

LES ADOLESCENTS EXPOSÉS À LA PUBLICITÉ POUR L'ALCOOL SUR INTERNET BOIVENT PLUS

Un jeune boit de l'alcool ? Il a peut-être été exposé au marketing des alcooliers sur internet.

Dans une étude parue dans la revue médicale spécialisée 'Alcohol and Alcoholism', des chercheurs européens mettent en évidence que plus un adolescent est exposé sur internet à des actions marketing en faveur de l'alcool, plus il est consommateur d'alcool.

L'étude, qui a porté sur 9038 jeunes de 14 ans en moyenne scolarisés en Allemagne, en Italie, aux Pays-Bas et en Pologne, a mesuré leur temps d'exposition à de la publicité pour l'alcool sur Internet. Elle l'a comparé à leur consommation d'alcool au cours des 30 derniers jours.

Les résultats montrent que dans les quatre pays les jeunes sont fréquemment exposés à la publicité pour l'alcool sur internet. Plus l'exposition est grande, plus il y a de risque pour ces jeunes de commencer à boire de l'alcool ou d'avoir eu une pratique de binge drinking au cours des 30 derniers jours. Les campagnes marketing sollicitant l'interaction du jeune sont celles qui influencent le plus sa consommation.

Les chercheurs concluent que l'association entre l'exposition des adolescents au marketing de l'alcool et leur consommation est significative dans tous les pays étudiés ».

En France la publicité pour l'alcool est interdite sur les sites internet qui « *par leur caractère, leur présentation et leur objet, apparaissent comme principalement destinés à la jeunesse* » (article L3323-2 du code de la santé publique). Ce périmètre n'inclut pas les nombreux sites ou médias sociaux généralistes fréquentés par des jeunes.

Exposure to online alcohol marketing and adolescents' drinking : a cross-sectional study in four European countries (en anglais, PubMed).

Articles en lien :

L'alcool et la loi : la publicité

L'alcool et la loi : la protection des publics vulnérables

Les jeunes, une cible spécifique du marketing (Espace jeunes d'Alcool info service)