à bien cette étude, un questionnaire en ligne a été largement diffusé (Questionnaire en annexe 1). Ce choix a été effectué car il permettait de viser une récolte de données auprès d'un important public, afin qu'il se rapproche au mieux de la population étudiée des 15 à 25 ans. Ce choix a également été effectué en raison de la difficulté à trouver des sujets n'ayant jamais consommé ou ne consommant plus d'alcool ou de cannabis depuis au moins 12 mois. Enfin, ce choix a été conforté par la difficulté de trouver dans un même lieu l'ensemble de la catégorie des 15 à 25 ans et par l'accessibilité de cette tranche d'âge avec des outils en ligne.

Pour cette dernière raison notamment, les réseaux sociaux ont largement été mis à contribution ; non seulement pour trouver des participants, mais aussi pour que des participants ou même des personnes n'étant pas dans les conditions de pouvoir répondre elles-mêmes, invitent des amis ou des connaissances à remplir le questionnaire. Ainsi les réponses ont largement bénéficié du partage du questionnaire via les internautes, en particulier pour trouver des non-consommateurs d'alcool. Parmi les sites utilisés, on retrouve l'inévitable Facebook, mais aussi MyUliège et encore divers forums en ligne s'adressant au public des 15 à 25 ans tels que Adoasis ou Skuat, dotés de sections « Entraide » et « Etudes », où le questionnaire a été mis en ligne.

D'un point de vue éthique, il était précisé en introduction à chacun des questionnaires que les réponses étaient totalement anonymes, que chacun était libre de le compléter ou pas et de l'abandonner à tout moment, sans devoir se justifier. En outre, nous demandions aux mineurs d'obtenir préalablement l'accord des parents pour participer à cette étude.

Deux questionnaires validés ont été utilisés pour réaliser cette étude. A savoir, l'un s'adressant aux profils des consommateurs abstinents et expérimentateurs, tandis que le deuxième s'adressait aux profils de consommateurs occasionnels, aux profils de consommateurs réguliers et au profil de consommateurs quotidiens. Ces questionnaires ont été adressés aussi bien aux consommateurs et aux non-consommateurs d'alcool que de cannabis.

Le premier questionnaire a été tiré d'une étude de Davis et Spillman (2011). Ces auteurs cherchaient à comprendre les différentes raisons qui incitent à ne pas consommer de drogues, auprès d'étudiants de plus de dix-huit ans inscrits à un cours de psychologie de première et deuxième année au sein d'une université aux Etats-Unis. A cette fin, ils ont réalisé un questionnaire reprenant dix-huit motivations à ne pas consommer de drogues associées à une échelle de Likert à cinq graduations allant de « 1 = Pas du tout d'accord » à « 5 = Tout à fait d'accord ». Les dix-huit motivations adaptées selon le type de drogues se trouvent en annexe 2.

Le deuxième questionnaire a été repris d'une étude de Simons, Correia, Carey et Borsari (1998). Ces auteurs avaient pour but de valider un questionnaire évaluant les motivations à consommer de l'alcool et de cannabis. Ce questionnaire était composé de vingt-cinq questions associées à une échelle de Likert à cinq graduations allant de « 1 = Presque jamais/jamais » à « 5 = Presque toujours/toujours ». Ces vingt-cinq questions étaient regroupées suivant cinq types de motivations de consommation : motivations sociales, motivations d'adaptation, motivations de sensations de bien-être, motivations de conformité et motivations d'amélioration du champ de la conscience. Les vingt-cinq motivations regroupées au sein des cinq dimensions figurent en annexe 3.

Etant donné que ces deux études ont, à l'origine, été réalisées en anglais, une traduction française a été effectuée. Celle-ci a également été adaptée en fonction du type de drogues visé par la présente étude, à savoir l'alcool et le cannabis. Avant de commencer la récolte de données, un pré-test a été réalisé auprès d'un petit échantillon, afin d'évaluer la compréhension du questionnaire traduit, la longueur du test et sa mise en forme. Le pré-test a permis d'apporter des améliorations ou des précisions relatives à certaines questions, sans toutefois en modifier le sens initial. Enfin, nous avons souhaité donner librement la parole aux participants à l'étude, pour donner d'autres raisons pour s'abstenir ou consommer de l'alcool ou du cannabis.

L'analyse des résultats consistera dans un premier temps à une analyse descriptive réalisée par tables de fréquence sous logiciel SAS (Statistical Analysis System) concernant les diverses motivations à la consommation et à la non-consommation d'alcool et de cannabis. De plus, le test de Kruskal-Wallis pour variables dépendantes ordinales, toujours réalisé sur base du logiciel SAS, permettra de déterminer

si les divers profils de consommateurs et de non-consommateurs proviennent d'une même population ou si des différences sont à observer ne permettant pas de conclure que l'ensemble des profils sont identiques.

Enfin, les différentes motivations évoquées librement par les participants quant à leur consommation et non-consommation d'alcool et de cannabis seront recensées et comptabilisées sous forme descriptive également.

Résultats

Profil de consommateurs et de non-consommateurs :

La consommation d'alcool chez les jeunes de l'échantillon au cours des 12 derniers mois se décrivait comme suit :

- 81 sujets n'avaient jamais consommé (bu) d'alcool
- 21 sujets n'avaient pas consommé d'alcool au cours de ces 12 derniers mois
- 37 sujets avaient consommé juste une fois, pour essayer
- 213 sujets avaient consommé moins d'une fois par mois (à l'occasion)
- 244 sujets avaient consommé environ une fois par mois
- 526 sujets avaient consommé la fin de semaine ou une à deux fois par semaine
- 178 sujets avaient consommé trois fois et plus par semaine mais pas tous les jours
- 10 sujets avaient consommé tous les jours

Tandis que la consommation de cannabis chez les jeunes de l'échantillon au cours des 12 derniers mois se présentait comme suit :

- 672 sujets n'avaient jamais consommé de cannabis
- 167 sujets n'avaient pas consommé de cannabis au cours de ces 12 derniers mois
- 131 sujets avaient consommé juste une fois, pour essayer
- 184 sujets avaient consommé moins d'une fois par mois (à l'occasion)
- 42 sujets avaient consommé environ une fois par mois
- 44 sujets avaient consommé la fin de semaine ou une à deux fois par semaine
- 27 sujets avaient consommé trois fois et plus par semaine mais pas tous les jours
- 43 sujets avaient consommé tous les jours

Motivations évoquées quant à la non-consommation d'alcool et de cannabis :

Des statistiques descriptives ont été réalisées pour énoncer les raisons que les jeunes de 15 à 25 ans décrits dans les profils de consommateurs abstinentes et de consommateurs expérimentateurs, invoquent quant à leur non-consommation d'alcool et de cannabis.

L'analyse de ces réponses a été réalisée selon le même modèle que l'étude de Davis et Spillman (2011). Afin de décrire les motivations les plus courantes données par les étudiants, ces auteurs avaient décidé de regrouper les réponses favorables (5 = « Tout à fait d'accord » et 4 = « D'accord »).

Motivations évoquées par les consommateurs abstinentes et les consommateurs expérimentateurs d'alcool :

Les résultats quant aux motivations de non-consommation d'alcool des sujets n'en ayant jamais consommé, établissent que le motif prédominant est la crainte de dommages psychologiques que l'alcool peut engendrer avec 83,95% des sujets de ce groupe l'évoquant. Cette motivation est suivie ensuite par

la crainte de dommages physiques que l'alcool peut engendrer (70,37%), par le fait que la consommation d'alcool va à l'encontre de ma morale (62,96%), par la crainte de perdre le contrôle (62,96%) et parce que la consommation d'alcool interfère avec mes objectifs de vie (59,26%). Contrairement à ce qui était attendu, les convictions religieuses (38,27%) n'arrivent qu'à la sixième place du classement des raisons de non-consommation. Les autres motivations évaluées par les répondants sont, dans l'ordre : la désapprobation des parents (35,8%), la peur de devenir alcoolique (29,62%), le rejet des consommateurs d'alcool (24,69%), le coût élevé de l'alcool (24,69%), les campagnes de prévention (22,23%), les dangers de la vente d'alcool (22,22%), le risque d'être arrêté (19,75%) et l'accroissement potentiel de ma consommation de drogues (12,34%). Les motivations les moins souvent évoquées par les participants étant le fait de ne pas savoir où trouver de l'alcool (6,17%), la désapprobation des amis (7,4%), la désapprobation du partenaire (9,87%) et l'illégalité en raison de l'âge (9,88%). Un graphique récapitulatif se trouve en annexe 4.

Les motivations les plus souvent évoquées par les non-consommateurs ayant juste essayé l'alcool durant ces 12 derniers mois sont, dans l'ordre : les dommages psychologiques (72,97%) et les dommages physiques (70,28%) que peuvent engendrer l'alcool, la crainte de perdre le contrôle (56,76%), parce que l'alcool interfère avec mes objectifs de vie (40,54%), la peur de devenir alcoolique (32,43%) et la désapprobation des parents (29,73%). Les raisons les moins souvent évoquées par les participants sont la désapprobation des amis (5,41%), le fait de ne pas savoir où trouver de l'alcool (5,41%) et l'accroissement potentiel de ma consommation de drogues (8,11%). La désapprobation du partenaire se trouve ici à la onzième place des motivations les plus souvent évoquées quant à la non-consommation d'alcool avec 13,51%. Les campagnes de prévention se situent à la neuvième place avec 21,62% des répondants qui reconnaissent leur rôle dans les motivations à ne pas consommer d'alcool. Un graphique récapitulatif se trouve en annexe 5.

Les motivations les plus souvent évoquées par les personnes n'ayant pas consommé d'alcool depuis plus de 12 mois sont la crainte de dommages physiques en première place avec 76,2% puis la crainte de dommages psychologiques (71,43%), le fait que l'alcool interfère avec les objectifs de vie (61,91%), la crainte de perdre le contrôle (61,81%) et parce que la consommation d'alcool va à l'encontre de ma morale (52,38%). Les raisons les moins souvent évoquées sont la désapprobation des parents (0%) et l'illégalité en raison de mon âge (0%). Elles sont suivies de près par le risque d'être arrêté (4,76%), les convictions religieuses (4,76%), la désapprobation du partenaire (4,76%), la désapprobation des amis (4,76%) et le fait de ne pas savoir où trouver de l'alcool (4,76%). 14,28% des répondants mentionnent que les campagnes de prévention jouent un rôle dans les motivations à ne pas consommer d'alcool. Un graphique récapitulatif se trouve en annexe 6.

Différences constatées parmi les profils de consommateurs d'alcool abstinents et expérimentateurs :

Le test de Kruskal-Wallis pour variables dépendantes ordinales a permis de mettre en évidence plusieurs motivations significativement différentes parmi les 3 profils de consommateurs d'alcool, à savoir : la désapprobation des parents ($H=6,7363$; $p=0,0345 < 0,05$), parce que la consommation d'alcool interfère avec mes objectifs de vie ($H=8,0200$; $p=0,0181 < 0,05$), parce que la consommation d'alcool va à l'encontre de ma morale ($H=18,2293$; $p=0,0001 < 0,05$), parce que la consommation d'alcool est contre mes convictions religieuses ($H=14,5837$; $p=0,0007 < 0,05$) et parce que je ne sais pas où trouver de l'alcool ($H=6,3075$; $p=0,0427 < 0,05$).

Motivations évoquées par les consommateurs abstinents et expérimentateurs de cannabis :

Les motivations les plus souvent évoquées à l'appui de la non-consommation de cannabis par les répondants n'en ayant jamais consommé sont la crainte de dommages psychologiques (83,34%) et

physiques (78,57%) que peut entraîner la consommation de cannabis, parce que la consommation de cannabis interfère avec mes objectifs de vie (75,3%), la crainte de perdre le contrôle (65,32%) et parce que la consommation de cannabis va à l'encontre de ma morale (64,13%). Les motivations les moins souvent évoquées sont les convictions religieuses (11,61%), la désapprobation des amis (21,43%), la désapprobation du partenaire (24,26%), le fait de ne pas savoir où trouver du cannabis (27,53%) et le rejet des consommateurs de cannabis (28,57%). Les campagnes de prévention arrivent à la dixième place avec 41,97%. Un graphique récapitulatif se trouve en annexe 7.

Les motivations les plus souvent mentionnées par les sujets ayant juste essayé une fois le cannabis au cours des 12 derniers mois sont, dans l'ordre, la crainte de dommages physiques que peuvent engendrer la consommation de cannabis (64,12%), parce la consommation de cannabis interfère avec mes objectifs de vie (63,35%), la crainte de dommages psychologiques que peuvent engendrer la consommation de cannabis (62,59%), la crainte de perdre le contrôle (43,51%) et parce que le cannabis est trop cher (38,17%). Les motivations les moins souvent évoquées par cette catégorie de répondants sont, dans l'ordre, les convictions religieuses (3,81%), le rejet des consommateurs de cannabis (6,87%), la désapprobation des amis (13,74%), l'influence des campagnes de prévention (19,84%) et la dangerosité des trafiquants de drogue (21,37%). Un graphique récapitulatif se trouve en annexe 8.

Les motivations les plus souvent citées par les sujets n'ayant plus consommé de cannabis depuis plus de 12 mois sont, dans l'ordre, la crainte des dommages psychologiques pouvant être provoqués par la consommation de cannabis (61,68%), parce que la consommation de cannabis interfère avec mes objectifs de vie (56,88%), la crainte des dommages physiques potentiellement provoqués par la consommation de cannabis (55,09%), la désapprobation des parents (55,04%) et la crainte de perdre le contrôle (42,52%). Les motivations les moins souvent évoquées par les répondants sont, dans l'ordre, les convictions religieuses (2,99%), le rejet des consommateurs de cannabis (10,78%), la désapprobation des amis (11,37%), l'influence des campagnes de prévention (16,77%) et la désapprobation du partenaire (20,95%). Un graphique récapitulatif se trouve en Annexe 9.

Un tableau récapitulatif pour l'ensemble des profils, reprenant toutes les motivations pour ne pas consommer d'alcool ou du cannabis, se trouve en Annexe 10.

Différences constatées parmi les profils de consommateurs de cannabis abstinentes et expérimentateurs :

Le test de Kruskal-Wallis pour variables dépendantes ordinales a permis de mettre en évidence plusieurs motivations significativement différentes parmi les 3 profils de consommateurs, à savoir la crainte de dommages physiques que peut provoquer la consommation de cannabis ($H=70,9113$; $p<0,0001$ $<0,05$), la désapprobation des parents ($H=31,8975$; $p<0,0001$ $<0,05$), parce que la consommation de cannabis interfère avec mes objectifs de vie ($H=47,6978$; $p<0,0001$ $<0,05$), la crainte de dommages psychologiques que peuvent provoquer la consommation de cannabis ($H=65,6527$; $p<0,0001$ $<0,05$), parce que la consommation de cannabis va à l'encontre de ma morale ($H=122,0239$; $p<0,0001$ $<0,05$), la peur de devenir toxicomane ($H=50,1080$; $p<0,0001$ $<0,05$), parce que le cannabis est illégal ($H=53,8615$; $p<0,0001$ $<0,05$), la crainte de perdre le contrôle ($H=53,2658$; $p<0,0001$ $<0,05$), le risque d'être arrêté ($H=27,7122$; $p<0,0001$ $<0,05$), l'augmentation potentielle de ma consommation de drogues ($H=29,7608$; $p<0,0001$ $<0,05$), parce que la consommation de cannabis va à l'encontre de mes convictions religieuses ($H=27,0929$; $p<0,0001$ $<0,05$), le rejet des consommateurs de cannabis ($H=45,1573$; $p<0,0001$ $<0,05$), la désapprobation du partenaire ($H=7,8334$; $p=0,0199$ $<0,05$), la dangerosité des trafiquants de drogues ($H=39,2231$; $p<0,0001$), la désapprobation des amis ($H=24,9354$; $p<0,0001$ $<0,05$) et l'influence des campagnes de prévention ($H=37,5389$; $p>0,0001$ $<0,05$).

Motivations évoquées quant à la consommation d'alcool et de cannabis :

Des statistiques descriptives, via des tables de fréquence effectuées sur le logiciel SAS, ont été réalisées pour énoncer les raisons qu'évoquent les jeunes de 15 à 25 ans quant à leur consommation d'alcool et de cannabis, décrits dans les profils de consommateurs occasionnels, réguliers et quotidiens. L'analyse des résultats s'est basée sur l'étude de Simons et al. (1998). Ces auteurs avaient regroupé les vingt-cinq questions adressées à l'échantillon sous cinq catégories, à savoir : les motivations sociales, les motivations d'adaptation, les motivations de sensations de bien-être, les motivations de conformité et les motivations d'amélioration du champ de la conscience. Ces mêmes catégories ont donc été respectées.

Motivations évoquées quant à la consommation d'alcool : (Tableaux récapitulatifs en annexe 11.)

Moins d'une fois par mois (à l'occasion) : Il a été démontré par la présente étude que les motivations les plus souvent évoquées par les répondants étaient des motivations sociales. En effet, 7,20% des sujets mentionnaient que cette raison était présente presque toujours ou toujours lorsqu'ils consommaient de l'alcool. Elle était également présente la plupart du temps chez 9,38% des répondants, la moitié du temps pour 7,88% et parfois pour 28,17% d'entre eux. Arrivent en deuxième place les motivations de sensations de bien-être citées par 3% des répondants presque toujours/toujours, par 5,63% d'entre eux la plupart du temps, 7,13% la moitié du temps et 19,90% parfois. Les trois motivations restantes, soit les motivations d'adaptation, les motivations de conformité et les motivations d'amélioration du champ de la conscience obtenaient ensuite des scores relativement serrés, ne permettant pas ainsi une distinction franche.

Environ une fois par mois : Les motivations sociales étaient les premières raisons évoquées par les répondants consommant de l'alcool environ une fois par mois. Il a été mis en avant que 10,74% des répondants présentaient ces motivations presque toujours ou toujours, 19,83% la plupart du temps, 19,34% la moitié du temps et enfin 27,05% parfois. Les motivations de sensations de bien-être arrivaient à la seconde place, bien devant les motivations d'adaptation, les motivations d'amélioration du champ de la conscience et enfin les motivations de conformité.

Fin de semaine ou une à deux fois par semaine : Les motivations sociales étaient les premières évoquées par le groupe de consommateurs d'alcool buvant de l'alcool en fin de semaine ou une à deux fois par semaine. 11,63% d'entre eux se sentaient concernés presque toujours ou toujours, 24,56% la plupart du temps, 19,20% la moitié du temps et 26,80% parfois. Les motivations de sensations de bien-être étaient les deuxièmes les plus évoquées par les participants avec 10,60% se sentant concernés presque toujours ou toujours, 18,86% la plupart du temps, 17,49% la moitié du temps et 24,10% parfois. Elles étaient également suivies, de loin et dans l'ordre, par les motivations d'adaptation, d'amélioration du champ de la conscience et enfin les motivations de conformité.

Trois fois et plus par semaine mais pas tous les jours : Dans ce groupe de consommateurs d'alcool, les motivations sociales et les motivations de sensations de bien-être se chevauchaient de près étant donné que pour les motivations sociales, 16,40% des participants déclaraient être concernés presque toujours ou toujours, 25,95% la plupart du temps, 20,45% la moitié du temps et 23,14% parfois ; tandis que les motivations de sensations de bien-être concernaient 20,56% des sujets presque toujours ou toujours, 19,66% la plupart du temps, 17,86% la moitié du temps et 21,90% parfois. Ces motivations étaient suivies, également de loin, par les motivations d'adaptation et de motivations d'amélioration du champ de la conscience. Enfin, près de 8 sujets sur 10 (79,10%) ne se sentaient pas concernés par les motivations de conformité.

Tous les jours : Les motivations sociales et les motivations de sensations de bien-être étaient les plus importantes et proches les unes des autres également pour les consommateurs quotidiens d'alcool, avec toutefois un léger avantage pour les secondes suivant la méthode d'attribution des scores par les dimensions de l'échelle de Likert. En effet, les motivations de bien-être s'imposent toujours ou presque toujours pour 48% des répondants, la plupart du temps pour 18%, la moitié du temps pour 14% et, parfois pour 10% alors que les motivations sociales jouent un rôle presque toujours ou toujours pour 32% des répondants, la plupart du temps pour 24%, la moitié du temps pour 14% et enfin parfois pour 22%. Les motivations d'adaptation et d'amélioration du champ de conscience arrivaient en troisième et quatrième positions, assez proches les unes des autres. En revanche, les motivations de conformité sont ignorées par près de 8 répondants sur 10 (78% jamais ou presque jamais).

Motivations évoquées quant à la consommation de cannabis : (Tableaux récapitulatifs en annexe 12.)

Moins une fois par mois (à l'occasion) : Les premières motivations évoquées par les consommateurs de cannabis moins d'une fois par mois étaient les motivations de sensations de bien-être avec 17,06% des répondants concernés presque toujours ou toujours, 16,08% la plupart du temps, 17,93% la moitié du temps et 22,28% parfois. Se trouvaient toutes les deux à la deuxième place les motivations sociales et les motivations d'amélioration du champ de la conscience avec, respectivement, 60,32% et 60,97% des sujets ne se sentant pas concernés par ces motivations. Suivaient alors les motivations d'adaptation avec 77,06% des répondants ne se sentant pas concernés par ces raisons et 91,41% des sujets hermétiques aux motivations de conformité.

Environ une fois par mois : Les motivations de sensations de bien-être se trouvaient à la première place des raisons évoquées chez les consommateurs adeptes du cannabis environ une fois par mois avec 29,99% des sujets concernés presque toujours ou toujours, 22,38% la plupart du temps, 15,71% la moitié du temps et 20,00% parfois. Ensuite, les sujets ont mis en avant les motivations d'amélioration du champ de la conscience, suivies de près par les motivations sociales. Les motivations d'adaptation se situaient à la quatrième place avec 6,66% des sujets concernés presque toujours ou toujours, 7,14% la plupart du temps, 7,61% la moitié du temps et enfin 15,23% parfois. Les motivations de conformité se retrouvaient ainsi à la dernière place avec 90,47% des sujets ne se sentant presque jamais ou jamais concernés.

Fin de semaine ou une à deux fois par semaine : ce groupe désigne les motivations de sensations de bien-être comme étant la première raison pour consommer du cannabis. Seuls 11,36% des sujets ne se sentaient presque jamais ou jamais concernés par cette dimension. Bien moins plébiscitées, se suivaient ensuite de près les motivations d'amélioration du champ de la conscience, les motivations sociales et les motivations d'adaptation avec chacune entre 4 et 5 répondants sur 10 se sentant peu ou pas du tout concernés (Jamais ou presque jamais). Les motivations de conformité se retrouvaient bonnes dernières avec près de 9 répondants sur 10 (87,27%) jamais ou presque jamais concernés.

Trois fois et plus par semaine mais pas tous les jours : Les motivations de sensations de bien-être se retrouvaient à la première place des consommateurs de cannabis de ce groupe, avec seulement 12,59% des sujets ne se sentant presque jamais ou jamais concernés. Les motivations d'adaptation se retrouvaient à la deuxième place du classement avec 20,74% des sujets concernés presque toujours ou toujours, 7,40% la plupart du temps, 20,74% la moitié du temps et 25,18% parfois. Se chevauchaient par la suite les motivations sociales et les motivations d'amélioration du champ de la conscience avec respectivement 33,33% et 37,03% ne se sentant presque jamais ou jamais concernés. Enfin, plus de 9 répondants sur 10 (90,37%) ne se sentaient presque jamais ou jamais concernés par les motivations de conformité.

Tous les jours : Les motivations de sensations de bien-être étaient évoquées préférentiellement par les consommateurs de cannabis ayant une consommation quotidienne. 48,83% des sujets se sentaient concernés presque toujours ou toujours, suivis de 9,76% la plupart du temps, 8,37% la moitié du temps et 20,46% parfois. Les motivations d'adaptation, les motivations d'amélioration du champ de la conscience et les motivations sociales se chevauchaient avec respectivement 22,32%, 25,58% et 26,04% des sujets ne se sentant presque jamais ou jamais concernés. Seul un répondant sur 10 environ se sentait concerné de près ou de loin par les motivations de conformité, avec 3,26% des sujets évoquant ces motivations presque toujours ou toujours, 0,46% la plupart du temps, 0% la moitié du temps et 6,51% parfois.

Différences constatées parmi les cinq profils de consommateurs d'alcool :

Le test de Kruskal-Wallis pour variables dépendantes ordinales a permis de mettre en évidence que les cinq dimensions étudiées par la présente étude sur les consommateurs d'alcool étaient significativement différentes entre les cinq profils de consommateurs, à savoir : les motivations sociales ($H=135,1357$; $p<0,0001 <0,05$), les motivations d'adaptation ($H=70,9746$; $p<0,0001 <0,05$), les motivations de sensations de bien-être ($H=141,2679$; $p<0,0001 <0,05$), les motivations de conformité ($H=159,7571$; $p<0,0001 <0,05$) et enfin, les motivations d'amélioration du champ de la conscience ($H=24,5276$; $p<0,0001 <0,05$).

Différences constatées parmi les cinq profils de consommateurs de cannabis :

Le test de Kruskal-Wallis pour variables dépendantes ordinales a permis de mettre en évidence que les cinq dimensions étudiées vis-à-vis des consommateurs de cannabis étaient significativement différentes entre les cinq profils de consommateurs, à savoir : les motivations sociales ($H=20,0007$; $p=0,0005 <0,05$), les motivations d'adaptation ($H=32,2695$; $p<0,0001$), les motivations de sensations de bien-être ($H=27,1516$; $p<0,0001$), les motivations de conformité ($H=40,5422$; $p<0,0001 <0,05$) et enfin, les motivations d'amélioration du champ de la conscience ($H=23,7915$; $p<0,0001$).

Motivations évoquées librement par l'ensemble des sujets consommateurs et non-consommateurs d'alcool et de cannabis :

Les répondants avaient également la possibilité de s'exprimer sur les autres raisons pouvant entraîner la consommation ou la non-consommation d'alcool et de cannabis. Cet espace dédié au sein du questionnaire a permis de mettre en avant plusieurs tendances :

Sujets non-consommateurs d'alcool :

Juste une fois, pour essayer : Les sujets rapportaient plusieurs autres raisons pour ne pas consommer d'alcool, à savoir : le goût, ne pas en avoir besoin pour s'amuser ou faire la fête, connaître de meilleures façons de se sociabiliser, ne pas vouloir être malade après avoir trop bu, ne pas aimer l'image que donnent certaines personnes alcoolisées et leurs réactions. Un sujet mentionnait également le fait que l'alcool n'était pas toujours végétarien, ce qui allait à l'encontre de ses principes ; tandis qu'un autre trouvait également que l'alcool est de plus en plus mal vu dans notre société et qu'il ressentait une pression sociale à ne pas consommer.

Ne pas avoir consommé d'alcool au cours des 12 derniers mois : Les sujets rapportaient en outre différentes raisons à ne pas consommer de l'alcool, à savoir : un gaspillage d'argent, le goût, un désintérêt pour les effets procurés par l'alcool, une mauvaise expérience avec l'alcool, une bonne résistance à la pression sociale liée, ne pas en avoir besoin pour s'amuser, une contre-indication due à la prise quotidienne de médicaments, de mauvaises expériences avec des alcooliques ou avoir été soi-

même un ancien alcoolique et le fait que certains prédateurs profitent des personnes alcoolisées pour abuser d'elles.

N'avoir jamais consommé d'alcool : Les sujets rapportaient également les raisons suivantes pour ne pas consommer d'alcool : le goût, un désintérêt, les autres addictions que l'alcool peut engendrer, des antécédents familiaux avec l'alcool ou des parents alcooliques, ne pas en avoir besoin pour s'amuser, ne pas aimer les effets de l'alcool (notamment la perte du souvenir des bons moments). Un sujet mentionnait également une alcoolophobie.

Sujets consommateurs d'alcool :

Moins d'une fois par mois : Les sujets rapportaient plusieurs autres raisons de consommer de l'alcool, à savoir : le goût et le plaisir de découvrir de nouvelles saveurs que l'on ne retrouve dans aucune autre boisson, se sentir plus libre de ses actions, se détendre et lutter contre l'anxiété et réduire une douleur chronique via la consommation d'alcool. La majorité des sujets mentionnaient qu'ils buvaient généralement lors d'occasions spéciales, comme fêter une bonne nouvelle, une réunion de famille, un cadre festif... Un sujet relevait qu'il était bon pour la santé de consommer un verre de vin rouge de temps en temps. Un autre estimait qu'aller boire un verre entre amis était une activité en soi. Enfin, un des participants mentionnait que boire de l'alcool était pour lui un moyen de lutter contre les multinationales (telles que Coca Cola, Pepsi, etc.) en prenant à la place une bière belge locale à bas degré d'alcool.

Une fois par mois : Les sujets rapportaient plusieurs raisons de consommer de l'alcool, à savoir : le goût que l'on ne peut retrouver dans les boissons non-alcoolisées, le fait de ne plus se soucier du regard des autres et le fait de « marquer le coup ». Un sujet mentionnait qu'il y avait une symbolique derrière le fait d'aller boire un verre entre amis. Enfin, un participant mentionnait qu'il est difficile pour lui de résister à l'appel de la compétition, notamment lors d'un concours de « binge drinking ».

Fin de semaine ou une à deux fois par semaine : Les sujets rapportaient plusieurs raisons à consommer de l'alcool, à savoir : le goût, la curiosité et la découverte de nouvelles saveurs comme lorsque l'on découvre des aliments, par habitude ou conventions sociales et traditions culturelles, pour oublier les émotions négatives telles que la tristesse et rendre des jeux de société ou de cartes plus amusants. Un des sujets a déclaré être amateur de zythologie, ou l'étude de la bière et de sa fabrication. D'autre part, deux sujets mentionnaient le fait qu'ils aiment le goût de l'alcool mais pas particulièrement la teneur en alcool. Ils évoquent notamment le fait qu'il n'y a pas assez de boissons sans alcool avec un (bon) goût comparable. Ils choisiraient cette alternative si de telles boissons existaient en plus grand nombre.

Trois fois et plus par semaine ou plus mais pas tous les jours : Les sujets rapportaient plusieurs raisons de consommer de l'alcool, à savoir : le goût, l'habitude de consommation et le fait de pouvoir se permettre plus de choses en ayant bu de l'alcool. Un autre évoquait le fait qu'il aimait jouer à des jeux de cartes avec ses amis en y incorporant un jeu d'alcool et que, sans la présence d'alcool, le jeu devenait tout de suite beaucoup moins amusant.

Tous les jours : Aucune autre raison n'a été mentionnée par ce profil de consommateurs.

Sujets non-consommateurs de cannabis :

Juste une fois, pour essayer : Les sujets rapportaient plusieurs autres raisons de ne pas consommer du cannabis, à savoir : le manque d'effets ressentis lors d'un essai, une mauvaise expérience lors d'une première fois (avoir de l'asthme, avoir été malade et ne pas avoir aimé les effets), être dérangé par la fumée ou par le goût, ne pas connaître de consommateurs dans l'entourage, préférer se souvenir des

bons moments, ne pas avoir envie de fumer, se sentir assez épanoui dans sa vie pour ne pas en avoir besoin et avoir constaté des effets indésirables chez certains consommateurs de cannabis.

Ne pas avoir consommé de cannabis au cours des 12 derniers mois : Les sujets rapportaient plusieurs raisons de ne pas consommer du cannabis, à savoir : ne pas aimer l'odeur du cannabis, à cause de problèmes de santé préalables, une prise de médicaments incompatible avec la consommation de cannabis, la peur de fumer à nouveau après avoir arrêté le tabac, la crainte d'être soumis à des tests de drogues lors de compétitions sportives ou dans le cadre du travail, une promesse suite à un décès, ne pas avoir besoin de consommer du cannabis pour s'amuser, ne pas aimer les effets que le cannabis procure ni les effets secondaires, ne pas avoir envie de se mettre à fumer, un changement de fréquentation et ne plus obtenir du cannabis gratuitement via ses amis. Un sujet mentionne également le fait qu'il a été très difficile pour lui d'arrêter sa consommation malgré les crises d'angoisse à répétition liées à cette consommation. Tandis qu'un autre estime qu'il consommait du cannabis lorsqu'il était plus jeune « pour faire comme les autres, mais qu'en grandissant, on change ».

N'avoir jamais consommé de cannabis : Les sujets rapportaient plusieurs raisons à n'avoir jamais consommé de cannabis, à savoir : l'odeur, les effets indésirables procurés par le cannabis, ne pas vouloir fumer, une promesse faite à un proche, avoir d'autres priorités dans la vie, ne pas faire confiance aux dealers et avoir peur des mélanges douteux. Deux sujets mentionnent également le fait que l'occasion de tester le cannabis ne s'est jamais présentée à eux. Tandis qu'un autre sujet déclare qu'il ne se sentirait jamais en confiance face à un professionnel consommant régulièrement du cannabis.

Sujets consommateurs de cannabis :

Moins d'une fois par mois : Les sujets rapportaient plusieurs autres raisons de consommer du cannabis, soit, pour le goût, pour mieux dormir, pour désobéir, pour rigoler ou pour diminuer certaines douleurs.

Une fois par mois : Les sujets rapportaient plusieurs autres raisons de consommer du cannabis, soit le goût et pour diminuer la douleur.

Fin de semaine ou une à deux fois par semaine : Les sujets rapportaient une seule autre raison de consommer du cannabis : pour dormir.

Trois fois et plus par semaine ou plus mais pas tous les jours : ce groupe rapportait également les raisons de consommer du cannabis suivantes : remplacer l'alcool lors de soirées festives, expérimenter et s'amuser. Deux sujets mentionnaient également le fait que le cannabis leur permettait de prendre du temps pour eux. Un sujet déclare notamment « Le cannabis permet de se poser et de prendre du temps pour soi et pour ses réflexions. [...] Dans la société actuelle qui nous pousse à courir partout et pour tout, soyons honnêtes, on ne prend pas assez de temps pour soi. Le cannabis force le consommateur à s'arrêter ».

Tous les jours : Les sujets rapportaient plusieurs raisons à consommer du cannabis, à savoir pour le goût, et s'endormir plus facilement. Un sujet mentionne le fait qu'il a remplacé sa consommation d'alcool et de tabac par le cannabis.

Discussion

L'objectif de la présente étude était d'évaluer les différentes motivations qui poussent les jeunes de 15 à 25 ans à consommer, ou non, de l'alcool et du cannabis. D'autre part, il a semblé important de déterminer s'il y avait des différences de motivations exprimées entre les différents profils des non-consommateurs et, dans un second temps, entre les différents profils des consommateurs. Enfin, les

commentaires libres devaient permettre d'identifier d'autres motifs de consommation et de non-consommation, pour inspirer de futures campagnes de prévention.

Les statistiques descriptives ont permis de mettre en avant les motivations les plus importantes pour ne pas consommer de l'alcool ou du cannabis. En premier lieu, on trouve la crainte de dommages psychologiques et physiques. En effet, quels que soient les profils de non-consommateurs observés et quelle que soit la drogue étudiée ici (alcool et cannabis), les répondants de chacun des six profils placent toujours la crainte de dommages psychologiques et la crainte de dommages physiques en première, deuxième, ou troisième position (avec dans ce dernier cas un écart d'un ou deux pourcents maximum par rapport à la deuxième position) ; les dommages psychologiques sont cités quatre fois à la première place (pour quatre profils, donc), une fois à la deuxième et une fois à la troisième et les dommages physiques deux fois à la première, trois fois à la deuxième et une fois à la troisième place.

Vient ensuite le fait que la prise d'alcool ou de cannabis ne cadre pas avec mes objectifs de vie. Cette motivation arrive deuxième pour deux profils, troisième pour deux autres profils et quatrième et cinquième pour les deux derniers. Même pour le profil où cette motivation remporte la plus faible adhésion (les non-consommateurs ayant juste essayé l'alcool durant ces 12 derniers mois), les répondants sont plus de quatre sur dix à la mettre en avant.

La quatrième motivation plébiscitée par les répondants est le risque de perdre le contrôle en cas de consommation de cannabis et d'alcool. Sur base du nombre d'évocations, il semble par ailleurs que cette crainte soit plus forte pour l'alcool que pour le cannabis et plus forte chez ceux qui n'ont jamais consommé de cannabis que chez ceux qui en ont déjà fait l'expérience.

La cinquième motivation évoquée est le fait que la consommation d'alcool ou de cannabis ne cadre pas avec ma morale. Il semble également que cette préoccupation concerne davantage ceux qui n'ont jamais fait l'expérience d'alcool et/ou de cannabis, puisqu'ils la mettent davantage en avant.

Les motivations principales évoquées quant à la non-consommation d'alcool et de cannabis se distinguent donc des motivations relevées quant à la non-consommation de drogues de l'étude de Davis et Spillman (2011), étant donné que dans cette précédente étude les motivations relatives aux dommages psychologiques devançant la désapprobation des parents. Une hypothèse avancée est le fait qu'il y a donc bien des motivations différentes pour s'abstenir de consommer selon le type de drogues étudié, les risques associés et l'image que ces drogues véhiculent.

Dans notre étude, il semble que le motif que les parents désapprouvent la consommation concernent surtout le cannabis, puisque cette désapprobation est, suivant les profils, citée en moyenne par trois à six répondants sur dix. En revanche, pour l'alcool, les abstinents n'ayant plus consommé depuis plus de 12 mois n'en parlent pas du tout (0% d'adhésion, on peut probablement risquer l'hypothèse que cette population est plus âgée que la moyenne) et le profil le plus concerné (ceux qui n'ont jamais consommé) plafonne à 35,8%.

Le coût de l'alcool est évoqué, suivant les différents profils par deux à trois sujets sur dix alors que le prix élevé du cannabis est évoqué (suivant les profils) par trois à quatre répondants sur dix.

Il semble que l'alcool soit facile à trouver, puisque, indépendamment du profil, ce motif est évoqué par moins d'un répondant sur dix. Toutefois, il faut noter que seuls 8,32% de mineurs composent l'échantillon de l'étude. Une hypothèse avancée est que les difficultés éventuelles concernent davantage les mineurs pour lesquels l'achat d'alcool est illégal que les majeurs. En revanche, suivant le profil, deux à trois participants sur dix évoquent une difficulté à trouver du cannabis. L'illégalité et la peur d'être arrêté ne semblent pas être un motif pertinent pour les non-consommateurs d'alcool ; suivant les profils,

entre zéro et moins de deux répondants sur dix l'évoquent. En revanche, les non-consommateurs de cannabis semblent davantage concernés avec un vote de 26 à 50% des répondants (suivant les profils).

Il ne semble pas y avoir de différence importante entre les risques d'alcoolisme (évoqués par trois à quatre répondants non-consommateurs d'alcool) et de toxicomanie (évoqués par trois à cinq répondants non-consommateurs de cannabis). Les convictions religieuses sont évoquées (tous résultats confondus) par 3% à maximum 12% des répondants, sauf pour les non-consommateurs d'alcool n'ayant jamais consommé qui sont près de quatre sur dix à mettre en avant ce motif. L'étude de Marseille, Kulis, Niera et Parsai (2005) va dans le même sens ; elle a démontré que la religion n'était pas nécessairement un motif suffisant de protection quant à la consommation d'alcool. Ceci impliquerait qu'il y aurait donc d'autres motivations qui entrent en jeu lorsqu'il s'agit de ne pas consommer. En effet, les résultats de cette étude démontrent que les profils ne buvant pas d'alcool pour des motifs religieux, invoquent également d'autres raisons à l'appui de cette abstinence d'alcool.

Les campagnes de préventions sont mentionnées (tous résultats confondus), par 14 à 30% des répondants. Il ne semble pas y avoir de différences importantes entre les campagnes de prévention contre l'abus d'usage d'alcool ou de cannabis. La désapprobation des amis et du / ou de la partenaire est citée par maximum 14% des non-consommateurs d'alcool. Il semble que le cannabis soit moins toléré puisque ce score peut atteindre (suivant les différents profils) un maximum de 21% pour les amis et 24% pour la partenaire. Il est difficile de tirer des enseignements utiles des autres motivations, tant les résultats peuvent varier suivant les profils notamment, sauf que plus d'un non-consommateur d'alcool sur deux ayant lui-même arrêté l'alcool depuis au moins 12 mois a du mal à tolérer les consommateurs d'alcool. Il est à noter cependant que, de manière générale, les non-consommateurs de cannabis invoquent nettement plus de raisons pour ne pas consommer que les non-consommateurs d'alcool pour lesquels la dixième motivation déjà ne parvient plus à recueillir un quart des suffrages.

Le test de Kruskal-Wallis avait permis de mettre en avant que les motifs suivants : la désapprobation des parents, l'interférence avec les objectifs de vie et avec ma morale, les convictions religieuses et le fait de ne pas savoir où trouver de l'alcool étaient significativement évoqués différemment par les trois profils de non-consommateurs d'alcool. Il est donc possible d'affirmer que les non-consommateurs d'alcool ne peuvent pas être rassemblés dans un seul et même grand profil. D'autre part, le test de Kruskal-Wallis avait permis de mettre en avant que seize des dix-huit raisons relatives à la non-consommation de cannabis étaient significativement différentes entre les trois profils de non-consommateurs. Il était donc possible de conclure ici aussi que les différents groupes de non-consommateurs ne sont pas homogènes.

Ceci corrobore l'étude réalisée par Goldman et Najman (1984). Ces chercheurs avaient démontré qu'il n'était pas possible de définir les non-consommateurs d'alcool comme faisant partie d'un même groupe homogène. Il est donc naturel d'imaginer que si ces groupes sont effectivement différents entre eux, ils ne donnent pas nécessairement les mêmes raisons relatives à leur non-consommation, que ce soit pour l'alcool mais aussi pour le cannabis. Cette affirmation a d'ailleurs été confirmée par l'étude de Graham (2009) étudiant les motivations à ne pas consommer d'alcool chez les personnes âgées. Nous pouvons donc faire l'hypothèse que ce qui est valable pour les personnes âgées pourrait s'appliquer aussi aux adolescents et aux jeunes adultes.

D'autres analyses descriptives ont permis, cette fois, d'analyser les comportements des consommateurs occasionnels, réguliers et quotidiens d'alcool. Une constante est que les motivations de conformité, se situent toujours en dernière position : 82,91% des consommateurs buvant de l'alcool moins d'une fois par mois, 79,42% des consommateurs à un rythme mensuel, 79,46% de ceux qui boivent la fin de semaine ou une à deux fois par semaine, 79,10% des sujets buvant trois fois et plus par semaine mais

pas tous les jours et enfin, 78% des sujets buvant tous les jours considèrent que ces motivations n'interviennent presque jamais ou jamais. A l'inverse et à une exception près (avec un très faible écart), les motivations sociales étaient toujours évoquées en premier lieu par l'ensemble des groupes de consommateurs d'alcool. Ainsi, c'était déjà arrivé aux sujets de consommer de l'alcool pour des motivations sociales pour la très grande majorité des consommateurs avec des scores de 92% (consommateurs quotidiens) à 52,63% (moins d'une fois par mois), en passant (dans l'ordre) par 85,94%, 82,19% et 76,96% des consommateurs pour les profils intermédiaires. Les motivations de sensations de bien-être arrivent en seconde position. Pour tous les profils de consommateurs, les motivations d'adaptation se retrouvaient toujours à la troisième place alors que les motivations d'amélioration du champ de la conscience se retrouvaient à la quatrième place des motivations évoquées à l'appui de la consommation d'alcool.

Bien que certains résultats soient très proches entre les différents profils de consommateurs d'alcool, le test de Kruskal-Wallis a permis de démontrer des écarts dans la manière de répondre sur l'échelle de Likert des différents groupes de consommateurs pour les cinq dimensions étudiées, permettant de conclure que ces consommateurs ne provenaient donc pas d'un seul et même grand groupe de consommateurs.

L'analyse des comportements de consommation des consommateurs occasionnels, réguliers et quotidiens a également été effectuée pour le cannabis. Elle a établi que l'ensemble de ces consommateurs avaient placé les motivations de sensations de bien-être comme première raison à consommer du cannabis, avec des votes assez proches pour les différents profils (87,82%, 87,38%, 88,61%, 88,08% et 73,35%, suivant le profil de consommation, du plus au moins régulier). De même que pour l'alcool, la dimension des motivations de conformité était la moins souvent évoquée par tous les profils de consommateurs de cannabis (de 87,27 à 91,41% des répondants dans les différents profils rapportent que ces motivations n'interviennent presque jamais ou jamais). Pour le reste, il n'était pas possible de départager les autres raisons, les motivations sociales, d'amélioration du champ de la conscience et d'adaptation, se plaçant légèrement en avance ou en retard selon les groupes.

Tout comme pour l'alcool, le test de Kruskal-Wallis a mis en évidence la distinction à faire entre les différents groupes de cet échantillon testés sur les cinq dimensions, ne pouvant ainsi pas être associé à une seule et même population étant donné qu'ils présentaient des réponses significativement différentes entre eux.

Une des principales différences observées entre les motivations de consommateurs de cannabis et d'alcool est le fait que la première motivation de consommation diffère ; la première place est attribuée aux motivations de sensations de bien-être par les consommateurs de cannabis tandis que les motivations sociales l'emportent pour les consommateurs d'alcool. Une autre différence réside dans la possibilité d'établir une hiérarchie complète des motivations pour la consommation d'alcool alors que les trois motivations intermédiaires se chevauchent pour la consommation de cannabis. En revanche, une des principales similitudes entre les consommateurs d'alcool et de cannabis réside dans le fait que tous placent les motivations de conformité en dernière position des raisons évoquées.

Sur base des commentaires libres, on relève une constante en ce qui concerne l'alcool : le goût est cité par tous les profils qui se sont exprimés – consommateurs ou non – comme un élément essentiel, qui agit tantôt comme une motivation à consommer tantôt comme un frein. Il a d'ailleurs été mis en avant par plusieurs consommateurs que s'ils avaient la possibilité de boire des boissons non-alcoolisées ayant le même goût que l'alcool, ils le feraient. Une des hypothèses pour réduire la consommation d'alcool chez les jeunes serait donc potentiellement la mise sur le marché d'un choix plus large de boissons sans alcool, tout en conservant le goût. Il serait intéressant pour aller plus loin d'effectuer une nouvelle étude

pour analyser si la commercialisation de ce type de boissons est susceptible d'être un facteur de changement dans la consommation des jeunes ou si cela ne concernerait que quelques jeunes compte-tenu des autres motivations qui les poussent à consommer de l'alcool. Avant de mettre sur le marché de telles boissons, il serait également nécessaire de procéder à des études de marché car on constate aujourd'hui que la part de marché des bières et surtout les vins sans alcool, reste marginale.

Tous les profils de consommateurs d'alcool mentionnaient le fait que boire un verre est associé à un cadre festif ou à des traditions culturelles et des conventions sociales. Un des sujets évoquait que cet ordre naturel qui s'est installé dans notre société n'est jamais remis en question et est devenu naturel ; il est donc courant de boire de l'alcool pour fêter un événement tel qu'un mariage, la réussite d'un cycle d'études ou professionnel. Afin de limiter la consommation d'alcool, il serait donc souhaitable de remettre en question notre système de valeurs. Cette remise en question est souhaitable au niveau de l'individu, de la famille et du cercle d'amis, mais aussi plus globalement au travers des images auxquelles le public est confronté tous les jours, transmises par la publicité, les actualités, les films, les séries et les autres médias en général.

La constante mise en avant par l'ensemble des groupes consommateurs de cannabis est le fait que de nombreux utilisateurs utilisent cette drogue à des fins médicales ou paramédicales (pour pouvoir mieux dormir, réduire la douleur et se détendre). Il serait intéressant de vérifier si ces consommateurs ont déjà eu la possibilité de consulter un médecin pour les maux qui les affectent. Il serait également opportun de vérifier si ces consommateurs ont consommé de leur propre initiative ou s'ils se sont orientés vers le cannabis parce que tout ce qui avait été proposé par le corps médical n'avait pas fonctionné. Ces questionnements font écho à la problématique de la légalisation du cannabis et de son utilisation médicale en Belgique. Toutefois, si la légalisation du cannabis et la mise sur le marché de médicaments dérivés devaient se concrétiser dans notre pays, les consommateurs seraient redirigés vers la version médicamenteuse ne contenant pas de tétrahydrocannabinol (THC), soit le composant qui induit les effets psychotropes. Tout comme pour les boissons non-alcoolisées ayant le même goût que l'alcool, il serait intéressant de savoir si les consommateurs opteraient pour la version médicamenteuse du cannabis ou non, sachant que généralement les consommateurs ne poursuivent généralement pas qu'une seule motivation pour consommer du cannabis.

Forces et limites de l'étude :

Une des forces de l'étude réside en l'utilisation de deux questionnaires préalablement validés, à savoir un premier questionnaire relatif aux motivations à ne pas consommer de drogues de Davis et Spillman (2011) et un deuxième questionnaire concernant les motivations à consommer de l'alcool et du cannabis de Simons et al. (1998). Leurs méthodes d'analyse ont par ailleurs été respectées pour la suite de l'étude.

Une autre force de l'étude repose sur le recours à un pré-test avant de commencer la récolte de données. Ce pré-test a permis de vérifier la pertinence des traductions, la clarté de tous les items, les conditions de diffusion du questionnaire, la mise en forme et la longueur du questionnaire et d'apporter les précisions nécessaires à une bonne compréhension. Le nombre et la densité des commentaires libres représentent également des points forts de cette étude. Plusieurs suggestions sont manifestement dignes d'intérêts.

Le fait que cette étude corrobore un certain nombre d'études scientifiques antérieures est un autre point fort. Et ce d'autant plus qu'elle fournit des pistes pour aller plus loin et dépasser les enseignements qu'elle fournit. Enfin, cette étude a permis d'entrer en contact avec 81 consommateurs abstinents n'ayant jamais bu d'alcool, dont seulement 38,27% invoquent des convictions religieuses pour s'abstenir de consommer. En effet, en étudiant une population de consommateurs abstinents d'alcool, nous risquons

de regrouper un nombre élevé de répondants abstinents pour des motifs religieux uniquement. Dans ce cas, aucune hypothèse et conclusion n'aurait été transposable à des programmes de prévention tout public. Par ailleurs, bien qu'un peu plus d'un tiers des consommateurs abstinents n'ont jamais bu d'alcool pour des motifs religieux, ces non-consommateurs mentionnaient également d'autres raisons pour ne pas consommer, ne se limitant donc pas à cette raison basée sur les convictions religieuses.

La présente étude a également ses limites ; le questionnaire repris de l'étude de consommation d'alcool et de cannabis de Simons et al. (1998) avait en effet comme premier objectif la validation de ce questionnaire. Il n'a néanmoins pas été possible pour cette étude de reproduire cette première étape car elle sortait du cadre d'un travail de fin d'études et de ses contraintes.

Même s'il était demandé aux répondants mineurs de demander l'accord des parents avant de répondre, vu que l'étude a été réalisée en ligne et de manière anonyme, il n'était pas possible de vérifier si cette condition a été respectée. De plus, cette demande d'accord parental a pu rebuter plusieurs sujets mineurs, soit qu'ils ne voulaient pas aborder le sujet avec leurs parents, soit que ces derniers n'étaient pas disponibles au moment voulu ou pour tout autre raison.

Il faut souligner d'autre part que l'échantillon des répondants est composé d'une grande majorité de personnes de sexe féminin (77,78%), ce qui peut induire un biais. En effet, l'étude de Bernards, Graham, Kuendig, Hettige et Odot (2009) a permis de démontrer que les raisons évoquées par les participants pour ne pas consommer d'alcool pouvaient varier en fonction de certaines caractéristiques telles que le sexe.

Enfin, la mise en ligne du questionnaire sur certaines plateformes plutôt que d'autres et l'utilisation limitée de réseaux sociaux pouvaient orienter l'étude vers certains profils de jeunes plutôt que d'autres. De même, il n'a pas été permis aux jeunes n'ayant pas accès à Internet de répondre au questionnaire.

Implications sur le terrain

Les résultats de l'étude montrent un impact limité des campagnes de prévention. 14 à 22% des répondants les évoquent pour l'alcool, 17 à 30% pour le cannabis. Il semble pourtant qu'elles jouent un rôle bien plus important, car tous les profils étudiés sont bien conscients que l'abus d'alcool et la prise de cannabis menacent leur intégrité physique et leurs facultés psychologiques. On peut donc faire l'hypothèse que les campagnes de prévention ont bien participé, dans un premier temps explicitement, et dans un second implicitement, à cette prise de conscience. L'étude nous montre aussi qu'il est important de continuer à mettre ces risques en évidence, de manière très concrète, car elles représentent les craintes les plus importantes qui inhibent le passage à l'acte.

Les consommateurs d'alcool recherchent la socialisation en priorité et les consommateurs de cannabis le bien-être. Mais au-delà d'une consommation contrôlée et raisonnable, les effets recherchés s'estompent et aboutissent au contraire à l'inverse des effets recherchés : l'isolement du consommateur d'alcool trop saoul et le mal-être du consommateur de cannabis en manque. Il semble donc important que les campagnes de prévention puissent montrer que la frontière entre les aspects positifs et négatifs de la consommation d'alcool et de cannabis est mince.

En parallèle, il semble approprié que les campagnes de prévention incitent les jeunes à réfléchir à leurs objectifs de vie, dans la mesure où l'étude a prouvé qu'il s'agissait du troisième frein en ordre d'importance. Sachant que les jeunes ont souvent du mal à se projeter dans l'avenir, cette dimension pourrait être transmise via la présentation de modèles pour les jeunes auxquels ils pourraient s'identifier selon leurs caractéristiques individuelles.

Les commentaires libres incitent par ailleurs à penser que l'on pourrait également imaginer d'autres façons de concevoir la prévention : par exemple, en éduquant le goût des jeunes pour élargir le spectre des alternatives aux boissons alcoolisées ; en incitant les jeunes à mettre en jeu leur esprit de compétition dans d'autres domaines, par exemple le sport ou la maîtrise de soi ; en travaillant avec les médias sur l'image de la fête et de la convivialité où il ne va plus de soi que l'alcool joue encore un rôle ; en faisant du lobbying auprès des pouvoirs publics pour que le degré d'alcool des boissons qui en contiennent soit progressivement diminué et que la visibilité des alternatives sans alcool augmente ; en étudiant l'impact sur la consommation de cannabis de la dépénalisation et d'une distribution du cannabis sans THC contrôlée par les pouvoirs publics ; en essayant de promouvoir dans les cycles d'éducation secondaire, une formation permettant de développer un esprit critique face aux publicités omniprésentes et s'appuyer sur cette formation pour décoder spécifiquement les messages qui incitent à l'usage d'alcool ou de drogue dans les campagnes de prévention.

Conclusion

L'objet principal de cette recherche consistait à rechercher et comparer les motivations respectives de consommateurs et non-consommateurs d'alcool et de cannabis. Les hypothèses majeures étaient qu'il devait y avoir des différences entre ces deux drogues, mais aussi entre les différents profils de consommateurs et de non-consommateurs. Les craintes étaient de ne pas obtenir suffisamment de réponses pour chacun des différents profils étudiés et que les motifs religieux créent un biais dans l'analyse et l'exploitation des résultats.

Grâce à une approche méthodologique rigoureuse basée sur des études antérieures, l'utilisation de questionnaires préalablement validés scientifiquement, le recours à de nombreux profils conçus par un organisme officiel, des précautions éthiques et l'usage d'outils en ligne et des réseaux sociaux pour obtenir davantage de réponses, cette étude a pu mettre en évidence les motivations les plus fortes qui mènent à la consommation d'alcool et de cannabis (soit les motivations sociales et de bien-être respectivement). Elle a été en mesure également de dégager les principaux freins à ces consommations, qu'ils soient communs aux deux drogues et à tous les profils (soit principalement la crainte de dommages physiques et psychologiques) ou davantage spécifiques. Elle a donc démontré qu'il y avait bien des différences entre les motivations de consommation et de non-consommation entre ces deux drogues, mais aussi pas mal de similitudes. Elle a aussi établi qu'il y avait des différences significatives entre les différents profils de consommateurs et de non-consommateurs. Enfin, elle donne un certain nombre de pistes pour orienter la prévention et aller plus loin dans la recherche.

A cet égard, il serait utile d'investiguer plus amplement les profils de consommateurs et de non-consommateurs afin d'adapter les programmes de prévention sur le terrain. Dans une recherche ultérieure, ce serait également intéressant d'ajouter les autres motivations données par les répondants dans les commentaires libres, et de refaire classer directement ces nouvelles motivations avec les motivations initiales par les répondants des différents profils pour comparer les résultats obtenir un nouveau classement complet par profil. Il serait également intéressant de tester l'influence éventuelle des caractéristiques sociodémographiques telles que l'âge ou le sexe, sur les motivations exprimées. Enfin, il serait appréciable de connaître exactement le nombre de jeunes qui ont été confrontés à des campagnes de prévention par différents canaux, et de rechercher spécifiquement en quoi et comment les motivations à consommer et à ne pas consommer ont pu évoluer au regard de cette confrontation.

Bibliographie :

Antoine, J., Blanckaert, P., De Ridder, K., Gremeaux, L., & Plettinckx, E. (2015). *Rapport national sur les drogues 2014 (Données 2013) : Tendances et évolutions*. Retrieved from https://drugs.wiv-isp.be/docs/documents/rapport_drogues_2014_tma.pdf

Bello, P.-Y., Plancke, L., Cagni, G., Delile, J.-M., Escots, S., Kempfer, J., ...Merie, S. (2005). *Les usagers fréquents de cannabis, éléments descriptifs, France, 2004*. (BEH, N. 2005-20) Retrieved from <http://fulltext.bdsp.ehesp.fr/Invs/BEH/2005/20/20.pdf>

Bernards, S., Graham, K., Kuendig, H., Hettige, S., & Obot, I. (2009). « I have no interest in drinking » :A cross-national comparison of reasons why men and women abstain from alcohol use. *Addiction*, 104, 1658-1668. doi:10.1111/j.1360-0443.2009.02667.x

Chauchard, E., Levin, K., Copersino, M., Heishman, S., & Gorelick, D. (2013). Motivations to quit cannabis use in an adult non-treatment sample: Are they related to relapse? *Addictive Behaviors*, 38, 2422-2427. doi:10.1016/j.addbeh.2013.04.002

Davis, S., & Spillman, S. (2011). Reasons for drug abstention: A study of drug use and resilience. *Journal of Psychoactive Drugs*, 43, 14-19. doi:10.1080/02791072.2011.566492

Downey, L., Rosengren, D., & Donovan, D. (2001). Sources of motivation for abstinence: A replication analysis of the reasons for quitting questionnaire. *Addictive Behaviors*, 26, 79-89. doi:10.1016/S0306-4603(00)00090-3

Drogues Info Service. (2018). *Y-a-t-il un lien entre usage de cannabis et schizophrénie ?* Retrieved from http://www.drogues-info-service.fr/Tout-savoir-sur-les-drogues/Les-questions-les-plus-frequentes-sur-le-cannabis/Y-a-t-il-un-lien-entre-usage-de-cannabis-et-schizophrenie#.W_DXR-hKjIU

Dumbili, E., & Onyima, B. (2018). Beyond leisure: The role of alcohol in the lives of Nigerian university students. *Substance Use & Misuse*, 53, 1361-1371. doi:10.1080/10826084.2017.1408653

George, A., Zamboanga, B., Martin, J., & Olthuis, J. (2018). Examining the factor structure of the motives for playing drinking games measure among Australian university students. *Drug and Alcohol Review*, 37, 782-788. doi:10.1111/dar.12830

Gisle, L. (2014). *Enquête de santé 2013 : Rapport 2 : Comportements de santé et style de vie*. Retrieved from https://his.wiv-isp.be/fr/Documents%20partages/AL_FR_2013.pdf

Goldman, E., & Najman, J. (1984). Lifetime abstainers, current abstainers and imbibers: A methodological note. *British Journal of Addiction*, 79, 309-314. doi:10.1111/j.1360-0443.1984.tb00279.x

Graham, K. (2009). Alcohol abstention among older adults: Reasons for abstaining and characteristics of abstainers. *Addiction Research*, 6, 473-487. doi:10.3109/16066359809004366

Infor Drogues. (2019). Définition des drogues : Qu'entendons-nous par drogues ? Retrieved from <https://infordrogues.be/a-propos/nos-positions/definition/>

Institut de la statistique du Québec. (2009). *Santé : Enquête québécoise sur le tabac, l'alcool, la drogue et le jeu chez les élèves du secondaire, 2008*. Retrieved from <http://www.stat.gouv.qc.ca/docs-hmi/statistiques/sante/enfants-ados/alcool-tabac-droque-jeu/tabac-alcool-droque-jeu-2008.pdf#page=91>

L'Observatoire européen des drogues et des toxicomanies [EMCDDA]. (2018). *Rapport européen sur les drogues : Tendances et évolutions*. Retrieved from http://www.emcdda.europa.eu/system/files/publications/8585/20181816_TDAT18001FRN_PDF.pdf

Marseille, F., Kulis, S., Nieiri, T., & Parsai, M. (2005). God forbid! Substance use among religious and nonreligious youth. *American Journal of Orthopsychiatry*, 74, 585-598. doi:10.1037/0002-9432.75.4.585

Simons, J., Correia, C., Carey, K., & Borsari, B. (1998). Validating a five-factor marijuana motives measure: Relations with use, problems, and alcohol motives. *Journal of Counseling Psychology*, 45, 265-273. Doi: DOI:10.1037/0022-0167.45.3.265

Vaughn, M., Nelson, E., Oh, S., Salas-Wright, C., DeLisi, M., & Holzer, K. (2018). Abstinence from drug use and delinquency increasing among youth in the United States, 2002-2014. *Substance Use & Misuse*, 53, 1468-1481. doi:10.1080/10826084.2017.1413392

Annexes :

ANNEXE 1 : Outil de récolte

Etude concernant la consommation et la non-consommation d'alcool et de cannabis chez les jeunes de 15 à 25 ans

Dans le cadre de mon mémoire de fin d'année à l'Université de Liège, j'entreprends une étude sur la consommation et la non-consommation d'alcool et de cannabis chez les jeunes de 15 à 25 ans. Ce questionnaire est entièrement anonyme. Votre participation à cette étude est entièrement volontaire et doit se faire selon votre consentement libre et éclairé. Vous êtes libre d'arrêter ce questionnaire à tout moment et sans justification.

Afin de pouvoir y participer, il faut :

- Avoir entre 15 et 25 ans
- Être au moins dans une des conditions suivantes :
 - Consommer de l'alcool
 - Consommer du cannabis
 - Ne jamais avoir consommé d'alcool
 - Ne jamais avoir consommé de cannabis
 - Ne pas avoir consommé d'alcool dans les 12 derniers mois
 - Ne pas avoir consommé de cannabis dans les 12 derniers mois

Si vous avez moins de 18 ans, il faut que vous demandiez l'accord de vos parents pour répondre à ce questionnaire.

Ce questionnaire peut prendre approximativement entre 5 et 15 min.

Pour toutes questions éventuelles, veuillez contacter la personne suivante :

Alice Joiret	alice.joiret@student.uliege.be
--------------	--

Données sociodémographiques :

Sexe :

- Homme
- Femme
- Autre : ...

Age :

- 15 ans
- 16 ans
- 17 ans
- 18 ans
- 19 ans
- 20 ans
- 21 ans

- 22 ans
- 23 ans
- 24 ans
- 25 ans

Nationalité :

- Belge
- Italien
- Français
- Allemand
- Autre : ...

Plus haut diplôme obtenu :

- Primaire
- Secondaire inférieur
- Secondaire supérieur
- Études supérieures de type court (Bachelier)
- Études supérieures de type long (Master)
- Autre :

Profession :

- Etudiant(e)
- Sans emploi
- Métier du secteur médical et du secteur social
- Fonction administrative
- Fonction commerciale
- Personnel enseignant
- Métier dans la construction
- Métier de l'Horeca
- Autre :

Logement actuel :

- Je vis chez mes parents
- Je vis avec mon partenaire
- J'habite avec des colocataires
- J'habite seul(e)
- Autre :

Consommation et non-consommation d'alcool :

Au cours des 12 derniers mois, à quelle fréquence avez-vous consommé (bu) de l'alcool ?

- Je n'ai jamais consommé (bu) d'alcool
- Je n'ai pas consommé d'alcool au cours des 12 derniers mois
- Juste une fois, pour essayer
- Moins d'une fois par mois (à l'occasion)
- Environ 1 fois par mois
- La fin de semaine OU 1 ou 2 fois par semaine
- 3 fois et plus par semaine MAIS pas tous les jours

- Tous les jours

En pensant à toutes les fois où vous avez bu de l'alcool au cours des 12 derniers mois, à quelle fréquence diriez-vous que vous buvez pour chacune des raisons suivantes ?

	1. Presque jamais/Jamais	2. Parfois	3. La moitié du temps	4. La plupart du temps	5. Presque toujours/ Toujours
1. Pour oublier mes soucis					
2. Parce que mes amis font pression sur moi pour que je consomme de l'alcool					
3. Parce que ça m'aide à profiter d'une fête					
4. Parce que ça m'aide quand je me sens déprimé ou nerveux					
5. Pour aller plus facilement vers les autres					
6. Pour me remonter le moral quand je suis de mauvaise humeur					
7. Parce que j'aime la sensation					
8. Afin que les autres ne se moquent pas de moi parce que je ne consomme pas d'alcool					
9. Parce que c'est excitant					
10. Pour me défoncer					

11. Parce que cela rend les rassemblements sociaux plus amusants					
12. Pour m'intégrer dans un groupe					
13. Parce que cela me procure une sensation agréable					
14. Parce que cela améliore les soirées et les festivités					
15. Parce que je me sens plus confiant et sûr de moi					
16. Pour célébrer une occasion spéciale avec des amis					
17. Pour oublier mes problèmes					
18. Parce que c'est amusant					
19. Pour être apprécié					
20. Pour ne pas me sentir exclu					
21. Pour mieux me connaître (ex : mes limites)					
22. Parce que cela m'aide à être plus créatif et original					
23. Pour voir les choses différemment					
24. Pour élargir mes capacités sensorielles/être dans un état de conscience modifiée					

25. Pour être plus ouvert aux expériences					
---	--	--	--	--	--

Auriez-vous d'autres raisons à ajouter ? Si oui, lesquelles ?

--

Compte tenu de votre réponse à la question précédente, veuillez indiquer votre degré d'accord (ou non) aux affirmations suivantes : Je ne consomme pas...

	1. Pas du tout d'accord	2. Pas d'accord	3. Neutre	4. D'accord	5. Tout à fait d'accord
1. Pour les dommages physiques causés par l'alcool					
2. Parce que mes parents désapprouvent					
3. Parce que cela interfère avec mes objectifs de vie					
4. Pour les dommages psychologiques que l'alcool peut provoquer					
5. Parce que la consommation d'alcool va à l'encontre de ma morale					
6. Par peur de devenir alcoolique					
7. Parce que l'alcool est illégal en raison de mon âge					
8. Pour ne pas perdre le contrôle					
9. Parce que je pourrais être arrêté					

10. Parce que cela pourrait augmenter ma consommation de drogues					
11. Parce que cela est contre mes convictions religieuses					
12. Parce que je n'aime pas les consommateurs d'alcool					
13. Parce que mon/ma partenaire pourrait désapprouver					
14. Parce que la vente d'alcool peut être dangereuse					
15. Parce que mes amis pourraient désapprouver					
16. Parce que l'alcool est trop cher					
17. Parce que je ne sais pas où trouver de l'alcool					
18. En raison des campagnes de prévention					

Auriez-vous d'autres raisons à ajouter ? Si oui, lesquelles ?

Consommation et non-consommation de cannabis :

Au cours des 12 derniers mois, à quelle fréquence as-tu consommé, fumé et/ou ingéré, du cannabis volontairement ?

- ☐ Je n'ai jamais consommé (bu) de cannabis
- ☐ Je n'ai pas consommé de cannabis au cours des 12 derniers mois
- ☐ Juste une fois, pour essayer

- Moins d'une fois par mois (à l'occasion)
- Environ 1 fois par mois
- La fin de semaine OU 1 ou 2 fois par semaine
- 3 fois et plus par semaine MAIS pas tous les jours
- Tous les jours

En pensant à toutes les fois où vous avez consommé, fumé et/ou ingéré volontairement du cannabis au cours des 12 derniers mois, à quelle fréquence diriez-vous que vous consommez du cannabis pour chacune des raisons suivantes ?

	1. Presque jamais /Jamais	2. Parfois	3. La moitié du temps	4. La plupart du temps	5. Presque toujours/Toujours
1. Pour oublier mes soucis					
2. Parce que mes amis font pression sur moi pour que je consomme du cannabis					
3. Parce que ça m'aide à profiter d'une fête					
4. Parce que ça m'aide quand je me sens déprimé ou nerveux					
5. Pour aller plus facilement vers les autres					
6. Pour me remonter le moral quand je suis de mauvaise humeur					
7. Parce que j'aime la sensation					
8. Afin que les autres ne se moquent pas de					

moi parce que je ne consomme pas de cannabis					
9. Parce que c'est excitant					
10. Pour me défoncer					
11. Parce que cela rend les rassemblements sociaux plus amusants					
12. Pour m'intégrer dans un groupe					
13. Parce que cela me procure une sensation agréable					
14. Parce que cela améliore les soirées et les festivités					
15. Parce que je me sens plus confiant et sûr de moi					
16. Pour célébrer une occasion spéciale avec des amis					
17. Pour oublier mes problèmes					
18. Parce que c'est amusant					
19. Pour être apprécié					
20. Pour ne pas me sentir exclu					
21. Pour mieux me connaître (ex : mes limites)					
22. Parce que cela m'aide à être plus créatif et original					

23. Pour voir les choses différemment					
24. Pour élargir mes capacités sensorielles/être dans un état de conscience modifiée					
25. Pour être plus ouvert aux expériences					

Auriez-vous d'autres raisons à ajouter ? Si oui, lesquelles ?

--

Compte tenu de votre réponse à la question précédente, veuillez indiquer votre degré d'accord (ou non) aux affirmations suivantes : Je ne consomme pas...

	1. Pas du tout d'accord	2. Pas d'accord	3. Neutre	4. D'accord	5. Tout à fait d'accord
1. Pour les dommages physiques causés par le cannabis					
2. Parce que mes parents désapprouvent					
3. Parce que cela interfère avec mes objectifs de vie					
4. Pour les dommages psychologiques que le cannabis peut provoquer					
5. Parce que la consommation de cannabis va à l'encontre de ma morale					

6. Par peur de devenir toxicomane					
7. Parce que le cannabis est illégal					
8. Pour ne pas perdre le contrôle					
9. Parce que je pourrais être arrêté					
10. Parce que cela pourrait augmenter ma consommation de drogues					
11. Parce que cela est contre mes convictions religieuses					
12. Parce que je n'aime pas les consommateurs de cannabis					
13. Parce que mon/ma partenaire pourrait désapprouver					
14. Parce que les trafiquants de drogues sont dangereux					
15. Parce que mes amis pourraient désapprouver					
16. Parce que le cannabis est trop cher					
17. Parce que je ne sais pas où trouver du cannabis					
18. En raison des campagnes de prévention					

Auriez-vous d'autres raisons à ajouter ? Si oui, lesquelles ?

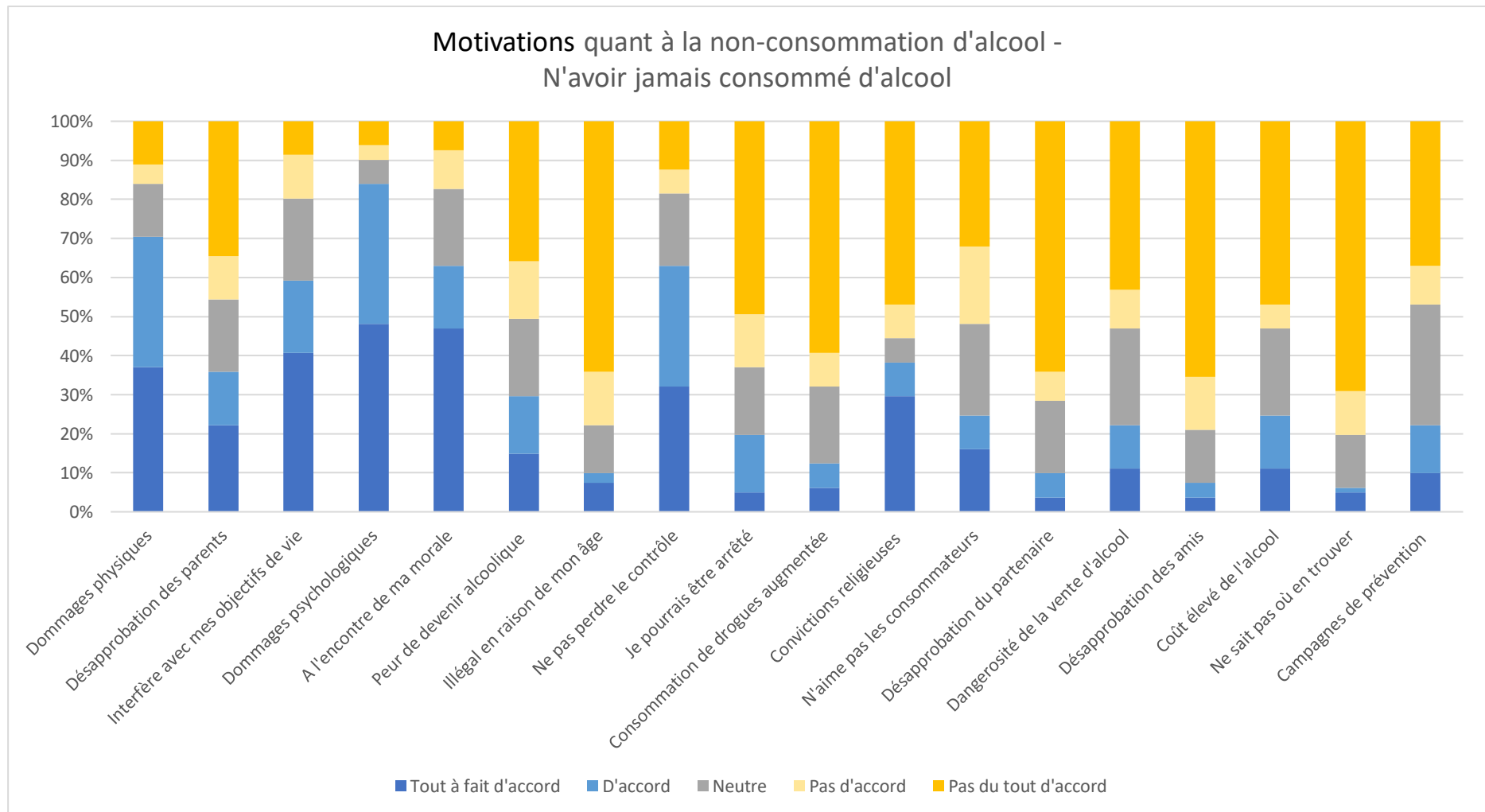
ANNEXE 2 : Les dix-huit raisons à ne pas consommer de l'alcool et du cannabis (Davis et Spillman, 2011)

Liste des raisons à ne pas consommer de l'alcool	Liste des raisons à ne pas consommer du cannabis
1. Pour les dommages physiques causés par l'alcool 2. Parce que mes parents désapprouvent 3. Parce que cela interfère avec mes objectifs de vie 4. Pour les dommages psychologiques que l'alcool peut provoquer 5. Parce que la consommation d'alcool va à l'encontre de ma morale 6. Par peur de devenir alcoolique 7. Parce que l'alcool est illégal en raison de mon âge 8. Pour ne pas perdre le contrôle 9. Parce que je pourrais être arrêté 10. Parce que cela pourrait augmenter ma consommation de drogues 11. Parce que cela est contre mes convictions religieuses 12. Parce que je n'aime pas les consommateurs d'alcool 13. Parce que mon/ma partenaire pourrait désapprouver 14. Parce que la vente d'alcool peut être dangereuse 15. Parce que mes amis pourraient désapprouver 16. Parce que l'alcool est trop cher 17. Parce que je ne sais pas où trouver de l'alcool 18. En raison des campagnes de prévention	1. Pour les dommages physiques causés par le cannabis 2. Parce que mes parents désapprouvent 3. Parce que cela interfère avec mes objectifs de vie 4. Pour les dommages psychologiques que le cannabis peut provoquer 5. Parce que la consommation de cannabis va à l'encontre de ma morale 6. Par peur de devenir toxicomane 7. Parce que le cannabis est illégal 8. Pour ne pas perdre le contrôle 9. Parce que je pourrais être arrêté 10. Parce que cela pourrait augmenter ma consommation de drogues 11. Parce que cela est contre mes convictions religieuses 12. Parce que je n'aime pas les consommateurs de cannabis 13. Parce que mon/ma partenaire pourrait désapprouver 14. Parce que les trafiquants de drogues sont dangereux 15. Parce que mes amis pourraient désapprouver 16. Parce que le cannabis est trop cher 17. Parce que je ne sais pas où trouver du cannabis 18. En raison des campagnes de prévention

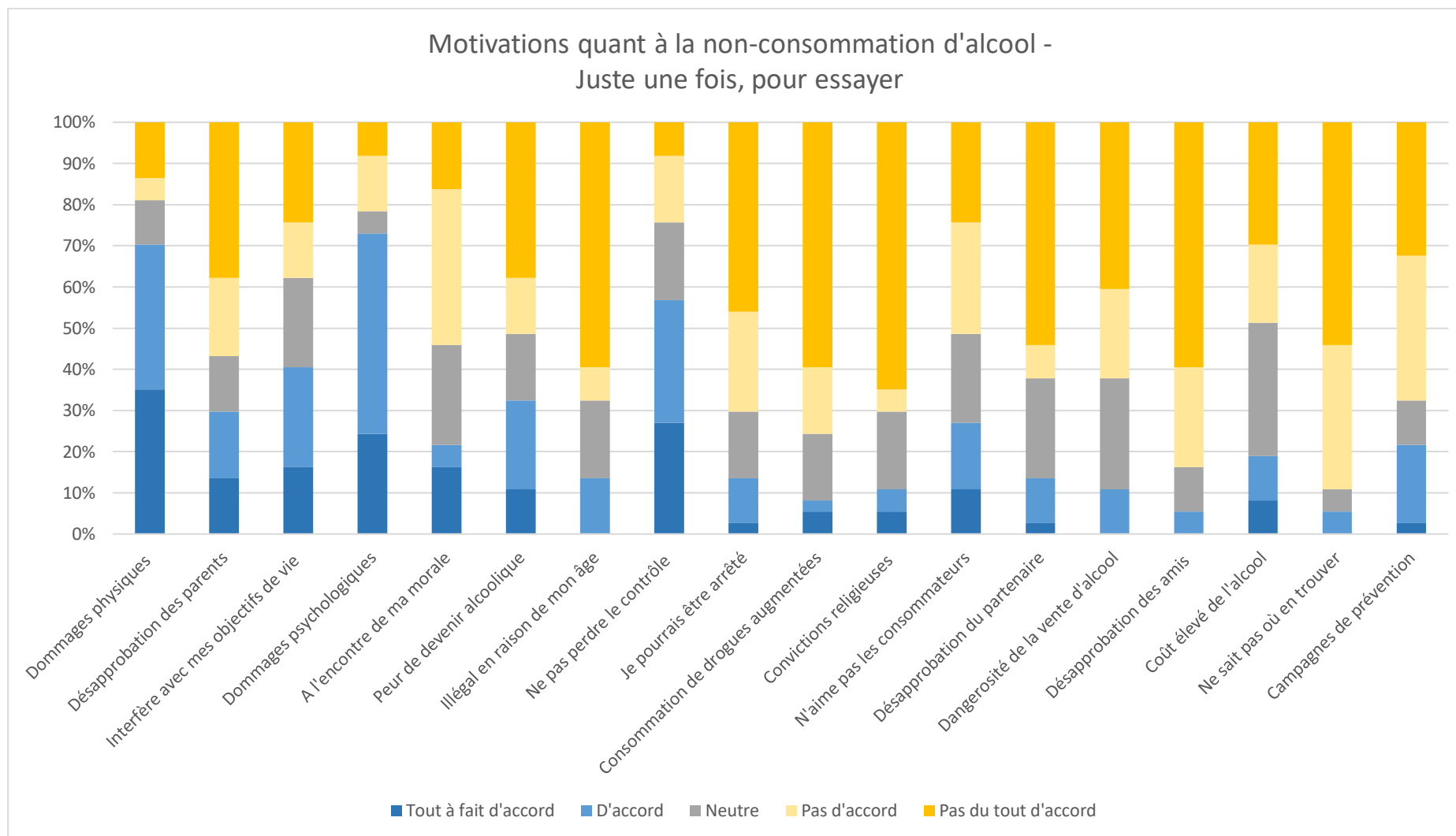
ANNEXE 3 : Les vingt-cinq questions regroupées selon les cinq dimensions quant à la motivation de consommation de Simons et al. (1998)

Motivations sociales	3. Parce que cela m'aide à profiter d'une fête 5. Pour aller plus facilement vers les autres 11. Parce que cela rend les rassemblements sociaux plus amusants 14. Parce que cela améliore les soirées et les festivités 16. Pour célébrer une occasion spéciale avec des amis
Motivations d'adaptation	1. Pour oublier mes soucis 4. Parce que ça m'aide quand je me sens déprimé ou nerveux 6. Pour me remonter le moral quand je suis de mauvaise humeur 15. Parce que je me sens plus confiant et sûr de moi 17. Pour oublier mes problèmes
Motivations de bien-être	7. Parce que j'aime la sensation 9. Parce que c'est excitant 10. Pour me défoncer 13. Parce que cela me procure une sensation agréable 18. Parce que c'est amusant
Motivations de conformité	2. Parce que mes amis font pression sur moi pour que je consomme de l'alcool/du cannabis 8. Afin que les autres ne se moquent pas de moi parce que je ne consomme pas d'alcool/du cannabis 12. Pour m'intégrer dans un groupe 19. Pour être apprécié 20. Pour ne pas me sentir exclu
Motivations d'amélioration du champ de la conscience	21. Pour mieux me connaître (ex : mes limites) 22. Parce que cela m'aide à être plus créatif et original 23. Pour voir les choses différemment 24. Pour élargir mes capacités sensorielles/être dans un état de conscience modifiée 25. Pour être plus ouvert aux expériences

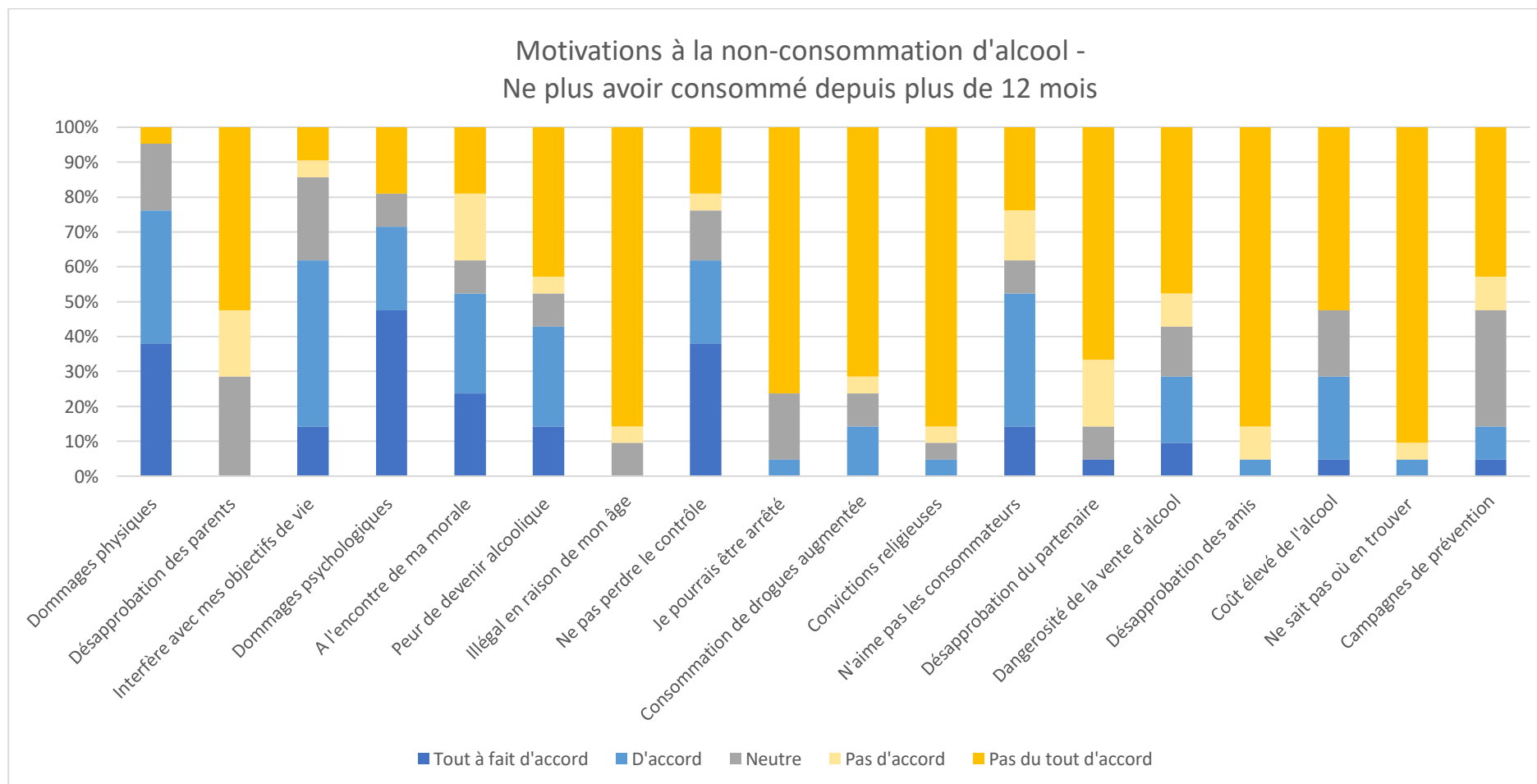
ANNEXE 4 : Motivations quant à la non-consommation d'alcool – N'avoir jamais consommé d'alcool



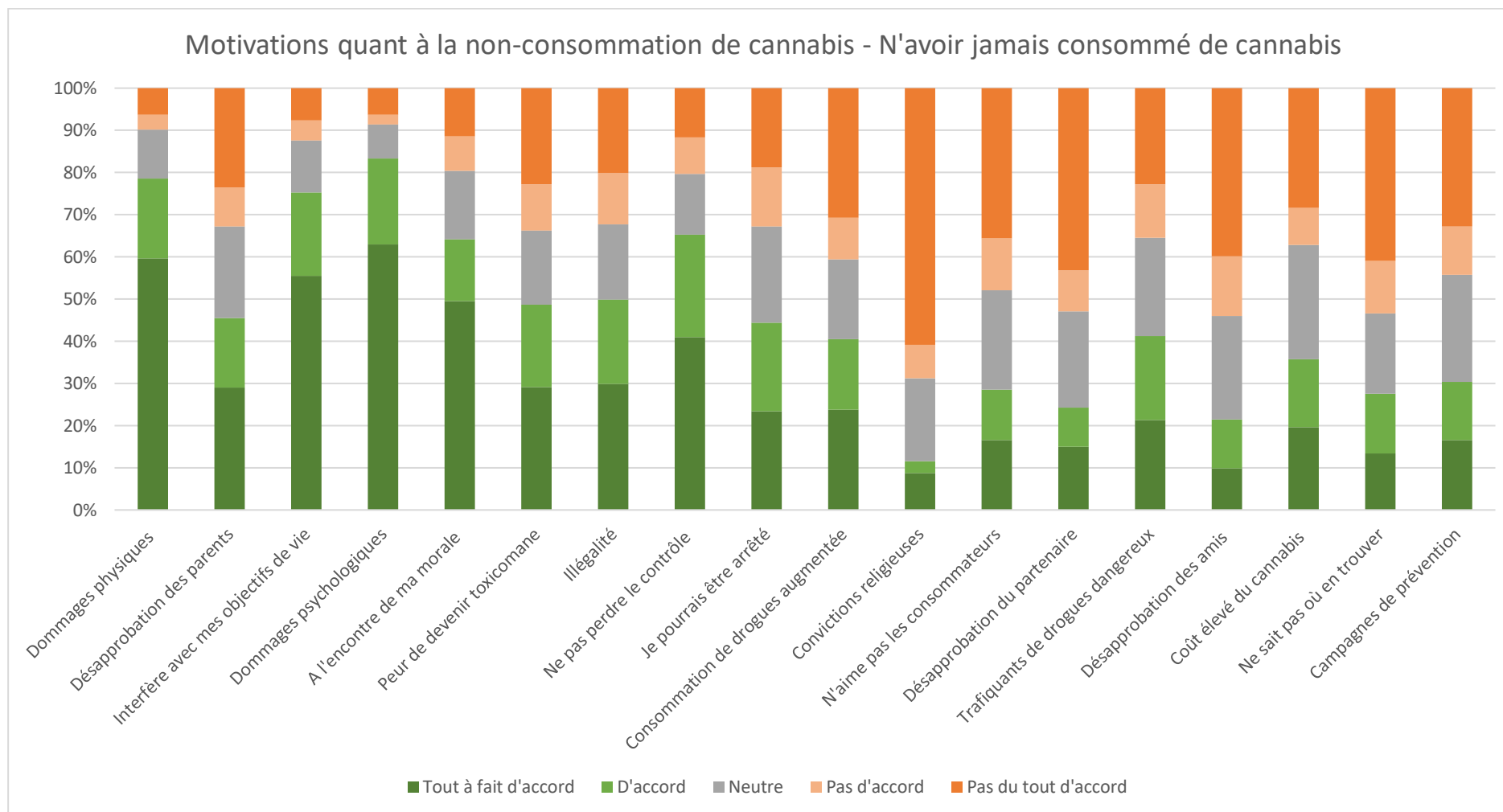
ANNEXE 5 : Motivations quant à la non-consommation d'alcool – Juste une fois, pour essayer



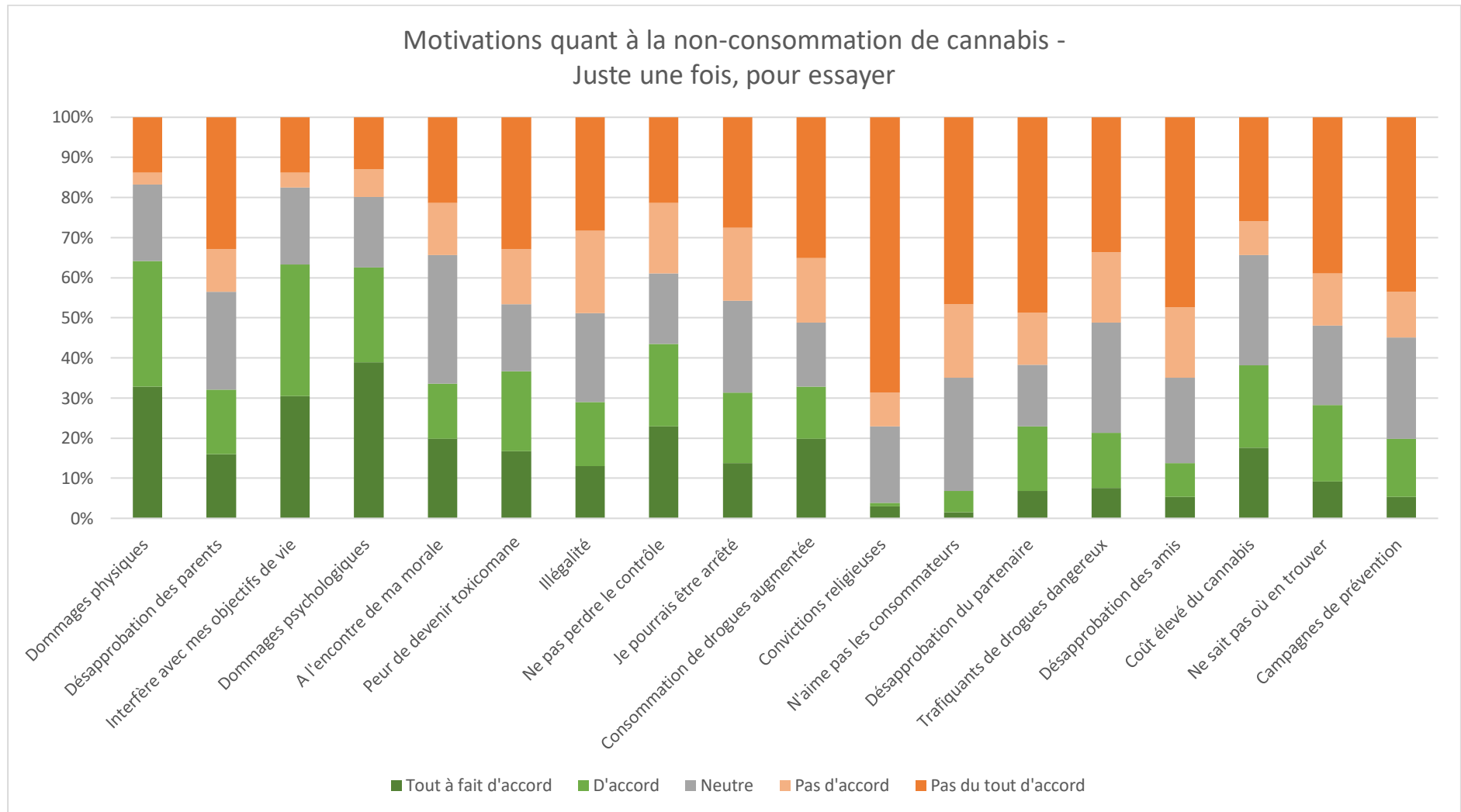
ANNEXE 6 : Motivations à la non-consommation d'alcool – Ne plus avoir consommé depuis plus de 12 mois



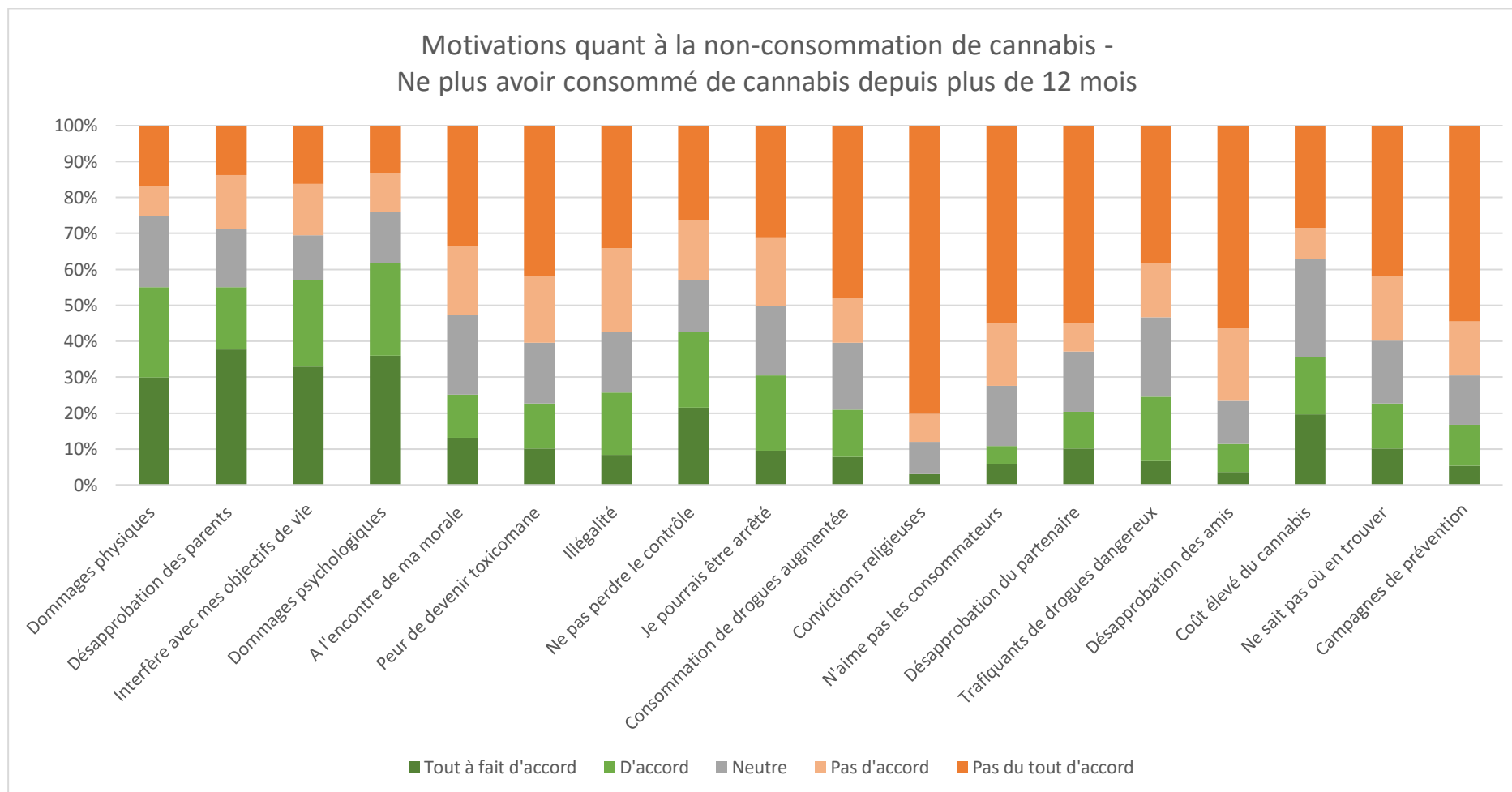
ANNEXE 7 : Motivations quant à la non-consommation de cannabis – N'avoir jamais consommé de cannabis



ANNEXE 8 : Motivations quant à la non-consommation de cannabis – Juste une fois, pour essayer



ANNEXE 9 : Motivations quant à la non-consommation de cannabis – Ne plus avoir consommé de cannabis depuis plus de 12 mois



ANNEXE 10 : Tableaux récapitulatifs de l'ensemble des chiffres concernant la non-consommation d'alcool et de cannabis classés selon les trois profils de non-consommateurs, ceux n'ayant jamais consommé, ceux n'ayant pas consommé depuis plus de 12 mois et ceux ayant essayé, juste une fois

Alcool	Types de non-consommation	1. Pas du tout d'accord	2. Pas d'accord	3. Neutre	4. D'accord	5. Tout à fait d'accord
1. Pour les dommages physiques causés par l'alcool	Jamais de consommation	11,11%	4,94%	13,58%	33,33%	37,04%
	Pas de consommation au cours des 12 derniers mois	4,76%	0%	19,05%	38,10%	38,10%
	Juste une fois, pour essayer	13,51%	5,41%	10,81%	35,14%	35,14%
2. Parce que mes parents désapprouvent	Jamais de consommation	34,57%	11,11%	18,52%	13,58%	22,22%
	Pas de consommation au cours des 12 derniers mois	52,38%	19,05%	28,57%	0%	0%
	Juste une fois, pour essayer	37,84%	18,92%	13,51%	16,22%	13,51%
3. Parce que cela interfère avec mes objectifs de vie	Jamais de consommation	8,64%	11,11%	20,99%	18,52%	40,74%
	Pas de consommation au cours des 12 derniers mois	9,52%	4,76%	23,81%	47,62%	14,29%
	Juste une fois, pour essayer	24,32%	13,51%	21,62%	24,32%	16,22%
4. Pour les dommages	Jamais de consommation	6,17%	3,70%	6,17%	35,80%	48,15%

psychologiques que l'alcool peut provoquer	Pas de consommation au cours des 12 derniers mois	19,05%	0%	9,52%	23,81%	47,62%
	Juste une fois, pour essayer	8,11%	13,51%	5,41%	48,65%	24,32%
5. Parce que la consommation d'alcool va à l'encontre de ma morale	Jamais de consommation	7,41%	9,88%	19,75%	16,05%	46,91%
	Pas de consommation au cours des 12 derniers mois	19,05%	19,05%	9,52%	28,57%	23,81%
	Juste une fois, pour essayer	16,22%	37,84%	24,32%	5,41%	16,22%
6. Par peur de devenir alcoolique	Jamais de consommation	35,80%	14,81%	19,75%	14,81%	14,81%
	Pas de consommation au cours des 12 derniers mois	42,86%	4,76%	9,52%	28,57%	14,29%
	Juste une fois, pour essayer	37,84%	13,51%	16,22%	21,62%	10,81%
7. Parce que l'alcool est illégal en raison de mon âge	Jamais de consommation	64,20%	13,58%	12,35%	2,47%	7,41%
	Pas de consommation au cours des 12 derniers mois	85,71%	4,76%	9,52%	0%	0%
	Juste une fois, pour essayer	59,46%	8,11%	18,92%	13,51%	0%

8. Pour ne pas perdre le contrôle	Jamais de consommation	12,35%	6,17%	18,52%	30,86%	32,10%
	Pas de consommation au cours des 12 derniers mois	19,05%	4,76%	14,29%	23,81%	38,10%
	Juste une fois, pour essayer	8,11%	16,22%	18,92%	29,73%	27,03%
9. Parce que je pourrais être arrêté	Jamais de consommation	49,38%	13,58%	17,28%	14,81%	4,94%
	Pas de consommation au cours des 12 derniers mois	76,19%	0%	19,05%	4,76%	0%
	Juste une fois, pour essayer	45,95%	24,32%	16,22%	10,81%	2,70%
10. Parce que cela pourrait augmenter ma consommation de drogues	Jamais de consommation	59,26%	8,64%	19,75%	6,17%	6,17%
	Pas de consommation au cours des 12 derniers mois	71,43%	4,76%	9,52%	14,29%	0%
	Juste une fois, pour essayer	59,46%	16,22%	16,22%	2,70%	5,41%
11. Parce que cela est contre mes convictions religieuses	Jamais de consommation	46,91%	8,64%	6,17%	8,64%	29,63%
	Pas de consommation au cours des 12 derniers mois	85,71%	4,76%	4,76%	4,76%	0%

	Juste une fois, pour essayer	64,86%	5,41%	18,92%	5,41%	5,41%
12. Parce que je n'aime pas les consommateurs d'alcool	Jamais de consommation	32,10%	19,75%	23,46%	8,64%	16,05%
	Pas de consommation au cours des 12 derniers mois	23,81%	14,29%	9,52%	38,10%	14,29%
	Juste une fois, pour essayer	24,32%	27,03%	21,62%	16,22%	10,81%
13. Parce que mon/ma partenaire pourrait désapprouver	Jamais de consommation	64,20%	7,41%	18,52%	6,17%	3,70%
	Pas de consommation au cours des 12 derniers mois	66,67%	19,05%	9,52%	0%	4,76%
	Juste une fois, pour essayer	54,05%	8,11%	24,32%	10,81%	2,70%
14. Parce que la vente d'alcool peut être dangereuse	Jamais de consommation	43,21%	9,88%	24,69%	11,11%	11,11%
	Pas de consommation au cours des 12 derniers mois	47,62%	9,52%	14,29%	19,05%	9,52%
	Juste une fois, pour essayer	40,54%	21,62%	27,03%	10,81%	0%
15. Parce que mes amis pourraient désapprouver	Jamais de consommation	65,43%	13,58%	13,58%	3,70%	3,70%
	Pas de consommation au	85,71%	9,52%	0%	4,76%	0%

	cours des 12 derniers mois					
	Juste une fois, pour essayer	59,46%	24,32%	10,81%	5,41%	0%
16. Parce que l'alcool est trop cher	Jamais de consommation	46,91%	6,17%	22,22%	13,58%	11,11%
	Pas de consommation au cours des 12 derniers mois	52,38%	0%	19,05%	23,81%	4,76%
	Juste une fois, pour essayer	29,73%	18,92%	32,43%	10,81%	8,11%
17. Parce que je ne sais pas où trouver de l'alcool	Jamais de consommation	69,14%	11,11%	13,58%	1,23%	4,94%
	Pas de consommation au cours des 12 derniers mois	90,48%	4,76%	0%	4,76%	0%
	Juste une fois, pour essayer	54,05%	35,14%	5,41%	5,41%	0%
18. En raison des campagnes de prévention	Jamais de consommation	37,04%	9,88%	30,86%	12,35%	9,88%
	Pas de consommation au cours des 12 derniers mois	42,86%	9,52%	33,33%	9,52%	4,76%
	Juste une fois, pour essayer	32,43%	35,14%	10,81%	18,92%	2,70%

Cannabis	Types de non-consommation	1. Pas du tout d'accord	2. Pas d'accord	3. Neutre	4. D'accord	5. Tout à fait d'accord
1. Pour les dommages physiques causés par le cannabis	Jamais de consommation	6,25%	3,57%	11,61%	18,90%	59,67%
	Pas de consommation au cours des 12 derniers mois	16,77%	8,38%	19,76%	25,15%	29,94%
	Juste une fois, pour essayer	13,74%	3,05%	19,08%	31,30%	32,82%
2. Parce que mes parents désapprouvent	Jamais de consommation	23,51%	9,23%	21,73%	16,52%	29,02%
	Pas de consommation au cours des 12 derniers mois	37,72%	17,32%	16,17%	14,97%	13,77%
	Juste une fois, pour essayer	32,82%	10,69%	24,43%	16,03%	16,03%
3. Parce que cela interfère avec mes objectifs de vie	Jamais de consommation	7,59%	4,76%	12,35%	19,79%	55,51%
	Pas de consommation au cours des 12 derniers mois	16,17%	14,37%	12,57%	23,95%	32,93%
	Juste une fois, pour essayer	13,74%	3,82%	19,08%	32,82%	30,53%
4. Pour les dommages	Jamais de consommation	6,25%	2,38%	8,04%	20,39%	62,95%

psychologiques que le cannabis peut provoquer	Pas de consommation au cours des 12 derniers mois	13,17%	10,78%	14,37%	25,75%	35,93%
	Juste une fois, pour essayer	12,98%	6,87%	17,56%	23,66%	38,93%
5. Parce que la consommation de cannabis va à l'encontre de ma morale	Jamais de consommation	11,46%	8,18%	16,22%	14,58%	49,55%
	Pas de consommation au cours des 12 derniers mois	33,53%	19,16%	22,16%	11,98%	13,17%
	Juste une fois, pour essayer	21,37%	12,98%	32,06%	13,74%	19,85%
6. Par peur de devenir toxicomane	Jamais de consommation	22,77%	11,01%	17,56%	19,49%	29,17%
	Pas de consommation au cours des 12 derniers mois	41,92%	18,56%	16,77%	12,57%	10,18%
	Juste une fois, pour essayer	32,82%	13,74%	16,79%	19,85%	16,79%
7. Parce que le cannabis est illégal	Jamais de consommation	20,09%	12,20%	17,86%	19,94%	29,91%
	Pas de consommation au cours des 12 derniers mois	34,13%	23,35%	16,77%	17,37%	8,38%
	Juste une fois, pour essayer	28,24%	20,61%	22,14%	16,03%	12,98%

8. Pour ne pas perdre le contrôle	Jamais de consommation	11,61%	8,78%	14,29%	24,40%	40,92%
	Pas de consommation au cours des 12 derniers mois	26,35%	16,77%	14,37%	20,96%	21,56%
	Juste une fois, pour essayer	21,37%	17,56%	17,56%	20,61%	22,90%
9. Parce que je pourrais être arrêté	Jamais de consommation	18,75%	13,99%	22,92%	20,98%	23,36%
	Pas de consommation au cours des 12 derniers mois	31,14%	19,16%	19,16%	20,96%	9,58%
	Juste une fois, pour essayer	27,48%	18,32%	22,90%	17,56%	13,74%
10. Parce que cela pourrait augmenter ma consommation de drogues	Jamais de consommation	30,65%	9,97%	18,90%	16,67%	23,81%
	Pas de consommation au cours des 12 derniers mois	47,90%	12,57%	18,56%	13,17%	7,78%
	Juste une fois, pour essayer	35,11%	16,03%	16,03%	12,98%	19,85%
11. Parce que cela est contre mes convictions religieuses	Jamais de consommation	60,86%	7,89%	19,64%	2,83%	8,78%
	Pas de consommation au cours des 12 derniers mois	80,24%	7,78%	8,98%	0%	2,99%

	Juste une fois, pour essayer	68,70%	8,40%	19,08%	0,76%	3,05%
12. Parce que je n'aime pas les consommateurs de cannabis	Jamais de consommation	35,57%	12,35%	23,51%	12,05%	16,52%
	Pas de consommation au cours des 12 derniers mois	55,09%	17,37%	16,77%	4,79%	5,99%
	Juste une fois, pour essayer	46,56%	18,32%	28,24%	5,34%	1,53%
13. Parce que mon/ma partenaire pourrait désapprouver	Jamais de consommation	43,15%	9,82%	22,77%	9,23%	15,03%
	Pas de consommation au cours des 12 derniers mois	55,09%	7,78%	16,77%	10,18%	10,18%
	Juste une fois, pour essayer	48,85%	12,98%	15,27%	16,03%	6,87%
14. Parce que les trafiquants de drogues sont dangereux	Jamais de consommation	22,77%	12,65%	23,36%	19,94%	21,28%
	Pas de consommation au cours des 12 derniers mois	38,32%	14,97%	22,16%	17,96%	6,59%
	Juste une fois, pour essayer	33,59%	17,56%	27,48%	13,74%	7,63%
15. Parce que mes amis pourraient désapprouver	Jamais de consommation	39,88%	14,14%	24,55%	11,61%	9,82%
	Pas de consommation au	56,29%	20,36%	11,98%	7,78%	3,59%

	cours des 12 derniers mois					
	Juste une fois, pour essayer	47,33%	17,56%	21,37%	8,40%	5,34%
16. Parce que le cannabis est trop cher	Jamais de consommation	28,42%	8,78%	27,08%	16,07%	19,64%
	Pas de consommation au cours des 12 derniers mois	35,93%	14,37%	16,17%	17,96%	15,57%
	Juste une fois, pour essayer	25,95%	8,40%	27,48%	20,61%	17,56%
17. Parce que je ne sais pas où trouver du cannabis	Jamais de consommation	40,92%	12,50%	19,05%	14,14%	13,39%
	Pas de consommation au cours des 12 derniers mois	41,92%	17,96%	17,37%	12,57%	10,18%
	Juste une fois, pour essayer	38,93%	12,98%	19,85%	19,08%	9,16%
18. En raison des campagnes de prévention	Jamais de consommation	32,74%	11,46%	25,45%	13,84%	16,52%
	Pas de consommation au cours des 12 derniers mois	54,49%	14,97%	13,77%	11,38%	5,39%
	Juste une fois, pour essayer	43,51%	11,45%	25,19%	14,50%	5,34%

ANNEXE 11 : Motivations évoquées quant à la consommation d'alcool selon les cinq profils de consommateurs

Fréquence Alcool	Raisons	Presque jamais/jamais	Parfois	La moitié du temps	La plupart du temps	Presque toujours/toujours
Moins d'une fois par mois (à l'occasion)	Motivations sociales	47,41%	28,17%	7,88%	9,38%	7,20%
	Motivations d'adaptation	82,44%	11,45%	3,00%	1,87%	1,22%
	Motivations de sensations de bien-être	64,32%	19,90%	7,13%	5,63%	3%
	Motivations de conformité	82,91%	9,85%	3,19%	3,10%	1%
	Motivations d'amélioration du champ de la conscience	83,19%	10,61%	2,44%	2,06%	1,69%

Fréquence Alcool	Raisons	Presque jamais/jamais	Parfois	La moitié du temps	La plupart du temps	Presque toujours/toujours
Environ une fois par mois	Motivations sociales	23,03%	27,05%	19,34%	19,83%	10,74%
	Motivations d'adaptation	68,68%	17,45%	6,31%	5,49%	2,05%
	Motivations de sensations de bien-être	40,82%	23,68%	15,57%	12,37%	7,54%
	Motivations de conformité	79,42%	14,26%	3,85%	1,72%	0,73%
	Motivations d'amélioration du champ de la conscience	71,55%	17,45%	6,97%	3,36%	0,65%

Fréquence Alcool	Raisons	Presque jamais/jamais	Parfois	La moitié du temps	La plupart du temps	Presque toujours/toujours
Fin de semaine ou	Motivations sociales	17,79%	26,80%	19,20%	24,56%	11,63%

une à deux fois par semaine	Motivations d'adaptation	60,99%	25,28%	7,26%	4,67%	1,78%
	Motivations de sensations de bien-être	28,93%	24,10%	17,49%	18,86%	10,60%
	Motivations de conformité	79,46%	14,48%	3,87%	1,63%	0,60%
	Motivations d'amélioration du champ de la conscience	68,89%	19,04%	6,72%	3,80%	1,52%

Fréquence Alcool	Raisons	Presque jamais/jamais	Parfois	La moitié du temps	La plupart du temps	Presque toujours/toujours
Trois fois et plus par semaine mais pas tous les jours	Motivations sociales	14,04%	23,14%	20,45%	25,95%	16,40%
	Motivations d'adaptation	50,78%	26,96%	9,77%	9,10%	3,37%
	Motivations de sensations de bien-être	20%	21,90%	17,86%	19,66%	20,56%
	Motivations de conformité	79,10%	14,38%	3,37%	2,02%	1,12%
	Motivations d'amélioration du champ de la conscience	54,38%	23,14%	11,01%	7,30%	4,16%

Fréquence Alcool	Raisons	Presque jamais/jamais	Parfois	La moitié du temps	La plupart du temps	Presque toujours/toujours
Tous les jours	Motivations sociales	8%	22%	14%	24%	32%
	Motivations d'adaptation	40%	20%	8%	10%	22%
	Motivations de sensations de bien-être	10%	10%	14%	18%	48%
	Motivations de conformité	78%	18%	4%	0%	0%
	Motivations d'amélioration du champ de la conscience	40%	16%	14%	16%	14%

ANNEXE 12 : Motivations évoquées quant à la consommation de cannabis selon les cinq profils de consommateurs

Fréquence Cannabis	Raisons	Presque jamais/jamais	Parfois	La moitié du temps	La plupart du temps	Presque toujours/toujours
Moins d'une fois par mois (à l'occasion)	Motivations sociales	60,32%	18,04%	11,19%	6,63%	3,80%
	Motivations d'adaptation	77,06%	15,76%	4,13%	1,40%	1,73%
	Motivations de sensations de bien-être	26,63%	22,28%	17,93%	16,08%	17,06%
	Motivations de conformité	91,41%	5,76%	1,41%	1,19%	0,20%
	Motivations d'amélioration du champ de la conscience	60,97%	17,71%	10,76%	5,76%	4,78%

Fréquence Cannabis	Raisons	Presque jamais/jamais	Parfois	La moitié du temps	La plupart du temps	Presque toujours/toujours
Environ une fois par mois	Motivations sociales	46,66%	22,38%	13,81%	7,14%	9,99%
	Motivations d'adaptation	63,33%	15,23%	7,61%	7,14%	6,66%
	Motivations de sensations de bien-être	11,90%	20,00%	15,71%	22,38%	29,99%
	Motivations de conformité	90,47%	8,09%	0,48%	0,48%	0,48%
	Motivations d'amélioration du champ de la conscience	40,47%	17,14%	13,33%	12,38%	16,66%

Fréquence Cannabis	Raisons	Presque jamais/jamais	Parfois	La moitié du temps	La plupart du temps	Presque toujours/toujours
Fin de semaine ou une à deux	Motivations sociales	44,54%	25,91%	11,81%	9,09%	8,63%
	Motivations d'adaptation	47,27%	22,27%	9,09%	11,36%	10%

fois par semaine	Motivations de sensations de bien-être	11,36%	19,99%	12,72%	20,90%	35%
	Motivations de conformité	87,27%	7,27%	2,72%	1,80%	1%
	Motivations d'amélioration du champ de la conscience	40,45%	21,81%	12,27%	10,45%	15,00%

Fréquence Cannabis	Raisons	Presque jamais/jamais	Parfois	La moitié du temps	La plupart du temps	Presque toujours/toujours
Trois fois et plus par semaine mais pas tous les jours	Motivations sociales	33,33%	23,70%	14,81%	11,84%	16,29%
	Motivations d'adaptation	25,92%	25,18%	20,74%	7,40%	20,74%
	Motivations de sensations de bien-être	12,59%	17,77%	14,07%	19,25%	36,29%
	Motivations de conformité	90,37%	8,15%	1,40%	0%	0%
	Motivations d'amélioration du champ de la conscience	37,03%	18,51%	13,33%	11,80%	19,20%

Fréquence Cannabis	Raisons	Presque jamais/jamais	Parfois	La moitié du temps	La plupart du temps	Presque toujours/toujours
Tous les jours	Motivations sociales	26,04%	30,69%	14,41%	9,30%	19,53%
	Motivations d'adaptation	22,32%	28,37%	12,55%	13,48%	23,25%
	Motivations de sensations de bien-être	12,56%	20,46%	8,37%	9,76%	48,83%
	Motivations de conformité	89,76%	6,51%	0%	0,46%	3,26%
	Motivations d'amélioration du champ de la conscience	25,58%	23,25%	9,76%	13,95%	27,44%