

## Liste des figures

Figure 1	Établissements d'enseignement supérieur par régions .....	10
Figure 2	Type d'établissement.....	16
Figure 3	Filière de la personne interrogée .....	18
Figure 4	Le nombre d'étudiants concernés par les actions de l'association .....	19
Figure 5	Activité de l'association.....	20
Figure 6	Renouvellement du bureau et durée des mandats au sein du bureau .....	21
Figure 7	Mode de transmission des activités de l'association .....	22
Figure 8	Caractéristiques de la personne interrogée .....	23
Figure 9	Types de soirées organisées par les associations .....	25
Figure 10	Nombre de soirées organisées par an.....	26
Figure 11	Nombre d'entrées par type de soirée.....	27
Figure 12	Périodes auxquelles les soirées sont organisées .....	28
Figure 13	Heures d'arrivées, de départ et durée des soirées .....	29
Figure 14	Mode de communication des informations sur les soirées .....	30
Figure 15	Lieu d'accueil des soirées .....	34
Figure 16	Fidélité au lieu .....	35
Figure 17	Fidélité au lieu en fonction du type de lieu .....	36
Figure 18	Les critères de choix du lieu de la soirée.....	37
Figure 19	Le moyen principal de transport des participants aux soirées , selon les organisateurs 41	
Figure 20	Mode de transport et région Ile de France.....	42
Figure 21	Prise en charge des vestiaires et du service d'ordre.....	43
Figure 22	Les boissons servies .....	46
Figure 23	Personnes chargées du service des boissons .....	48
Figure 24	Mises en place de formation pour les personnes servant de l'alcool.....	49
Figure 25	Les consommations gratuites incluses dans le prix d'entrée.....	52
Figure 26	Prix de vente des boissons .....	54
Figure 27	Existence d'open bars .....	55
Figure 28	Part des associations gérant les commandes d'alcool selon le type de soirées organisé 56	
Figure 29	Choix des quantités d'alcool.....	57
Figure 30	Quantité d'alcool prévue pour les soirées .....	58
Figure 31	Intérêt financier par rapport à la vente d'alcool .....	59
Figure 32	Existence de partenariats lors des soirées.....	60
Figure 33	Types de partenaires .....	60
Figure 34	Sollicitation par des marques d'alcool ou de distributeurs d'alcool.....	61
Figure 35	Produits proposés .....	62
Figure 36	Les actions de prévention dont les étudiants ont eu connaissance .....	65

Figure 37	Nombre d'actions connues.....	65
Figure 38	Mises en place d'actions.....	66
Figure 39	Les actions mises en place.....	67
Figure 40	Nombre d'actions mises en place.....	67
Figure 41	Les déterminants de l'adoption de pratiques de prévention.....	68
Figure 42	Les personnes effectuant la mise en œuvre des actions .....	69
Figure 43	L'utilité des actions.....	70
Figure 44	Raisons de non mise en place des actions .....	74
Figure 45	Difficultés de mise en place des actions .....	75
Figure 46	Opinions sur les acteurs de la prévention.....	79
Figure 47	Propositions pour que les actions de prévention soient mises en places .....	81
Figure 48	Connaissance des lois portant sur la consommation d'alcool .....	86
Figure 49	Respect de la loi .....	87
Figure 50	Les responsabilités en cas d'accident .....	90
Figure 51	Les autorisations pour l'organisation des soirées.....	96
Figure 52	Nombre de conventions et de contacts pour l'organisation d'une soirée .....	99
Figure 53	Conventions et contacts lors de l'organisation de soirées.....	100
Figure 54	Types de contacts pour l'organisation des soirées .....	100
Figure 55	Contenu des chartes et conventions.....	101
Figure 56	Respect des chartes et conventions .....	101