



ADDICTION | SUISSE

# Exposition au marketing de l'alcool : une étude pilote

Réalisé par Samuel Arthers, Selina Studer et Hervé Kuendig

Présenté par Frank Zobel

Berne, le 21 juin 2022

PRÉVENTION | AIDE | RECHERCHE

# Protection des mineurs

- *La publicité pour les spiritueux est interdite à la radio et à la télévision, ainsi que sur les bâtiments destinés à des usages publics, dans les transports publics, sur les places de sport et lors de manifestations ... (LAlc)*
- *La publicité pour les boissons alcooliques qui vise les mineur-e-s est interdite (..). Les boissons alcooliques et leur présentation ne doivent porter aucune mention ni représentation graphique s'adressant spécialement aux individus de moins de 18 ans. (Art. 43 de l'Ordonnance sur les denrées alimentaires et les objets usuels)*
- *La publicité pour les boissons alcoolisées ne doit pas s'adresser spécifiquement aux mineur-e-s; associer une personne ayant l'apparence d'un-e mineur-e-s à la consommation de boissons alcoolisées ; (..) être diffusée avant, pendant et après des émissions s'adressant aux enfants ou aux jeunes. (Art.16 de l'Ordonnance sur la radio et la télévision )*

[illegible]

- 
- ADDICTION | SUISSE

# Itinéraires

Tableau 1 Exemples d'activités, itinéraires Genève week-end 1 et week-end 2

	Matinée 1	Matinée 2	Midi	Après-midi 1	Après-midi 2
Genève 1	Bibliothèque	Promenade au parc	Burger	Sport	Cinéma
Genève 2	Promenade au parc	Café	Pizzeria	Commissions	Bowling

- 10 itinéraires développés avec des jeunes (5 week-end et 5 semaine, étudiant ou apprenti) dans 5 villes: Bâle (1), Berne (3), Genève (3), Lausanne (2), Zürich (1)
- Pour chaque stimuli observé: localisation, type de boisson, type de stimuli (publicité, *litering*, promotions, exposition réelle, etc.) + photo

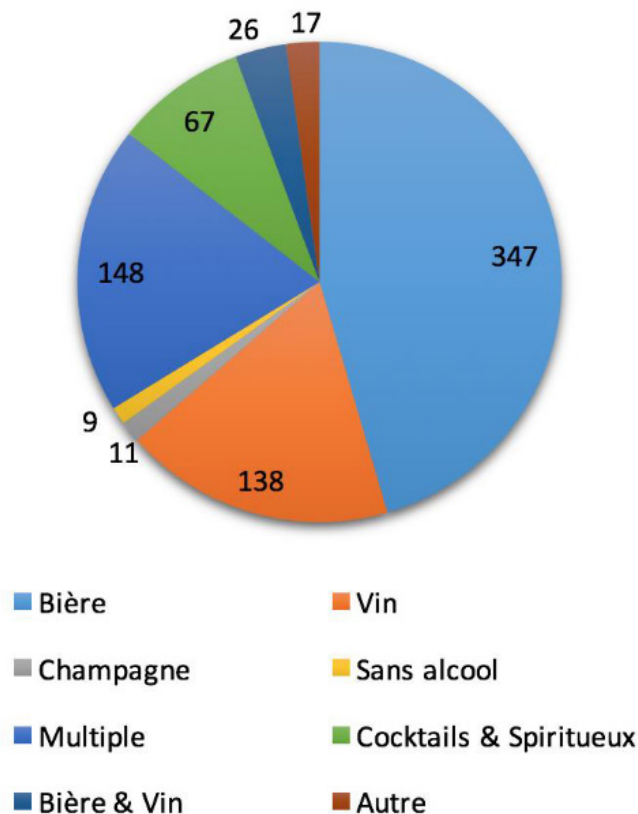


# Limites

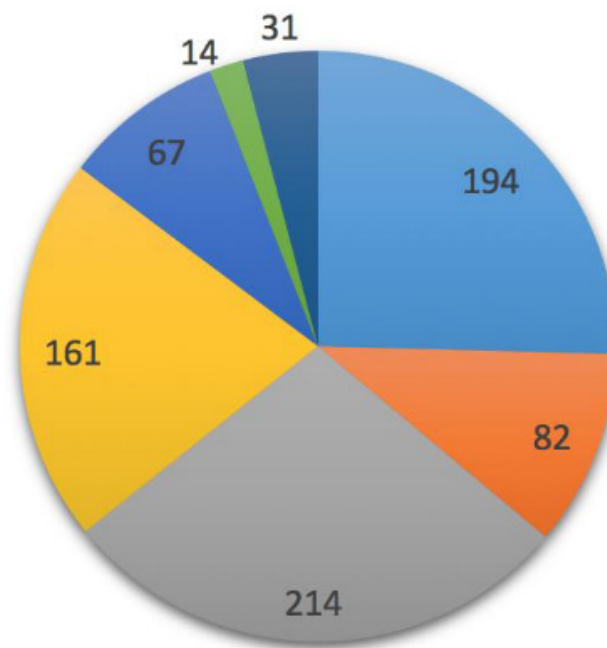
- Etude exploratoire permettant de développer des outils (parcours, récolte de données)
- Impact de la pandémie
  - En général (espace public, publicité, etc.)
  - Sur la possibilités de faire des parcours nocturnes

# Résultats

- 763 stimuli recensés au total durant les 10 itinéraires => environ un stimuli toutes les cinq minutes



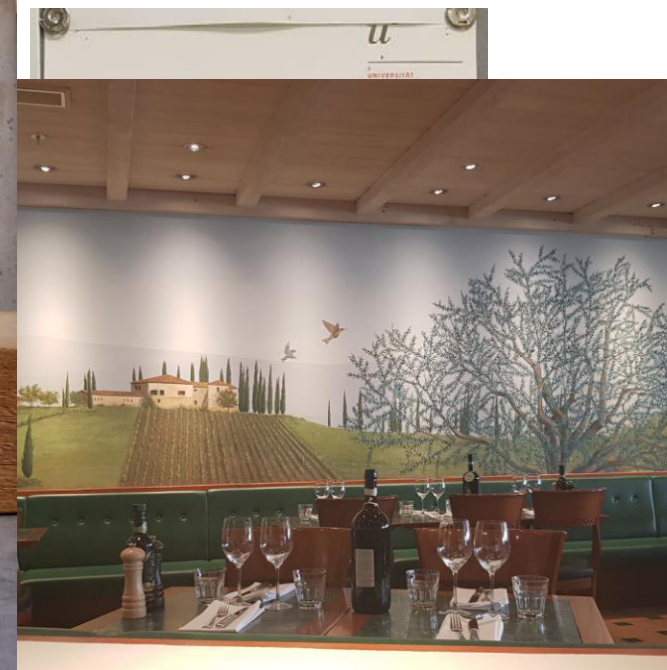
# Type de stimuli



- Campagne/Publicité
- Littering
- Stimuli non-promotionnels
- Exposition de produits
- Exposition réelle
- Anti-alcool
- Promotion



# Concrètement







ADDICTION | SUISSE

# Et que se passe-t-il en ligne ?

PRÉVENTION | AIDE | RECHERCHE

# Méthode

- 9 jeunes 16-19 ans (5 All-4 Fr; 6F-3H)
- Instruction: capture d'écran de tout stimuli lié à l'alcool pendant 7 jours
- Rapport quotidien (captures d'écran + temps d'utilisation de chaque application)
- Rapport à la fin de la semaine (limites de la méthode, impact de la pandémie,...)

# Résultats

- Env. 50% du temps passé en ligne l'a été sur Snapchat, Instagram et TikTok
- La quasi-totalité des 176 stimuli (env. 1 pour 2 heures passées en ligne) liés à l'alcool ont été identifiés à travers ces 3 applications
- Quatre catégories de stimuli : publicités, influenceurs (sponsors), humour, scènes de la vie quotidienne

# Concrètement



# Limites

- Grande variabilité des comportements en ligne entre les participants et chez chaque participant
- Impact de la pandémie
  - Plus de temps passé en ligne
  - Moins de références à des «soirées»
- Difficulté à enregistrer tous les stimuli?

# Conclusions

- Une méthodologie faisable mais qui doit encore être affinée (parcours nocturnes, parcours en ligne, récolte de données plus détaillées)
- Les itinéraires physiques et en ligne devraient être combinés pour connaître l'exposition réelle (quantitative et qualitative) à des stimuli liés à l'alcool
- L'étude montre déjà qu'il existe une exposition fréquente et diversifiée => normalisation de la consommation

# Prochaine étape

- Une étude plus complète menée pour le canton de Genève (alcool + tabac)
- Parcours physiques (y.c. nocturnes) et en ligne
- Définition d'itinéraires physiques 8h-22h (4 en semaine, 2 weekend) et plus de personnes en ligne (12)





ADDICTION | SUISSE

# Merci pour votre attention

PRÉVENTION | AIDE | RECHERCHE



ADDICTION | SUISSE

Lausanne, janvier 2021  
Rapport de recherche N°129

**Observatoire des stratégies de marketing pour  
l'alcool: Publicité, promotion et exposition  
dans des itinéraires du quotidien**

**Rapport de phase pilote d'observations physiques et  
en ligne**

Arthers Samuel  
Studer Selina  
Kuendig Hervé

*Ce projet de recherche a été financé par l'Administration fédérale des douanes*

PRÉVENTION | AIDE | RECHERCHE