

Conclusion

Depuis 1999, l'association Prévention Routière mène des campagnes pour limiter le risque routier induit par les soirées festives. Dans ce cadre, elle a confié au CRÉDOC une étude auprès des organisateurs de soirées étudiantes. L'étude avait pour objectifs d'analyser les pratiques d'organisation de ces soirées, de repérer les pratiques de prévention mises en place et d'analyser les leviers permettant la mise en œuvre de comportements de prévention lors de ces soirées.

Pour répondre à ces attentes, le CRÉDOC a mené des entretiens qualitatifs auprès de 10 associations étudiantes organisatrices de soirées. Ces entretiens ont permis de construire un questionnaire quantitatif, auquel 267 associations ont répondu. Enfin, 3 entretiens de groupe menés à Paris, Lille et Marseille ont complété l'analyse.

Les diversités des pratiques d'organisation

Le premier constat de l'étude est relatif à la diversité des pratiques d'organisation. Globalement, trois types de soirées ont été repérés :

- les soirées privées sont destinées prioritairement aux étudiants de l'établissement d'enseignement dans lequel intervient l'association. La moitié des associations interrogées en organisent. Elles sont particulièrement répandues dans les grandes écoles d'ingénieurs ou de commerce. Elles peuvent être organisées dans des bars, des boîtes de nuit, mais également assez fréquemment, dans les locaux de l'établissement d'enseignement. Elles débutent souvent assez tôt, avant 21h. Dans 80% des cas, l'entrée est payante. Pour la moitié de ces soirées, une boisson alcoolisée est incluse dans le prix ;
- les soirées qualifiées ici d'ordinaires concernent 87% des associations. Elles sont ouvertes à tous, et accueillent le plus souvent entre 100 et 500 participants. Elles sont très souvent organisées dans des bars, ou des boîtes de nuit. Elles peuvent débuter assez tardivement : plus du quart des organisateurs déclarent qu'elles commencent après 23h. Les entretiens qualitatifs montrent qu'elles sont alors souvent précédées de « pré-soirées » et que les étudiants arrivent en ayant déjà consommé de l'alcool. Au cours de ces soirées, les organisateurs sont souvent relativement peu impliqués : ils choisissent le lieu et prennent en charge la communication, mais les vestiaires, les commandes de boissons, le service d'ordre, le service au bar, sont pris en charge par le lieu d'accueil. Il peut cependant arriver que, même dans un bar ou une discothèque, les étudiants interviennent sur les vestiaires ou le service au bar, parfois en complément des salariés habituels du lieu. L'entrée est souvent libre et le prix des boissons notamment alcoolisées, relativement élevé ;
- les soirées de gala sont organisées par les deux tiers des associations interrogées. Le tiers font plus de 500 entrées, 16% en comptant même plus de 1000. Elles durent le plus souvent toute la nuit. Elles peuvent être organisées dans des bars ou des boîtes de nuit, mais, le plus souvent, les organisateurs recherchent des lieux en gestion libre : salles

privées, ou bien salles mises à disposition par des collectivités locales. Ils prennent en général en charge les commandes d'alcool, son service, le service d'ordre, la tenue du vestiaire mais peuvent aussi faire appel à des professionnels externes pour ces différents aspects. L'entrée est payante et donne droit à au moins une boisson alcoolisée gratuite dans les trois quarts des cas. Globalement, le prix de vente des boissons alcoolisées comme non alcoolisées est plus faible que pour les autres soirées.

Transversalement à ces trois types de soirées, l'enquête comme les entretiens montrent que l'organisation des soirées étudiantes se caractérise également par une recherche d'un schéma d'organisation pratique, presque routinier, le moins coûteux possible en temps et par des difficultés de transmission des pratiques d'une année sur l'autre. La recherche d'une routine est efficace car les associations peuvent ne grouper que peu de membres actifs, par ailleurs occupés par leurs études, et n'ayant que peu d'expérience d'organisation. Dans cette optique d'efficacité, ils cherchent à reproduire ce que leurs prédécesseurs avaient mis en place. Par exemple, les deux tiers des organisateurs déclarent reprendre le même type de lieu d'une année sur l'autre. 82% de ceux qui gèrent les commandes d'alcool s'inspirent fortement des commandes effectuées les années d'avant.

Cette recherche d'efficacité et de reproduction des pratiques est cependant complexifiée par les difficultés de transmission : dans les trois quarts des associations, les membres du bureau sont élus pour 1 an. Dans 90% des cas, tout le bureau est renouvelé en même temps. Or les transmissions d'une année sur l'autre sont plus ou moins formalisées. Il en résulte qu'elles tendent à se centrer sur ce que les étudiants considèrent être l'essentiel, mais à occulter d'autres acquis..., comme, souvent, ceux liés aux pratiques de prévention.

La place de l'alcool dans les soirées :

Le deuxième constat a trait à la place de l'alcool lors des soirées. Cette place a déjà été souvent analysée et l'étude n'avait pas pour but de comprendre les liens entre consommation d'alcool et contextes festifs pour les jeunes. Elle permet cependant de faire émerger un certain nombre de conclusions quant à la place de l'alcool pour les organisateurs.

La première d'entre elles est de confirmer qu'il n'y a pas de soirées étudiantes sans alcool. Moins de 1% des organisateurs interrogés déclarent ne pas en proposer. Les trois quarts des organisateurs proposent des alcools forts, 94% d'autres alcools (bière, cidres, vins, ...).

La seconde a trait à la place de l'alcool pour améliorer l'attractivité de la soirée. Ainsi, pour les organisateurs interrogés, une forte fréquentation de la soirée est un objectif important. Pour des raisons financières d'une part, pour des raisons d'image d'autre part. L'ambiance de la soirée, la satisfaction des participants, les discours ensuite émis sur la fête dans les réseaux sociaux tels que facebook font ainsi partie des indicateurs d'une organisation réussie. Or l'alcool et le prix des consommations contribuent à déterminer l'atteinte de ces objectifs. Avec quelques nuances cependant, certains organisateurs estiment que « trop d'alcool tue la fête ».

Une des conséquences de cette recherche d'attractivité, est que, le choix du lieu, notamment lorsqu'il s'agit d'un bar ou d'une boîte de nuit, est déterminé d'abord par son ambiance et son image (33% des organisateurs), par les avantages commerciaux (32%) et sa capacité d'accueil (29%). 36% mentionnent l'accessibilité : il s'agit d'une attention portée à la facilité que les participants auront pour venir à la soirée, plus que d'une pratique de prévention.

Une seconde conséquence est que de nombreux organisateurs continuent à proposer des opens bars, malgré leur interdiction légale : le quart des organisateurs déclarent en mettre en place dans certaines soirées, 6% le faisant très souvent. Qu'il y ait ou non ce genre de pratique, le nombre de consommations prévu par personne peut être élevé : 30% des organisateurs gérant eux-mêmes les commandes d'alcool, prévoient plus de 8 consommations alcoolisées par personne. La moitié prévoient plus de 6 consommations d'alcool fort par participant.

Par ailleurs, les entretiens de groupe ont montré que cette attractivité et le risque financier qui est lié à l'organisation de soirées importantes est un des freins majeurs à la mise en œuvre de pratiques de prévention : les recettes provenant souvent soit directement des ventes d'alcool, soit indirectement (l'alcool à faible prix est compensé par des entrées nombreuses à un prix relativement élevé), la mise en œuvre des pratiques incitant à diminuer la consommation peut être vue comme prendre un risque financier. Diffuser des messages de prévention lors des soirées est parfois considéré comme risquant de « casser l'ambiance » et être contre productif par rapport à l'objectif d'une soirée réussie pour les participants. A noter cependant que pour certains organisateurs, mettre en œuvre des messages de prévention est au contraire un apport pour la communication et l'image de la soirée.

Enfin, alors que l'une des hypothèses de l'étude était que les producteurs ou négociants d'alcool pouvaient rechercher des partenariats avec les organisateurs de soirée, ces partenariats sont rares : Le quart des organisateurs déclarent avoir déjà été sollicités, mais seuls 4% ont établi un réel partenariat.

L'adoption de pratiques de prévention

91% des organisateurs interrogés ont pu citer spontanément au moins une action de prévention. Le plus souvent, il s'agissait de mise à disposition d'éthylotests (58%), de la promotion du conducteur désigné (45%), de la gestion des clefs du conducteur (27%), de la mise à disposition de navettes ou de transports en commun à prix réduit (30%).

La mise en œuvre d'actions de prévention est variable selon les organisateurs : le quart le font systématiquement, 21% souvent, 22% rarement et 31%, jamais.

Par ailleurs, les attitudes par rapport aux différents leviers qui pourraient permettre l'adoption de comportements de prévention sont là encore, diversifiés. Ainsi :

- Seuls 30% des organisateurs pensent bien connaître les lois et les deux tiers, être systématiquement dans le cadre légal ;

- Les opinions sont très partagées quant aux responsabilités en cas d'accident : 42% des organisateurs considèrent que les participants à la soirée sont les premiers responsables, et 76% l'association organisatrice.
- Enfin, 43% des organisateurs déclarent avoir signé des chartes ou des conventions : 29% avec la mairie, 21% avec la préfecture, 24% avec l'association Prévention Routière ou la sécurité Routière, 19% avec d'autres associations d'étudiants.

Par ailleurs, l'enquête ne permet pas de montrer que la connaissance des lois, la signature de chartes ou de convention, ou encore l'intégration de la responsabilité de l'association, déterminent des comportements de prévention spécifique. Elle identifie en revanche deux comportements extrêmes sans pouvoir les quantifier :

- celui d'associations qui ont une approche relativement professionnelle de l'organisation. Il s'agit notamment de celles organisant de nombreuses soirées, avec beaucoup d'entrées, et en particulier, des soirées de gala. Cette approche professionnelle va de pair avec une attention portée à la loi, à la responsabilité de l'organisateur, à l'image donnée par l'association notamment à ses partenaires, et, finalement, à l'adoption de comportement de préventions. Les organisateurs de soirées de gala, ou ceux de soirées avec plus de 500 participants, sont ainsi les plus nombreux à mettre en œuvre des actions de prévention (respectivement 75% et 94%). 44% des organisateurs qui touchent plus de 500 personnes connaissent très bien les lois, et 93% s'estiment responsables en cas d'accident ;
- celui d'associations qui organisent des soirées avec peu de participants, notamment dans des bars. L'objectif affiché est uniquement festif et éventuellement financier. Les actions de prévention sont rares, la connaissance des lois peu répandues. Pour ces organisateurs, les responsabilités en cas d'accident sont notamment individuelles.

A noter enfin la spécificité des associations utilisant les locaux de leur établissement pour l'organisation : pour ces organisateurs, la signature de conventions avec la direction de l'école semble déterminer une prise de conscience des responsabilités et l'adoption de comportements de prévention.

Quant aux freins déclarés par les organisateurs à l'adoption de comportements de prévention, outre ceux signalés ci-dessus, le plus important semble être le manque de connaissances des outils et possibilités. Ainsi, 56% des organisateurs ne faisant pas de prévention, estiment que les actions de prévention sont contraignantes dans leur mise en œuvre. 40% de l'ensemble des associations interrogées considèrent qu'elles sont difficiles à mettre en œuvre. Cependant, les organisateurs qui adoptent des pratiques de prévention, les estiment finalement plutôt faciles à mettre en œuvre. Enfin, les étudiants interrogés lors des entretiens de groupe comme lors de l'enquête sont demandeurs de plus d'outils et d'informations sur les ressources possibles ainsi que d'interventions d'associations spécialisées lors ou autour des soirées.

Les leviers de prévention

Il y a quelque temps déjà, les soirées étudiantes défrayaient la chronique. Une vague d'indignation médiatique puis politique pointait du doigt les pratiques de quelques grandes écoles : soirées décrites comme d'immenses beuveries, où l'alcool gratuit coulait à flot. Ces soirées existent encore, malgré la loi de 2006 interdisant les open bars, mais elles sont marginales. Ce que nous disent les organisateurs de soirées étudiantes dans cette enquête s'écarte sensiblement de la caricature. Certes leurs pratiques mériteraient une meilleure régulation, mais à l'heure où se développent, loin du spectre des alcooliers d'ailleurs, de nouvelles formes difficilement contrôlables d'incitations à la consommation d'alcool (apéros géants, groupes facebook, challenges sur youtube), les associations étudiantes constitueraient plutôt un rempart contre la déresponsabilisation totale.

Ainsi les acteurs soucieux de prévenir les risques auraient tout à gagner à s'appuyer sur ces organisateurs de soirées, qui, en ce domaine, sont majoritairement conscients de leurs responsabilités. Plus que d'un arsenal législatif répressif dont l'efficacité est souvent toute relative, ce dont les associations étudiantes nous disent avoir besoin c'est avant tout d'être mieux formées, mieux outillées et mieux accompagnées. Les axes proposés ci-dessous s'inspirent de ce positionnement.

Par ailleurs, tenter de limiter les consommations d'alcool lors des soirées est extrêmement difficile, et risque même de provoquer un rejet de l'ensemble des autres messages de prévention. Il s'agirait donc d'axer, dans la continuité de l'action actuelle de l'association Prévention Routière, les pratiques de préventions sur la limitation du risque que les jeunes prennent le volant après une forte consommation d'alcool.

- axe 1 : la connaissance des outils et des soutiens possibles aux actions

L'étude montre que l'une des freins majeurs à la mise en œuvre de pratiques de prévention est le manque de connaissance des outils et de réseaux sur lesquels les organisateurs peuvent s'appuyer. La diffusion des pratiques de prévention est parfois perçue comme complexe, ou encore les organisateurs ne se sentent pas suffisamment formés, ou légitimes, pour les promouvoir lors des soirées. Les étudiants connaissent les actions possibles, mais ne connaissent pas, ou mal, les outils permettant de les mettre en œuvre.

Un des axes d'amélioration possibles sera donc **d'intensifier la diffusion des outils existants, et des coordonnées des acteurs pouvant localement**, aider les associations à mettre en œuvre des pratiques de prévention lors de l'organisation des soirées.

Cette diffusion est freinée par le fort turn-over au sein des associations : la communication effectuée une année est souvent à refaire l'année suivante. Il pourrait donc s'agir ici de repérer, lors des contacts avec les organisateurs et de l'envoi des Kits capitaine de soirée, **une personne ressource pouvant assurer la transmission d'une année sur l'autre** : membre du bureau actuel responsabilisé sur la nécessité de former ses successeurs aux pratiques de prévention, ou

encore personne ressource de l'établissement d'enseignement. Il pourrait aussi s'agir de repérer les réseaux dans lesquelles s'inscrivent les associations pour identifier les personnes ressources au sein des réseaux plus que des associations. La moitié des organisateurs déclarent avoir des contacts avec d'autres associations étudiantes organisatrices de soirées, ce qui montre l'existence de tels réseaux.

Enfin, les étudiants interrogés ne se sentent pas toujours prêts à assurer la mise en œuvre d'actions de prévention lors des soirées. Pour autant, ils estiment que ce sont bien les étudiants qui sont les personnes les mieux à même d'inciter leurs camarades à plus de prudence. Une troisième piste de réflexion pourrait donc porter sur **l'identification, voire l'aide à l'émergence, d'associations de jeunes pouvant intervenir lors des soirées sur le thème de la prévention**. Là encore, un appui sur des réseaux existants d'associations pourrait constituer une porte d'entrée pour une telle identification.

- **axe 2 : la communication et l'ancrage des pratiques de prévention dans la routine de l'organisation**

Les pratiques de prévention sont rarement ancrées dans la routine organisationnelle des associations. Par ailleurs, elles ont une double image : pour certaines soirées, notamment celles relativement privées, elles sont vues comme pouvant détériorer l'image de la soirée. Pour d'autres soirées, notamment celles de gala, elles font partie de la communication globale autour de la soirée et contribuent, pour les organisateurs, à véhiculer une image positive de leur action notamment auprès de leurs éventuels partenaires locaux.

La communication peut alors être axée sur cette recherche d'image en **évitant l'écueil d'un discours souvent ressenti comme moralisateur par les jeunes**. Certains de ceux rencontrés lors des entretiens de groupe insistent sur l'efficacité qu'il y aurait à **impliquer des jeunes étudiants (d'école de communication par exemple), dans l'élaboration des outils de communication**. D'autres mentionnent la nécessité de mieux valoriser le rôle du capitaine de soirée.

Les jeunes recevraient également favorablement **l'intervention de professionnels de la prévention en marge des soirées** : conférences débat, diffusions de vidéos, et surtout formations. Les étudiants interrogés relèvent par exemple l'efficacité des mises en situation, permettant de se rendre compte de l'impact sur la conduite d'une alcoolisation trop importante.

Plus généralement, l'enjeu de la communication est de **normaliser la mise en œuvre des pratiques de prévention au cours des soirées**. Une des modalités possibles de cette normalisation serait d'intensifier la communication sur la prévention : une piste possible pourrait être **l'utilisation des réseaux sociaux**, par ailleurs fortement sollicités par les jeunes organisateurs pour communiquer sur les soirées.

- **axe 3 : la sensibilisation des lieux d'accueil**

Plus de la moitié des soirées sont organisées dans des bars ou des discothèques. Le choix de ce lieu est fondé sur l'ambiance, la capacité d'accueil, la négociation possible autour des prix. Un levier d'action possible pourrait être **d'inciter les lieux repérés localement comme les plus mobilisés pour les soirées, à mettre en œuvre des pratiques de prévention** (navettes, gestion des clefs au vestiaire, opérations capitaine de soirées, ...). Il s'agirait ensuite **de valoriser l'action de ces lieux auprès des organisateurs**, pour qu'ils intègrent dans leur choix l'effort fait en faveur de la prévention. Cette valorisation irait de pair avec la communication proposée ci-dessus permettant de normaliser l'adoption de comportements de prévention.

