12.01.2017 – 10:20 Uhr

Sur Internet, la protection de la jeunesse face à l'alcool laisse à désirer

Lausanne (ots) -

Addiction Suisse a scruté à la loupe le marketing et la vente d'alcool sur Internet. Malgré les restrictions existantes, les jeunes subissent non seulement l'impact de la publicité, mais peuvent en outre acheter facilement de l'alcool en ligne. La protection de la jeunesse est insuffisante.

La publicité est efficace, en particulier auprès des jeunes. Ainsi, une série de travaux de recherche a montré qu'il existe une corrélation entre publicité pour l'alcool, âge de la première consommation et quantité consommée. Et cette corrélation est nettement plus forte lorsque «publicité classique» et publicité en ligne se combinent. Certes, la publicité pour l'alcool ne s'adresse généralement pas directement aux jeunes. Les prescriptions légales sont donc formellement respectées. Mais des stratégies sophistiquées et certains éléments caractéristiques d'un style de vie comme la musique, les soirées, etc., parviennent à toucher également les mineurs. Résultat: la publicité contribue de manière déterminante à donner une image positive de la consommation de boissons alcooliques en créant l'impression que l'alcool doit faire partie intégrante d'un style de vie moderne.

Protection de la jeunesse sur Internet: difficile à contrôler L' étude d'Addiction Suisse sur le marketing de l'alcool en ligne a en outre analysé le respect de la réglementation en vigueur. D'un côté, la publicité pour l'alcool est régie par le cadre légal. De l'autre, l'industrie de l'alcool ainsi que le secteur de la publicité s'engagent à observer des codes dits d'autorégulation. Et si l'on peut constater que, formellement, la publicité pour l'alcool respecte ces prescriptions, un examen critique de la publicité sur Internet suscite des interrogations, en particulier sur la réalité d'une protection appropriée de la jeunesse. Car il est extrêmement facile de contourner les barrières de protection, ne serait-ce que celle de la date de naissance censée restreindre l'accès aux sites des marques d'alcool. Un échantillon d'achats-tests sur Internet ont par ailleurs montré dans les cas étudiés que les mineurs peuvent très facilement passer des commandes en ligne.

Messages publicitaires véhiculés par les consommateurs sur les réseaux sociaux Les publicitaires utilisent Internet comme plateforme de marketing pour l'alcool, notamment à travers des réseaux sociaux tels que Facebook. En likant, commentant ou partageant des articles sur un produit, les destinataires de la publicité font quasiment du marketing «bouche-à-oreille» et deviennent donc des ambassadeurs de la marque. Avec chaque «J'aime» et chaque

commentaire, ils diffusent la publicité à l'ensemble de leur réseau. Il convient de prêter une attention particulière aux contenus mis en ligne par les utilisateurs eux-mêmes - pensons par exemple aux photos de fêtes bien arrosées qui circulent sur la Toile et constituent des vecteurs indirects de publicité pour l'alcool - de tels contenus créés par les utilisateurs échappent totalement aux lois et aux codes d'autorégulation. En effet, il est reconnu que la manière dont on perçoit les modes de consommation d'autres personnes exerce une influence déterminante sur son propre comportement et contribue donc à normaliser la consommation d'alcool à risque.

Publicité et vente d'alcool sur Internet: une arme à double détente Ces constatations confirment que le marketing en ligne de boissons alcooliques et leur vente sur Internet sont susceptibles de nuire à la santé publique et notamment d'affaiblir la protection de la jeunesse. Il est prouvé que les restrictions en matière de publicité peuvent réduire la consommation d'alcool. La majorité de la population approuve d'ailleurs de telles restrictions.

Le rapport complet:

Alkoholmarketing und -Verkauf über das Internet: Eine Auslegeordnung

Les différents rapports:

- Beobachtung des Alkoholmarketings im Internet
- Online Testkäufe: Verkauf von Alkohol über das Internet
- Literaturreview: Online-Alkoholmarketing Strategien, Wirkung und Regulierung
- Online-Alkoholmarketing: Strategien, Wirkung und Regulierung Alkoholwerbung im Internet.

Rechtliche Rahmenbedingungen in der Schweiz, Selbstregulierung der Alkoholindustrie und Richtlinien der social media-Plattformen

Addiction Suisse est un centre de compétences national dans le domaine des addictions. Elle est active dans la recherche, conçoit des projets de prévention et s'engage pour une politique de santé. Le but est de prévenir ou d'atténuer les problèmes issus de la consommation d'alcool et d'autres substances psychoactives ou liés aux jeux de hasard et à l'usage de l'internet. Plus de 200 000 personnes soutiennent notre ONG.

Plus d'informations sur notre site internet www.addictionsuisse.ch

Vous trouverez le présent communiqué de presse sur : www.addictionsuisse.ch/fr/actualites/communiques-de-presse

Contact:

Corine Kibora
Porte-parole
ckibora@addictionsuisse.ch
tél.: 021 321 29 75

Medieninhalte

Hands holding tablet PC and ordering beer via internet

Diese Meldung kann unter https://www.presseportal.ch/fr/pm/100000980/100797832 abgerufen werden.