



Rapport d'observation 2013

Accueil téléphonique, rappel automatique, chats, questions-réponses sur Internet,
forums, répertoire de l'addictologie...

ET AUSSI
SUR INTERNET
"FORUMS", "CHATS"
ET "VOS QUESTIONS"
SUR WWW.DROGUES-INFO.FR

BESOIN
D'EN PARLER ?
J'APPELLE !

ÉCOUTE ALCOOL
0 811 91 30 30

7 JOURS/7, De 14h à 20h. ANONYME, CÔTÉ D'UNE
COMMUNICATION LOCALE DEPUIS UN POSTE FIXE.

ET AUSSI
SUR INTERNET
"FORUMS", "CHATS"
ET "VOS QUESTIONS"
SUR WWW.DROGUES-INFO.FR

BESOIN
D'EN PARLER ?
J'APPELLE !

DROGUES INFO SERVICE
0 800 23 13 13*

7 JOURS/7, ANONYME & GRATUIT DEPUIS UN POSTE FIXE.
* APPEL DEPUIS UN PORTABLE AU CÔTÉ D'UNE
COMMUNICATION ORDINAIRE : 01 70 53 13 13.

ET AUSSI
SUR INTERNET
"FORUMS", "CHATS"
ET "VOS QUESTIONS"
SUR WWW.DROGUES-INFO.FR

BESOIN
D'EN PARLER ?
J'APPELLE !

ÉCOUTE CANNABIS
0 811 91 20 20

7 JOURS/7, De 14h à 20h. ANONYME, CÔTÉ D'UNE
COMMUNICATION LOCALE DEPUIS UN POSTE FIXE.

Ne restez pas seul avec vos questions
drogues-info-service.fr



09 74 75 13 13 de 8h à 2h, appel non surtaxé

JOUEURS INFO SERVICE
VOUS GAGNEZ À EN PARLER

CHAPITRE 1 – ADALIS, UN DISPOSITIF D’AIDE A DISTANCE.....	5
1.1 LES MISSIONS DU SERVICE.....	5
1.2 LE DISPOSITIF D’AIDE A DISTANCE	7
1.3 PRINCIPES ET REGLES DEONTOLOGIQUES	8
1.4 LES OUTILS DE TRAITEMENT DES DEMANDES.....	9
CHAPITRE 2 – ACTIVITE ET ACCESSIBILITE.....	12
2.1 ACTIVITE DE REPONSE AUX SOLLICITATIONS DU PUBLIC.....	12
2.2 ACTIVITE INTERNET	14
2.3 PROFILS DES PUBLICS.....	17
CHAPITRE 3 - LE REPERTOIRE DES STRUCTURES.....	21
3.1 LE DISPOSITIF SPECIALISE EN ADDICTOLOGIE	21
3.2 MISE A JOUR DU REPERTOIRE.....	21
3.3 UN OUTIL AU SERVICE DU PUBLIC.....	22
3.4 UN OUTIL AU SERVICE DES PROFESSIONNELS.....	22
CHAPITRE 4 – ZOOM SUR LA LIGNE JOUEURS INFO SERVICE.....	24
4.1 LE DISPOSITIF DE PRISE EN CHARGE DES JOUEURS ET DE LEUR ENTOURAGE	24
4.2 ACTIVITE ET ACCESSIBILITE DE LA LIGNE	25
4.3 PROFILS DES PUBLICS.....	26
4.4 ACTIVITE INTERNET	29
4.5 ZOOM SUR L’ARRET DE SA PRATIQUE DE JEU DANS LES FORUMS	30
CHAPITRE 5 – ZOOM SUR LA CAMPAGNE DE COMMUNICATION « ALCOOL, OUI ON PEUT DIRE NON »	33
5.1 LES AXES DE LA CAMPAGNE	33
5.2 FLUX D’ACTIVITE.....	34
5.3 FREQUENTATION DU SITE ALCOOL INFO SERVICE	35
5.4 LES PUBLICS	37

Plus encore que les années précédentes, 2013 a été marquée par le développement de l'activité internet. Après avoir géré pendant près de 10 ans le dispositif de questions réponses sur le site de l'ancienne MILDT, le service avait, en 2009 mis en ligne le site www.drogues-info-service.fr. Quatre ans après, en 2013 ce sont deux nouveaux sites qui sont, dans le cadre du partenariat avec l'INPES, proposés au grand public : www.joueurs-info-service.fr, ouvert en janvier et www.alcool-info-service.fr le 20 novembre.

L'année 2013 est ainsi marquée par un dispositif qui gagne en cohérence et qui voit son offre de service s'étoffer et se diversifier. Désormais, les dispositifs Drogues info service, Joueurs info service et Alcool info service proposent chacun une ligne d'appel téléphonique et un site internet dédié.

Les sites internet créés se veulent centrés sur l'aide et l'entraide, d'une part en proposant des contenus d'informations proches des préoccupations des internautes et rédigés sous forme interpellative et d'autre part en mettant en avant les outils interactifs : forums, questions réponses, rappel automatique, et pour la première fois chat.

En effet depuis avril 2013, Adalis propose un nouveau mode de contact : le chat individuel. Proche de la pratique de l'écoute (entretien individuel), l'enjeu est en particulier de proposer notre aide à un public plus jeune, plus présent sur internet.

Malgré tout, la mission historique de l'accueil téléphonique reste prépondérante puisque 94% des demandes traitées le sont par téléphone.

Comme depuis 2010, le rapport d'observation présente les données spécifiques du dispositif Joueur info service, en mettant en lumière la thématique de l'arrêt de la pratique de jeu dans les forums internet. Ce parti pris présente le double intérêt d'illustrer à la fois la problématique de la dépendance au jeu et le type d'aide apportée par internet.

RAPPEL HISTORIQUE

Mai 1990,
le gouvernement adopte un plan de 42 mesures – proposées par la Délégation Générale de Lutte contre la Drogue et la Toxicomanie – qui prévoit notamment la création d’un service téléphonique national d’information et de prévention en matière de drogues et toxicomanies.

Décembre 1990,
Drogues info Service débute son activité, 24h/24. Le choix de la gratuité (avec un n° Vert : 05 23 13 13) est fait l’année suivante, un an plus tard.

Décembre 1999,
le service devient également accessible sur le site Internet de la MILDT www.drogues.gouv.fr où il anime un espace « questions - réponses » sur l’ensemble des produits et consommations et met à disposition son Répertoire national des structures spécialisées.

Juin 2001,
Drogues Info Service devient Drogues Alcool Tabac Info Service en élargissant ses compétences à l’alcool et au tabac. Le service devient accessible avec un numéro court, le 113.

Novembre 2004,
la MILDT demande que le service devienne accessible avec trois n° distincts : Drogues info service, Ecoute cannabis et Ecoute alcool.

Juin 2006,
fermeture du service de nuit de 2h à 8h du matin.

Janvier 2008,
le service est rattaché au programme Santé publique et prévention et placé sous l’autorité de la Direction générale de la santé qui en assure à la fois le financement et la présidence du conseil d’administration.

Octobre 2009,
le service met en ligne son propre site Internet : www.drogues-info-service.fr.

Novembre 2009,
Drogues Alcool Tabac Info Service devient

Addictions Drogues Alcool Info Service rétroactivement au 1er janvier 2009 et est placé sous l’autorité de l’Institut national de prévention et d’éducation à la santé qui en assure à la fois le financement et la présidence du conseil d’administration.

Mars - Mai 2010,
création du compte Twitter @DroguesInfo, ouverture de l’espace extranet du site Internet.

Juin 2010,
la ligne Joueurs écoute info service entre en service ainsi que la page internet www.joueurs-info-service.fr et le compte Twitter @JoueursInfo.

Septembre 2010,
dans le cadre de la réduction de l’emploi public, les pôles de Paris et de Lyon ferment, entraînant un plan de licenciement.

Janvier 2011,
la nouvelle organisation à quatre pôles est mise en place.

Janvier 2013,
ouverture du site www.joueurs-info-service.fr.

Avril 2013,
mise en ligne d’un service de chat.

Novembre 2013,
ouverture du nouveau site www.alcool-info-service.fr et du compte Twitter @AlcoolInfo.
nouvelle dénomination pour la ligne Ecoute Alcool qui devient Alcool Info Service.

nouveaux numéros d’appels pour Alcool Info Service et Ecoute Cannabis.

CHAPITRE 1 – ADALIS, UN DISPOSITIF D'AIDE A DISTANCE

1.1 Les missions du service

L'objectif du service est de répondre à toute demande d'information, de conseil, de soutien, d'orientation liée à des situations de consommation de produits psychoactifs et de dépendance au jeu.

Les produits, leurs effets et leurs risques sont mal connus ; l'usage est souvent confondu avec la dépendance. Les usagers de drogues, d'alcool, les joueurs ou leur entourage ne savent pas bien auprès de qui ils peuvent s'informer sans être jugés.

Si l'accès à l'information est un droit fondamental pour tous, elle est aussi la première étape de la prévention : elle permet à une personne de voir et de comprendre autrement certains éléments de sa situation. Aux usagers, elle permet de mieux évaluer et mesurer les risques qu'ils prennent mais aussi de disposer de repères et de ressources susceptibles de les aider s'ils souhaitent réduire les risques, diminuer ou arrêter leur consommation.

Au téléphone et par Internet, le service met à disposition de tous des informations fiables et scientifiquement validées.

Cette mission d'information s'inscrit dans le cadre de la politique publique de prévention des risques liés à l'usage, dans le respect des lois.

Face aux difficultés et aux inquiétudes posées par leur propre consommation ou par celle d'un tiers, les demandes de conseil des personnes qui nous sollicitent sont en quelque sorte des demandes de solutions pour vivre mieux une situation difficile.

Aussi, le rôle du service est d'aider chacun à s'exprimer et à trouver les mots pour demander de l'aide : trouver une information, une orientation, un conseil face aux difficultés rencontrées, aux questions qu'ils se posent.

Confrontées aux problèmes de la dépendance, les personnes ont l'impression de ne plus rien savoir d'elles-mêmes, de leurs proches, et de perdre tout leur savoir-faire. Le service peut les aider à retrouver leurs propres ressources. C'est ce regard extérieur posé sur leur situation qui les aide à trouver leur manière d'agir.

En parler, être écouté, entendu, permet d'agir avec plus de recul.

INFORMER

CONSEILLER

SOUTENIR

Souvent confrontés à des situations vécues comme des impasses, à des histoires personnelles et des conflits familiaux douloureux, les personnes sollicitent le service dans un état de détresse personnelle intense.

Le service leur permet de mettre des mots sur leurs souffrances. Que ces mots soient entendus peut être un premier apaisement.

Cet espace de parole repose sur les fondements même du service : une grande attention portée à l'autre, doublée d'une attitude professionnelle basée sur le respect et le non-jugement.

ORIENTER

Aider l'appelant à trouver de l'aide est l'un des objectifs du service. Il ne s'agit pas d'accompagner la personne jusqu'à la résolution de ses problèmes, ni à commencer une prise en charge, mais à rechercher un relais possible et pertinent vers les services compétents.

Orienter une personne n'est pas une fin en soi car les besoins des appelants ne se situent pas tous au niveau de l'orientation, d'ailleurs, ils ne souhaitent pas tous effectuer cette démarche. Se déplacer pour parler de ses difficultés, solliciter un rendez-vous avec un professionnel de santé sont des démarches difficiles.

Chaque fois que cela est possible, les écoutants indiquent les coordonnées précises des services compétents, parmi les plus proches du domicile de la personne, en précisant les moyens d'accès, les horaires, les modalités d'accueil et de prise en charge.

En cela, Addictions Drogues Alcool Info Service est complémentaire de l'ensemble des structures spécialisées et des professionnels qui interviennent dans ce secteur.

Accueillir la parole des usagers du service, assurer une écoute active, leur porter attention constituent les fondements mêmes de l'aide d'Addictions Drogues Alcool Info Service.

1.2 Le dispositif d'aide à distance

L'ouverture du site www.alcool-info-service.fr a été l'occasion du changement de la dénomination de la ligne « Écoute alcool » en « Alcool Info Service » et de la modification du numéro de téléphone, permettant une clarification dans la tarification de l'appel. Dans le même temps, le numéro d'« Écoute cannabis » a lui aussi évolué.

Le public dispose de 4 lignes d'appels ouvertes 7 jours sur 7, de 8h à 2h :

- Drogues info service 0 800 23 13 13, appel gratuit depuis un poste fixe
- Ecoute cannabis 0 980 980 940, appel non surtaxé
- Alcool info service 0 980 980 940, appel non surtaxé
- Joueurs info service 09 74 75 13 13, appel non surtaxé

Chaque jour, Addictions Drogues Alcool Info Service reçoit une centaine d'appels de demandes d'aide et d'information concernant les drogues, l'alcool, les médicaments, le jeu.

Le téléphone est un média qui renforce l'importance de la parole et permet, grâce ou malgré la distance, des échanges personnels et intimes.

4 LIGNES D'APPELS

Le service gère trois sites Internet :

- www.drogues-info-service.fr ouvert en septembre 2009
- www.joueurs-info-service.fr mis en ligne du site complet en janvier 2013
- www.alcool-info-service.fr mis en ligne du nouveau site en novembre 2013

L'ensemble des sites d'ADALIS ont pour objectif de mettre à la portée de tous des outils cohérents et adaptés d'information et de dialogue. Il s'agit en outre de s'adresser plus particulièrement au public des jeunes internautes en âge d'être concernés par les questions de drogues, d'alcool ou de jeu via un média qui leur est familier.

En dehors de l'information proposée dans les espaces grand public, consommateurs ou entourage, les sites proposent des espaces interactifs tels que les forums et les témoignages mais offrent également la possibilité de trouver un lieu de prévention ou de soins proche du domicile.

LES ACCES INTERNET

Le service met également à la disposition du public des services d'aide personnalisée sur Internet :

- Les chats, ouverts en avril 2013, sont accessibles sur l'ensemble des sites et offrent aux internautes un espace de dialogue en ligne. Ils permettent un échange instantané, privé et confidentiel.
- Les Questions / Réponses, accessible en fin d'année 2013, sur l'ensemble des sites permettent aux internautes de poser leurs questions aux professionnels d'Adalis et d'obtenir ainsi une réponse personnalisée. Les réponses, rendues anonymes le cas échéant, sont publiées sur le site en libre accès pour tous les internautes.

L'AIDE PERSONNALISEE
SUR INTERNET

1.3 Principes et règles déontologiques

REGLES DEONTOLOGIQUES

Le traitement des demandes d'aide s'appuie sur des règles d'anonymat, de confidentialité, de neutralité et de non jugement.

- **Anonymat et confidentialité** : ouvert à tous, et donc aux usagers, le service offre un espace d'écoute aussi confidentiel que celui des professionnels de santé qui interviennent auprès d'eux. La confidentialité est donc garantie pour que chacun puisse s'exprimer librement sur sa propre consommation ou celle de ses proches, sans risques de poursuites, de jugement, de discrimination. L'échange anonyme, au téléphone ou par chat, permet également d'aborder des aspects de l'histoire personnelle dont il est souvent difficile de parler.
- **Neutralité et non jugement** : l'accueil et l'écoute des personnes qui sollicitent le service nécessitent une modération dans les propos et les opinions, une position d'indépendance vis-à-vis d'intérêts privés, une obligation de servir (la garantie d'une disponibilité de l'écoutant) et reposent sur un principe d'impartialité (principe d'égalité devant le service public qui implique une prise en compte d'égal investissement de toutes les personnes).

Pour chaque demande, les écoutants sont attentifs aux difficultés, aux risques, aux attentes, aux craintes qui sont exprimés. Ils ne disposent pas de solutions toutes faites aux problèmes posés ou révélés par l'usage de drogues ou la pratique du jeu. Leur rôle est de chercher avec la personne comment elle pourra poursuivre sa démarche de réduction des risques ou d'arrêt.

L'ACCUEIL

L'accueil du public qui sollicite le service est une fonction essentielle car les premiers éléments de l'échange donnent la tonalité de l'entretien. L'appelant doit se sentir pris en compte et respecté dans sa démarche.

Il obéit notamment au principe de l'ouverture pour aider l'appelant à s'exprimer, à trouver ses mots, à dépasser ses émotions ou ses représentations. Aussi, l'écoute suppose une grande disponibilité et une attention portée à l'autre afin que celui-ci trouve un espace de parole qui l'incitera à poursuivre sa démarche, seul ou avec l'aide de professionnels.

Les demandes d'aide sont caractérisées par leur diversité liée d'une part aux missions mêmes du service – information, soutien, conseil, orientation – et d'autre part aux profils des usagers du service. Parcours de vie, situations, problèmes sociaux ou sanitaires, relations familiales sont autant d'éléments à prendre en compte pour une réponse adaptée.

Au téléphone comme sur internet, la mission de prévention du service s'appuie d'abord sur la démarche individuelle de celui qui sollicite le service. La réponse apportée est individualisée ; elle appréhende la personne dans sa singularité et sa globalité.

- **Singularité** au sens où la réponse apportée doit prendre en compte l'état émotionnel, les connaissances, les possibilités d'action et les valeurs qui sont propres à la personne.
- **Globalité** au sens où la personne est considérée comme acteur de sa vie et de son devenir, l'objectif sous-jacent étant de permettre à toute personne de se responsabiliser, de mobiliser ses ressources et ses capacités individuelles dans une perspective de prévention.

L'aide apportée au téléphone repose sur la base d'un entretien unique. Jusqu'à présent, le service n'a pas vocation à assurer le suivi des appelants.

1.4 Les outils de traitement des demandes

Sur les plateaux d'accueil téléphonique, les écoutants et les rédacteurs disposent d'un poste informatisé sur lequel ils ont accès au blog documentaire, à la base de données des structures spécialisées et aux fiches d'appels.

Au téléphone et par Internet, le service met à disposition de tous des informations fiables et scientifiquement validées sur :

- les produits, les consommations, les pratiques de jeu : les effets, les usages et les risques, les contextes d'usage ;
- les dispositifs sociaux et sanitaires : les conditions de vie et les lieux d'hébergement, les droits sociaux et les mesures de protection, les difficultés financières et le surendettement, les modalités de prise en charge et d'accompagnement ;
- le cadre légal : la législation, les procédures judiciaires, les réglementations, les sanctions et peines, la politique publique.

Le service documentaire a pour vocation de mettre à disposition une documentation complète, consultable en cours d'entretien et adaptée aux besoins du public mais aussi de contribuer à l'information continue des équipes. Pour prendre en compte les caractéristiques de l'activité, un outil de diffusion et d'échange d'informations de type blog a été développé. Accessible en permanence depuis chaque poste, mis à jour aussi souvent que nécessaire et permettant un minimum d'interactivité, il rassemble l'ensemble des outils documentaires développés.

Addictions Drogues Alcool Info Service recense l'ensemble des structures spécialisées dans les secteurs de l'addictologie soit plus de 2 800 structures.

Ce répertoire national est accessible :

- pour les écoutants et les rédacteurs sous la forme d'une base de données accessible par un intranet,
- pour les internautes dans les espaces « Adresses utiles » ou « S'orienter » des sites ADALIS,
- pour les professionnels via un extranet dédié.

Chaque structure est décrite de façon riche permettant ainsi d'accompagner le travail d'orientation et de donner de nombreuses précisions à l'appelant, à l'internaute ou aux professionnels. Pour chaque structure, différents aspects sont renseignés :

- les coordonnées complètes ainsi que les modalités d'accueil (horaires et conditions d'admission),
- les publics reçus,
- la composition de l'équipe intervenant au sein de la structure,
- le détail des services proposés avec pour chacun des précisions concernant leur mise en œuvre (approche thérapeutique, nombre de places, intervenants, etc.).

A l'occasion de chaque sollicitation, une fiche d'appel est saisie par l'écouter. Ces fiches d'appel visent trois objectifs :

- évaluer et rendre compte de l'activité du service,
- observer et transmettre la compréhension du service des problèmes liés à l'usage ou à l'addiction tels qu'ils sont rencontrés par les usagers du service,
- alimenter le travail interne sur la pratique du service.

Elles contiennent des données recueillies lors de l'entretien. Ces données déclaratives sont toujours anonymes et permettent de disposer d'éléments statistiques. Elles concernent :

- le profil de l'appelant : âge, sexe, usager, tiers, professionnels,
- l'usage : produits ou jeux cités, types de consommation, habitudes et durée de consommation,
- l'orientation : types d'orientation, liste des adresses données, etc.,
- les thèmes abordés : consommation, prise en charge, réduction des risques, législation, etc.

Un espace de commentaire libre permet également à l'écouter de noter d'autres éléments de compréhension de la demande, non identifiables par les items de la fiche.

Les informations traitées dans ce document proviennent de quatre sources principales :

- *les données fournies par l'opérateur de télécommunication (Société Prosodie) qui gère la réception et la distribution des appels sur chacun des sites*
- *les données fournies par l'opérateur de dialogue en ligne (iAdvize)*
- *les données, toujours anonymes, saisies par les écoutants et les rédacteurs dans les « fiches d'appel »*
- *les données collectées par les gestionnaires de la base de données des structures spécialisées*
- *les données fournies par Google Analytics sur nos sites Internet*

L'ensemble de ces données couvre un champ plus large que celui présenté mais nous sommes à la disposition des chercheurs pour fournir des données plus détaillées dans le cadre d'étude ou d'observation en lien avec notre activité.

CHAPITRE 2 – ACTIVITE ET ACCESSIBILITE

2.1 Activité de réponse aux sollicitations du public

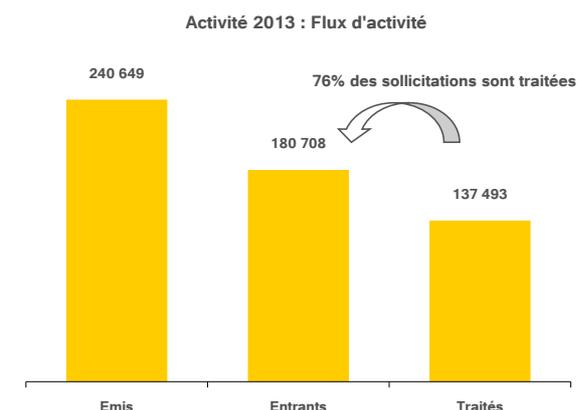
En 2013, 240 946 sollicitations ont été émises sur les dispositifs ADALIS.



Entre le 1^{er} et 2^e trimestre, la baisse des appels dits périphériques fait chuter les sollicitations émises.

L'année 2013 est marquée par la campagne de communication « Alcool, oui on peut dire non ». Du 18 novembre au 16 décembre, la diffusion de deux spots TV citant le dispositif Alcool info service augmente les sollicitations sur le dispositif Alcool info service.

137 493 sollicitations du public ont été traitées.



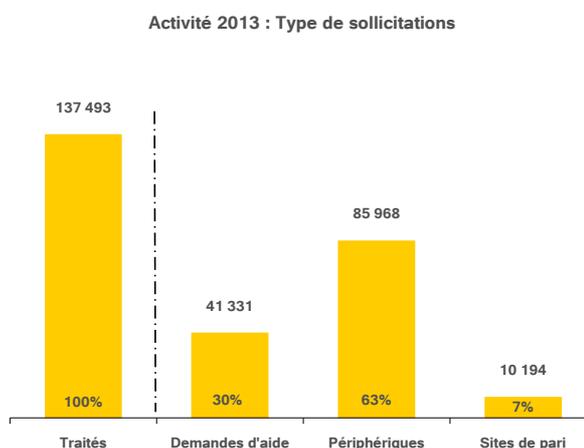
Les flux globaux d'activité 2013 amorcent une légère baisse d'environ 15% sur les appels émis et entrants par rapport à 2012, tout en restant supérieur à 2011.

Le taux d'accessibilité, lui, est en progression en passant de 71% de sollicitations traitées en 2012 à 76% en 2013.

41 331 demandes d'aide ont été traitées par Adalis en 2013, soit une moyenne de 113 demandes d'aide et d'information par jour.

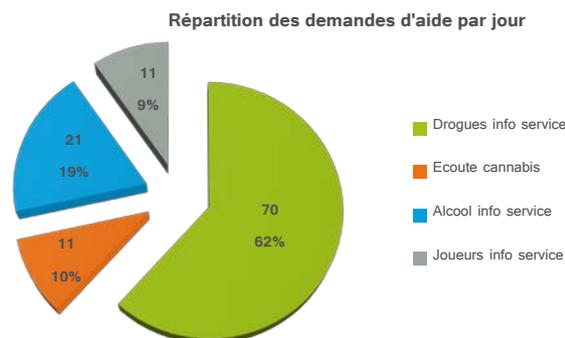
L'augmentation massive des appels dits périphériques amorcée en 2011 s'est arrêtée ; une baisse de 11% de ces appels est même observée. Lié à l'amélioration du système de filtrage, 51% de ces appels périphériques sont dissuadés contre 38% en 2012.

A l'inverse, le phénomène constaté en 2010 avec l'ouverture des paris en ligne et la création de la ligne Joueurs info service augmente légèrement avec une évolution de 6% des appels de joueurs appelant le numéro d'aide en pensant s'adresser aux services techniques des sites sur lesquels ils jouent.

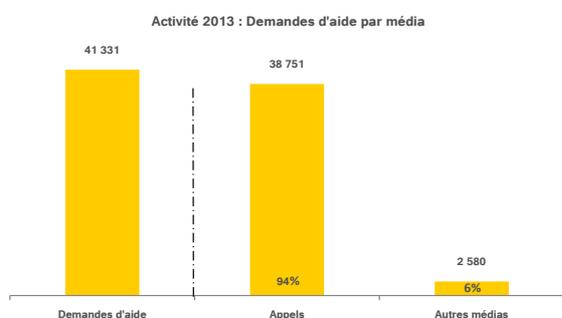


Le dispositif historique Drogues info service est celui qui reçoit le plus grand nombre de sollicitations. Drogues info service est le nom le plus connu (depuis l'ouverture du service) et les appels y sont gratuits d'un poste fixe.

Le nombre de demandes d'aide traitées en moyenne par jour est en légère augmentation sur les dispositifs Alcool info service et Joueurs info service.



94% des demandes d'aide et d'information traitées sont des appels.

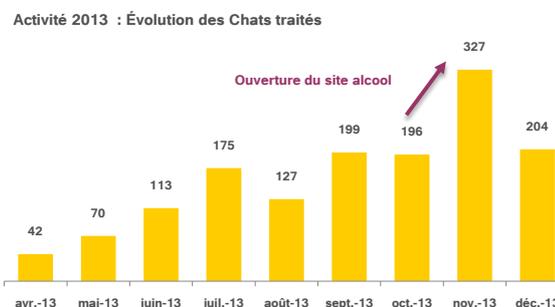
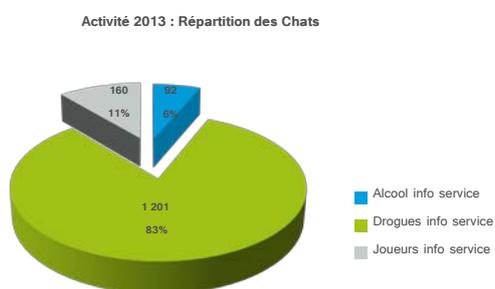


Avec le développement de l'offre de service sur internet, les nouveaux médias représentent 6% des demandes d'aide traitées.

La baisse de 12% des demandes d'aide traitées au niveau de l'accueil téléphonique a permis d'absorber une augmentation de 16% des questions réponses et d'élargir l'offre de service aux chats.

1 458 Chats ont été traités dont 1 266 demandes d'aide.

Le service de dialogue en ligne, ouverts en avril 2013 sur Drogues info service et Joueurs info service et en novembre 2013 sur Alcool info service, devient après le téléphone le 2e mode de contact. Fin 2013, 13 écoutants sont formés à cette nouvelle modalité d'aide.



1 064 réponses en ligne via le service de questions réponses.

Avec la publication de 2 nouveaux sites en 2013, l'activité Questions / Réponses augmente par rapport à 2012 :

- 1 064 réponses en ligne contre 918 en 2012 soit une augmentation de près de 16 %

2.2 Activité internet

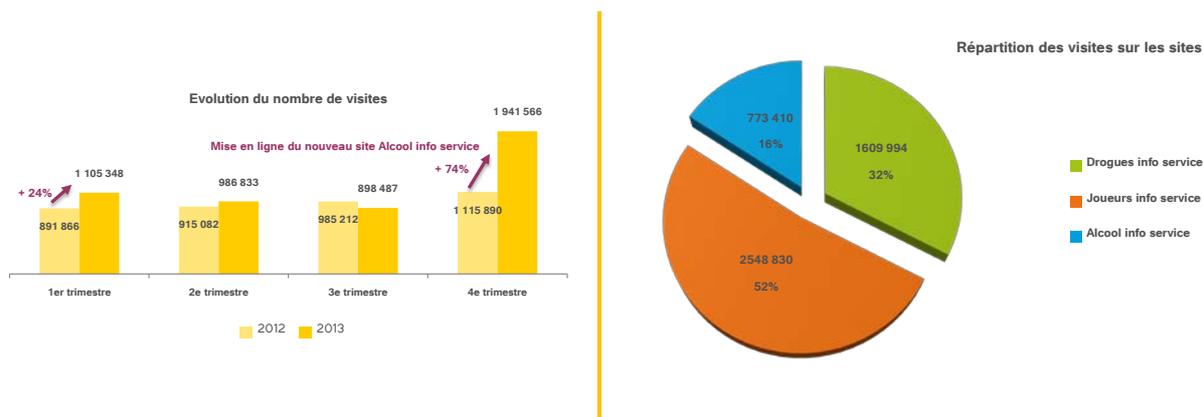
L'année 2013 a été une année très chargée pour l'activité internet et l'ensemble des équipes qui se sont mobilisées, dans le cadre du partenariat avec l'INPES, autour de la mise en ligne du site Joueurs info service en janvier 2013 et de la création du site Alcool info service en novembre 2013.

Le service gère à la fin de l'année 2013 trois sites internet, trois comptes twitter et trois chaînes You Tube:

- www.drogues-info-service.fr,
Compte twitter @DrogueInfo, www.youtube.com/user/DroguesInfo
- www.joueurs-info-service.fr,
Compte twitter @JoueursInfo, www.youtube.com/user/JoueursInfoService
- www.alcool-info-service.fr,
Compte twitter @AlcoolInfo, www.youtube.com/user/AlcoolInfo

4 932 234 visites pour 3 972 837 visiteurs sur l'ensemble des sites internet.

L'évolution de 26% des visites sur l'ensemble des sites est plus particulièrement marquée par une fréquentation en progression sur le site Drogues info service (multiplié par 1.5 par rapport à 2012) et la mise en ligne du nouveau site Alcool info service au 4e trimestre.



Près de 1 610 000 visites sur le site Drogues info service.

En 2013, sur le site Drogues info service, le nombre de pages vues augmente de plus de 26 % et s'accompagne d'une augmentation de près de 25 % du temps moyen passé sur une page.

Parmi les pages les plus visitées sur le site, les pages « Adresses utiles » se placent en tête, totalisant 345 738 pages vues en 2013.

En 2013, la fréquentation de l'espace le « Dico des drogues » connaît une hausse de plus de 43 % avec 52 938 pages vues.

Les fiches les plus consultées sont :

- « Champignons hallucinogènes » 46 898 pages vues (↗ 102 %)
- « Cannabis » 40 972 pages vues (↗ 24 %)
- « Datura » 40 114 pages vues (↗ 14 %)
- « LSD » 38 769 pages vues (↗ 232 %)
- « Protoxyde d'azote » 32 267 pages vues (↗ 87 %)

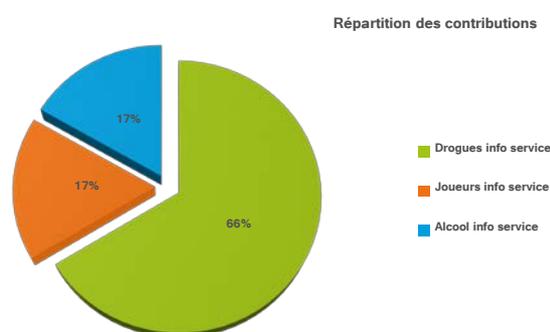
On note aussi un intérêt grandissant des internautes pour les dossiers thématiques avec une mise en avant des dossiers :

- « Dépistage » (↗ 32 %)
- « La loi et les drogues » (↗ 51 %)
- « cannabis » (↗ 92 %)

L'article dédié au « Tableau des durées de positivité » connaît une consultation en très nette augmentation avec près de 90 000 vues (↗ 200 %).

Les contributions aux forums et les témoignages augmentent de 41% avec 1 009 contributions mises en ligne.

Bien que les espaces interactifs soient surtout actifs sur le site de Drogues info service, les internautes du site Alcool info service, après uniquement 5 semaines d'existence, contribuent à la même hauteur que les internautes du site Joueurs info service.



De manière générale, les forums connaissent une belle progression sur l'ensemble de l'année, certains forums ayant même vu le nombre de leurs contributions doubler.

Les contributions dans les forums se répartissent entre :

- 452 contributions dans les forums pour les consommateurs
- 282 contributions dans les forums pour l'entourage

Les forums les plus actifs en 2013 sont ceux du site Drogues info service :

- « Avoir un proche qui se drogue », 151 contributions
- « Arrêter la drogue », 126 contributions
- « Les dangers des drogues », 87 contributions
- « Avoir un enfant qui se drogue », 79 contributions

Les thèmes des témoignages les plus représentés sont :

- « Entourage-Famille », 32 témoignages dont 14 nouveaux en 2013
- « Vos expériences », 29 témoignages dont 14 nouveaux en 2013
- « Cannabis », 32 témoignages dont 11 nouveaux en 2013
- « L'Alcool », 26 témoignages dont 8 nouveaux en 2013

L'animation des réseaux sociaux est également en évolution constante avec 1 981 tweets soit une évolution de 86%. En moyenne, plus de 5 tweets par jour sont postés.

Cette augmentation de l'activité s'accompagne d'une augmentation du nombre d'abonnés avec 462 nouveaux abonnés soit un total de 1 184 abonnés. Le compte Twitter@DroguesInfo constitue plus de 80% de l'activité.

De manière générale, les thèmes de la politique européenne vis-à-vis des drogues légales ou celui de la politique publique et la loi ont particulièrement intéressé les internautes en 2013 et ont fait l'objet de retweets tout au long de l'année.

Le tweet le plus retweeté en 2013 est une vidéo anti-tabac thaïlandaise publiée à l'occasion de la journée mondiale contre le tabagisme le 31 mai 2013.

Les 17 vidéos présentes sur la chaîne YouTube Drogues info service TV cumulent en 2013 29 647 vues. La chaîne comptabilise 24 nouveaux abonnés.

Les 2 vidéos les plus regardées sont des vidéos issues des campagnes de l'INPES :

- Mikael (cocaïne) - Campagne « Contre les drogues, chacun peut agir » : 6 599 vues en 2013
- « Boire un peu trop d'alcool tous les jours, c'est mettre sa vie en danger » : 3 366 vues

Mais également, la vidéo « Binge Drinking, quand le cerveau trinque », vidéo de l'Inserm intégrée le 10 février 2012 compte 5 438 vues en 2013.

La vidéo « À contre-pied : les stéréotypes sur l'alcool et les jeunes », intégrée le 25 février 2013 a été vue 1 092 fois en 2013.

La création d'articles et de contenus d'actualité a été au cœur des priorités de travail avec en particulier la rédaction de 69 articles pour le site Alcool info service.

Au-delà de la création des articles du site Alcool info service mobilisant l'ensemble des équipes, la création et la mise à jour des contenus du site Drogues info service ont fait l'objet d'un travail continu.

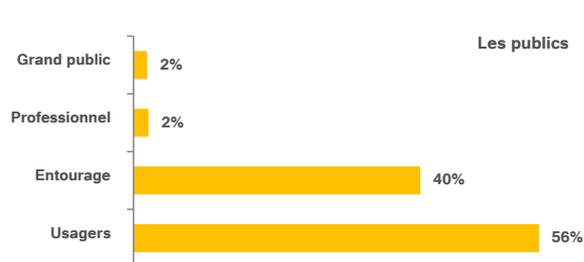
- 4 fiches du « dico des drogues » ont été créées ou mises à jour : création des fiches Buprénorphine haut dosage, Méthadone et Méthoxétamine et mise à jour de la fiche Ecstasy

- La rubrique « Chiffres clés » et le dossier « dépistage » ont été mis à jour.
- Dans la rubrique « A lire, à voir », 9 bibliographies ont été enrichies et 4 nouvelles bibliographies ont été réalisées : Drogues de synthèse, Grossesse et addiction, Médicaments psychotropes, Réduction des risques.
- Dans l'espace « s'orienter », 60% des fiches décrivant le dispositif en addictologie ont été mis à jour ainsi que la liste des services téléphoniques.

Sur l'ensemble des sites, 69 articles d'actualités ont été publiés. En moyenne, entre 2 et 3 actualités par mois sont mises en ligne sur chaque site.

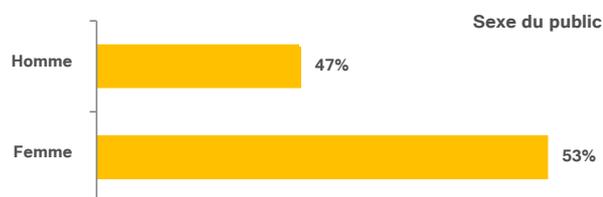
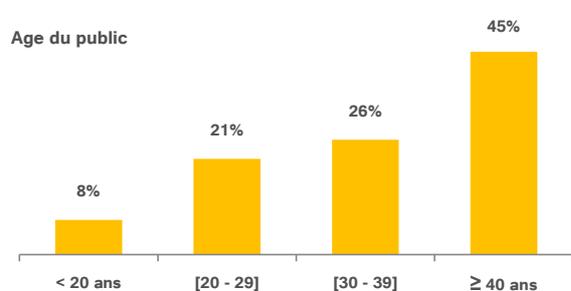
2.3 Profils des publics

Les caractéristiques générales du public indiquent les mêmes tendances depuis plusieurs années.



Les demandes proviennent majoritairement :

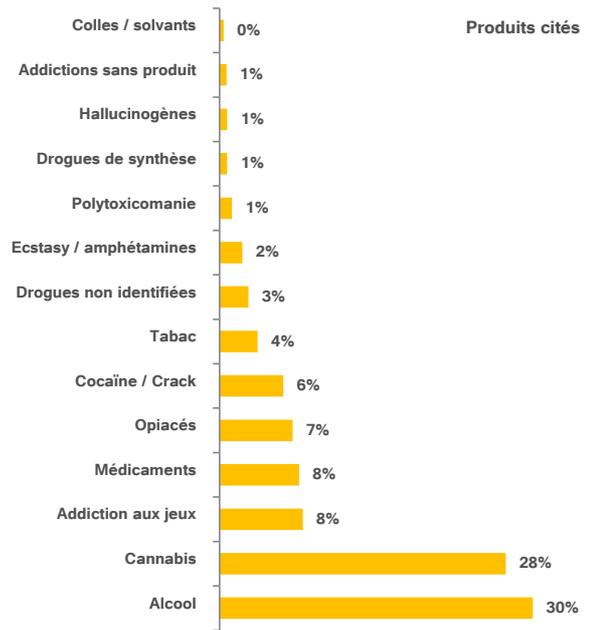
- des usagers à 56 % ;
- des moins de 40 ans à 55 % ;
- des femmes à 53 %.



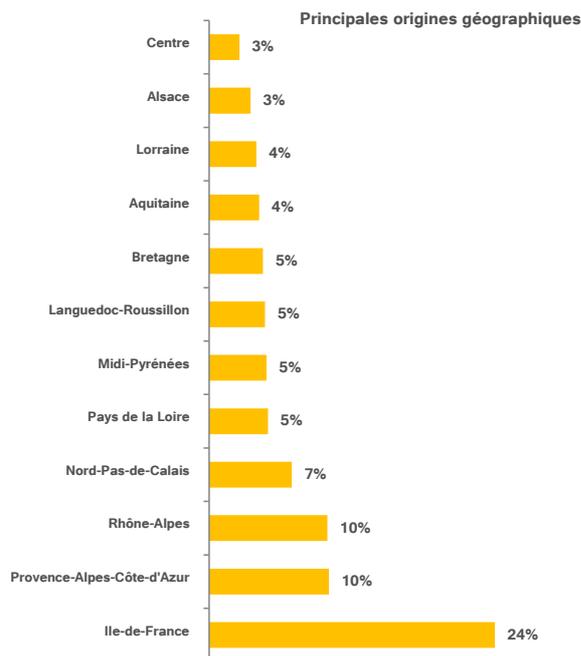
A l'exception de l'addiction aux jeux, depuis plusieurs années, la répartition des produits cités reste stable.

L'alcool est le premier produit cité à 30 % puis viennent le cannabis à 28 %, l'addiction aux jeux, les médicaments à 8% et les opiacés et 7 %.

Il est à noter que la part des demandes d'aide en lien avec l'addiction aux jeux augmente pour occuper pour la première fois cette année la troisième place des addictions citées.

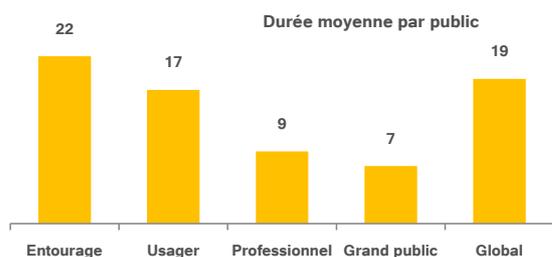


ADALIS est accessible de l'ensemble du territoire mais 4 grandes régions se distinguent.



Les demandes d'aide proviennent en premier lieu de l'Ile-de-France à 24% puis de Provence-Alpes-Côte-D'azur et de Rhône-Alpes à 10% et du Nord-Pas-de-Calais à 7%.

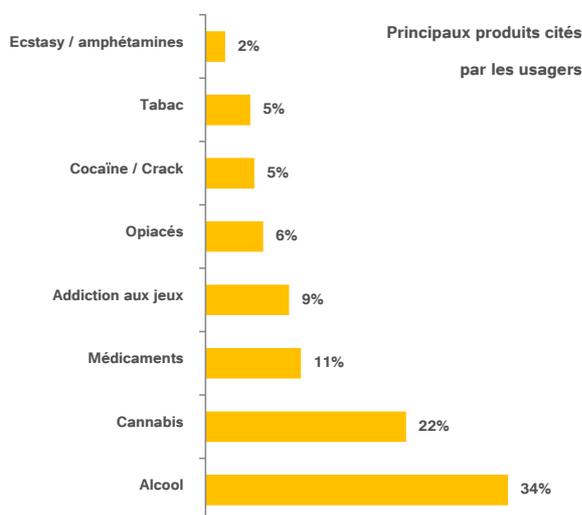
La durée moyenne des appels et des chats de demande d'aide est de 19 minutes et reste stable.



Sur l'ensemble des dispositifs, les appels et les chats de l'entourage sont les plus longs.

La durée des entretiens avec l'entourage est, depuis le démarrage de l'activité du service, supérieure à la durée moyenne des autres publics. Ces entretiens, proches de la guidance parentale, nécessitent d'explorer la situation du côté de l'utilisateur mais également du côté du proche.

A l'inverse du public général, les usagers sont majoritairement masculins à 65 %. Agés de moins de 40 ans à 62%, ils sollicitent le service en premier lieu pour l'alcool et le cannabis.



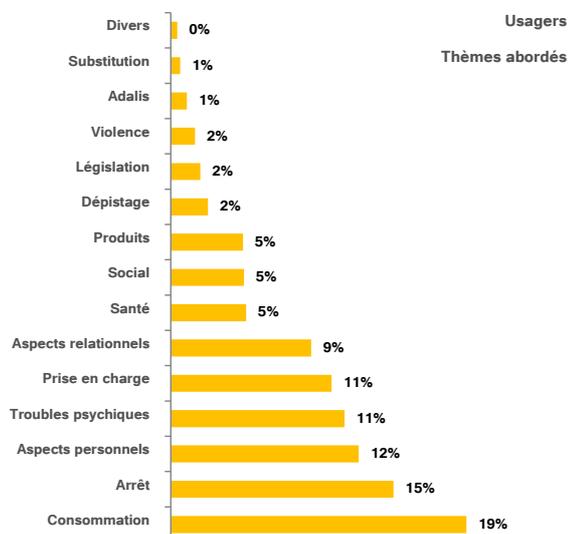
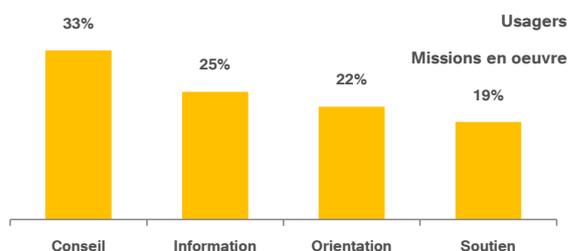
Ce classement est cependant modifié en fonction de l'âge des usagers.

Si l'alcool est le premier produit cité chez les plus de 30 ans, pour les moins de 30 ans c'est le cannabis qui occupe la première place.

De la même manière, les médicaments occupent la troisième place pour les usagers de plus de 25 ans, en lieu et place de la cocaïne/crack et des opiacés chez les moins de 25 ans.

A partir de 40 ans, la place de l'alcool et des médicaments devient prépondérante.

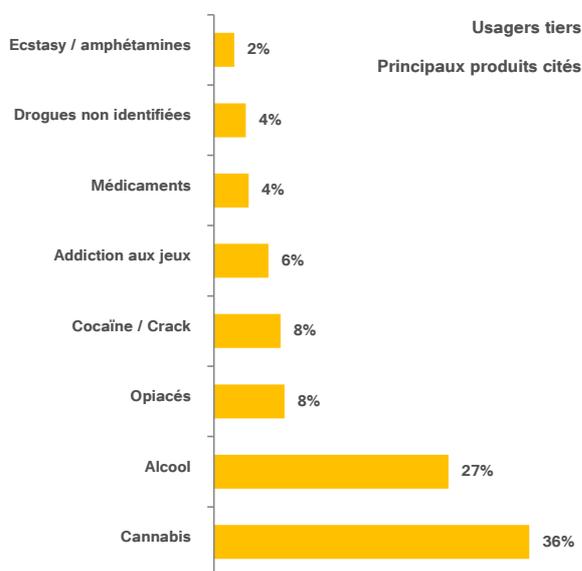
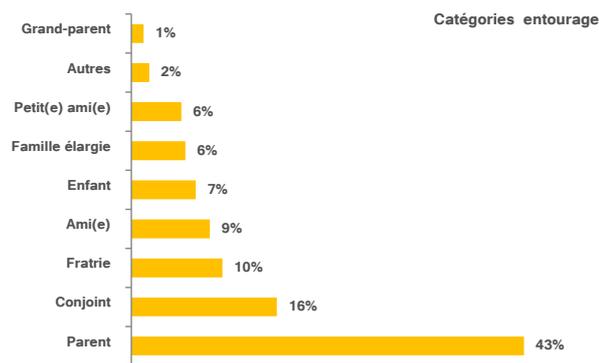
Se questionnant sur leur dépendance, les usagers évoquent leur volonté d'arrêter et, son corollaire, la difficulté d'arrêter. Ils y associent dans une part importante leurs difficultés psychologiques, leurs relations familiales mais également leur solitude voire leur isolement.



L'entourage est pour sa part majoritairement féminin à 78% et âgé de plus de 40 ans à 59%.

L'entourage, composé des parents à 43 %, des conjoints à 16 % et de la fratrie à 10 % sollicite le service pour des tiers majoritairement masculins à 78 % et âgés de moins de 30 ans à 59 %.

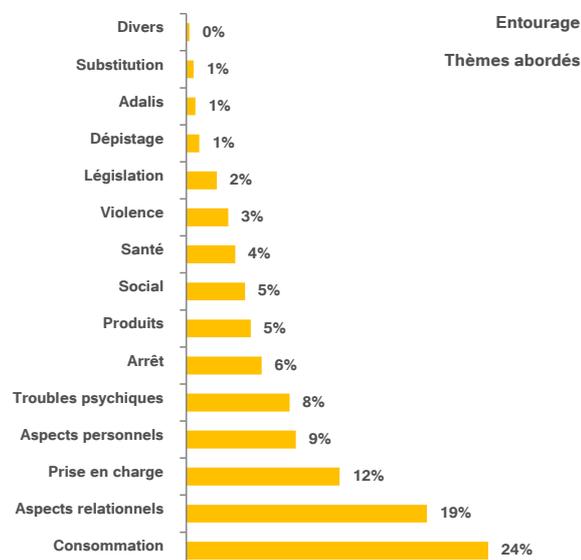
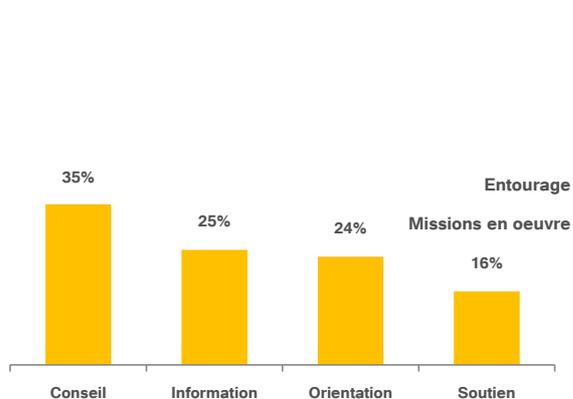
Il est à noter une légère augmentation de la part des sollicitations provenant des enfants et des petit(e)s ami(e)s.



Alors que les usagers citent en premier lieu l'alcool, l'entourage cite avant tout pour le cannabis. Par ailleurs, les usagers évoquent davantage des médicaments, peu présents dans les sollicitations de l'entourage.

Globalement, l'entourage est plus inquiet pour les consommations de produits illicites que de produits licites.

La mission de conseil occupe une part importante des demandes de l'entourage. En recherche de la conduite à tenir, l'entourage évoque plus fréquemment les relations familiales, les relations de couple et les difficultés psychologiques en lien avec une dépendance et une consommation abusive de produits.



CHAPITRE 3 - LE REPERTOIRE DES STRUCTURES

ADALIS est chargé de la réalisation, de la mise à jour et de la mise à disposition du public du répertoire de l'ensemble des structures spécialisées en addictologie.

3.1 Le dispositif spécialisé en addictologie

Actuellement, les 2 880 structures qui composent le dispositif sont réparties de la façon suivante :

	Soin ambulatoire	Soin hospitalier	Prévention	RDR*	Hébergement
Nombre de structures ¹	1 058	605	623	536	241

* dont 235 automates de distribution, récupération ou échange de matériel de réduction des risques

¹ Une structure peut intervenir dans différents secteurs.

Sont comptabilisées les structures vers lesquelles on peut orienter le public. D'autres structures apparaissent dans le répertoire et sont mises à jour telles que les structures gestionnaires de type hospitalier ou associatif, mais ne sont pas disponibles pour l'orientation ni présentes sur les sites Internet. Elles sont recensées et mises à jour afin de rendre compte des liens administratifs et fonctionnels qui existent entre les structures.

3.2 Mise à jour du répertoire

Les mises à jour s'organisent selon plusieurs axes de priorité.

En premier lieu, est prise en compte l'ancienneté des données (les structures non actualisées récemment sont traitées de façon prioritaire). A ce premier critère viennent s'ajouter des mises à jour imposées par l'évolution du secteur de l'addictologie et les campagnes de prévention.

Les projets du service orientent également le travail de mise à jour. La réalisation du site alcool a été à l'origine d'une vigilance particulière quant à la prise en charge des personnes en difficulté avec l'alcool notamment dans des dispositifs spécifiques tels que les consultations jeunes consommateurs.

En 2013, le développement des unités hospitalières de soins en addictologie a nécessité un certain nombre de modifications dans le répertoire tant pour les prises en charge en sevrage résidentiel simple ou complexe qu'en soins de suite. De façon globale, un travail de clarification de ces types de prises en charge a été mené.

Au cours de l'année 2013, **90% de la base d'orientation a été mise à jour** (automates et structures accueillant du public), 71% de la base l'avait été en 2012.

- 210 structures ont été créées, essentiellement des antennes de CSAPAS (99), des unités hospitalières (21), des dispositifs de réduction des risques (CAARUD, automates et antennes mobiles d'échange de seringues) (23) ou des structures gestionnaires (10).

3.3 Un outil au service du public

Le répertoire, utilisé tant en interne par les équipes d'ADALIS que par les internautes via les espace « S'orienter » et « Adresses utiles » des sites internet, est un outil essentiel dans la mise en œuvre de la mission d'orientation du service.

Le répertoire est utilisé par les écoutants via les entretiens téléphoniques et les chats en vue d'orienter le public, quand cela est pertinent.

- En 2013 : 13 529 orientations ont été effectuées. Ainsi, 36 % des demandes d'aide ont donné lieu à une orientation. Les demandes de l'entourage sont celles qui ont le plus souvent nécessité une orientation avec 45 % des personnes orientées. Viennent ensuite les demandes des professionnels, orientés dans 42% des cas, alors que l'on propose une orientation à 31 % des usagers qui nous sollicitent.
- 18 152 adresses de structures ont été délivrées aux personnes qui nous sollicitent. 1 960 structures ont été utilisées pour les orienter, ce qui représente 68 % de la base d'orientation.
- Les orientations effectuées concernent à 55 % les CSAPA en ambulatoire et leurs antennes. Viennent ensuite les unités de soin en addictologie et les structures d'accueil des jeunes et de leur entourage à hauteur de 8 %. 2 % concernent des structures de réduction des risques et des lieux post-sevrage

Le répertoire est également utilisé par les rédacteurs qui répondent aux questions des internautes.

- Ils ont proposé une orientation dans 30 % des réponses et ont donné cette année 564 adresses qui se répartissent sur 365 structures, soit 13 % de l'ensemble des structures disponibles à l'orientation.
- Ces structures sont dans 59 % un CSAPA ou une antenne de CSAPA, à 7 % une unité de soins en addictologie et à 6 % une structure d'accueil des jeunes et de leur entourage.

Le répertoire est une rubrique qui attire de nombreux internautes.

- Comptabilisant 363 391 pages vues en 2013 sur l'ensemble des sites Internet, les modules « Adresses utiles » sont les plus visités des sites.
- 95% de ces pages vues sont celles du site Drogues info service

3.4 Un outil au service des professionnels

L'espace extranet du site, ouvert en mai 2010, permet aux professionnels, après inscription, de pouvoir modifier les informations concernant leur structure. Ils peuvent également effectuer des recherches plus précises, les enregistrer et accéder à plus d'informations sur les structures qui composent le dispositif spécialisé. Les inscriptions à l'espace professionnel se font, soit lors des « phoning » effectués par l'équipe d'ADALIS, soit via nos sites Internet.

- Au 31 décembre 2013, 1 330 professionnels sont inscrits à l'espace professionnel et peuvent mettre à jour les informations de 2 244 structures.
- La part de structures accueillant du public qui disposent d'un référent extranet est de 78 %. Cette part était de 62 % en 2012.

- Au cours de l'année, 311 personnes ont rejoint l'espace et 189 structures ont été actualisées via l'extranet.

Au cours de l'année 2013, seulement 5 demandes de listing nous ont été adressées. Ce type de demande est en baisse depuis plusieurs années. Ceci s'explique probablement par les possibilités de recherche pointue offertes aux professionnels inscrits à l'espace professionnel, par l'accessibilité du répertoire sur les sites Internet et la simplicité d'éditer un document à partir des résultats d'une recherche.

Cette année, ces demandes émanaient de la MILDT, de l'INPES, d'une journaliste de France inter et de deux partenaires intervenant dans le dispositif. Elles consistaient à :

- fournir une liste des CJC en vue de la diffusion d'une émission de radio,
- préparer la liste des destinataires d'une information concernant la Santé de l'Homme,
- recenser le dispositif d'addictologie de la région Nord-Pas-De-Calais,
- fournir à un professionnel intervenant en ambulatoire la liste des lieux post-sevrage,
- transmettre l'ensemble du dispositif CSAPA, CJC et CAARUD à la MILDT

En 2013, les messageries des sites internet ont permis de traiter 145 demandes essentiellement de professionnels. Ces demandes concernent :

- les connexions à l'espace extranet,
- les informations mises en ligne sur les structures,
- l'orientation ou des besoins en documentation.

CHAPITRE 4 – ZOOM SUR LA LIGNE JOUEURS INFO SERVICE

La loi relative à l'ouverture à la concurrence et à la régulation du secteur des jeux d'argent et de hasard en ligne prévoit dans son article 29 une assistance à distance apportée aux joueurs :

« Un numéro d'appel téléphonique est mis à la disposition des joueurs excessifs ou pathologiques et de leur entourage par les pouvoirs publics sous la responsabilité de l'Institut national de prévention et d'éducation pour la santé ».

L'INPES a confié cette nouvelle ligne de prévention au GIP ADALIS. La ligne Joueurs info service a été ouverte le lundi 7 juin 2010. En conformité avec la loi, un numéro d'appel non surtaxé a été choisi : le 09 74 75 13 13. Ce service fonctionne donc 7 jours sur 7, de 8h à 2h. Il est anonyme, et confidentiel.

Conformément à la loi, le numéro est intégré dans le message de prévention qui figure sur les sites de paris et de jeux en ligne ainsi que sur les communications commerciales en faveur de ces sites. Un clic sur le message de prévention conduit en outre vers le site www.joueurs-info-service.fr

4.1 Le dispositif de prise en charge des joueurs et de leur entourage

En 2013, la part des structures déclarant intervenir dans le champ de l'addiction au jeu d'argent et de hasard s'est élargie.

Ces informations ne témoignent pas toujours d'une file active importante de joueurs parmi les personnes prises en charge. Ces chiffres montrent la volonté de la part des structures d'accueillir ce public en problématique unique ou en tant qu'addiction associée et d'autre part, l'expansion d'une approche globale en addictologie. Ainsi, les structures de soin résidentiel n'ont pas encore une demande importante d'accueil de joueurs mais peuvent être confrontées, ou l'ont déjà été, à l'accueil d'un résident dépendant à une substance et par ailleurs joueur pathologique.

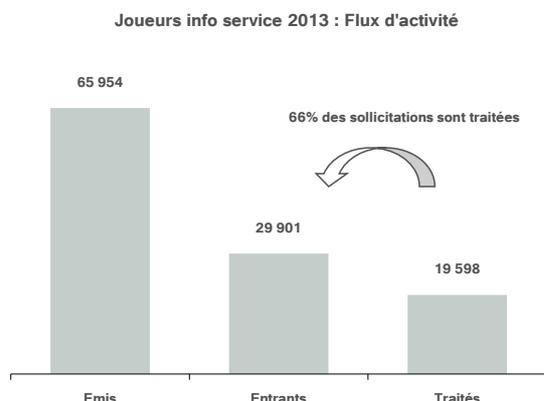
	Soin ambulatoire	Soin hospitalier	Prévention	Hébergement
Nombre de structures	803	203	205	75
Evolution par rapport à 2012 ¹	↑ 14%	↑ 24,50%	↑ 7%	↑ 70%

¹ Ne sont comptabilisées que les structures qui prennent en charge ou mènent des actions de prévention sur la thématique du jeu, et non pas celles qui n'effectuent qu'un premier accueil en vue d'une orientation vers un partenaire.

En 2013, avec l'ouverture du site www.joueurs-info-service.fr l'équipe a amélioré le travail de repérage et de recensement des lieux d'accueil des joueurs et de l'entourage.

4.2 Activité et accessibilité de la ligne

En 2013, 19 598 sollicitations du public ont été traitées par le dispositif Joueurs info service.

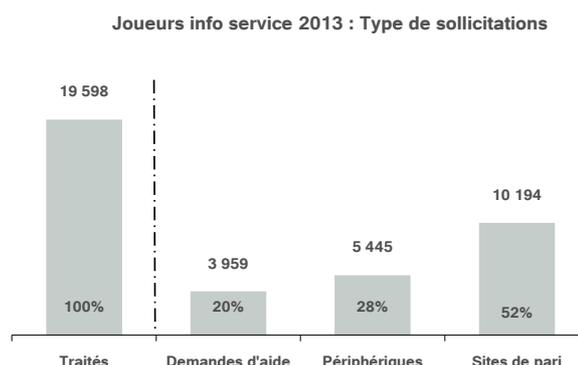


L'année 2013 s'illustre par une légère augmentation du nombre de sollicitations émises et entrantes d'environ 4 % et par une augmentation de 13% des sollicitations traitées.

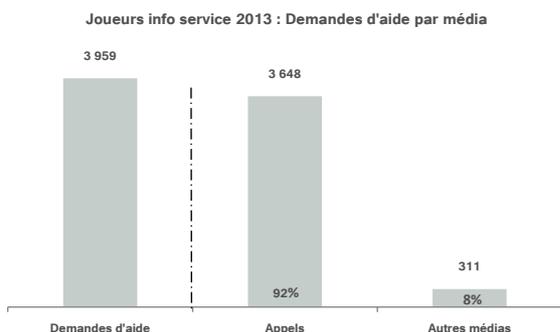
En lien avec cette augmentation, l'accessibilité du dispositif « Joueurs » augmente légèrement en passant de 61 % des sollicitations traitées en 2012 à 66 % en 2013.

3 959 demandes d'aide et d'information ont été traitées par le dispositif « Joueurs » en 2013, soit une moyenne de 11 demandes par jour au lieu de 9 en 2012.

Malgré la modification du message d'accueil en 2011 et la mise en ligne du site internet d'aide en janvier 2013, la part des appels périphériques et des appels d'assistance des sites de pari en ligne est constante et représente environ 80% des demandes traitées.



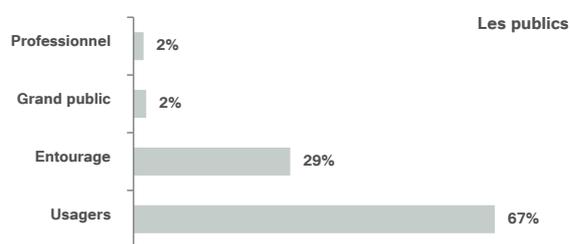
Avec le développement de l'offre de service sur internet, les nouveaux médias (questions réponses, chats) représentent 8% des demandes d'aide traitées.



Bien que restant faibles, ces nouveaux médias représentent une part plus importante pour le dispositif « Joueurs » que pour l'ensemble d'Adalis soit 8 % au lieu de 6 %.

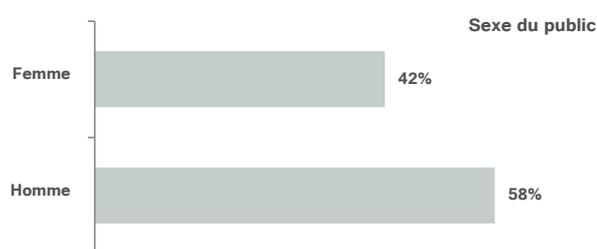
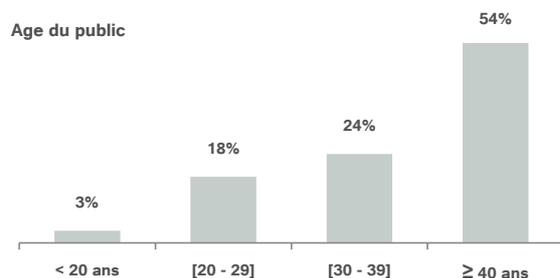
4.3 Profils des publics

Pour être au plus près du descriptif des demandes d'aide et d'information, les sollicitations liées aux opérateurs de sites de jeux en ligne n'ont pas été prises en compte dans les données générales.

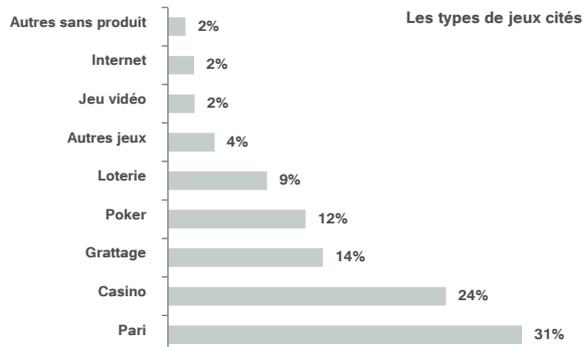


Les demandes proviennent majoritairement :

- des usagers à 67 % ;
- des plus de 40 ans à 54 % ;
- des hommes à 58 %.



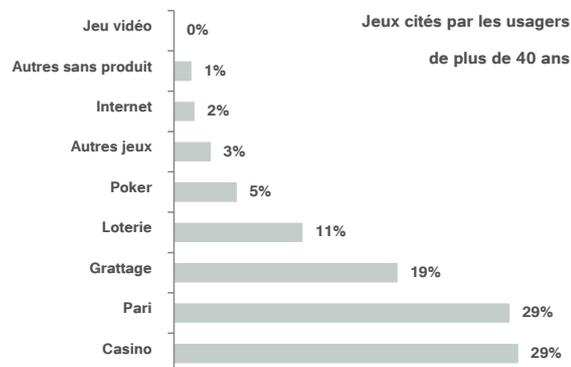
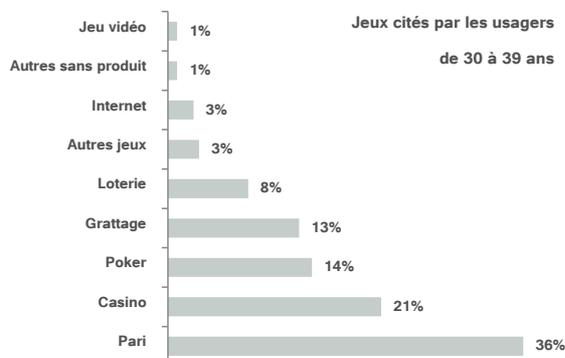
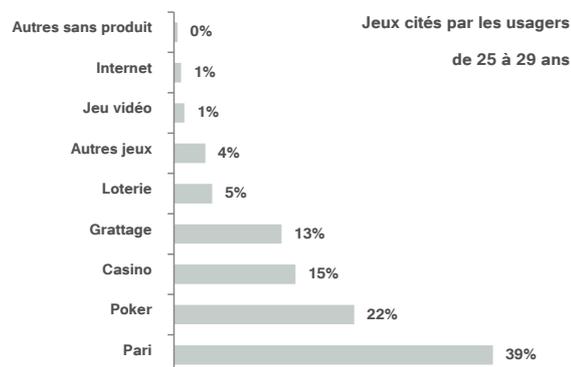
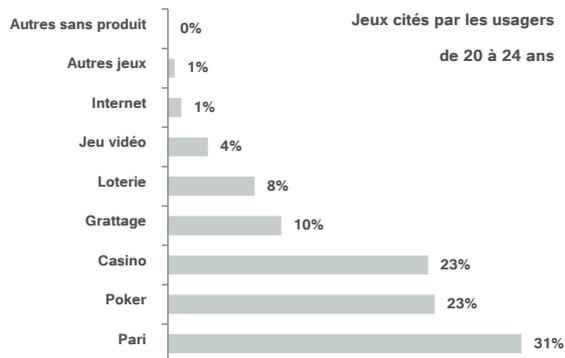
Depuis l'ouverture du dispositif Joueurs info service, les paris en ligne sont les premiers jeux cités.



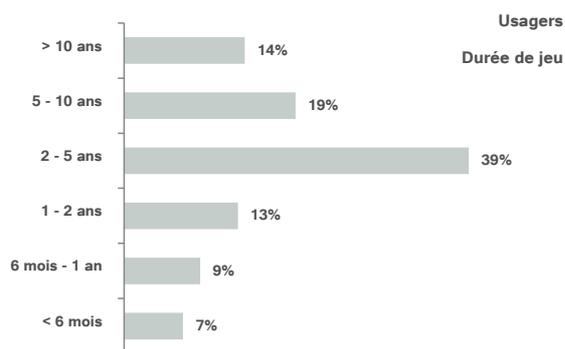
Si la part des sollicitations autour des paris est constante, en revanche le poker est en perte de vitesse. Il ne représente plus que 12% des demandes d'aide au lieu de 21% en 2011 et 16% en 2012.

Les joueurs qui sollicitent le service sont plus massivement masculins que sur l'ensemble des dispositifs soit 74% au lieu de 65%, et ils sont également très nettement plus âgés : 53% des personnes concernées ont plus de 40 ans au lieu de 38% sur l'ensemble des dispositifs.

A l'exception des paris en ligne, les produits cités par les usagers varient en fonction de l'âge des joueurs. Pour les joueurs de moins de 30 ans, le poker occupe une place prépondérante. Au-dessus de 30 ans, le casino prend une place de plus en plus importante.



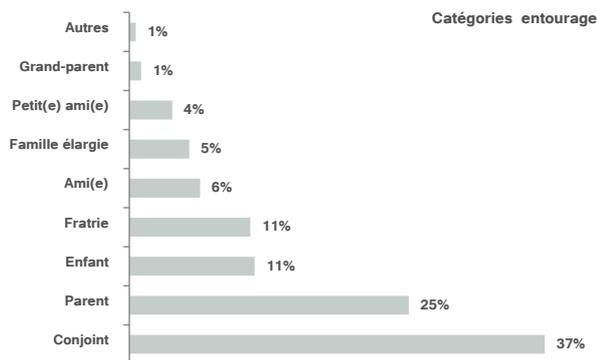
La majorité des jeux cités sont terrestres à 71 %. Ce constat est vrai pour l'ensemble des jeux à l'exception du poker qui se joue à 72% en virtuel.



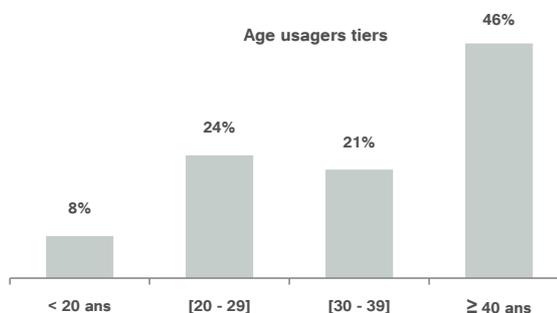
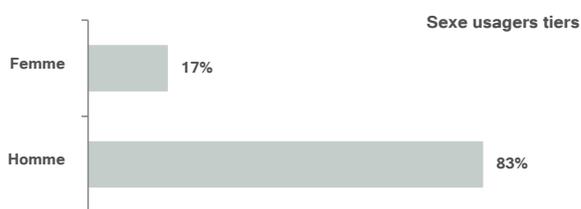
Si la durée moyenne de jeu est identique à celle de 2012 soit 7 ans, en 2013, la part des joueurs déclarant une durée moyenne inférieure à 5 ans augmente.

L'entourage des joueurs, moins présent sur le dispositif « joueurs » que sur les autres dispositifs, est à 76% féminin et âgé de plus de 40 ans à 60%.

Contrairement à l'ensemble des dispositifs d'Adalis, les demandes proviennent très majoritairement des conjoints à 37 % puis des parents à 25%.

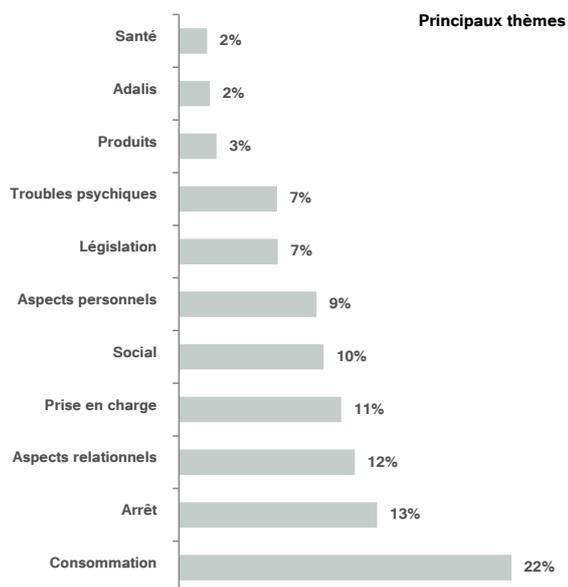


L'entourage demande de l'aide pour des tiers majoritairement masculins et âgés de plus de 40 ans.

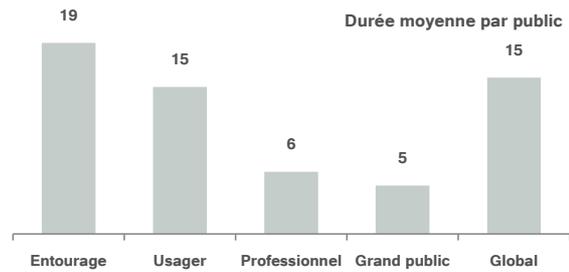


La pratique du jeu est le thème le plus souvent abordé dans les appels tant par les joueurs (22 %) que par l'entourage (25 %). L'arrêt est le deuxième thème évoqué par les joueurs alors que pour l'entourage, les aspects relationnels sont au cœur des demandes.

L'évocation des aspects sociaux et législatifs, en lien avec les difficultés financières et l'interdiction volontaire de jeu, est une des spécificités du dispositif Joueurs info service.



Comme pour l'ensemble des dispositifs, la **durée moyenne** des appels et des chats entourage est supérieure à celle des joueurs.



4.4 Activité internet

2 548 830 visites et 1 638 251 visiteurs sur le site internet joueurs info service.

Le site Joueurs info service connaît une baisse de fréquentation sur l'ensemble de l'année à hauteur de 10%.

Cette baisse de fréquentation est à mettre en corrélation avec la publication du nouveau site d'aide et d'information Joueurs info service au début de l'année 2013. De mieux en mieux identifié par les internautes comme un site d'aide à distance, le site Joueurs info service génère un trafic un peu moins important mais plus adapté. Malgré cette baisse, la fréquentation du site reste assurée par les bandeaux de prévention présents sur les sites de jeux en ligne conduisant en un clic sur le site.



En 2013, la diminution de fréquentation sur le site Joueurs info service s'amorce au 2^{ème} trimestre après une augmentation au 1^{er} trimestre.

Le taux de rebond de 86 % a diminué en 2013 par rapport à 2012, confirmant une meilleure identification du site par les internautes comme un site d'aide à distance. Bien que ce taux reste élevé, cette diminution s'accompagne par une augmentation de la durée moyenne de consultation du site de 35 secondes et par le nombre moyen de pages consultées de 1,31 page.

Cette première année met en avant l'attrait des internautes pour l'espace « Joueurs », espace d'information s'adressant aux joueurs en difficulté.

- La page d'accueil de l'espace a été vue 21 129 fois
- L'article « Que faire ? Limiter ou arrêter ma pratique de jeu » vu 13 649 fois
- L'article « Se faire interdire ou exclure des casinos et des sites de jeux » vu 9 496 fois
- L'article « Quelques éléments clefs pour arrêter » vu 4 912 fois

Les pages d'accueil des espaces « Grand public » et « Entourage » connaissent une belle fréquentation avec respectivement 11 513 vues et 11 135 vues.

Le site Joueurs info service présente un contenu original dans la mise à disposition de fiches décrivant les différents jeux et leurs risques.

Ce type d'information, inexistante sur les autres sites internet spécialisés dans le jeu pathologique apporte une forte valeur ajoutée. Initié en 2012, le projet a abouti en 2013 avec la mise en ligne de 7 fiches (Jeu de grattage, Jeux de tirage, Machine à sous, Paris hippiques, Paris sportifs, Poker, Roulette).

L'ensemble des espaces interactifs du site Joueurs info service génère une fréquentation importante et reste l'une des entrées principales vers le site.

L'espace « perso » se distingue et représente à lui seul 18 574 pages vues. Actuellement, le site Joueurs info service compte 353 inscrits. Les actualités, quant à elles, ont été consultées plus de 16 300 fois.

4.5 Zoom sur l'arrêt de sa pratique de jeu dans les forums

Pour sa première année d'utilisation, les internautes ont investi les forums de discussion pour aborder un sujet central : l'arrêt de leur pratique de jeu.

Pour les accompagner dans cette démarche, certains ont fait le choix de participer régulièrement aux forums pour faire part de leur expérience ou de leur situation actuelle. N'ayant pas la possibilité de discuter de leurs difficultés avec leur entourage, certains s'en sont saisis comme d'un véritable espace de discussion et d'échange, d'autres ont été rassurés de constater qu'ils n'étaient pas les seuls à connaître cette problématique.

Internaute de 43 ans. « Étant seul pour régler ce problème, j'ai décidé de partager mon histoire en espérant que cela m'aidera à tenir bon pour ne plus jouer. Le jeu fait mal car il est très difficile de partager mon problème avec ma femme. Donc ne pouvant m'exprimer à la maison je vais le faire par l'intermédiaire de ce forum de discussion. »

Internaute de 65 ans. « J'ai un gros problème avec moi-même et avec l'argent qu'il me faut résoudre. (...) Je ne veux pas laisser des problèmes à ma famille quand je partirai. Je ne crois pas que je peux guérir de l'addiction : la maladie du jeu est en moi comme ceux qui boivent ou se droguent. La seule solution, c'est d'arrêter complètement. Merci pour ce site je viens de découvrir, cela fait du bien de savoir que je ne suis pas un cas isolé. »

De manière générale, les raisons évoquées pour arrêter sa pratique de jeu sont de deux ordres :

- les difficultés financières engendrées par les pertes d'argent dues au jeu
- les difficultés relationnelles entraînées par une pratique de jeu omniprésente

Internaute de 43 ans. « Je me demande comment j'ai pu en arriver là et comment ce week-end j'ai encore pu perdre autant d'argent. Ça fait mal (...) J'ai aussi gagné certaines sommes mais quand je fais le point sur toutes ces années, sans compter les jeux de hasard, je pense que j'aurais pu me payer au moins deux voitures neuves. »

Internaute de 32 ans. « Personnellement, quand je jouais j'ai tout caché à mon compagnon. Je ne lui disais pas la vérité, je n'arrêtais pas de lui mentir. Et puis un jour, il a tout découvert et il m'a quittée. Je n'ai pas su lui parler à l'époque, j'avais trop honte et j'avais peur aussi. Résultat, il est parti. Il disait qu'il ne voulait pas vivre avec une menteuse. Et c'est vrai, j'étais une menteuse. »

Un internaute s'est emparé des forums pour écrire le journal de son arrêt.

Le 4 novembre. « Alors pour l'instant c'est facile car je ne suis qu'au début de ce combat. Mon premier objectif est de tenir 15 jours sans jouer à aucun jeu. Je pense que tous les jeux contribuent à entretenir l'envie de jouer. J'ai lu plusieurs messages de personnes qui ont réussi à tenir, j'espère arriver à ce niveau. Voilà mon combat. »

Le 5 novembre. « Premier jour depuis mon objectif de ce week-end qui se termine bien. Suite à mon appel téléphonique dimanche matin sur le site, il m'avait été donné différents numéros de structures pour obtenir une consultation avec des spécialistes. Cet après-midi j'ai pris contact avec l'hôpital Marmottan à Paris. J'ai rendez-vous vendredi à 16h avec une spécialiste du service addiction. J'ai hâte d'être vendredi. »

Le 12 novembre. « Voilà, premier rendez-vous avec le service d'addiction de l'hôpital Marmottan avec une psychologue. Premier pas avec mon profil complet et des questions sur ma personne afin de mieux comprendre les raisons de mon addiction. Un deuxième rendez-vous est programmé pour la semaine prochaine. Je suis plutôt satisfait de ce rendez-vous. Pour l'instant, aucune dépense en terme de jeu. C'est vrai qu'il faut regarder sur le long terme. Mais ce n'est pas facile. »

Le 2 décembre. « Un mois depuis mon premier message et depuis les différentes phases de mon combat. Il y a encore du travail, mais je garde bon espoir, même si la semaine dernière j'ai fait une petite erreur. Mais je suis plutôt content, je n'ai fait qu'un seul écart sur un mois, ce qui ne m'était pas arrivé depuis bien longtemps. (...) Prochain défi, le mois de décembre. Car depuis bien longtemps je n'ai pas fait deux mois sans jeu et sans dépenses. (...) Tenir la route et tenir bon, voilà mon message pour tous. »

Une constante des contributions des joueurs aux forums tourne autour des moyens que l'on peut mettre en œuvre pour arrêter de jouer ou pour ne pas rechuter après un arrêt.

Prendre conscience qu'un problème de jeu peut dissimuler un mal-être plus profond semble être une étape importante mais difficile. Cette prise de conscience aide à ne pas lever l'interdiction de jeu que l'on s'est imposée ou à résister aux tentations qui se présentent.

Internaute de 65 ans. « J'ai réalisé après des années de lutte que je suis « accro » mais aussi quelque part « malade » du jeu. Je me suis fait interdire du casino à plusieurs reprises mais à chaque fois je retombais. Cette année en juin, j'ai fait enlever l'interdiction, mais depuis j'ai fait des « conneries » importantes dans les casinos. Maintenant j'ai juste une petite retraite, je me mets sérieusement en danger. Je vais de nouveau me faire interdire. Je n'ai pas le choix. »

Internaute de 33 ans. « Je suis abstinente de jeu depuis 7 ans. Interdite de casino, je le sens, je suis toujours à la merci d'une idée subite d'écrire au Ministère pour lever l'interdiction qu'à l'époque je me suis imposée. Ce que vous écrivez me conforte dans l'idée de ne pas céder. Moi aussi j'essaie de comprendre pourquoi j'ai joué comme ça. Je ne joue plus mais j'aime le jeu, encore et toujours. Une belle carte à jouer a une aura pour moi indéfinissable, allez donc savoir pourquoi... Je poursuis une thérapie avec un psychiatre qui m'aide énormément. »

Parfois, les raisons profondes qui ont amené à avoir une pratique de jeu excessive sont niées. Lorsque l'auto-exclusion d'un site ou l'interdiction de jeu sont les seuls moyens mis en œuvre pour arrêter, **la rechute est vécue comme une trahison des sites de jeu ou du « système » existant.**

« Merci les Paris sportifs qui ont ruiné ma vie et celle de ma famille ! Pour moi c'est une honte que les interdits de jeu comme moi puissent aller dans n'importe quel tabac pour « s'emplâtrer » sans aucune restriction : 70 jeux par jour ! Tu perds à 15h, c'est pas grave t'as le temps de perdre au moins 3 fois jusqu'à 21h, l'heure de fermeture du tabac. »

« Comme je le craignais, le site de la Française des jeux, dont le principal actionnaire est l'état, a bien une dérogation permettant d'inscrire les personnes interdites de jeux. Je m'étais inscrit il y a 2 ans pour jouer au Loto mais bien vite, étant joueur compulsif, je suis tombé dans le piège du Bingo où l'on peut dépenser 500 euros par semaine. Sur les 2 ans, à 2 reprises je me suis fait auto-exclure pour des périodes de 6 mois. Mais rien n'y a fait, j'y suis retourné aussitôt après le délai de l'auto-exclusion terminé. Quelle hypocrisie de la part de l'état qui, d'un côté, donne la possibilité de se faire interdire de jeux et, de l'autre, se réserve le droit de donner une dérogation à son entreprise. J'ai essayé sur d'autres sites de jeux en ligne, tous ont refusé mon inscription. »

En revanche, lorsque l'interdiction de jeu et l'aide psychologique sont associées pour accompagner l'arrêt, cela donne lieu aux récits de joueurs qui ont réussi, que les autres joueurs saluent.

Internaute de 33 ans. « Je comprends exactement ce que tu ressens. J'ai été addictée au poker pendant 2 ans. Je suis sortie de cure il y a 2 mois et demi. Je me suis fait soigner car j'étais accroc. J'ai dépensé environ 90 000 euros pour jouer. Je me suis endettée bien sûr et psychologiquement je te laisse imaginer dans l'état dans lequel j'étais. Aujourd'hui, c'est derrière moi. Je me suis faite interdire des casinos et aussi des sites de jeux en ligne, j'ai fait une cure de dexintox (eh oui, ça existe même pour le jeu !) et je me fais toujours suivre dans un centre d'addictologie toutes les semaines. Je te conseille de te faire aider comme je l'ai fait. Mais pour ça il faut que tu acceptes d'enterrer le jeu. Tu dois l'oublier, faire un deuil. Je sais que c'est dur, je suis passée par là. Mais crois-moi, c'est une délivrance. Aujourd'hui je suis enfin libre. Je te souhaite beaucoup de courage. »

CHAPITRE 5 – ZOOM SUR LA CAMPAGNE DE COMMUNICATION

« ALCOOL, OUI ON PEUT DIRE NON »

5.1 Les axes de la campagne

Du 18 novembre au 16 décembre, plusieurs axes de campagne sont mis en œuvre :

- **La diffusion de deux spots TV avec le slogan « oui on peut dire non »**

Les deux spots TV présentent deux situations de consommation ancrées dans le quotidien : une soirée entre amis, un repas en famille... On y retrouve des adultes de 30 à 50 ans.

L'objectif est de mettre en situation le comportement responsable d'une personne en capacité de refuser un verre supplémentaire sans passer pour un ringard. Avec humour et légèreté, son choix est finalement accepté par le groupe.

Le renvoi à la fin de chaque spot vers la ligne d'écoute ou le site alcool-info-service.fr invite alors le public à s'interroger sur sa propre consommation d'alcool et à consulter le nouveau dispositif d'aide à distance Alcool info service.

- **La diffusion chez les professionnels de santé de 3 affiches grand public**

A l'occasion de la campagne, plusieurs affiches sont diffusées afin de libérer la parole du consommateur ou de son entourage autour de sa consommation d'alcool. Chaque affiche invite à en parler à un professionnel de santé ou à s'adresser au nouveau dispositif Alcool info service.

- **La mise en ligne du nouveau site Alcool info service**

Pour plus de cohérence et de lisibilité en matière de prévention et d'aide à distance face à l'alcool, la ligne Ecoute Alcool, créée et gérée par Adalis (Addictions drogues alcool info service), et le site internet alcoolinfoservice.fr de l'Inpes se rapprochent au sein d'un seul et même dispositif intégré sous le nom d'Alcool info service.

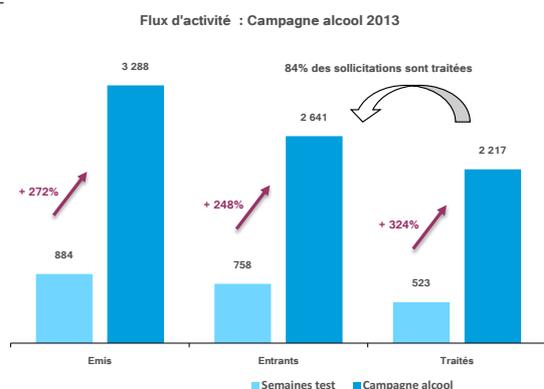
Le site Alcool info service met en avant l'interactivité afin d'être au plus proche du grand public et d'aider chacun dans son rapport à l'alcool.

Afin de pouvoir analyser l'impact de la campagne, 2 périodes de 4 semaines ont été analysées :

- la période test avant la campagne de communication du 21 octobre au 17 novembre ;
 - la période de campagne TV du 18 novembre au 15 décembre.
-

5.2 Flux d'activité

Durant la période de la campagne, 2 217 sollicitations (appels, rappels automatiques, chats, questions-réponses) ont été traitées par ADALIS dans le cadre du dispositif Alcool info service.



L'impact de la campagne de communication est visible sur l'ensemble des données d'activité, et constitue une augmentation de plus de 200% des sollicitations émises et de plus de 300% des sollicitations traitées.

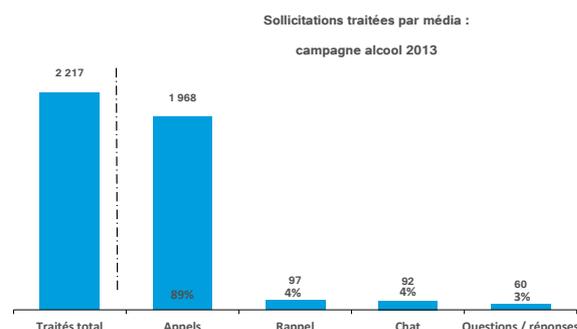
Dès la première semaine de campagne, les sollicitations font un bond considérable soit 4 fois plus que la semaine précédente, et se maintiennent à ce niveau durant les 3 autres semaines de la campagne.



La mise en place du préaccueil permet de décrocher et d'accueillir 92% des appels acheminés sur les plateaux.

Pour éviter la saturation des plateaux d'écoute, les appels sont accueillis et filtrés par le préaccueil et éventuellement reportés sur des créneaux de plus faible affluence, ce qui permet un taux de traitement amélioré. Ainsi, sur l'ensemble des médias ce taux de traitement passe de 69% sur la période précédente à 84% sur la période de campagne. Cette augmentation a lieu alors que les effectifs d'écouterants sont restés à l'identique.

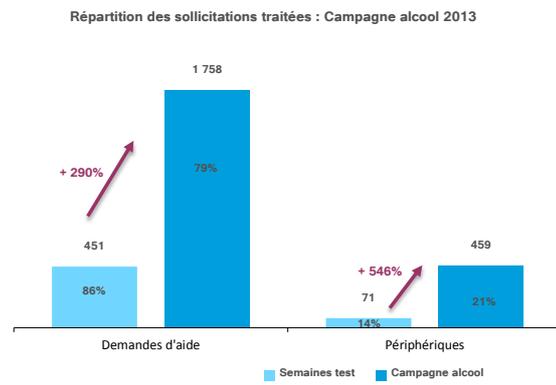
Le service doit non seulement faire face à une augmentation des appels entrants mais également aux traitements de nouvelles sollicitations émises depuis le site internet Alcool info service avec la mise en ligne du rappel automatique, des chats et des questions réponses.



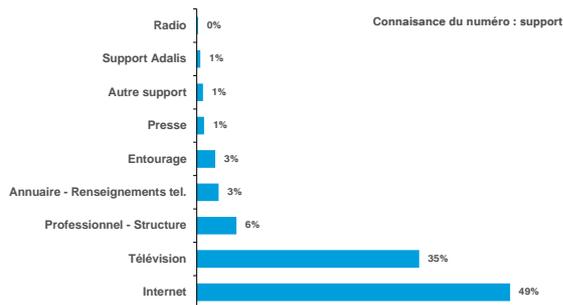
Les appels représentent 89% des sollicitations traitées, les 11% restant se répartissent à part presque égale entre les nouveaux médias que sont le rappel, le chat et les questions-réponses.

Toute campagne de communication grand public génère une augmentation des appels dits périphériques ce qui est un signe de notoriété de la campagne. **Cette augmentation s'accompagne également d'une augmentation de 290% des appels de demandes d'information et d'aide.**

En moyenne jour, 79 sollicitations ont été traitées pendant la campagne de communication dont 63 demandes d'information et d'aide.



Contrairement aux campagnes précédentes, le passage des spots TV n'a pas généré de pics d'appels importants. Ce constat peut s'expliquer par un affichage rapide du numéro en fin de spot sans que celui-ci soit accompagné d'un message et d'une voix off présentant le service.



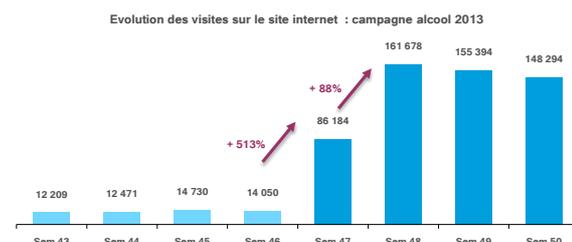
Cependant la campagne s'accompagnant d'une promotion du site internet, les sollicitations générées par la campagne proviennent à 49% du média internet.

5.3 Fréquentation du site Alcool info service

A l'occasion de la campagne de communication, le site Alcool info service fait intégralement peau neuve avec la mise en place de contenus d'information accessibles par public, la mise à disposition d'outils interactifs et d'aide ainsi qu'un espace dédié aux jeunes.

Le nombre de visites et de visiteurs sur le site a été multiplié par plus de 10.

Sur la période de la campagne, le site enregistre 551 550 visites. En moyenne jour, le nombre de visiteurs est de 17 528.



Lié aux caractéristiques de consultation d'un site internet lors d'une campagne de communication, le nombre de pages vues par visites est divisé par 2 passant de 3,51 pages vues par visite avec l'ancien site à 1,75 avec le nouveau site. De la même manière, le temps moyen passé sur le site baisse de 70%.

La durée de consultation inférieure à la minute est le reflet du taux de rebond important du site. Un grand nombre d'internautes arrivent sur le site par le biais de la page d'accueil, relayée dans le cadre de la campagne TV ainsi que par les bannières. La plupart n'est pas dans une démarche d'information ou de recherche.

En revanche, les durées de consultation du site supérieures à la minute définissent une autre catégorie d'internautes. Là, on s'aperçoit qu'une fois arrivés sur le site, les internautes consultent les contenus et parcourent plusieurs pages du site.

	Visites		Pages vues	
	Nombre	Pourcentage	Nombre	Moyenne
< 1 min	474 008	86%	549 062	1,2
de 1 à 3 min	37 591	7%	126 534	3,4
3 à 10 min	28 689	5%	170 234	5,9
> 10 min	11 262	2%	117 297	10,4
TOTAL	551 550	100%	963 127	1,7

Les pages d'entrée vers le site sont également les pages les plus consultées :

- Page d'accueil (« Home »)
- Article « Comme savoir si un proche a un problème ? »
- Article « Comment savoir si j'ai un problème ? »
- Article « Je bois un peu tous les jours »

Pour l'espace jeune, nous ne disposons de données fiables qu'à partir du 2 décembre.



Le nombre de visites sur l'espace jeune est beaucoup plus modeste avec 78 204 visites pour 70 953 visiteurs.

Pour l'espace jeune, les pages du site les plus consultées sont :

- La page d'accueil (« Home ») jeunes
- Article « En soirée, oui on peut dire non »
- Vidéo « Esquive la tise » : le Faux rire
- Vidéo « Esquive la tise » : le Romantique
- Article « Comment savoir si j'ai un problème avec l'alcool ? »

La Campagne vidéo Jeunes a été consultée 6 481 fois, au cours de la période du 26/11 au 17/12, représentant 2,58 % du nombre total de visites.

Les vidéos les plus consultées suivent l'ordre de mise en ligne sur le site : le faux rire (2 647), la romantique (1 067), le marathon de la danse (970), la soirée mousse (578).

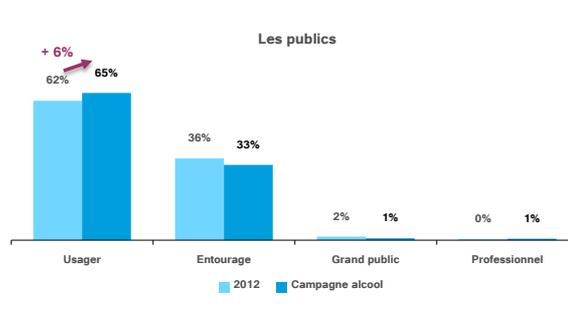
Les espaces interactifs ont démarré doucement pendant la campagne avec :

- 80 contributions aux forums dont 9 fils de discussion consommateurs, 9 fils entourage et 2 fils jeune entourage,
- 7 témoignages postés.

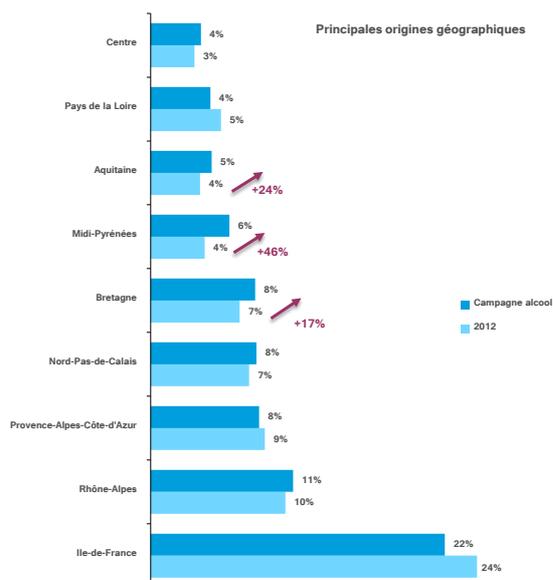
5.4 Les publics

La ligne Alcool info service reçoit habituellement une nette majorité d'appels d'usagers d'alcool.

Lors de la campagne, cette tendance est légèrement renforcée pour atteindre 65%.



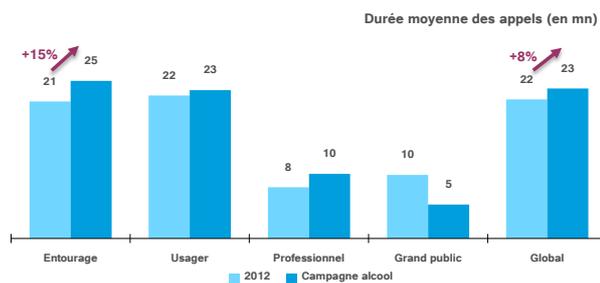
L'Île de France est la première région émettrice de demandes d'aide. Suivent ensuite les régions Provence-Alpes Côte d'Azur, Rhône Alpes et Nord Pas de Calais.



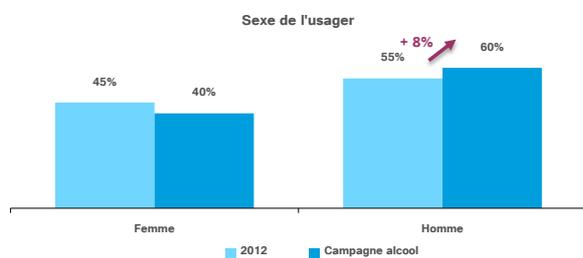
La campagne augmente légèrement les demandes d'aide provenant de la Bretagne, de la région Midi-Pyrénées et de l'Aquitaine.

Pour le dispositif Alcool info service, la durée moyenne des demandes d'information et d'aide de 23 mn est en partie conditionnée par le nombre et la durée moyenne des appels des usagers.

La campagne renforce cette tendance avec une évolution globale de 8% de la durée moyenne.

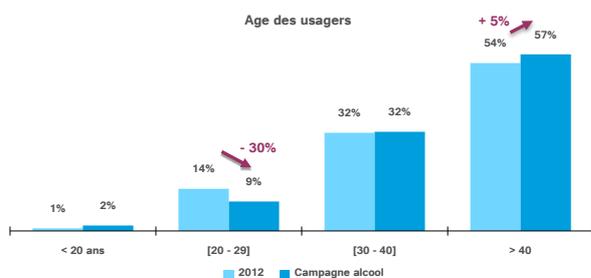


Bien que majoritairement sollicitée par des consommateurs masculins habituellement, la part des sollicitations de consommateurs de sexe féminin est plus importante sur cette ligne que sur l'ensemble des dispositifs.



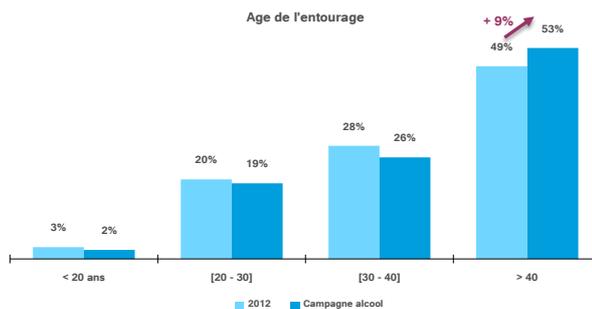
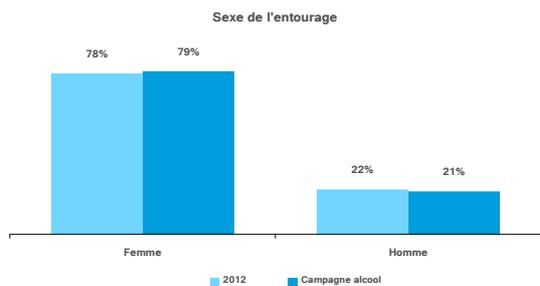
La campagne renforce la part des consommateurs masculins ce qui semble cohérent avec les spots TV qui mettent essentiellement en avant des hommes en situation de consommation.

L'augmentation des sollicitations se porte sur l'ensemble des tranches d'âge en multipliant en moyenne leur nombre par plus de 2. Par contre, cette augmentation n'inverse pas la part représentée par l'ensemble des tranches d'âge.



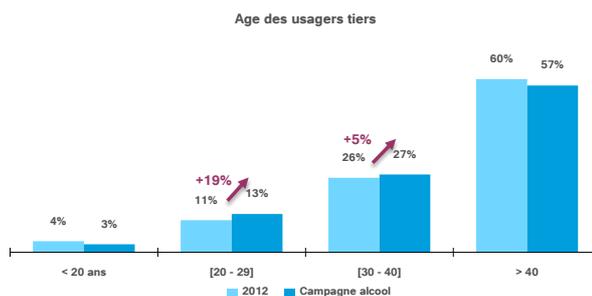
Les consommateurs sont âgés de 40 ans et plus à 57%. Lors de la campagne, la part des plus de 40 ans augmente au détriment de la part représentée par les 20 – 29 ans

L'entourage est majoritairement féminin à 79% et âgé de plus de 40 ans à 53% soit une évolution de 9% de cette catégorie d'âge.

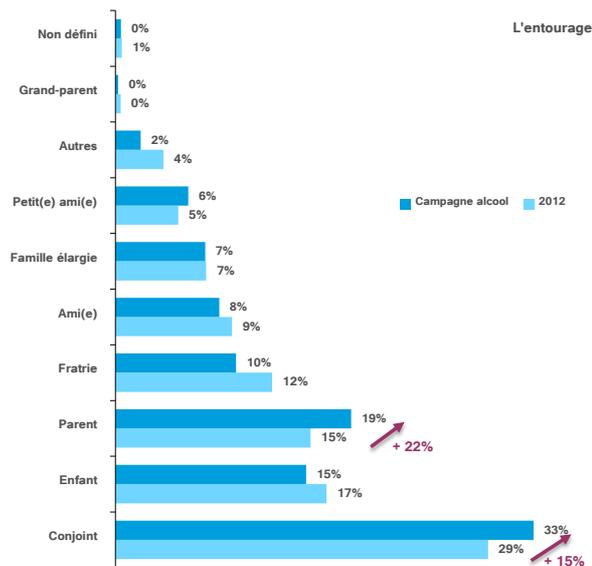


L'entourage appelle pour des tiers :

- masculins à 71%
- âgés de plus de 40 ans mais avec une augmentation de 19% de la tranche d'âge 20 – 29 ans et de 5% de la tranche d'âge 30-40 ans.

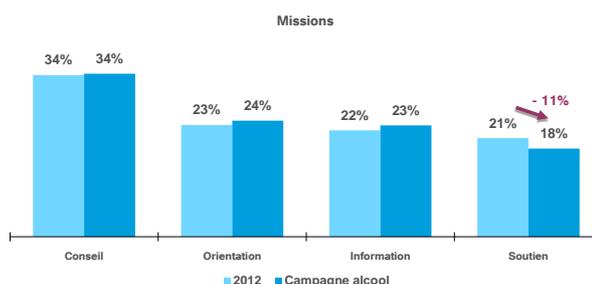


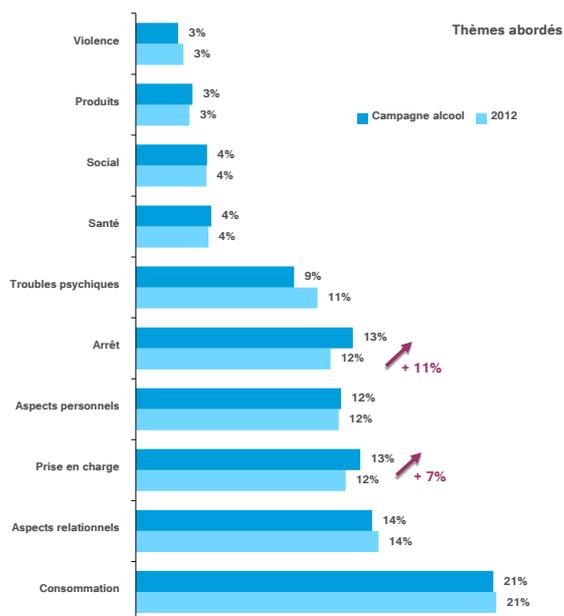
Composé majoritairement des conjoints à 33% et des parents à 19%, la campagne a augmenté de 22% la part des appels de parents et de 15% la part des appels de conjoint au détriment des appels émanant des enfants.



La mission de conseil est de loin la mission généralement la plus sollicitée tant par les usagers que par l'entourage.

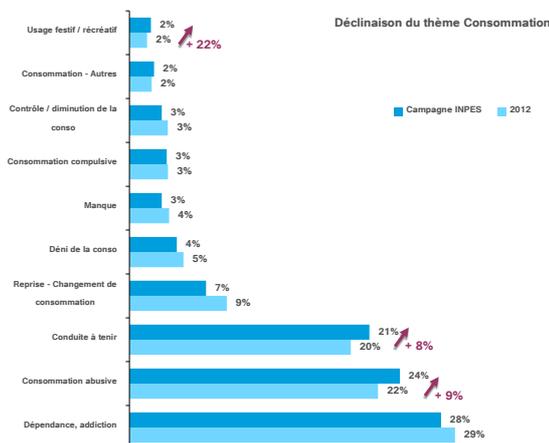
Lors de la campagne, la part des missions d'information et d'orientation augmente légèrement, à l'inverse la part de la mission de soutien diminue.





La consommation est comme habituellement un des thèmes majeurs des échanges.

Cependant, lors de la campagne, les contextes de consommations abusives et d'usage festif ou récréatif augmentent légèrement.



L'évocation des consommations festives ou récréatives l'est essentiellement par les moins de 40 ans avec des problématiques d'excès et de questionnement autour d'une meilleure maîtrise.

Jeune homme de 21 ans. Jeune étudiant qui consomme le jeudi et samedi uniquement. Depuis quelques temps, il dort très mal et il se lève très anxieux, mal dans sa peau. Sa question est : « est ce que je deviens addict ? ». Il ne consomme jamais en dehors du jeudi et du samedi et il ne constate pas une augmentation de sa consommation...

Homme de 34 ans. Il boit régulièrement le week-end avec ses amis. Il n'a aucun souci particulier, a une vie équilibrée qui le comble. Il lui arrive parfois de ne pas arriver à s'arrêter de boire puis bascule dans un état où; il ne se souvient plus de rien. Il peut être agressif. Cela n'a jamais occasionné de gros problèmes, ses amis l'ayant toujours cadré, mais il s'inquiète ayant peur qu'un gros problème arrive un jour...

Jeune homme de 28 ans. Il est célibataire, au chômage, il reprend des études par correspondance. Il souhaite faire le point sur sa consommation d'alcool. Il ne boit pas tous les jours, mais chaque semaine le samedi soir il consomme beaucoup d'alcool dans un contexte festif avec ses amis. Il nous appelle car bien que conscient du besoin de moins boire, il n'arrive pas à se maîtriser. Il a l'impression de fonctionner comme un "disque rayé"...

Femme de 35 ans. L'appelante se demande si elle est alcoolique. Elle ne boit qu'en soirée avec des amis mais quand elle commence elle boit tout au long de la soirée. Elle peut boire jusqu'à 10 verres. A côté, tout va bien, sa vie familiale est stable et sa vie professionnelle est satisfaisante... Elle semble s'en vouloir de perdre le contrôle et de déborder... Elle sent aussi que son corps a plus de mal à récupérer après une soirée alcoolisée.

Homme de 33 ans. Il ne boit que le week-end où il consomme de façon excessive... Il cherche l'euphorie. Par ailleurs, il se sent plutôt bien dans sa peau, bien dans son travail. Il pense donc arrêter totalement tout le mois de janvier et regarder ce que cela lui fait... Sa femme se plaint de ses excès le week-end. Il dit avoir une personnalité capable de dire non...

Homme de 36 ans. Il se pose des questions sur sa consommation lors de soirées. Il boit un peu trop en excès mais de manière très occasionnelle. Mais sa compagne a un passif familial en lien avec l'alcool et elle ne supporte pas de le voir rentrer complètement bourré... Il aimerait savoir comment faire pour mieux se maîtriser.

Le passage de consommations excessives lors de soirées à des consommations plus solitaires se fait souvent de manière insidieuse. Les usagers n'en comprennent pas toujours la raison mais ils commencent à identifier qu'une habitude de consommation est en train de s'installer et qu'elle devient un recours.

Jeune homme de 19 ans. Il souhaite faire le point sur sa situation, et son rapport à l'alcool... Il a remarqué que depuis qu'il a commencé son nouvel emploi il a tendance à consommer de plus en plus. Avec son patron, les clients, il se rend compte que les occasions ne manquent pas... Il se rend compte que l'alcool est parfois un besoin pour lui, dans un contexte professionnel mais aussi à la maison...

Femme de 45 ans. Elle boit un soir sur deux après le travail en téléphonant à sa famille, « c'est mieux avec un verre », mais elle commence à s'inquiéter car elle finit la bouteille qu'elle entame. Elle est divorcée, ..., ses enfants sont loin... Le week-end elle ne boit pas. Comme elle va dans sa famille, elle n'en éprouve pas le besoin. Elle en a parlé à son médecin qui en a ri et elle voulait se faire confirmer par un tiers qu'il pouvait y avoir un problème.

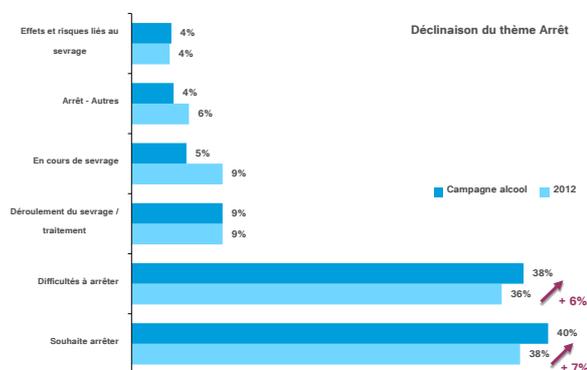
Jeune fille de 22 ans. Cette jeune fille s'interroge car elle boit seule et de façon excessive au moins 1 fois par semaine, jusqu'à se rendre malade le lendemain, la rendant incapable de se rendre en cours. Elle dit ne pas avoir de problème majeur, d'angoisse ou de stress... Elle ne comprend pas... Elle prend l'adresse d'une consultation jeunes consommateurs.

Homme de 52 ans. ... Il boit de façon excessive mais pas tous les jours. Sa difficulté est que lorsqu'il commence il n'arrive pas à sentir sa limite, il "glisse insidieusement" mais ne le sent pas. Cela crée des difficultés dans son couple et il a perdu la confiance de son épouse sur ce sujet là. Il se sent coupable et honteux, il appelle en disant qu'il veut faire quelque chose, qu'il veut s'en sortir car c'est en train de "bouffer sa vie"... Il a déjà mis en œuvre des actions, il fait le tri dans ses fréquentations, il n'y a plus d'alcool à la maison.

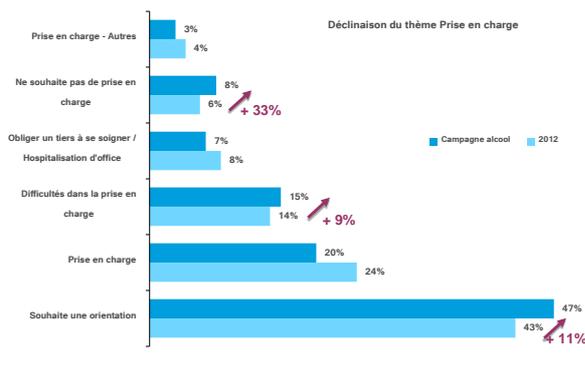
Homme de 32 ans. Il boit une à deux fois par semaine, seul. Avant, il buvait avec des amis mais il a "fait le ménage" Toutefois il continue à boire seul. Il travaille mais une fois il n'a pas été en capacité d'aller travailler. Il boit pour se détendre. Quand il est occupé, il boit moins voire pas. Il peut boire jusqu'à 10 verres de bière ou de vin...

Si les thèmes évoqués par l'entourage ne sont pas modifiés par la campagne, certains thèmes évoqués par les usagers s'en trouvent renforcés et en particulier la prise en charge et l'arrêt de la consommation. Toute la difficulté de la démarche d'arrêt s'illustre à travers ces deux thématiques.

Pour le thème de l'arrêt, à part presque égale, sont évoqués le souhait d'arrêter et la difficulté à arrêter.



De la même manière, le public sollicite une orientation mais évoque également dans une part plus importante lors de la campagne les difficultés liées à la prise en charge.



Il est également à noter une augmentation de 33% des personnes qui ne souhaitent pas de prise en charge.

Entre la prise de conscience de l'existence d'un problème et la demande d'aide, il a un pas souvent difficile à franchir.

Homme de 33 ans. Souffre-douleur à partir de 12 ans, vers 16 ans, sous la protection de camarades, il reprend confiance en lui en même temps qu'il commence à consommer alcool et cannabis... Au chômage actuellement depuis bientôt 2 ans... Il a perdu son permis pour conduite en état d'ivresse. L'année dernière, il a arrêté l'alcool 3 mois mais se retrouvant tout seul au mois d'août, il a repris sa consommation plus le poker en ligne. Il ne voit pas ce qu'un professionnel pourrait lui apporter car il considère savoir bien s'auto analyser... Il avait appelé il y a une semaine. Une orientation lui avait été donnée. Il hésite encore à s'y rendre.

Homme de 35 ans. ...Son amie avec qui il vit depuis 5 ans lui demande de ne plus boire. Il peut boire sur la soirée une bouteille de whisky. Suite au décès d'un ami, avait déjà vu un médecin et avait pu parler de sa conso il y a quelques années mais il n'avait pas arrêté à l'époque. Il n'a pas d'autres motivations pour arrêter que la demande de son amie. Il utilise l'alcool pour s'endormir depuis 20 ans. Il a peur de ne pas savoir dormir autrement. Il ne désire pas voir de médecin ou hôpital ou un professionnel mais il est intéressé par un groupe d'entraide.

Femme de 41 ans. Elle a de l'arthrose et croit que c'est sans doute lié à son alcoolisation quotidienne mais jusqu'à présent malgré la douleur, elle n'arrive pas à arrêter. Elle a un peu diminué (d'une bouteille à une demi-bouteille) et pour un examen médical, elle a arrêté une semaine. Elle a vu alors une légère différence et aujourd'hui ça fait qu'elle est décidée à arrêter. Elle ne souhaite pas consulter pour l'instant. Mais dit qu'elle nous rappellera.

Femme de 62 ans. Elle explique qu'elle a des problèmes avec ses enfants... Elle dit qu'elle veut arrêter de boire mais sans aucune aide car son mari ne veut pas aller voir quelqu'un... Elle dit ne pas boire quand il n'est pas là mais dès qu'il rentre il ramène une bouteille et il lui sert un verre sans rien lui demander. Tous les jours, ils décident d'arrêter de boire mais tous les jours il revient avec une bouteille... elle ne mange presque plus et ne comprend pas pourquoi elle a énormément grossit...c'est ce qui l'inquiète aujourd'hui....

En conclusion, la campagne de communication ne modifie pas le profil habituel du public d'Alcool info service ni même les thématiques abordées : les usagers sont majoritairement masculins et âgés de 40 ans et plus, l'entourage est massivement féminin et composé des conjoints et des parents.

Néanmoins, la campagne de communication augmente les sollicitations des usagers pour l'ensemble des tranches d'âge et l'entourage se mobilisent un peu plus pour des usagers plus jeunes.

En 2013, le service a pu développer son offre de service tout en maintenant à un haut niveau son taux d'accessibilité, posant les jalons des projets du service : répondre au plus près des besoins du public là où il se trouve, ce qui suppose de continuer à développer la présence sur internet mais également de maintenir notre accessibilité au téléphone, notamment pour accompagner les personnes les plus en difficulté.