



Département Évaluation des Politiques Sociales

L'organisation des soirées étudiantes et la prévention des risques routiers

**Le comportement des organisateurs de soirées
étudiantes**

**Étude réalisée par le CRÉDOC pour
les associations Prévention Routière (APR)
et Assureurs Prévention (AP)**

Christine Olm
Pauline Jauneau
Johann Pons

Juin 2010

Sommaire

SOMMAIRE	2
INTRODUCTION	7
1/ OBJECTIFS DE L'ETUDE	7
2/ METHODOLOGIE	7
3/ REMARQUES SUR L'ENQUETE	9
3.1 <i>Chiffres clés</i>	9
3.2 <i>La représentativité, une quête impossible</i>	11
3.3 <i>Des associations difficiles à contacter</i>	11
PREAMBULE : CARACTERISTIQUES DES ASSOCIATIONS INTERROGEEES	16
1/ LES ETABLISSEMENTS	16
1.1 <i>Le type d'établissement</i>	16
1.2 <i>Les filières d'études</i>	17
2/ LES ASSOCIATIONS	19
2.1 <i>Le nombre d'étudiants concernés par les activités de l'association</i>	19
2.2 <i>Activités de l'association</i>	20
2.3 <i>Les modes de transmission au sein des associations</i>	20
3/ CARACTERISTIQUES DE LA PERSONNE INTERROGEE	23
PREMIERE PARTIE : CARACTERISTIQUES DES SOIREES ORGANISEES PAR LES ASSOCIATIONS INTERROGEEES	24
1/ LE NOMBRE ET LES CARACTERISTIQUES DES SOIREES ORGANISEES SONT TRES VARIABLES	25
2/ ORGANISATION DES SOIREES	28
2.1 <i>Périodes et durée des soirées</i>	28
2.2 <i>Les modes de communication sur les soirées sont diversifiés</i>	30
2.3 <i>Lieu d'organisation des soirées</i>	33
2.4 <i>Les moyens de transport : moins d'un organisateur sur cinq estime que les participants utilisent principalement des véhicules automobiles.</i>	41
2.5 <i>Prise en charge des vestiaires et du service d'ordre : des comportements diversifiés</i>	42
DEUXIEME PARTIE : VENTES D'ALCOOL ET COMPORTEMENTS	46
1/ LE SERVICE DES BOISSONS	46
1.1 <i>Pas de soirée sans alcool, mais certaines le sont sans alcool forts.</i>	46
1.2 <i>Le service de l'alcool est fréquemment pris en charge par des étudiants</i>	47
1.3 <i>Les étudiants servant des boissons ne sont en général pas formés</i>	49
1.4 <i>Le service au bar dans les Focus Groups confirme la diversité des pratiques</i>	50
2/ LE PRIX DES BOISSONS	51
3/ LES QUANTITES D'ALCOOL	56
3.1 <i>La moitié des associations gèrent elles-mêmes les commandes d'alcool</i>	56
3.2 <i>Des quantités parfois importantes</i>	57

4/	LES PARTENARIATS ET L'INTERET DES VENTES D'ALCOOL	59
4.1	<i>Un tiers des organisateurs ont des intérêts financiers sur les ventes d'alcool.</i>	59
4.2	<i>Des partenariats fréquents, mais peu avec des marques d'alcool</i>	60
4.3	<i>Mais un quart des associations sont parfois sollicitées par des marques ou distributeurs d'alcool</i>	61
4.4	<i>Les soirées étudiantes : business ou pari risqué ?</i>	62
	TROISIEME PARTIE : LES ACTIONS DE PREVENTION	64
1/	LES PRATIQUES DE PREVENTIONS CONNUES ET CELLES MISES EN PLACE	64
1.1	<i>Les actions constitutives de l'opération « capitaine de soirée » sont bien repérées, mais l'opération elle-même est mal connue dans son ensemble</i>	64
1.2	<i>La mise en œuvre d'actions de prévention</i>	66
1.3	<i>La mise en œuvre des actions : le plus souvent par les étudiants eux-mêmes</i>	69
1.4	<i>L'efficacité des actions de prévention selon les organisateurs : d'abord limiter l'utilisation des véhicules individuels.</i>	69
2/	RAISONS DE NON MISE EN PLACE D'ACTIONS DE PREVENTION	74
2.1	<i>Des actions souvent perçues comme contraignantes</i>	74
2.2	<i>Des organisateurs partagés sur la difficulté de mettre en place des actions de prévention</i>	75
2.3	<i>Remarques à partir des Focus Groups</i>	76
3/	OPINIONS SUR LA PREVENTION ET PROPOSITIONS D'ACTIONS DE PREVENTION	79
3.1	<i>Les personnes les mieux placées pour la mise en œuvre : des acteurs spécialisés ou les organisateurs eux-mêmes</i>	79
3.2	<i>Souhaits des étudiants</i>	80
3.3	<i>Le message de prévention</i>	81
	QUATRIEME PARTIE : LES CONTRAINTES, LEVIERS ET INCITATIONS	86
1/	LE CADRE LEGALE ET L'ADOPTION DE COMPORTEMENTS DE PREVENTION	86
1.1	<i>une connaissance en général approximative</i>	86
1.2	<i>Selon les entretiens de groupe, la méconnaissance du cadre légale est plus importante que ne le montre l'enquête quantitative</i>	88
2/	LA RESPONSABILITE	90
2.1	<i>En cas d'accident de la route, une responsabilité partagée entre les jeunes accidentés et les organisateurs</i>	90
2.2	<i>Les entretiens de groupe relativisent la perception d'une responsabilité de l'organisation</i>	91
3/	LES LEVIERS INSTITUTIONNELS POUR LA MISE EN ŒUVRE DE COMPORTEMENTS DE PREVENTION :	
	AUTORISATIONS, CHARTES ET CONVENTIONS	96
3.1	<i>Les autorisations de la direction de l'établissement</i>	96
3.2	<i>Les signatures de chartes, de conventions et les contacts</i>	99
3.3	<i>Les autres leviers repérés dans les entretiens de groupe</i>	102

CINQUIEME PARTIE : REACTIONS AU KIT DE L'OPERATION « SAM, CAPITAINE DE SOIREE »	106
1/ A PROPOS DU MAILING DES ASSOCIATIONS PREVENTION ROUTIERE ET ASSUREURS PREVENTION :	106
2/ COMMENT ET AUPRES DE QUI PROCURER LE KIT	106
3/ COMMENT SE L'APPROPRIER	107
3.1 <i>Une préférence claire pour des échanges avec un formateur</i>	107
3.2 <i>Une appropriation aisée</i>	108
3.3 <i>Objets indispensables/secondaires</i>	108
3.4 <i>Qu'est-ce qui est facile à mettre en œuvre, efficace</i>	112
3.5 <i>Suggestions</i>	112
CONCLUSION	114
LES DIVERSITES DES PRATIQUES D'ORGANISATION	114
LA PLACE DE L'ALCOOL DANS LES SOIREEES :	115
L'ADOPTION DE PRATIQUES DE PREVENTION	116
LISTE DES FIGURES	122
ANNEXE 1 LISTES DES PERSONNES INTERROGEEES POUR LES ENTRETIENS EXPLORATOIRES	124
ANNEXE 2 - COMPOSITION DES FOCUS GROUPS	125
ANNEXE 3 – GUIDE D'ENTRETIEN DE LA PHASE EXPLORATOIRE	126
ANNEXE 4 – TRAME POUR LES ENTRETIENS DE GROUPE	128
ANNEXE 5 – QUESTIONNAIRE DE L'ENQUETE QUANTITATIVE	134
ANNEXE 6 – SYNTHESE DE LA PHASE QUALITATIVE EXPLORATOIRE	148
1/ L'ORGANISATION DES ASSOCIATIONS AUTOUR DES SOIREEES	148
1.1 <i>Essai de typologisation : Professionnels ou amateurs ?</i>	148
1.2 <i>Points communs : la recherche du confort dans l'organisation amène souvent à déléguer</i>	151
2/ LA COMMUNICATION AUTOUR DES SOIREEES	154
2.1 <i>Une communication plus ou moins intense selon les types de soirées mais qui privilégie toujours les réseaux sociaux</i>	154
2.2 <i>Incitations à la consommation Vs incitations à la prudence : la prévention, grande absente de la promotion des soirées</i>	155
LA NUIT BLANCHE DES STAPS PARIS	157
3/ LES LIEUX DANS LESQUELS SONT ORGANISEES CES SOIREEES, LE PUBLIC CIBLE	158
3.1 <i>Le type de lieux varie en fonction du public ciblé</i>	158
3.2 <i>Les critères de choix du lieu</i>	158
3.3 <i>La prévention n'intervient pas dans le choix du lieu mais la taille de la soirée semble jouer dans l'intégration ou non de pratiques de prévention</i>	159
4/ LES PRATIQUES DE PREVENTION	159
4.1 <i>Deux cas de figure : la délégation à un tiers ou la mise en œuvre par les étudiants</i>	159
4.2 <i>Les pratiques et leur sens</i>	162

5/	LES FREINS A L'EFFICACITE OU A LA MISE EN PLACE DES PRATIQUES DE PREVENTION	164
5.1	<i>L'association se préoccupe avant tout de négocier de bons prix</i>	164
5.2	<i>La soirée des étudiants commence avant</i>	165
5.3	<i>L'alcool au centre des soirées</i>	166
5.4	<i>La faible présence des autorités</i>	166
6/	LES LEVIERS INSTITUTIONNELS POUR LA MISE EN ŒUVRE DE COMPORTEMENTS DE PREVENTION :	
	REGLEMENTATION, CHARTES, SPONSORS	168
6.1	<i>La législation : un garde fou en pointillé</i>	168
6.2	<i>Les chartes : l'affichage officiel des bonnes volontés</i>	168
6.3	<i>Des sponsors peu regardants</i>	169
7/	DES ORGANISATEURS DE SOIREES PRETS A ENTENDRE LES MESSAGES VOIRE A S'INVESTIR A CONDITION D'ETRE PLUS INFORMES ET MIEUX ACCOMPAGNES	170
7.1	<i>Un sentiment partagé de la pertinence de la prise en compte des risques liés à la surconsommation d'alcool</i>	170
7.2	<i>Le sentiment d'inaptitude appelle à une demande d'intervention extérieure</i>	171
7.3	<i>Le manque de connaissance explique souvent l'absence de prévention</i>	172

Introduction

1/ Objectifs de l'étude

Confrontée au constat d'une forte vulnérabilité des jeunes face aux accidents de la route, notamment le week-end et pendant la nuit, l'association Prévention Routière et Assureurs Prévention ont mis en place une campagne nationale de promotion du conducteur désigné. Depuis 1999, date de son instauration, cette campagne a connu un succès important auprès des jeunes. Cependant, l'association Prévention Routière fait le constat d'une faible mise en place d'actions de prévention lors des soirées, et du développement de procédés pouvant freiner l'efficacité des actions telles que le conducteur désigné. Ont par exemple été repérés, le faible coût, voire la gratuité des boissons alcoolisées pour promouvoir les soirées, le non respect de la réglementation sur la vente d'alcool, de la réglementation en matière de publicité sur l'alcool, le sponsoring par des marques d'alcool, l'absence de dispositif de prévention, ...

Dans ce contexte, l'association Prévention Routière souhaitait réaliser une étude permettant de repérer et quantifier les pratiques des organisateurs de soirées festives. Cette étude doit permettre d'aboutir à la mise en place de nouvelles actions pour renforcer la lutte contre l'alcoolisation des jeunes conducteurs, ainsi qu'à une éventuelle interpellation des organisateurs, des pouvoirs publics et des acteurs commerciaux. Plus précisément, l'étude avait pour objectifs :

- d'analyser les pratiques d'organisation des soirées étudiantes
- de repérer les pratiques de prévention mises en place : leurs motivations, les freins à l'adoption de ces pratiques ;
- d'analyser les leviers permettant d'améliorer la mise en place de comportements de prévention lors des soirées étudiantes.

2/ Méthodologie

L'enquête s'est déroulée en trois phases.

★ Phase 1 : phase qualitative exploratoire

L'objectif de cette phase était de recueillir les premiers éléments de connaissance portant sur l'organisation des soirées étudiantes. Elle a notamment servi à préparer la construction du questionnaire de la phase 2.

Elle a consisté en l'interrogation par téléphone, de 10 membres d'une association d'étudiants, en charge de l'organisation des soirées festives. Le guide d'entretien, d'une durée de 45 minutes, détaillait les pratiques d'organisation des soirées, la place de l'alcool au cours de ces soirées, les

motifs (financiers, incitations externes, réussites de la soirée, ...) expliquant les ventes d'alcool, la connaissance et le positionnement par rapport aux pratiques de prévention.

*** Phase 2 : enquête quantitative auprès de 267 associations étudiantes**

L'enquête par questionnaire avait pour objectifs d'apporter des éléments chiffrés sur :

- les pratiques d'organisation des soirées étudiantes, les ventes d'alcools réalisées lors de ces soirées ;
- le positionnement des jeunes organisateurs envers les pratiques de prévention existantes.

Au sein de chaque association, la personne interrogée par téléphone était en charge de l'organisation des soirées.

Le questionnaire, d'une durée moyenne de 21 minutes, abordait tous les thèmes relatifs à l'organisation de soirées étudiantes et la prévention.

*** Phase 3 : organisation de 3 focus groups avec des associations étudiantes**

L'objectif de ces entretiens de groupe était d'analyser les pratiques d'organisation des soirées, les motivations à ces pratiques, le positionnement par rapport aux risques liés à l'alcool et aux mesures de préventions possibles.

3 focus groups ont été menés, à Lille, Paris et Marseille, réunissant entre 4 et 6 jeunes chacun.

Les thèmes abordés dans ces groupes reprenaient les thèmes de l'enquête quantitative. Certains thèmes ont par ailleurs été approfondis, comme par exemple :

- le positionnement des jeunes organisateurs par rapport aux pratiques d'alcoolisation pendant les soirées : dangerosité perçue ou normalisation des comportements, sentiment ou non de responsabilité au regard des risques encourus par les participants aux soirées,....
- les facteurs expliquant la mise en œuvre de pratiques de prévention : les contraintes et leur efficacité, l'autorégulation de la part des organisateurs et les motivations à cette autorégulation ;
- la perception des pratiques de prévention existante, de leurs possibilités de mise en œuvre, de leur efficacité perçue.

Enfin une partie a été réservée à la critique du Kit de l'opération « Sam, capitaine de soirée »

3/ **Remarques sur l'enquête**

3.1 Chiffres clés

Il n'existe pas de données sur le nombre d'associations étudiantes. Les seules chiffres disponibles portent sur le nombre d'étudiants, et sur celui d'établissements d'enseignement supérieur ;

Les estimations données par le Ministère de l'Enseignement Supérieur et de la Recherche portaient à environ 2,231 millions le nombre d'étudiants en 2009-2010 dont :

- **1,252 million** à l'université : 706 000 en licence, 477 000 en master et 69 000 en doctorat
- **119 300** en I.U.T.
- **82 000** en C.P.G.E.
- **244 000** en S.T.S. et autres formations (DSCG, DCG, DNTS, DSAA)
- **88 700** en écoles d'ingénieurs (hors universités)
- **445 000** en IUFM, écoles de commerce, d'art, d'architecture, de notariat, facultés privées, écoles paramédicales et sociales et autres écoles.

Source : MESR-DGESIP-DGRI-SIES, dossier de presse de la rentrée universitaire 2009
(http://media.enseignementsup-recherche.gouv.fr/file/Rentree_2009-2010/03/6/dossierentreeOK09_119036.pdf)

Les étudiants se répartissent dans 4 686 établissements publics ou privés :

Figure 1 Établissements d'enseignement supérieur par régions

	Un lycée	Une université (dont IUFM)	Un iut	Une école spécialisée	Une grande école d'ingénieur ou de commerce	Total
Ile-de-France	442	19	18	334	96	909
Champagne- Ardenne	61	2	2	17	14	96
Picardie	72	2	3	31	8	116
Haute- Normandie	78	3	3	25	7	116
centre	89	3	6	29	8	135
Basse- Normandie	63	2	3	32	7	107
Bourgogne	68	2	3	33	10	116
Nord-Pas-de- Calais	148	7	8	99	23	285
Lorraine	97	4	8	45	18	172
Alsace	70	3	5	39	10	127
Franche-Comté	57	2	2	17	7	85
Pays de Loire	169	4	6	75	32	286
Bretagne	150	5	8	84	26	273
Poitou- Charentes	75	3	3	22	10	113
Aquitaine	110	6	6	58	32	212
Midi-Pyrénées	119	5	5	74	25	228
Limousin	34	2	1	19	6	62
Rhône-Alpes	264	10	11	165	39	489
Auvergne	57	3	2	30	8	100
Languedoc- Roussillon	117	6	4	63	15	205
Provence-Alpes- Côte	173	8	5	101	31	318
Corse	8	2	1	3	2	16
DOM	83	6	2	26	3	120
TOTAL	2 604	109	115	1 421	437	4 686

Source : Repères et références statistiques sur les enseignements, la formation et la recherche (RERS 2009)

3.2 La représentativité, une quête impossible

Pour cette enquête, la recherche d'une représentativité s'est avérée difficile, à la fois pour des raisons d'ordre pratique (difficulté d'atteindre les personnes à interroger) mais aussi pour des raisons d'ordre méthodologique. En effet, les soirées étudiantes sont un objet quantitativement méconnu. Les seules données disponibles concernent la population étudiante par région et type d'établissement ainsi que le nombre d'établissements par grandes catégories (université, grandes écoles, etc.). Ces données du Ministère de l'enseignement supérieur, même imparfaites, car regroupant par exemple les facultés en pôles universitaires, permettent de vérifier que l'enquête a atteint ses objectifs de représentativité de la diversité des types d'établissement.

En revanche elles ne permettent pas de constituer une assise statistique s'appuyant sur la fréquence des soirées et le nombre d'étudiants concernés. A titre d'exemple, une école de management de 3 000 élèves peut organiser une soirée par semaine rassemblant en moyenne 1 200 personnes quand une université de 15 000 étudiants est animée une fois tous les deux mois par une soirée de 800 convives. De plus un établissement peut accueillir plusieurs associations, chacune organisant ses propres soirées, quand une classe de BTS d'un lycée ou de master n'aura pas besoin d'une association pour organiser ses soirées. A ce stade des connaissances, on aboutit donc à une impasse lorsqu'il s'agit de s'appuyer sur le nombre de soirées organisées et le nombre d'étudiants concernés par établissement et/ou région pour vérifier la représentativité d'un panel d'enquêtés. Même constat lorsqu'il s'agit de prendre pour base le nombre de BDE ou d'associations par type d'établissement et/ou par académie.

Le recrutement des groupes pour la phase qualitative a suscité des difficultés similaires. L'objectif de diversité des profils n'a donc été que partiellement atteint. Sur l'ensemble des participants, la répartition par genre, type d'établissement, profil de BDE, expérience des organisateurs peut être jugée satisfaisante. En revanche un biais important qu'il convient de prendre en compte dans l'analyse concerne les attitudes à l'égard de la prévention, les participants aux trois groupes ont tous, à des degrés variables certes, un à priori positif sur le sujet, nous n'avons pas réussi à mobiliser d'organisateur véritablement étrangers ou hostiles.

3.3 Des associations difficiles à contacter

En l'absence de répertoire exhaustif et tenu à jour, la prise de contact avec les responsables des soirées organisées dans un cadre étudiant fut la difficulté majeure rencontrée pendant l'enquête. L'association prévention routière avait pourtant communiqué au CRÉDOC un répertoire de la l'Étudiant contenant plus de 4 000 coordonnées d'associations étudiantes. Ce répertoire a été complété par 400 coordonnées communiquées par la Animafac Or il s'est avéré que ce fichier contenait un nombre important de coordonnées obsolètes, de doublons et de numéros inexacts. De sorte que la prise de contact avec les bonnes personnes (organisateur de soirées étudiantes en

activité) a nécessité le travail à temps plein de plusieurs personnes. Pour atteindre un président de BDE (qui éventuellement renverra vers un responsable « soirées »), il est parfois nécessaire de multiplier les appels dans différents services d'une administration universitaire. Ces services ne sont d'ailleurs pas toujours au courant de l'existence d'une association organisatrice de soirée, ou n'en connaissent pas nécessairement les responsables ou bien encore, et c'est le cas le plus fréquent, ils ne peuvent donner que le nom et l'adresse électronique de la personne. L'envoi de mails a donc souvent été l'unique moyen de récupérer les coordonnées des personnes à interroger, avec un taux de retour peu satisfaisant. Enfin ces associations étant fréquemment renouvelées, les noms des BDE fournis sur le fichier ne sont parfois plus utilisés, les adresses mails obsolètes et les responsables dont les coordonnées peuvent figurer ne sont plus en lien avec l'actuel BDE.

Les deux phases qualitatives ont été l'occasion de tester différentes méthodes d'approche. La manière la plus efficace d'obtenir les bons contacts consiste à combiner trois axes certes complémentaires mais classés ici du moins au plus efficace :

a) une recherche par établissement

A partir d'une requête sur un moteur de recherche (ex : écoles d'ingénieurs Marseille) il s'agit d'explorer les sites Internet des établissements, dans la partie vie étudiantes ou vie associative, le nom et la nature des associations est généralement précisé un certain nombre de contacts sont parfois disponibles. Une recherche supplémentaire à partir du nom de l'association débouchera éventuellement sur l'obtention de contacts.

b) une recherche par soirée

A partir d'une requête sur un moteur de recherche (ex : soirées étudiantes/gala Marseille), il s'agit d'explorer les différentes pages proposées, majoritairement en provenance de réseaux sociaux. Fréquemment les pages Facebook décrivant les soirées ou les affiches de soirées postées sur les sites spécialisés (ex : Lille la nuit.com) contiennent des noms de BDE, voire des noms et numéros de téléphone des personnes à contacter pour les prévenir ou autre information.

c) une activation des réseaux étudiants locaux voire nationaux

Une fois quelques contacts obtenus localement, il s'agit de demander aux étudiants organisateurs de soirée de transmettre les contacts d'autres BDE. Les soirées organisées entre plusieurs établissements sont fréquentes, notamment lorsqu'il s'agit d'écoles « à mixité réduite », type école d'électromécanique ou écoles d'infirmières. Il est donc plus rapide de multiplier les contacts par ce biais. A noter d'ailleurs que des associations regroupant plusieurs BDE existent dans les grandes villes étudiantes, y obtenir un contact, revient à potentiellement toucher une vingtaine de BDE.

A l'échelle nationale des réseaux existent. Les corporations des facultés (médecine, droit etc.) sont nationalement en lien les unes avec les autres, l'enseignement supérieur catholique fonctionne également en réseau. Les écoles de commerce, d'ingénieur, instituts d'études politiques, écoles de Kiné ou d'infirmières etc., organisent régulièrement des rencontres interécoles. En utilisant ces réseaux étudiants, les chances de multiplier les contacts sont optimisées.

Il va sans dire que ces méthodes, efficaces, n'en sont pas moins extrêmement coûteuses en temps et en énergie. Il était nécessaire, rappelons-le, d'entrer en contact direct avec les bonnes personnes, en revanche, la stratégie d'approche la plus simple pourrait se limiter à créer un compte Facebook et à chercher à se faire accepter comme « ami » par les BDE qui utilisent ce mode de communication (quasiment tous).

Préambule : Caractéristiques des associations interrogées

Ce préambule a pour objectif de cadrer les résultats de l'enquête quantitative, en décrivant les associations interrogées, les établissements dans lesquels elles interviennent, les responsables qui ont répondu à l'enquête.

1/ Les établissements

1.1 *Le type d'établissement*

La répartition des établissements d'appartenance des associations interrogées paraît cohérente par rapport à celle observée pour l'ensemble des établissements et surtout, par rapport au nombre d'étudiants pour ces différents types d'établissements. Ainsi :

- les associations lycéennes sont peu nombreuses dans notre échantillon (6%). Il est possible que les modalités d'enquête les aient sous représentées. Ce faible nombre peut également s'expliquer par les spécificités des formations lycéennes (BTS, classes préparatoires) d'une part, par un nombre d'étudiants par lycée relativement limité d'autre part : 15% des étudiants du supérieur seulement sont en classes préparatoires des grandes écoles ou en BTS.
- Les universités représentent 2% des établissements supérieurs et regroupent 56% des étudiants. Le constat que 39% des associations interrogées sont des associations universitaires est cohérent avec ces chiffres.
- Les IUT représentent 5% des étudiants et 2% des établissements. 9% des associations interrogées interviennent dans des IUT
- Les écoles spécialisées recrutant après le baccalauréat (école d'infirmières, de professions paramédicales, de secrétariat, ...), et les écoles d'ingénieurs et de commerce représentent ensemble 40% des établissements du supérieur, pour 24% des étudiants. Elles correspondent à 45% des associations interrogées. Elles sont peut-être légèrement surreprésentées ans l'échantillon interrogé.

Figure 2 Type d'établissement

Q1 - L'établissement dans lequel vous étudiez est :	Effectifs	%
Un lycée	15	6%
Une université (dont IUFM)	103	39%
Un IUT	25	9%
Une école spécialisée recrutant après le baccalauréat	44	16%
Une grande école d'ingénieur ou de commerce, une autre école recrutant à bac +2	78	29%
Autres divers	2	1%
Total	267	100%

Source : CREDOC /APR/AP - 2010

Le type d'établissement interrogé dépend de la région, ce qui est là également, cohérent avec les chiffres nationaux. En particulier, les grandes écoles sont surreprésentées en région parisienne : 20% des associations interrogées sont franciliennes. C'est le cas de 31% de celles appartenant à une grande école, de 30% des écoles spécialisées recrutant après le baccalauréat et de 12% seulement, des associations universitaires.

En cohérence avec la prépondérance des universités et des grandes écoles dans notre échantillon, les diplômes préparés par les étudiants concernés par les activités de l'association, sont principalement de niveau bac +5 : 74% des associations interviennent auprès d'étudiants préparant un diplôme de ce niveau, 15% auprès d'étudiants préparant un niveau bac+4, 28% un niveau bac +3, 30% un niveau bac+2 et 10% un niveau bac +1¹.

1.2 Les filières d'études

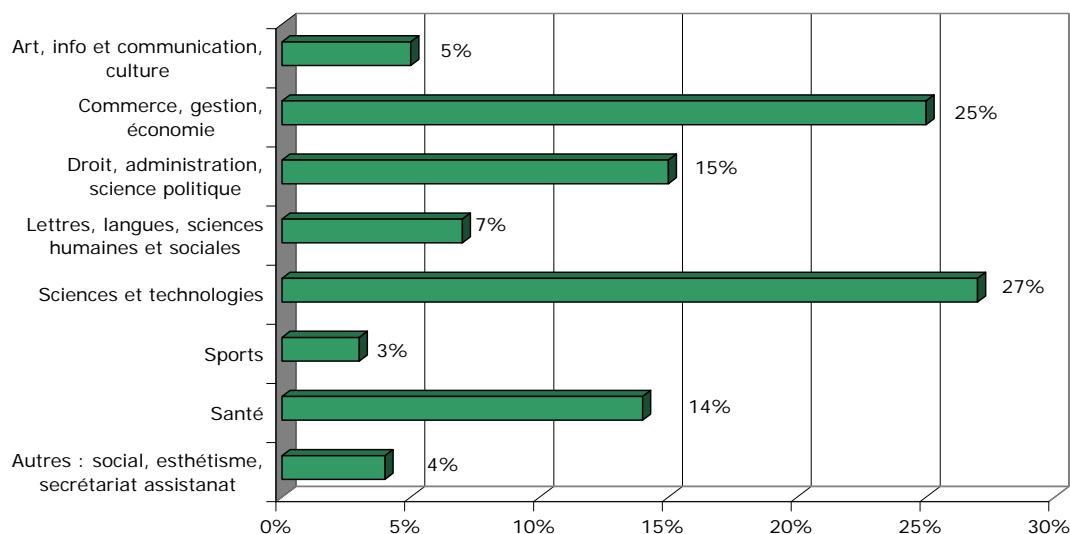
Une des hypothèses de l'étude était que les comportements pouvaient être différenciés selon les filières concernées : les différences de sexe au sein des différentes filières par exemple, ou encore la plus ou moins grande prégnance des traditions, peuvent engendrer des attitudes diversifiées par rapport aux soirées et aux comportements de prévention.

Les organisateurs ont été interrogés sur leur filière d'étude, puis sur celles dans lesquelles étudient les personnes pouvant être concernées par les activités de l'association.

Parmi les étudiants interrogés, toutes les filières sont représentées mais deux d'entre elles sont prépondérantes. La filière des Sciences et Technologies (27%) et celle du commerce, gestion, économie (25%) représentent à elles deux plus de la moitié de l'échantillon.

¹ Le total de la répartition des associations selon le niveau de diplôme préparé dans l'établissement dans lesquels elles interviennent est supérieur à 100%, une même association pouvant intervenir auprès de plusieurs cursus.

Figure 3 Filière de la personne interrogée



Source : CREDOC /APR/AP - 2010

Cette diversité des filières, et la faiblesse des effectifs interrogés pour chacune, n'a pas permis de présenter des résultats pour chacune d'elles. Les filières sont également très liées au type d'établissement : par exemple, 40% des étudiants interrogés dans une filière commerce, économie et gestion sont en grande école, de même que 63% de ceux dans une filière sciences et technologies. Ce n'est le cas que de 29% de l'ensemble des répondants. Les filières littéraires et sciences humaines correspondent principalement à des filières universitaires, les études de santé et paramédicales se préparent dans des écoles spécialisées. Il n'est finalement pas possible d'étudier l'impact des filières, ce dernier pouvant s'expliquer principalement par le type d'établissement. C'est cette dernière entrée qui sera utilisée par la suite.

Dans plus d'un tiers des cas, les activités de l'association concernent plusieurs filières. C'est en particulier le cas des associations universitaires (43% interviennent dans plusieurs filières) et des associations de grandes écoles d'ingénieurs et de commerces (47%).

2/ Les associations

2.1 Le nombre d'étudiants concernés par les activités de l'association

Le nombre d'étudiants concernés² par les actions de l'association est très diversifié : 12% des associations touchent moins de 100 étudiants, mais près de la moitié, 41%, en touchent plus de 500. En particulier, le quart des répondants déclarent que les activités de l'association peuvent toucher plus de 1000 jeunes.

Le nombre d'étudiants concernés dépend du nombre de filières dont elle s'occupe. Pour une seule filière, 72% des associations concernent moins de 500 étudiants. Au contraire, quand plusieurs filières sont concernées 63% des associations touchent 500 étudiants ou plus.

Figure 4 Le nombre d'étudiants concernés par les actions de l'association

Q5 Combien d'étudiants environ sont concernés par l'action de votre association ?	Une seule filière concernée		Plusieurs filières concernées		Total	
	Effectifs	%	Effectifs	%	Effectifs	%
Moins de 100	6	6%	27	16%	33	12%
De 100 à moins de 300	16	17%	60	35%	76	28%
De 300 à moins de 500	14	15%	36	21%	50	19%
De 500 à moins de 1.000	24	25%	18	11%	42	16%
De 1.000 à moins de 5.000	21	22%	29	17%	50	19%
5.000 ou plus	15	16%	1	1%	16	6%
Total	96	100%	171	100%	267	100%

Source : CREDOC /APR/AP - 2010

Enfin, le nombre d'étudiants concernés dépend fortement du type d'établissement :

- dans 8 des 15 lycées interrogés, moins de 100 étudiants sont visés par les activités de l'association ;
- dans 21 des 25 IUT, moins de 300 étudiants sont concernés
- de même, dans 66% des écoles spécialisés, moins de 300 étudiants sont concernés et seules 16% d'entre elles déclarent qu'elles s'adressent à plus de 500 personnes ;
- les grandes écoles s'adressent à un nombre plus importants d'étudiants : 55% déclarent en toucher plus de 500 , 26% au moins 1000 ;

² Dans le questionnaire, « étudiants concernés » par les activités de l'association étaient définis comme les étudiants pouvant statutairement, être élus à l'association. Il s'agit donc de ceux visés en priorité par l'organisation des soirées.

- logiquement, ce sont les associations universitaires qui sont susceptibles de concerner le plus grand nombre de personnes : 49% en touchent plus de 500, mais surtout, 34% déclarent que leur activité peut en concerner au moins 1000.

2.2 Activités de l'association

Une hypothèse de l'enquête est que le comportement des organisateurs quant à la place de l'alcool dans la soirée peut être différent selon l'objectif de l'association : lorsque le but de l'association est d'organiser des soirées, l'alcool peut participer à la réussite festive de l'évènement. Lorsqu'organiser des soirées est un moyen d'assurer des entrées d'argent dans un autre but, les ventes d'alcool peuvent participer fortement à dégager des bénéficiaires.

En général, l'organisation des soirées n'est pas la seule activité de l'association (60%). Elle est même parfois uniquement un moyen, probablement financier, et ne fait pas partie des objectifs (27%).

Figure 5 **Activité de l'association**

Q9 Quelle est la phrase qui convient le mieux à votre association ?	Effectifs	%
Son activité est principalement d'organiser des soirées ou des évènements festifs	36	13%
Organiser des soirées est un objectif parmi d'autres	159	60%
L'organisation des soirées n'est qu'un moyen, ce n'est pas l'objectif de l'association	72	27%
Total	267	100%

Source : CREDOC /APR/AP - 2010

2.3 Les modes de transmission au sein des associations

Les associations étudiantes se caractérisent a priori par un renouvellement important : les étudiants restent peu de temps en situation de responsabilité dans l'association, parce que statutairement celle-ci est animée par des étudiants d'une année précise, ou bien parce que la durée des études ne permet pas une implication longue. Le renouvellement en entier du bureau ne permet pas non plus une transmission de l'information d'une année sur l'autre. Or la transmission revêt un enjeu important en termes de prévention et de diffusion de bonnes pratiques : un renouvellement important et fréquent signifie qu'une communication et une sensibilisation à l'adoption de comportements de prévention ne peuvent être ciblés sur les organisateurs, une année donnée, mais doivent s'inscrire dans la transmission des pratiques. Les entretiens qualitatifs exploratoires avaient permis de faire l'hypothèse de l'existence de deux types d'organisation :

- des associations fortement structurées, avec des modes de transmission d'une année sur l'autre prévus, formalisés. Dans ces associations, les organisateurs tendent à reproduire d'une année sur l'autre les choix et les pratiques des années précédentes. L'enjeu pour les associations Prévention Routière et Assureurs Prévention est de parvenir

à ce que les comportements de prévention soient suffisamment ancrés pour qu'ils fassent partie du capital transmis d'une génération d'étudiants à la suivante ;

- des associations relativement peu structurées, pour lesquelles la transmission est faible, voire inexistante. L'information et la sensibilisation à l'adoption de bonnes pratiques est alors à refaire chaque année, sauf à prévoir d'autres solutions : par exemple celles d'étudiants référents, ou relais, qui permettraient de faire le lien d'une année sur l'autre.

L'enquête quantitative confirme l'important turn-over au sein des associations étudiantes organisatrices de soirées, et montre que les deux comportements décrits ci-dessus existent à part égale : par exemple, un peu plus de la moitié des associations prévoient des relais. Un paragraphe suivant montrera qu'environ 60% des organisateurs reprennent des choix proches de ceux réalisés les années précédentes en termes de choix des lieux, choix des quantités d'alcool par exemple, alors que 40% ne s'inspirent pas des pratiques de leurs prédécesseurs.

Plus précisément, dans 90% des associations, les membres du bureau sont renouvelés tous en même temps. Dans les trois quarts des associations, ce renouvellement est annuel. Dans 3% des associations seulement, les membres du bureau peuvent rester plus de deux ans et dans 6%, la durée du mandat est très variable selon les membres. Les nouveaux venus ne disposent donc que de très peu de temps pour s'approprier l'expérience des années passées, sauf à ce que l'association ait mis en place des modalités de transmission efficaces.

Figure 6 Renouvellement du bureau et durée des mandats au sein du bureau

Est-ce que tous les membres du bureau sont renouvelés en même temps?	Effectifs	%
Oui	241	90%
Non	26	10%
Total	267	100%
Combien de temps environ les membres du bureau y restent-ils ?	Effectifs	%
1 an ou moins	194	73%
De 1 à 2 ans	14	18%
Plus de deux ans	8	3%
C'est très variable	17	6%
Total	267	100%

Source : CREDOC /APR/AP - 2010

Le plus souvent une transmission est prévue. Elle est cependant plus ou moins formalisée. Dans 54% des cas, une période de relais est mise en place entre l'ancien et le nouveau bureau et dans 40% il n'y a pas de relais, mais la transmission se fait oralement. 6% des associations ne prévoient aucune transmission.

Figure 7 Mode de transmission des activités de l'association

Q14 Lorsque de nouveaux membres arrivent comment se fait la transmission des activités de l'association :	Effectifs	%
Il y a une période de relais, pendant laquelle les anciens et les nouveaux travaillent ensemble	143	54%
Il n'y a pas de période de relais, mais une transmission orale, des explications	107	40%
Il y a peu de transmission prévue	17	6%
Total	267	100%

Source : CREDOC /APR/AP - 2010

Les modalités de transmission et de renouvellement des membres du bureau ne dépendent que peu du type d'établissement.

L'importance des modalités de transmission d'un bureau à l'autre pour l'adoption de comportement de prévention est confirmée par les entretiens de groupe.

Focus group Paris : la transmission

Les étudiants expliquent qu'ils sont passés à côté du Kit de prévention routière par manque de connaissance liée au déficit de transmission d'un bureau à l'autre :

« C. : Je pense que ça fonctionne comme ça dans tous les BDE, il y a un changement chaque année et il n'y a pas forcément de lien ou parfois même vous avez des changements de bureau tous les 2 ans, ou une association peut péricliter du jour au lendemain.

MM. : ça dépend des écoles aussi, celles qui durent 3 ans, 5 ans, les gens s'impliquent différemment. Sur 5 ans ils s'impliquent plus. Pour les facs, c'est beaucoup plus dur de toucher les gens, que dans les écoles.

C. : Dans les facs, on n'est pas soutenu par l'administration, et les staffs sont souvent tenus par des jeunes.

Q. : Moi c'est pire parce que on arrive en 1ere année et au bout de 2 mois, on nous demande de récupérer le bureau. Et j'ai rien eu en termes de pérennité de la part de l'ancien bureau. »

3/ Caractéristiques de la personne interrogée

Concernant les personnes ayant répondu, les trois-quarts préparent au moment de l'enquête, un diplôme de niveau Bac +2 à Bac +4. Peu d'entre eux préparent un diplôme Bac +1 : il est possible que les étudiants puissent n'être élus au bureau qu'après au moins un an passé au sein de l'établissement..

En accord, avec cette répartition par diplôme, 60% des étudiants interrogés ont entre 20 et 22 ans.

Enfin, 78% des étudiant(e)s interrogé(e)s gèrent l'organisation des soirées depuis moins d'un an.

Figure 8 Caractéristiques de la personne interrogée

	Effectifs	%
Niveau des diplômes préparés		
Bac	2	1%
Bac +1	34	13%
Bac +2	85	31%
Bac +3	69	26%
Bac +4	45	17%
Bac +5	21	8%
Bac +8	2	1%
Non renseigné	9	3%
Age de la personne interrogée		
Moins de 20 ans	36	13%
Entre 20 et 22 ans	159	60%
Entre 23 et 25 ans	55	21%
Plus de 25 ans	14	5%
Non renseigné	3	1%
Durée depuis laquelle la personne interrogée s'occupe de l'organisation de soirée au sein de l'association		
3 mois ou moins	40	15%
Entre 4 et 6 mois	44	16%
Entre 7 et 9 mois	62	23%
Entre 10 mois et un an	58	22%
Plus d'un an	59	22%
Non renseigné	4	1%
Total	267	100%

Source : CREDOC /APR/AP - 2010

Première partie : caractéristiques des soirées organisées par les associations interrogées

Cette première partie a pour objectif de décrire les soirées et leur organisation. Les entretiens qualitatifs exploratoires avaient permis de distinguer trois grands types de soirées, répondant à des stratégies différentes et mettant en œuvre des modalités d'organisation très distinctes : les soirées « privées » destinées aux étudiants membres de l'association ou réservées à ceux de l'établissement dans lequel intervient l'association ; les soirées « ordinaires », qui sont organisées régulièrement, ouvertes à l'externe : les objectifs en sont festifs, ou à vocation de dégager du bénéfice, mais elles ne visent pas un public trop nombreux ; enfin, les soirées de gala ou soirées de prestige sont de l'ordre de l'évènementiel : destinées à un large public, elles participent également à la construction de l'image de l'établissement scolaire. Les différences de comportement liées à ces trois types de soirée, ont conduit à les distinguer dans la suite de ce rapport.

1/ Le nombre et les caractéristiques des soirées organisées sont très variables

Près de 9 associations sur 10 organisent des soirées ordinaires. Les deux tiers organisent des galas et la moitié des soirées privées.

Un quart des associations n'organise qu'un seul type de soirée, le plus souvent ordinaire (18%). Quand elles en organisent plusieurs types, elles en font surtout de 2 types (49%). Il s'agit le plus souvent de galas et de soirées ordinaires (29%). 26% organisent tous les types de soirées.

Figure 9 Types de soirées organisées par les associations

	Effectifs	%
% d'associations organisant des soirées...		
Ordinaires : soirées qui ne sont pas de galas, mais qui ne sont pas privées	231	87%
De galas, de prestige, ou soirée «événement» organisées pour un grand nombre de personnes	173	65%
Privées limitées par exemple aux étudiants de votre filière, de votre école	133	50%
Nombre de soirées différentes organisées		
Effectifs		
%		
Une seule soirée	67	25%
<i>Soirée de galas uniquement</i>	8	3%
<i>Soirée ordinaire uniquement</i>	49	18%
<i>Soirée privée uniquement</i>	10	4%
Deux types de soirées	130	49%
<i>Soirée de galas et soirée ordinaire</i>	77	29%
<i>Soirée de galas et soirée privée</i>	18	7%
<i>Soirée ordinaire et soirée privée</i>	35	13%
Les trois types de soirées	70	26%
Total	267	100%

Source : CREDOC /APR/AP - 2010

Le nombre de soirées organisées chaque année par association est élevé : sur une année, en moyenne 9,4 soirées sont organisées par association. Quand les associations en organisent, les soirées ordinaires sont les plus fréquentes (6,9 soirées par an), suivies par les soirées privées (5,1 par an). Les soirées de galas sont peu organisées, moins de 2 soirées par an (1,7) sont prévues par les associations qui en organisent.

Figure 10 Nombre de soirées organisées par an

Q20 Combien en organisez-vous par an	Soirées de galas		Soirées ordinaires		Soirées privées		Tout type de soirées cumulé	
	Effectifs	%	Effectifs	%	Effectifs	%	Effectifs	%
Une ou deux soirées par an	140	81%	31	13%	53	40%	23	9%
Entre 3 et 6 soirées	32	18%	126	55%	50	38%	94	35%
Entre 7 et 12 soirées	1	1%	49	21%	21	16%	94	35%
Plus de 12 soirées	0	0%	24	10%	9	7%	56	21%
Total	173	100%	230	100%	133	100%	267	100%
Nbre moyen de soirées/an (si organise le type de soirée)	1,7		6,9		5,1		9,4	
Nbre moyen de soirées/an (toutes soirées)	1,1		5,9		2,5			

Source : CREDOC /APR/AP - 2010

La nature et le nombre de soirées organisées dépendent du type d'établissement :

- les associations universitaires organisent presque toutes, 96%, des soirées ordinaires. Seules le tiers, 36%, organisent des soirées privées;
- les grandes écoles se caractérisent notamment par une organisation fréquente de soirées privées : les deux tiers en proposent à leurs adhérents. Le nombre moyen de soirées par association est élevé, de 13 soirées par an.

L'organisation de soirées de gala ne dépend par contre pas du type d'établissement.

D'une manière un peu surprenante, alors que la forme de la question laissait entendre que les soirées de gala étaient destinées à un nombre important d'étudiants et que les soirées privées n'en concernaient que peu, le nombre d'entrées, quelle que soit la soirée, se situe le plus souvent entre 100 et 500. C'est le cas pour 48% des soirées de galas, 49% des soirées ordinaires et 44% des

soirées privées. Cependant, les soirées de galas sont plus souvent que les autres des « grosses » soirées avec plus de 1.000 personnes (16% pour les soirées de galas, 4% pour les soirées ordinaires et 2% pour les soirées privées).

Figure 11 Nombre d'entrées par type de soirée

Q21 Combien y-a-t-il d'entrées ?	Soirées de galas		Soirées ordinaires		Soirées privées	
	Effectifs	%	Effectifs	%	Effectifs	%
Moins de 50	2	1%	17	7%	20	15%
De 50 à moins de 100	21	12%	48	21%	39	29%
De 100 à moins de 500	84	48%	112	49%	58	44%
De 500 à moins de 1.000	38	22%	39	17%	14	11%
Plus de 1.000	27	16%	10	4%	2	2%
C'est très variable	1	1%	3	1%	0	0%
Ne sait pas	0	0%	2	1%	0	0%
Total	173	100%	231	100%	133	100%

Source : CREDOC /APR/AP - 2010

Finalement, 17% n'organisent jamais de soirées avec plus de 100 participants, 47% en organisent avec plus de 100, mais ne dépassent les 500 participants et 36% dépassent au moins pour une soirée, les 500 participants. C'est en particulier le cas des grandes écoles : 47% dépassent parfois les 500 participants, seules 12% ne dépassent jamais les 100.

2/ Organisation des soirées

Interroger les étudiants sur chaque type de soirée aurait été très répétitif pour la personne interrogée, et coûteux en temps de questionnaire. Dans cette partie, décrivant en détail l'organisation des soirées selon leur type, chaque étudiant interrogé répondait aléatoirement pour un seul type de soirée. Ainsi, 77 d'entre eux ont répondu pour les soirées de galas, 128 pour des soirées ordinaires et 62 pour des soirées privées. Les résultats sont présentés pour chacun de ces types de soirées et des comparaisons sont effectuées.

La colonne « Total » de chaque tableau est pondérée par la part de chaque soirée suivant les combinaisons des soirées (cf. Figure 9).

2.1 Périodes et durée des soirées

2.1.1 Il n'y a pas de période privilégiée pour l'organisation des soirées

L'enquête montre qu'il n'existe pas de moment de l'année auquel les soirées sont particulièrement nombreuses. Il est alors difficile de mettre en évidence des périodes où la communication sur la prévention se révélerait particulièrement efficace au regard du calendrier des soirées. Cette période va probablement dépendre plus du moment où le nouveau bureau prend ses fonctions, que de celui auquel a lieu les soirées. A noter que quatre associations sur dix organisent des soirées toute l'année.

A l'exclusion de celles qui ont lieu toute l'année, les soirées de galas se déroulent le plus souvent en mars-avril (43%). Au contraire, les soirées privées ont moins souvent lieu à cette période (18%). Concernant les soirées ordinaires, il n'y a pas de période précise à laquelle elles ont lieu, elles se déroulent sur l'ensemble de l'année.

Figure 12 Périodes auxquelles les soirées sont organisées

Q23 A quelle période ont-elles lieu ?	Soirées de galas		Soirées ordinaires		Soirées privées		Total	
	Effectifs	%	Effectifs	%	Effectifs	%	Effectifs	%
Septembre – octobre	16	21%	35	27%	21	34%	67	25%
Novembre – décembre	18	23%	30	23%	14	23%	60	23%
Janvier – février	11	14%	28	22%	14	23%	48	18%
Mars – avril	33	43%	34	27%	11	18%	77	29%
Mai – juin	17	22%	18	14%	15	24%	47	18%
Toute l'année	2	3%	77	60%	28	45%	108	40%
Total	77		128		62		267	

Source : CREDOC /APR/AP - 2010

Les données en gras-souligné ou gras-italique indiquent une différence statistiquement significative entre chaque type de soirées et l'ensemble des soirées. Les gras-soulignés indiquent une surreprésentation de l'échantillon par rapport à l'ensemble, tandis que les gras-italique indiquent une sous-représentation.

2.1.2 La moitié des soirées se terminent après 4 h du matin

Les horaires des soirées sont variables. 38% des soirées commencent avant 21h et 42% entre 21h et 23h. **A noter que la moitié se termine après 4h du matin.**

Les horaires dépendent beaucoup du type de soirées organisé:

- les soirées privées commencent en général tôt : plus de la moitié, 52%, débutent avant 21h. leurs horaires de fin ne se différencient pas de celui de l'ensemble des soirées ;
- les soirées ordinaires commencent relativement souvent après 23h (27%), ce qui laisse supposer que des pré-soirées sont prévues avant. Elles se terminent un peu plus tôt que les autres ;
- les soirées de gala sont les plus longues, notamment par qu'elles sont nombreuses, 68%, à se terminer après 4 heures du matin..

Figure 13 Heures d'arrivées, de départ et durée des soirées

	Soirées de galas		Soirées ordinaires		Soirées privées		Total	
	Effectifs	%	Effectifs	%	Effectifs	%	Effectifs	%
Heures d'arrivée								
Avant 21:00	36	47%	33	26%	<u>32</u>	<u>52%</u>	101	38%
Après 21:00 et avant 23:00	29	38%	61	48%	21	34%	111	42%
A partir de 23:00	12	16%	<u>34</u>	<u>27%</u>	9	15%	55	21%
Heures de départ								
Avant minuit	3	4%	5	4%	6	10%	14	5%
Après minuit et avant 2h	6	8%	24	19%	12	19%	42	16%
Après 2h et avant 4h	16	21%	<u>44</u>	<u>34%</u>	15	24%	75	28%
4h ou plus tard	<u>52</u>	<u>68%</u>	55	43%	29	47%	136	51%
Durée de la soirée								
Moins de 5h	7	9%	<u>41</u>	<u>32%</u>	16	26%	64	24%
Entre 5h et 8h	55	71%	79	62%	37	60%	171	64%
Plus de 8h	<u>15</u>	<u>19%</u>	8	6%	9	15%	32	12%
Total	77	100%	128	100%	62	100%	267	100%

Source : CREDOC /APR/AP - 2010

Les données en gras-souligné ou gras-italique indiquent une différence statistiquement significative entre chaque type de soirées et l'ensemble des soirées. Les gras-soulignés indiquent une surreprésentation de l'échantillon par rapport à l'ensemble, tandis que les gras-italique indiquent une sous- représentation.

2.2 Les modes de communication sur les soirées sont diversifiés

Les entretiens qualitatifs exploratoires avaient montré l'importance des réseaux sociaux dans la communication sur les soirées : avant, pour inviter les étudiants, mais aussi après, les photos prises pendant la fête pouvant être diffusées par ces canaux.

L'enquête quantitative montre que le plus souvent, les différents réseaux de communication sont utilisés conjointement. Les réseaux sociaux sont fortement mobilisés, sans être les supports les plus fréquents. Plus précisément,

- 94% des associations utilisent un format de communication « papier » : l'affichage est utilisé par 92% des associations, suivi par la publication dans les journaux (10%) et les flyers (5%).
- 92% utilisent Internet : **78% des organisateurs utilisent les réseaux sociaux**, 58% les mails et 32% les publications sur internet.
- Enfin le « bouche à oreilles » est un mode de transmission non négligeable puisque 82% des associations l'utilisent.

Les modes de communication diffèrent très peu selon le type de soirée organisé.

Figure 14 Mode de communication des informations sur les soirées

Q26 Comment communiquez-vous sur ces soirées ?	Soirées de galas		Soirées ordinaires		Soirées privées		Total	
	Effectifs	%	Effectifs	%	Effectifs	%	Effectifs	%
Papier	75	97%	118	92%	54	87%	251	94%
<i>Par affichages</i>	74	96%	118	92%	54	87%	251	94%
<i>Par publication dans des journaux</i>	11	14%	12	9%	2	3%	27	10%
<i>Par flyers</i>	4	5%	8	6%	3	5%	15	5%
Internet	72	94%	116	91%	52	84%	246	92%
<i>Par les réseaux sociaux, comme Facebook</i>	63	82%	101	79%	45	73%	216	81%
<i>Par envoi de mails à une mailing list</i>	45	58%	74	58%	36	58%	157	59%
<i>Par publication sur des sites internet</i>	30	39%	40	31%	16	26%	96	36%
Par bouche à oreille, les annonces en amphi	59	77%	106	83%	55	89%	219	82%
Par SMS	16	21%	27	21%	10	16%	56	21%
Par la radio	18	23%	17	13%	4	6%	44	16%
Autre	3	4%	1	1%	0	0%	4	2%
Total	77		128		62		267	

Source : CREDOC /APR/AP - 2010

Les données en gras-souligné ou gras-italique indiquent une différence statistiquement significative entre chaque type de soirées et l'ensemble des soirées. Les gras-soulignés indiquent une surreprésentation de l'échantillon par rapport à l'ensemble, tandis que les gras-italique indiquent une sous-représentation.

L'enquête quantitative ne permet pas d'avoir d'éléments sur le contenu des messages. Les entretiens de groupe montrent que ceux visant à attirer du public dans les soirées prennent en compte les avantages tarifaires proposés aux étudiants. A la nuance près que les étudiants lillois ou parisiens ont intégré l'interdiction de communiquer sur les prix, et évitent tout ce qui pourrait être assimilé à de l'incitation à consommer de l'alcool, tout en gardant parfois la mention « prix préférentiels ».

Focus Group Marseille :

Crédoc : *qu'est-ce qui fait venir les gens à la soirée ? Comment vous communiquez ?*

C. : les soirées étudiantes souvent c'est des soirées à thème, donc déjà c'est des trucs à faire passer parce qu'il faut se déguiser qu'il y aura une ambiance un peu particulière. On communique également, voilà, sur le prix, qui est avantageux par rapport aux autres soirées, c'est principalement pour ça déjà que les gens viennent aux soirées étudiantes.

Les étudiants rencontrés en groupe ont par ailleurs souligné l'efficacité d'une communication par les réseaux sociaux, et notamment, par le groupe Facebook. Ce mode de diffusion permet d'être plus explicite sur les soirées (détail des prix, de l'ambiance prévue, etc.) mais aussi de prévoir le succès de la soirée. Voici comment les étudiants du groupe de Marseille en décrivent le fonctionnement :

Focus group Marseille :

Crédoc : *ce qu'on a remarqué c'est que Facebook marche vachement...*

S. : ah oui

C. : pour tout ce qui est évènementiel, euh, c'est clair que

M. : ça marche, je trouve que ça marche limite mieux que les affiches et fly

C. : ah oui oui

S. : ah complètement

C. : c'est-à-dire que chaque étudiant maintenant dès qu'il allume son ordi maintenant il va sur son compte Facebook donc il voit tous les évènements qui sont dans son entourage et voilà...

M. : oui et puis t'invites tes amis, l'ami d'ami invite et puis voilà quoi

Crédoc : *c'est le BDE qui crée un évènement ?*

S. : exactement, en fait il crée un compte Facebook, ensuite il crée un groupe enfin une invitation particulière, un évènement particulier et ensuite il invite tous ses contacts, et ensuite les contacts eux sont libres d'inviter aussi leurs contacts, donc du coup ça fait vraiment un effet boule de neige.

Crédoc : ce que vous mettez sur Facebook c'est la même chose que sur l'affiche ?

S. : essentiellement

C. : oui sauf que à la limite il y a un texte enfin un petit

S. : oui une explication vite fait

C. : pour présenter l'ambiance de la soirée quoi

M. : le thème, voilà du coup on fait un petit descriptif et tout, qu'on peut pas mettre sur l'affiche parce que tu peux pas mettre sur l'affiche 10 lignes quoi

S. : c'est clair

C. : en plus les gens peuvent venir commenter sur l'évènement, donc du coup, ouais je viens, je viens pas

S. puis C. : et ça nous permet aussi approximativement de savoir à peu près le nombre de personnes qui vont venir

M. : oui, ils mettent participera, participera peut être, ou pas, ils peuvent cocher, par exemple s'il y a 300 participera, c'est que tu sais bon

S. : il y a trois choix donc tu sais si

C. : nous on se fie vraiment sur le nombre de personnes qui ont accepté l'invitation, ça va refléter le nombre de personnes qu'il y aura à la soirée. Mettons 250 personnes qui ont accepté l'évènement, on peut être sûr à 80% qu'il y aura environ 600 personnes dans la soirée. La fête d'hier soir il y avait 600 personnes à valider, finalement ils étaient 1000 personnes dans la soirée.

Conséquence de cette importance accordée aux réseaux sociaux pour communiquer sur les soirées, ils peuvent également être un moyen pertinent pour porter des messages de prévention. Par ailleurs, une recherche sur Internet sur la communication autour des soirées (cf. note de synthèse de la phase qualitative exploratoire), montre qu'ils sont fortement axés sur l'aspect festif, voire la consommation d'alcool. Des messages de prévention portés par les mêmes supports pourraient alors contrebalancer l'incitation à la consommation d'alcool que contiennent parfois ces messages.

2.3 Lieu d'organisation des soirées

Le type de lieu occupé pour la soirée conditionne les pratiques d'organisation, notamment la répartition des tâches-clefs (gestion des entrées/sorties, service au bar, vestiaire) et donc les modalités de mise en œuvre de pratiques de prévention. La phase qualitative exploratoire avait par exemple mis en évidence que certains bars ou discothèques mettaient en place des actions de prévention. Les étudiants organisateurs étaient alors tout à fait favorables à ces pratiques, sans en faire cependant un critère de choix du lieu.

Les deux phases qualitatives montraient que le choix du lieu est conditionné par plusieurs facteurs. Globalement on remarque une appétence des associations étudiantes pour :

1. des formules « clé en main » ce qui suppose de trouver une salle (boîte de nuit) dans laquelle se déroulera une soirée gérée par un personnel extérieur à l'association (commandes d'alcool, sécurité, service, nettoyage) voire de passer par une agence d'évènementiel (cas rencontrés lors du focus group à Paris)
2. des espaces « libres » où l'association peut entièrement organiser et, à l'occasion, capter les bénéfices de la soirée. Ces lieux seront de préférence internes au campus, ce qui suppose un espace disponible et l'accord de l'établissement concerné. Ils peuvent également se louer (salle municipale, salle privée voire boîte de nuit mettant ses locaux à disposition). Des prestataires (vigiles, croix rouge, etc.) peuvent y intervenir mais le gros de la répartition des tâches (commandes d'alcool, fixation des prix, service au bar, etc.) concerne des membres du staff BDE.

Le choix est par ailleurs contraint par :

- Le nombre des membres effectivement disponibles pour l'organisation et la gestion de la soirée, les savoir-faire disponibles
- Le nombre de personnes attendues/Les capacités d'accueil disponibles
- L'accessibilité des lieux
- Les moyens financiers de l'association
- Des restrictions posées par les établissements

2.3.1 Les types de salles choisis pour les soirées : une prépondérance des bars et discothèques

En cohérence, **l'enquête quantitative confirme la forte mobilisation des lieux privés** (bar pour 25% des soirées, boîte de nuit pour 36%). C'est en particulier le cas pour les soirées ordinaires. Les soirées de gala correspondent plus au deuxième modèle ci-dessus, d'une organisation prise en charge entièrement par l'association, dans des lieux en gestion libre (salles mises à disposition par une collectivité territoriale ou par l'établissement d'enseignement, salle polyvalente...), ou en encore dans d'autres types de salles, éventuellement privées, en gestion libre.

Figure 15 Lieu d'accueil des soirées

Où se déroulent-elles le plus souvent ? Est-ce	Soirées de galas		Soirées ordinaires		Soirées privées		Total	
	Effectifs	%	Effectifs	%	Effectifs	%	Effectifs	%
Dans un lieu privé	33	43%	<u>99</u>	<u>77%</u>	37	60%	170	64%
<i>Dans un bar</i>	9	12%	<u>46</u>	<u>36%</u>	14	23%	67	25%
<i>Dans une boîte de nuit</i>	23	30%	51	40%	19	31%	97	36%
<i>Dans un autre lieu privé, précisez</i>	1	1%	2	2%	4	6%	6	2%
Dans les locaux de l'école ou de l'Université	8	10%	21	16%	12	19%	38	14%
Dans une salle mise à disposition par la mairie, la préfecture,...	<u>8</u>	<u>10%</u>	3	2%	4	6%	14	5%
Dans un autre lieu public	3	4%	0	0%	1	2%	4	2%
Dans un château	7	9%	0	0%	0	0%	7	3%
Dans une salle polyvalente/salle des fêtes	<u>16</u>	<u>21%</u>	4	3%	7	11%	28	11%
Autre	2	3%	1	1%	1	2%	5	2%
Total	77	100%	128	100%	62	100%	267	100%

Source : CREDOC /APR/AP - 2010

Les données en gras-souligné ou gras-italique indiquent une différence statistiquement significative entre chaque type de soirées et l'ensemble des soirées. Les gras-soulignés indiquent une sur-représentation de l'échantillon par rapport à l'ensemble, tandis que les gras-italique indiquent une sous-représentation.

Là encore, les universités et les grandes écoles ont des comportements très spécifiques. Les lieux d'organisation sont différents pour ces types d'établissement, même en tenant compte des différences dans les types de soirée organisées.

Les universités sont ainsi particulièrement nombreuses à organiser leurs soirées dans des bars (35% contre 25% en moyenne). Seules 9% accèdent aux locaux de l'université.

Les grandes écoles ont probablement plus de facilité à disposer des locaux de leur établissement : cet accès est probablement privilégié par le mode d'administration des grandes écoles et la relative proximité entre administration et étudiants : **32% des associations des grandes écoles organisent leurs soirées dans les locaux de l'établissement**. La conséquence en est qu'elles sollicitent moins les bars (14%).

Enfin, les boîtes de nuit sont plus sollicités par les étudiants franciliens (44% contre 34% des provinciaux), les bars le sont moins (15% contre 28%).

2.3.2 Les deux tiers des organisateurs ne conservent pas systématiquement le même lieu d'une année sur l'autre.

Globalement, le choix de rester ou pas dans les mêmes locaux ne suit pas de règle précise : 31% reprennent le même d'une année sur l'autre, 30% reprennent parfois le même lieu et 39% ne reprennent pas le même lieu. Ces chiffres confirment la remarque précédente, d'associations très partagées quant aux transmissions des pratiques d'une année sur l'autre.

Figure 16 Fidélité au lieu

Q45 Par rapport aux années d'avant, avez-vous repris	Effectifs	%
Le même lieu		
Exactement	84	31%
En grande partie ou selon la même logique	81	30%
Pas du tout	102	39%
Total	267	100%

Source : CREDOC /APR/AP - 2010

Entrent probablement aussi en ligne de compte des facteurs « culturels » propres à une ville, à une filière ou à une association qui vont conditionner une préférence pour tel ou tel type de lieu. Le principal enseignement de l'étude qualitative à ce sujet est l'installation rapide dans une routine organisationnelle à laquelle le choix du type de lieu n'échappe pas. Certains organisateurs ont par exemple déclaré changer de lieu pour chaque soirée, mais il s'agissait toujours d'une boîte de nuit avec des formats d'organisation similaires. Ces limitations culturelles (imagination dans le choix du lieu, anticipation des attentes et des goûts des étudiants ciblés) restreignent l'éventail des choix possibles³.

Lorsque les soirées se déroulent dans des lieux autres que les bars ou les boîtes de nuit (sur le campus ou dans une salle privée) plus de la moitié des associations reprennent ce même lieu d'une soirée à l'autre. Rappelons que ces lieux sont souvent des salles mises à disposition pour les

³ Lire à ce sujet : J. Freyssinet-Dominjon, A-C. Wagner, « L'alcool en fête : manières de boire de la nouvelle jeunesse étudiante », L'harmattan, logiques sociales, janvier 2004.

soirées de gala , ou bien les locaux de l'établissement: une fois que ce lieu est négocié, l'association le conserve probablement.

Pour les soirées dans les bars et les boîtes de nuit, les organisateurs changent plus souvent de lieu : 39% reprennent en partie le même lieu (30% en moyenne) et 44% en change à chaque fois (38% en moyenne).

Figure 17 Fidélité au lieu en fonction du type de lieu

Choix du lieu	Lieux autres que bars et boîtes de nuit		Bars et boîtes de nuit		Total	
	Effectifs	%	Effectifs	%	Effectifs	%
Exactement	56	53%	28	17%	84	31%
En grande partie ou selon la même logique	18	17%	63	39%	81	30%
Pas du tout	31	30%	71	44%	102	38%
Total	105	100%	162	100%	267	100%

Source : CREDOC /APR/AP - 2010

Les associations des grandes écoles sont particulièrement nombreuses à mobiliser systématiquement le même lieu (souvent les locaux de leur établissement). 30% déclarent toujours organiser leurs soirées au même endroit, contre 20% de l'ensemble des organisateurs.

2.3.3 Les critères de choix : accessibilité, ambiance, capacité d'accueil et avantages commerciaux

La proximité du centre-ville (36%), l'ambiance du lieu (33%), les avantages commerciaux offerts (32%) ou la capacité d'accueil (29%) sont les critères privilégiés dans le choix d'un lieu pour y faire une soirée. Confrontés à l'offre existante, ces exigences finissent par centrer les choix sur un petit nombre de lieux (cas de Marseille ou d'après les étudiants seules quelques salles sont disponibles, ou des péniches à Paris).

La proximité du centre-ville est plus souvent citée par les organisateurs de soirées ordinaires (45%) par rapport aux autres soirées (36%). La capacité d'accueil est logiquement plus souvent mentionnée par les organisateurs de soirées de galas (39%) et l'est moins par les organisateurs de soirées ordinaires (21%).

En cohérence avec les observations faites au cours des phases qualitatives, les pratiques de prévention mises en œuvre dans le lieu n'interviennent quasiment pas dans le choix des étudiants : d'une part probablement parce que ces pratiques restent relativement peu répandues, d'autre part parce que la prévention n'est pas jugée prioritaire par rapport aux autres critères.

Enfin, le critère d'accessibilité est important. Les entretiens exploratoires montraient cependant que sa prise en compte visait à assurer le succès de la soirée (les participants peuvent venir facilement), plus qu'à limiter l'utilisation des voitures individuelles. Ainsi, pour certains, l'accessibilité signifiait pouvoir garer facilement son véhicule.

Figure 18 Les critères de choix du lieu de la soirée

Q29 Quels sont les critères principaux de choix pour le lieu ?	Soirées de galas		Soirées ordinaires		Soirées privées		Total	
	Effectifs	%	Effectifs	%	Effectifs	%	Effectifs	%
La proximité du centre ville ou des résidences universitaires	21	27%	57	45%	19	31%	96	36%
L'ambiance du lieu, son image	33	43%	41	32%	17	27%	89	33%
Les avantages commerciaux que vous font les propriétaires	18	23%	44	34%	20	32%	85	32%
La capacité d'accueil du lieu	30	39%	27	21%	24	39%	77	29%
C'est toujours le même lieu d'une année sur l'autre	15	19%	25	20%	12	19%	54	20%
La desserte par des transports en commun	8	10%	15	12%	8	13%	32	12%
Le prix des consommations	4	5%	12	9%	7	11%	22	8%
Le prix de l'entrée	6	8%	4	3%	2	3%	10	4%
Autre	1	1%	2	2%	3	5%	5	2%
Ne sait pas	1	1%	1	1%	0	0%	3	1%
Les actions de prévention mises en œuvre par les propriétaires	1	1%	0	0%	0	0%	1	1%
Total	77		128		62		267	

Source : CREDOC /APR/AP - 2010

La proximité du centre ville ou des résidences est un critère moins souvent pris en compte par les associations franciliennes que par les autres 22% des associations franciliennes en font un critère de sélection, pour 40% des provinciales. Le développement des transports en commun sur la région explique probablement ce constat.

Dans les entretiens, on constate des écarts importants dans les pratiques de réservation de salle allant du planning annuel à la recherche d'une salle pour la semaine suivante.

2.3.4 Les négociations : une bataille pour les prix

La principale négociation des organisations étudiantes auprès des gérants de bar et boîte de nuit consiste à obtenir une rétrocession des droits d'entrée et/ou de vestiaire voire une partie des bénéfices du bar, et surtout, des prix de boissons attractifs pour les étudiants :

« [...] après on s'est dit bah tiens on va aller voir quelques bars et un soir, c'est tout bête, avec Hélène on était au Tchatcha dans un bar à boire un verre, et j'ai demandé s'ils faisaient pas des soirées étudiantes parce que le Tchatcha à Lille, c'est vraiment un très beau bar et oui ils faisaient. Et ils faisaient des soirées étudiantes, que le mardi et jeudi soir, donc on a négocié pour un mardi soir. Donc après j'ai rencontré la responsable et tout de suite je lui ai demandé si elle pouvait nous faire des tarifs préférentiels. Elle m'a dit oui, oui, pas de problème, qu'est-ce que vous voulez ? J'ai dit 2€ le shooter et 2€ la bière et elle m'a dit OK. » AA. (Lille)

A ce sujet le contenu des entretiens de groupe vient confirmer un certain nombre d'hypothèses.

La première est qu'une association étudiante organisant des soirées, est avant tout soucieuse d'obtenir les prix les plus bas possibles et ce, quand bien même la préoccupation sur les risques et la conscience des responsabilités des organisateurs est élevée :

Focus Group Lille

Crédoc : Quand vous dites négociations, c'est à propos de quoi ?

AA. : des boissons (sourires de tous)

A. : des tarifs préférentiels, on essaye à chaque fois d'obtenir des tarifs préférentiels, c'est d'ailleurs le premier critère. C'est-à-dire au niveau de notre établissement, des étudiants, c'est le premier critère s'ils veulent venir ou pas. Sachant qu'avant ils font un petit apéro (rire des autres) mais quand ils savent qu'ils ont des tarifs préférentiels, qu'ils ont des prix...

AA. : ça les fait venir. Comme nous, je peux dire, que quand on a fait notre campagne, moi j'ai insisté sur les prix, parce que des fois les bars ne jouent pas le jeu finalement. On a déjà eu des petits souci, enfin le BDE d'avant a eu des petits soucis, et , enfin moi j'ai demandé un contrat, enfin je fais toujours signer des petits contrats maintenant, et je demande 2€ le shooter et 2 ou 2,50€ le 25 cl de bière

Crédoc : et le prix habituel c'est combien ici ?

AA. : Euh 4€ le shooter (signe de tête montrant que le prix est considéré comme injustement élevé)

[...]

AA. : donc voilà on joue là-dessus, sinon on casque

Crédoc : on casque ?

A. : les étudiants casquent, et si les étudiants casquent et bien ils ne reviendront pas.

Les étudiants qui utilisent des lieux en gestion libre et passent par des revendeurs de boissons alcoolisés, insistent également sur leur négociation pour obtenir des prix intéressants.

Focus group Marseille

Crédoc : Et vous négociez l'alcool avec ?

C. : nous on passe par France Boisson, enfin ça dépend des asso, l'an dernier ils passaient par Ricard et là nous on passe par France Boisson, ils reprennent les invendus, et on a des promotions selon la quantité et voilà...

Crédoc : c'est eux qui sont venus vous voir France boisson ?

C. : non c'est nous

Crédoc : vous les avez trouvés plus attractifs que Ricard ?

C. : oui parce que Ricard, d'une ils faisaient que de l'alcool, déjà, ils reprenaient pas les invendus, et on a des bons rapports avec France boisson, comme ils font aussi des softs, c'est plus avantageux et les prix sont plus intéressants.

Cette bataille pour les prix semble être perçue par les organisateurs comme une condition sine qua non de la réussite d'une soirée en terme de nombre d'entrées (souvent la principale source de recettes pour l'association). Autrement dit, il s'agit d'une contrainte que s'imposent les BDE comme un gage d'efficacité dans la satisfaction du « consommateur » : l'enjeu en est de garantir la fréquentation des soirées organisées par l'association. Le groupe de Lille montre par exemple que leurs difficultés à obtenir des prix préférentiels pèsent défavorablement dans l'arbitrage que les étudiants font entre rester boire entre eux dans un appartement et venir à la soirée du BDE. Plusieurs interventions dans les groupes et les entretiens individuels expriment la frustration des organisateurs lorsque la taille de l'école ou les moyens dont ils disposent ne leur permettent pas de peser sur les prix (location de salle et/ou prix des consommations), à l'inverse l'autosatisfaction est palpable lorsque les prix proposés aux participants sont jugés suffisamment bas.

2.3.5 Choix des lieux et prévention, une faible marge de manœuvre ?

Devant l'importance de la mobilisation des lieux privés, tels que les boîtes de nuit ou les discothèques, une piste possible en matière de prévention serait de mener des actions directement auprès des propriétaires de ces lieux. Il pourrait par exemple s'agir d'une labellisation de ces lieux, valorisée auprès des organisateurs pour qu'elle soit intégrée à leurs critères de choix. Le constat que les associations ne reprennent pas systématiquement les mêmes endroits plaide pour la pertinence de telles actions : les choix des étudiants n'étant pas prédéterminés, ils peuvent être orientés vers des lieux mettant en œuvre des actions de prévention.

Cependant, l'importance accordée aux critères de prix et d'accessibilité relativise l'efficacité que pourrait avoir une telle labellisation des bars et discothèques, sauf à s'inscrire dans une politique plus générale, qu'elle soit tarifaire, ou liée à l'accessibilité. Lors des entretiens individuels par exemple, une boîte de nuit compensait son éloignement du centre ville, en proposant des navettes gratuites : les intérêts de l'association, de la discothèque et de l'association prévention routière étaient ici communs.

2.4 Les moyens de transport : moins d'un organisateur sur cinq estime que les participants utilisent principalement des véhicules automobiles.

Si les transports en commun (37%) et les moyens personnels tels que le vélo ou la marche à pied (32%) sont les plus souvent utilisés, **17% des organisateurs citent la voiture comme mode de transport le plus fréquent des participants à la soirée. Concernant les soirées privées cette proportion atteint même les 29%**. Elle reste proche de la moyenne pour les deux autres types de soirées : pour les soirées ordinaires, souvent organisées dans des bars choisis en particulier pour leur proximité du centre ville et des résidences universitaires, les déplacements se font souvent à pied ou en vélo (41%) ; Les horaires de ces soirées (elles commencent plus tard que les autres) peuvent expliquer une faible utilisation des transports en commun (29%). Pour les soirées de gala, qui se déroulent dans des salles mises à disposition et à des horaires auxquels les transports en commun circulent, ces derniers sont souvent utilisés. Les entretiens qualitatifs exploratoires avaient d'ailleurs montré que dans certains cas, des transports spéciaux sont prévus pour acheminer les participants à ces soirées.

Figure 19 Le moyen principal de transport des participants aux soirées, selon les organisateurs

Q28 Comment s'y rendent en général les étudiants ?	Soirées de galas		Soirées ordinaires		Soirées privées		Total	
	Effectifs	%	Effectifs	%	Effectifs	%	Effectifs	%
En transport en commun	36	47%	37	29%	24	39%	98	37%
A pied, en vélo	15	19%	53	41%	15	24%	85	32%
En voiture ou autre véhicule motorisé	12	16%	22	17%	18	29%	45	17%
C'est très variable	13	17%	16	13%	5	8%	39	15%
Ne sait pas	1	1%	0	0%	0	0%	1	0%
Total	77	100%	128	100%	62	100%	267	100%

Source : CREDOC /APR/AP - 2010

Les données en gras-souligné ou gras-italique indiquent une différence statistiquement significative entre chaque type de soirées et l'ensemble des soirées. Les gras-soulignés indiquent une surreprésentation de l'échantillon par rapport à l'ensemble, tandis que les gras-italique indiquent une sous-représentations.

En Ile de France, les transports en commun, bien développés, sont, semble-t-il, privilégiés comme moyen de transport pour se rendre aux soirées. En effet, 65% des étudiants organisateurs de soirées en Ile de France déclarent que les étudiants viennent en transport en commun, contre 29% des provinciaux. Au contraire, ils mentionnent moins souvent le vélo ou la marche comme moyen de locomotion (13% contre 36% des provinciaux), et un peu plus rarement un véhicule motorisé (6% contre 23%).

Figure 20 Mode de transport et région Ile de France

Q28 Comment s'y rendent généralement les étudiants ?	IDF		Hors IDF		Total	
	Effectifs	%	Effectifs	%	Effectifs	%
A pied, en vélo	<u>7</u>	<u>13%</u>	<u>76</u>	<u>36%</u>	85	32%
En transport en commun	<u>35</u>	<u>65%</u>	<u>62</u>	<u>29%</u>	98	37%
En voiture ou autre véhicule motorisé	3	6%	<u>49</u>	<u>23%</u>	45	17%
ne sait pas	1	2%	0	0%	0	0%
c'est très variable	8	15%	26	12%	39	15%
Total	54	100%	182	100%	267	100%

Source : CREDOC /APR/AP - 2010

2.5 Prise en charge des vestiaires et du service d'ordre : des comportements diversifiés

Un certain nombre de comportements de prévention, et notamment repérer les conducteurs trop alcoolisés pour pouvoir conduire sans danger, peuvent être gérés au niveau du vestiaire ou / et par le service d'ordre. Là encore, le constat est celui d'une forte diversité des situations, entre les associations dont les membres ou d'autres étudiants gèrent en direct ces fonctions, et celles pour lesquelles elles sont prises en charge par des professionnels.

Sur l'ensemble des soirées, le vestiaire est géré, soit par les membres de l'association (42%), soit par les salariés des lieux (37%). Dans 20% des soirées, il n'y a pas de vestiaires. Le service d'ordre est plus professionnel, et est plus fréquemment en charge de salariés (52%), plus rarement par les étudiants de l'association (22%).

Les modalités de prise en charge du vestiaire ou du service d'ordre dépendent relativement peu du lieu dans lequel sont organisées les soirées. **A noter cependant que, même dans certains lieux privés et notamment les bars, il est relativement fréquent que le vestiaire soit tenu par des étudiants.**

Ainsi :

- lorsque les soirées sont organisées dans des bars, les vestiaires sont tenus par des membres de l'association dans 29% des cas et par des salariés du bar dans 38%. Pour le tiers de ces soirées, il n'y a pas de vestiaire. 31% des organisateurs déclarent que la prise en charge du service d'ordre est faite par les étudiants, et 75%, par des salariés (dans 6% des cas, il est pris en charge conjointement par les étudiants et des salariés).
- lorsque les soirées sont organisées dans des discothèques, il existe un vestiaire dans 99% des cas. La prise en charge des vestiaires et du service d'ordre se fait en général par les salariés (respectivement 69%% et 83%), mais aussi par des étudiants de l'association en ce qui concerne le vestiaire (38%). Le service d'ordre est peu pris en charge par les étudiants (8%) ;

- lorsque les soirées sont organisées dans les locaux de l'école, les vestiaires sont tenus dans 49% des cas par les membres de l'association. 46% de ces soirées se font sans vestiaire. Le service d'ordre est pris en charge par les membres de l'association dans 39% des cas, par des professionnels ou des bénévoles non étudiants dans 56%.

La prise en charge du vestiaire et du service d'ordre ne dépend que peu du type de soirées. Souvent organisées dans des lieux « en gestion libre », les soirées de gala sont celles pour lesquelles les étudiants, notamment de l'association, sont les plus impliqués dans la tenue du vestiaire. Pour ces soirées, ils tendent par ailleurs à déléguer le service d'ordre à d'autres personnes. Les entretiens qualitatifs exploratoires ont montré que l'importance de la fréquentation de ces soirées justifiait qu'il soit fait appel à des associations comme la Croix-Rouge. Les entretiens de groupe ont également montré le recours à des services de sécurité professionnels.

Figure 21 Prise en charge des vestiaires et du service d'ordre

Q30 Pour ces soirées, qui prend en charge :	Soirées de galas		Soirées ordinaires		Soirées privées		Total	
	Effectifs	%	Effectifs	%	Effectifs	%	Effectifs	%
La gestion du vestiaire								
Des membres de l'association	40	<u>52%</u>	45	35%	28	45%	113	42%
D'autres étudiants	<u>8</u>	<u>10%</u>	1	1%	2	3%	11	4%
Des bénévoles non étudiants, des salariés d'une association	2	3%	2	2%	0	0%	4	1%
Les salariés habituels du bar/de la boîte/du lieu	25	32%	51	<u>40%</u>	22	35%	98	37%
D'autres personnes	4	5%	2	2%	1	2%	7	3%
(Non concerné)	<u>5</u>	<u>6%</u>	<u>35</u>	<u>27%</u>	14	23%	54	20%
Le service d'ordre								
Des membres de l'association	14	18%	30	23%	14	23%	58	22%
D'autres étudiants	2	3%	1	1%	1	2%	4	1%
Des bénévoles non étudiants, des salariés d'une association	5	6%	2	2%	1	2%	8	3%
Les salariés habituels du bar/de la boîte/du lieu	<u>28</u>	<u>36%</u>	<u>83</u>	<u>65%</u>	29	47%	140	52%
D'autres personnes	<u>32</u>	<u>42%</u>	<u>26</u>	<u>20%</u>	17	27%	75	28%
(Non concerné)	2	3%	7	5%	7	11%	16	6%
Total	77		128		62		267	

Source : CREDOC /APR/AP - 2010

Remarque : les totaux sont supérieurs à 100%, le service d'ordre comme la gestion du vestiaire pouvant être assurée conjointement par, notamment, les étudiants et les salariés du lieu.

2.5.1 Les Focus groups montrent la difficulté pour les étudiants, de faire de la prévention aux vestiaires.

Les entretiens de groupe confirment la diversité des pratiques : les personnes postées aux accès à la soirée peuvent être des vigiles ou des membres du staff ou les deux.

Ils montrent surtout que vérifier dans quel état repartent les convives et quel est leur moyen de transport semble hors de portée pour une association aux effectifs restreints et qui peine déjà à faire respecter par ses membres les engagements nécessaires au bon déroulement de la soirée. En tous les cas le point d'attention particulier sur les accès privilégie la gestion des entrées (filtrer pour un peuplement « convenable » de la salle, faire payer les droits d'entrée, etc.) et plusieurs étudiants ont avoué leur impuissance dans cette gestion des sorties alors même qu'ils savent qu'elle les mettrait à l'abri d'un certain nombre de risques :

« On les laisse partir, on ne s'occupe pas, pourquoi, ils sont trop nombreux, on va pas s'occuper de qui prend sa caisse, qui prend pas sa caisse... » A. (Lille)

En ce qui concerne la sécurité, qu'ils fassent appel à des vigiles quand ils louent un lieu ou sur leur campus, ou bien qu'ils occupent un lieu privé géré par les salariés, les étudiants des focus groups ont tous un staff dont les membres s'emploient pendant la soirée à veiller à son bon déroulement, à s'occuper des personnes malades, éviter les troubles, etc. Cette préoccupation et cette prise de responsabilité pendant le temps et sur le lieu de la soirée contraste avec l'idée qui ressort en filigrane que dès lors que les participants ont quitté la soirée ceux-ci sont responsables d'eux-mêmes.

Focus group Marseille : gestion :

Crédoc : comment vous allez organiser tout ce qui est entrées/sorties, gestion des bars, etc.

S. : le plus souvent, enfin, de ce que je connais, parce que j'ai organisé deux trois soirées, pour l'instant, euh on fait appel à une société de sécurité, donc du coup il y a souvent 3-4 vigiles devant la boîte. Ensuite nous, notre équipe est postée aussi devant la boîte pour vérifier les entrées, les bracelets, les préventes aussi, donc ça c'est l'entrée, voilà, les gens rentrent, la plupart du temps, ça commence vers minuit, minuit et demi, les gens commencent à arriver, ensuite au niveau de la sortie, ba les gens petit à petit, ça commence à sortir vers 3h30, et, du coup, alors ça dépend du lieu, de la boîte, mais la plupart du temps, les gens repartent pas en voiture, ils repartent en taxi. Si c'est au Warm up, là il y a des navettes qui sont organisées. Mais sinon, la plupart du temps, ba c'est les gens qui sont responsables de leur euh, quand ils partent quoi.

M. : dans la boîte, il y a le staff des BDE et on tourne et puis il y a aussi, pareil, les vigiles de la boîte qui font le tour aussi

S. : oui ils sont là pour détecter un peu les semeurs de troubles

M. : c'est vrai, il y a des problèmes, mais bon, je vous dirais, les soirées étudiantes dans l'ensemble, se passent relativement bien quand même

C. : ouais, il y a pas le problème des bastons qu'il pourrait y avoir dans les autres soirées

M. et S. : ouais, c'est ça, totalement.

C. : ouais il y a plus de problème de gens saouls, ou

M. : *voilà de gens trop bourrés*

Crédoc : *tout ce qui est vomi, comas éthyliques, ce sont les vigiles qui gèrent ?*

M. : *non, c'est nous*

C. : *pour tous ce qui se passe à l'intérieur, c'est nous, les vigiles tournent, mais c'est quand même nous qui allons les informer d'un problème qui peut surgir*

S. : *voilà*

C. : *mais après tout ce qui est s'occuper d'une personne qui est en train de s'endormir sur un canapé ou dans son vomi etc. ; c'est le BDE qui s'en occupe. Donc ça passe par appeler les pompiers si c'est vraiment grave ou faire en sorte qu'il se réveille ou demander à ses potes de le ramener ou etc....*

Deuxième Partie : Ventes d'alcool et comportements

Les comportements par rapport à l'alcool dans les soirées sont abordés dans cette étude par le biais de l'organisation. La fonction sociale de l'alcool et son caractère perçu comme indissociable de la réussite festive des soirées, déjà beaucoup étudiés dans d'autres études, apparaissent ici en filigrane : pour les organisateurs, la pertinence de proposer de l'alcool n'est jamais remise en question. Comme l'a montré la partie précédente, les ventes d'alcool et la capacité de l'organisateur d'en proposer à prix réduit font partie des facteurs permettant d'assurer une bonne fréquentation de la soirée.

Les possibilités de prévention quant à la vente d'alcool portent alors peut-être sur les différences de prix entre les boissons non alcoolisées et celles qui le sont, sur la formation des personnes qui servent les boissons notamment pour repérer les étudiants avec un degré d'alcoolisation excessif, sur le respect de la loi en ce qui concerne la mise en place « d'open bars ».

1/ Le service des boissons

1.1 *Pas de soirée sans alcool, mais certaines le sont sans alcool forts.*

Les organisateurs de soirées déclarent que des alcools forts sont servis lors des soirées pour 76% d'entre eux et 94% affirment que d'autres types de boissons alcoolisées sont servis. Dans 72% des cas les participants ont accès aussi bien à de l'alcool fort qu'à d'autres types d'alcool, dans 5% ils n'ont accès qu'à de l'alcool fort. Seuls 23% déclarent n'avoir que d'autres types d'alcool en vente et **moins d'1% organisent des soirées sans alcool**. Quelle que soit la soirée, le type de d'alcool servi ne varie pas.

Figure 22 Les boissons servies

Q33 Pendant cette soirée, est-ce que sont servis ...	Soirées de galas		Soirées ordinaires		Soirées privées		Total	
	Effectifs	%	Effectifs	%	Effectifs	%	Effectifs	%
Des alcools forts	52	68%	101	79%	49	79%	202	76%
D'autres alcools (bières, vins, cidre)	72	94%	121	95%	58	94%	251	94%

Source : CREDOC /APR/AP - 2010

Le service d'alcool fort dépend fortement du lieu dans lequel sont organisées les soirées: 90% des soirées organisées dans des bars, 95% de celles qui le sont en discothèque proposent des alcools forts. Lorsque les soirées sont organisées dans des salles mises à disposition ce taux tombe à 60%. **Seules 27% des soirées qui ont lieu dans les locaux de l'établissement proposent des alcools forts**. De façon probablement liée, les grandes écoles, qui mobilisent fréquemment les

locaux de leur établissement, sont un peu moins nombreuses que les autres à proposer des alcools forts (63%). Ce taux atteint 91% parmi les écoles spécialisés.

1.2 Le service de l'alcool est fréquemment pris en charge par des étudiants

Les professionnels servant des alcools sont a priori formés, notamment pour reconnaître les consommateurs fortement alcoolisés et pour savoir refuser un verre supplémentaire si nécessaire. Cependant, dans les soirées étudiantes, les situations sont très contrastées : **dans la moitié des cas, ce sont les salariés du lieu d'accueil qui prennent en charge le service des boissons, dans l'autre moitié, ce sont des étudiants (membres de l'association dans la grande majorité des cas).**

Lorsque les étudiants organisent des soirées dans les locaux de l'établissement ou dans des lieux mis à disposition, ce sont eux qui servent les boissons dans 75% des cas. Lorsque les soirées sont organisées dans des discothèques ou dans des boîtes de nuit, ce sont le plus souvent les salariés du lieu qui tiennent le bar (respectivement 87% et 73%). Comme pour les vestiaires, il n'est pas rare que les étudiants s'y impliquent : c'est le cas dans 25% des soirées organisées dans des bars, 38% de celles ayant lieu en discothèque. Les entretiens de groupe montrent par ailleurs que cette implication peut être parallèle à l'action des serveurs salariés, ou s'y substituer.

Les soirées de gala sont souvent organisées dans des lieux en « gestion libre » : les organisateurs de soirées de galas servent dont plus souvent que la moyenne (57%) eux-mêmes les boissons et en conséquence, les salariés du lieu d'accueil sont moins souvent chargés de cette tâche (31%). La troisième alternative, confier le service à un prestataire externe, est également un choix relativement fréquent dans le cas de soirées de gala (16% contre 6% en moyenne). Ce constat renvoie à celui effectué précédemment, d'organisateur de gala qui tendent à trouver des prestataires pour gérer une partie des tâches (vestiaire, service d'ordre, service des boissons,...).

Au contraire, les organisateurs de soirées ordinaires, qui se déroulent souvent dans des bars ou discothèques, font plus souvent appel aux salariés du lieu d'accueil pour le service des boissons (65%) et servent moins souvent eux-mêmes (40%).

Figure 23 Personnes chargées du service des boissons

Q30 Pour ces soirées, qui prend en charge le service des boissons	Soirées de galas		Soirées ordinaires		Soirées privées		Total	
	Effectifs	%	Effectifs	%	Effectifs	%	Effectifs	%
Des membres de l'association	44	57%	51	40%	32	52%	133	50%
D'autres étudiants	6	8%	6	5%	4	6%	15	6%
Des bénévoles non étudiants, des salariés d'une association	4	5%	3	2%	0	0%	6	2%
Les salariés habituels du bar/de la boîte/du lieu	24	31%	83	65%	30	48%	135	51%
De représentants de marques d'alcools, de magasins	0	0%	1	1%	1	2%	2	1%
D'autres personnes	12	16%	2	2%	1	2%	16	6%
(Non concerné)	0	0%	0	0%	1	2%	0	0%
Total	76		127		60		263	

Source : CREDOC /APR/AP - 2010

Les totaux sont supérieurs à 100%, plusieurs réponses étaient possibles

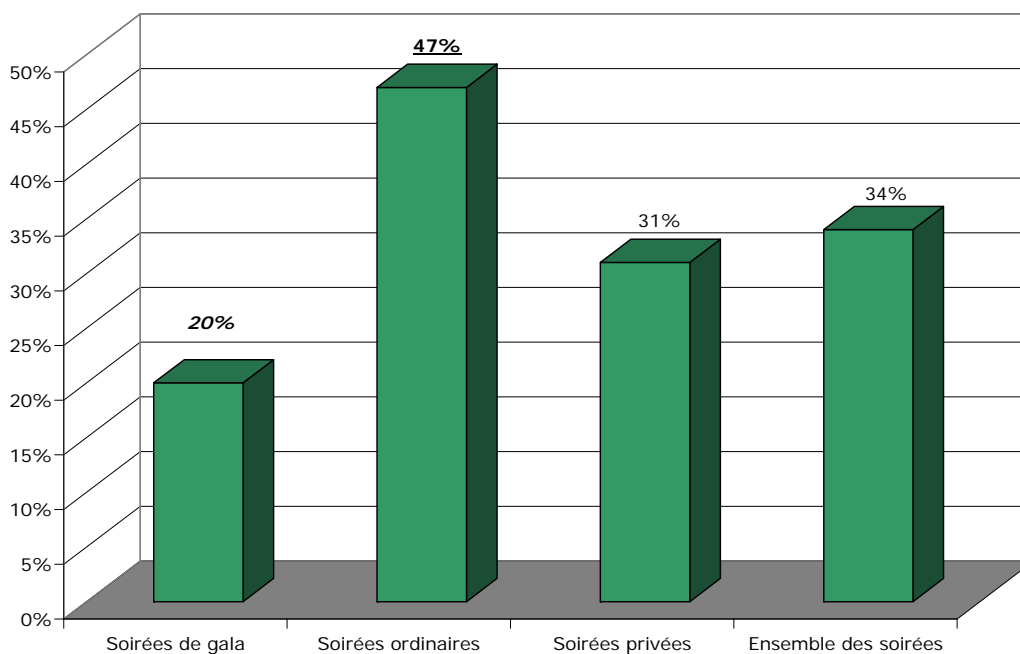
Il est donc fréquent que les étudiants servent eux-mêmes les boissons. A noter cependant que **lorsque les étudiants servent eux-mêmes les boissons, il est un peu plus fréquent qu'il ne s'agisse que de boissons peu alcoolisées** : 75% des soirées dans lesquelles le service des boissons est fait par les membres de l'association proposent des alcools forts, contre 85% de celles dans lesquelles le service est fait par d'autres personnes.

1.3 Les étudiants servant des boissons ne sont en général pas formés

Le tiers seulement des organisateurs de soirées dans lesquelles des étudiants font le service des boissons, mettent en place des actions de formation. Les membres d'associations organisant des soirées ordinaires sont ceux qui les mettent le plus souvent en place (47%), ceux organisant des galas sont ceux qui forment le moins (20%) alors que ce sont eux qui sollicitent le plus souvent les membres de l'association pour le service des boissons.

La mise en place d'actions de formation ne dépend pas du type d'alcool servi.

Figure 24 Mises en place de formation pour les personnes servant de l'alcool



Source : CREDOC /APR/AP - 2010

Les pourcentages sont calculés sur la base des 140 organisateurs qui sollicitent des étudiants pour le service des boissons.

1.4 Le service au bar dans les Focus Groups confirme la diversité des pratiques

Les pratiques de gestion du service au bar repérées par les entretiens de groupe sont également hétérogènes, le BDE Lillois ou celui de C. à Paris, laisse des professionnels servir mais disent pouvoir superviser les abus (servir aux personnes manifestement ivres) tandis que le BDE de R. ne s'y emploie pas.

Les BDE de MM. et C. servent l'alcool mais les serveurs sont formés et surveillés tandis que Q. ou les BDE du groupe marseillais peinent à limiter leurs propres serveurs.

Focus Group PARIS : Service au bar

C. : *(dans une boîte de nuit) c'est les serveurs de la boîte qui s'en occupent, même si nous on peut surveiller, ah tiens lui il est pas très net, ne lui servez pas euh, on peut quand même, on a un certain "pouvoir" pour dire bah lui, stop*

MM. : *(dans le réfectoire du campus) on gère le bar, c'est des personnes de confiance quoi, c'est des gens du BDE ou des gens qu'on connaît très bien, un étudiant x pourra pas faire le bar, mais qu'on connaît, ils ont déjà, bah de toute façon ils ont tout un topo, ils sont « formés » à servir de l'alcool, parce que de toute façon on ne sert pas de l'alcool comme ça [...]. Il y a les responsables de bar qui restent derrière le bar toute la soirée pour avoir une vue sur le bar.*

Q. : *(dans une boîte de nuit louée et mise à disposition) on fait pas trop de bénéfices sur l'alcool, surtout sur les entrées, mais moi c'est des personnes de mon équipe qui sont derrière le bar et c'est vrai que là-dessus parfois bah, il y a plusieurs emplacements de bars, et il y a des bars qui font aucun bénéfice, on rentre dans nos frais, mais ils font pas de bénéfices parce que on est aussi là pour faire plaisir aux gens quoi. Les gens ils sont hyper contents quand ils passent une bonne soirée.*

Selon le groupe de Marseille, le fait d'avoir derrière le bar des serveurs étudiants facilite même la reconnaissance des personnes « à problème » puisqu'ils les reconnaissent d'emblée tandis que les groupes de Lille ou de Paris amènent à penser que le refus de servir ou la préoccupation pour la prévention des risques reste encore souvent étrangère aux pratiques des propriétaires et serveurs des lieux privés.

Cependant, le groupe Marseillais amène à réfléchir sur un aspect socioculturel particulier aux soirées étudiantes, à savoir que selon eux **ces soirées sont moins sujettes à des violences et autres dérives mais qu'en revanche elles concentrent les cas d'extrême ébriété. Cet état de fait conditionne chez eux une certaine tolérance**, elle-même renforcée par des connivences amicales, qui auront tendance à déplacer la limite au-delà de laquelle ils se refusent à servir en alcool une personne déjà ivre :

Focus Group Marseille :

Crédoc : faites-vous attention à ne pas servir aux personnes déjà en état d'ébriété ?

S. : *ça oui*

C. : *oui, on le sort, on le sort, les personnes qui effectivement saoules veulent un verre, c'est niet.*

Crédoc : c'est convenu avant ?

C. : *non mais c'est des règles comme ça. Bien sûr, c'est pas les mêmes règles d'alcoolémie dans une soirée normale que dans une soirée étudiante. Une soirée étudiante on est plus indulgent euh, c'est (geste qui montre que c'est ainsi et qu'il n'y a pas d'explication).*

S. : *c'est ça*

C. : *alors à moins qu'il soit vraiment là à faire chier (rire)*

S. : *oui limite sous le bar*

M. : *oui et puis souvent c'est des potes quoi, les gens qui viennent aux soirées étudiantes, on dit souvent aller c'est ton dernier verre (rire)*

S. : *et puis c'est plus difficile de dire non à des potes*

Dès lors il convient de constater que la réduction des risques n'est pas nécessairement corrélée au statut des serveurs (professionnels ou étudiants) mais bien aux pratiques de responsabilisation et d'autolimitation des serveurs (sobriété, utilisation de doseurs, refus de servir les personnes ivres). Constat qui renforce encore la nécessité d'une formation axée sur la responsabilisation. Cette formation, l'enquête quantitative l'a montrée, n'est pas majoritairement effective.

2/ Le prix des boissons

2.1.1 Le prix des entrées donne souvent droit à au moins une boisson alcoolisée gratuite

La moitié des organisateurs de soirées déclare que le prix de l'entrée donne le droit à au moins une boisson alcoolisée gratuite. Pour près d'une soirée sur cinq, l'entrée est libre, et les situations dans lesquelles l'entrée est payante et ne donne pas droit à une consommation alcoolisée gratuite sont donc relativement minoritaires (30% des organisateurs déclarent que les soirées sont payantes et qu'il n'y a pas de boisson alcoolisée offerte).

Offrir une boisson non alcoolisée avec l'entrée est aussi fréquent qu'offrir une boisson alcoolisée. Ces deux pratiques vont souvent de pair : plus précisément, dans 46% des soirées, l'entrée donne droit à une boisson non alcoolisée et/ ou à une boisson alcoolisée. Dans 5%, elle donne droit uniquement à une boisson alcoolisée. Dans 8%, elle donne droit à une boisson non alcoolisée uniquement, ce qui peut correspondre à des associations mettant en place des actions « capitaine

de soirée ». 22% des associations déclarent que l'entrée est payante et ne donne pas droit à une boisson gratuite et 19%, que l'entrée est libre.

Les soirées de gala sont très majoritairement en accès payant. Il est par ailleurs très rare qu'aucune boisson ne soit offerte avec l'entrée. Offrir au moins une boisson alcoolisée avec l'entrée des soirées de gala est un comportement particulièrement fréquent (73% des organisateurs de soirée de gala). A noter que 12% de ces organisateurs déclarent n'offrir qu'une boisson non alcoolisée.

Il est relativement rare qu'une boisson alcoolisée soit offerte avec l'entrée des soirées ordinaires. (37%), soit parce qu'elles sont en accès libre (28%), soit parce qu'elles sont payantes sans consommation offerte (29%).

Figure 25 Les consommations gratuites incluses dans le prix d'entrée

L'entrée donne droit à la gratuité pour :	Soirées de galas		Soirées ordinaires		Soirées privées		Total	
	Effectifs	%	Effectifs	%	Effectifs	%	Effectifs	%
Au moins une boisson alcoolisée	55	73%	48	37%	30	50%	133	51%
<i>Et / ou une boisson non alcoolisée</i>	52	69%	40	32%	29	48%	121	46%
<i>Uniquement alcoolisée</i>	3	4%	8	5%	1	2%	12	5%
L'entrée est payante, sans consommation alcoolisée incluse	17	22%	44	35%	18	30%	79	30%
<i>Avec une boisson non alcoolisée</i>	9	12%	7	6%	6	10%	22	8%
<i>Pas de boisson gratuite</i>	8	10%	37	29%	12	20%	57	22%
L'entrée est libre	4	5%	35	28%	12	20%	50	19%
Total	76	100%	127	100%	60	100%	265*	100%

Source : CREDOC /APR/AP - 2010

* les deux étudiants n'ayant pas répondu à la question appartiennent à des associations ne servant pas de boissons alcoolisées pendant les soirées

Enfin, les pratiques varient également avec le type d'établissement : les associations universitaires sont moins nombreuses que les autres à prévoir des consommations alcoolisées gratuites avec l'entrée (41%). Lorsqu'elles le font, elles sont en revanche plus nombreuses que les autres (9%), à ne proposer qu'une boisson alcoolisée, et pas de boisson qui ne le soit pas. Inversement, 57% des grandes écoles proposent des boissons alcoolisées gratuites avec l'entrée, mais les participants ont systématiquement la possibilité de préférer une boisson non alcoolisée.

2.1.2 Le prix des boissons alcoolisées : l'alcool est parfois distribué gratuitement

Interrogés sur les prix des boissons, sans compter celles éventuellement incluses dans le prix d'entrée, **7% des organisateurs déclarent qu'une fois payée l'entrée, les consommations fortement alcoolisées sont en accès libre, 6% que les bières sont en accès libre.** Finalement, parmi les associations qui servent de l'alcool, 22, soit 8%, ne font pas payer les boissons servies. Les commentaires ajoutés par les enquêteurs montrent que cette gratuité peut en fait masquer une restriction du nombre de boissons servies : les alcools sont gratuits, mais le nombre de consommations servies par personne est limité à quelques verres. Les effectifs des organisateurs concernés (22) ne permettent pas de fournir des résultats statistiquement fiables sur le nombre de verres effectivement prévus par personne lorsque les consommations alcoolisées sont gratuites, mais montrent malgré tout, là encore, la diversité des pratiques. Ainsi, la gratuité peut correspondre pour certains organisateurs, à 1 ou 2 verres prévus par personnes. D'autres associent la gratuité à 4 à 5 consommations pour les alcools forts, voir plus de 7 pour les autres alcools.

La mise à disposition de jus de fruit gratuits est fréquente : 28% des organisateurs, soit plus du quart, déclarent ne pas faire payer les boissons non alcoolisées. C'est en particulier le cas des 22 organisateurs qui ne font pas payer les boissons alcoolisées. Plus précisément :

- 8% des organisateurs ne font payer ni les boissons alcoolisées, ni celles qui ne le sont pas ;
- **17% des organisateurs ne font pas payer les jus de fruit, mais font payer les alcools.**

Plus souvent que les organisateurs d'autres soirées, ceux des soirées de galas admettent que l'alcool est distribué gratuitement lors des soirées (16% contre 7% en moyenne pour les alcools forts, 16% contre 6% pour les autres alcools). Les prix de vente des boissons, alcoolisées ou non, est plus faible que celui pratiqué dans les autres types de soirées.

Les soirées ordinaires sont celles proposant les boissons aux prix les plus élevés (4,49€ en moyenne pour les alcools forts, 2,40 euros pour les autres alcools). 70% des étudiants organisant ces soirées déclarent vendre les alcools forts plus de 4€. Très peu d'entre eux proposent des alcools forts gratuitement (1%). Ces comportements sont là encore cohérents avec le constat que ces soirées sont fréquemment organisées dans des bars ou discothèques.

Figure 26 Prix de vente des boissons

Q35 Combien est vendu le verre	Soirées de galas		Soirées ordinaires		Soirées privées		Total	
	Effectifs	%	Effectifs	%	Effectifs	%	Effectifs	%
D'alcool fort								
Gratuit	8	16%	1	1%	7	16%	14	7%
Moins de 4 euros	15	30%	28	29%	10	22%	58	29%
Entre 4 et 7 euros	20	40%	64	65%	24	53%	111	56%
8 euros ou plus	7	14%	5	5%	4	9%	16	8%
Total	50	100%	98	100%	45	100%	198	100%
Non renseigné	2	4%	3	3%	4	9%	4	2%
Moyenne	3,90		4,49		4,27		4,27	
De bière								
Gratuit	10	16%	2	2%	7	13%	15	6%
Moins de 1,50 euros	10	16%	20	17%	6	11%	39	16%
Entre 1,50 et 3 euros	36	56%	82	69%	31	57%	151	64%
Plus de 3 euros	8	13%	15	13%	10	19%	33	14%
Total	64	100%	119	100%	54	100%	238	100%
Non renseigné	8	16%	2	2%	4	9%	13	7%
Moyenne	2,24		2,40		2,44		2,41	
De jus de fruit								
Gratuit	25	34%	27	22%	21	37%	71	28%
Moins de 1,50 euros	18	24%	19	16%	8	14%	50	20%
Entre 1,50 et 3 euros	27	36%	68	56%	23	40%	119	47%
Plus de 3 euros	4	5%	7	6%	5	9%	14	5%
Total	74	100%	121	100%	57	100%	253	100%
Non renseigné	3	4%	7	5%	5	8%	14	5%
Moyenne	1,23		1,71		1,48		1,49	

Source : CREDOC /APR/AP - 2010

Les données en gras-souligné ou gras-italique indiquent une différence statistiquement significative entre chaque type de soirées et l'ensemble des soirées. Les gras-soulignés indiquent une surreprésentation de l'échantillon par rapport à l'ensemble, tandis que les gras-italique indiquent une sous-représentations.

2.1.3 Une association sur quatre met parfois en place des open bars lors des soirées

Cette relative fréquence de la gratuité des boissons alcoolisées est confirmée par les déclarations des organisateurs sur les open bars : ces derniers consistent à mettre gratuitement à disposition, pendant toute la soirée ou pendant un temps limité, toutes ou certaines des boissons alcoolisées. Ils sont interdits par la loi.

Le quart des associations affirme prévoir des open bars, dont 14% rarement. Les organisateurs de soirées privées ont tendance à prévoir plus souvent que les autres des open bars (35% contre 24% en moyenne). Au contraire, les organisateurs de soirées ordinaires en prévoient moins (17% contre 24% en moyenne).

Figure 27 Existence d'open bars

Q37 Pendant ces soirées, est-ce qu'il y a parfois des open bars ?	Soirées de galas		Soirées ordinaires		Soirées privées		Total	
	Effectifs	%	Effectifs	%	Effectifs	%	Effectifs	%
Oui	23	30%	22	17%	21	35%	64	24%
<i>Très souvent</i>	7	9%	3	2%	6	10%	15	6%
<i>Assez souvent</i>	5	7%	3	2%	5	8%	12	4%
<i>Rarement</i>	11	14%	16	13%	10	17%	37	14%
Jamais	53	70%	105	83%	39	65%	201	76%
Total	76	100%	127	100%	60	100%	265	100%

Source : CREDOC /APR/AP - 2010

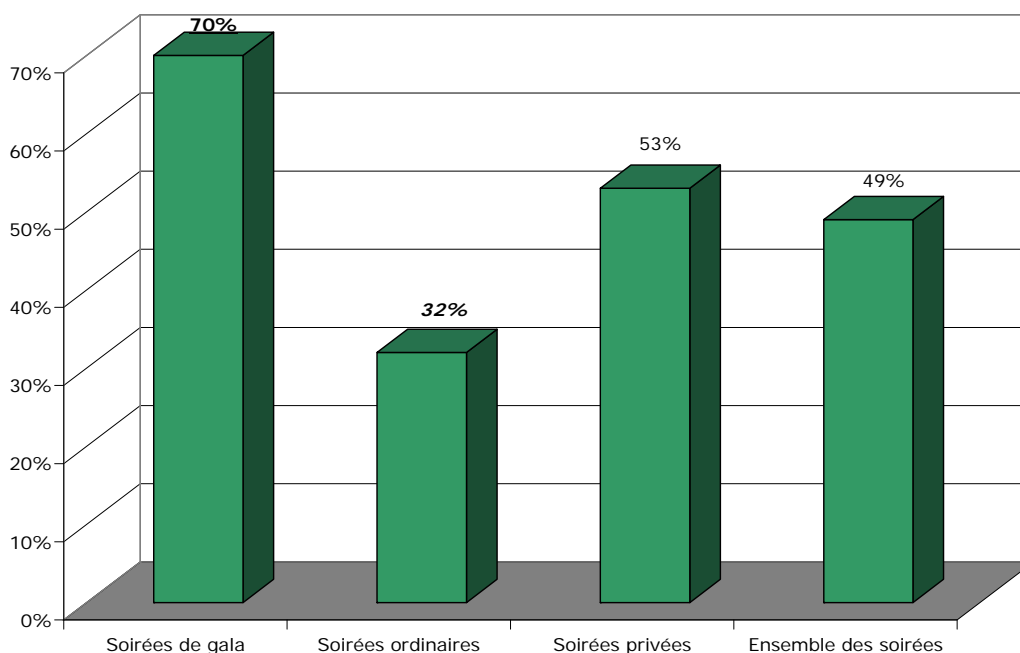
Le fait de mettre en place ou non des open bars ne dépend pas du lieu dans lequel sont organisées les soirées. Les effectifs interrogés ne permettent pas non plus de faire apparaître des différences significatives selon le type d'établissement, ou encore selon l'implantation en île de France ou en province.

3/ Les quantités d'alcool

3.1 *La moitié des associations gèrent elles-mêmes les commandes d'alcool*

Parmi les associations servant de l'alcool, 49% gèrent elles-mêmes les commandes et les quantités d'alcool servies. Cette proportion atteint 70% pour les associations organisatrices de galas mais seulement 32% pour celles qui s'occupent de soirées ordinaires. Ces différences sont liées au type de soirées et au lieu dans lequel sont organisées ces soirées. Pour les soirées ayant lieu dans les discothèques ou les boîtes de nuit, comme c'est majoritairement le cas pour les soirées ordinaires, rares sont les étudiants gérant les commandes (respectivement 19% et 33%). Pour les soirées, se déroulant dans des lieux en gestion libre, comme c'est souvent le cas des soirées de gala, les associations s'occupent le plus souvent des commandes (dans 87% des cas).

Figure 28 Part des associations gérant les commandes d'alcool selon le type de soirées organisé



Source : CREDOC /APR/AP - 2010

Les données en *gras-souligné* ou *gras-italique* indiquent une différence statistiquement significative entre chaque type de soirées et l'ensemble des soirées. Les *gras-soulignés* indiquent une surreprésentation de l'échantillon par rapport à l'ensemble, tandis que les *gras-italiques* indiquent une sous-représentation.

Les modalités de commande confirment la reproduction des comportements entre promotion d'étudiants : d'une année sur l'autre les organisateurs reprennent les mêmes quantités que leurs prédécesseurs, exactement pour 13% d'entre eux, en grande partie ou selon la même logique pour 69% d'entre eux.

Figure 29 Choix des quantités d'alcool

Q45 Par rapport aux années d'avant, avez-vous repris	Effectifs	%
Les mêmes quantités d'alcool servies:		
Exactement	35	13%
En grande partie ou selon la même logique	183	69%
Pas du tout	49	18%
Total	267	100%

Source : CREDOC /APR/AP - 2010

Les données en gras-souligné ou gras-italique indiquent une différence statistiquement significative entre chaque type de soirées et l'ensemble des soirées. Les gras-soulignés indiquent une surreprésentation de l'échantillon par rapport à l'ensemble, tandis que les gras-italique indiquent une sous- représentations.

3.2 Des quantités parfois importantes

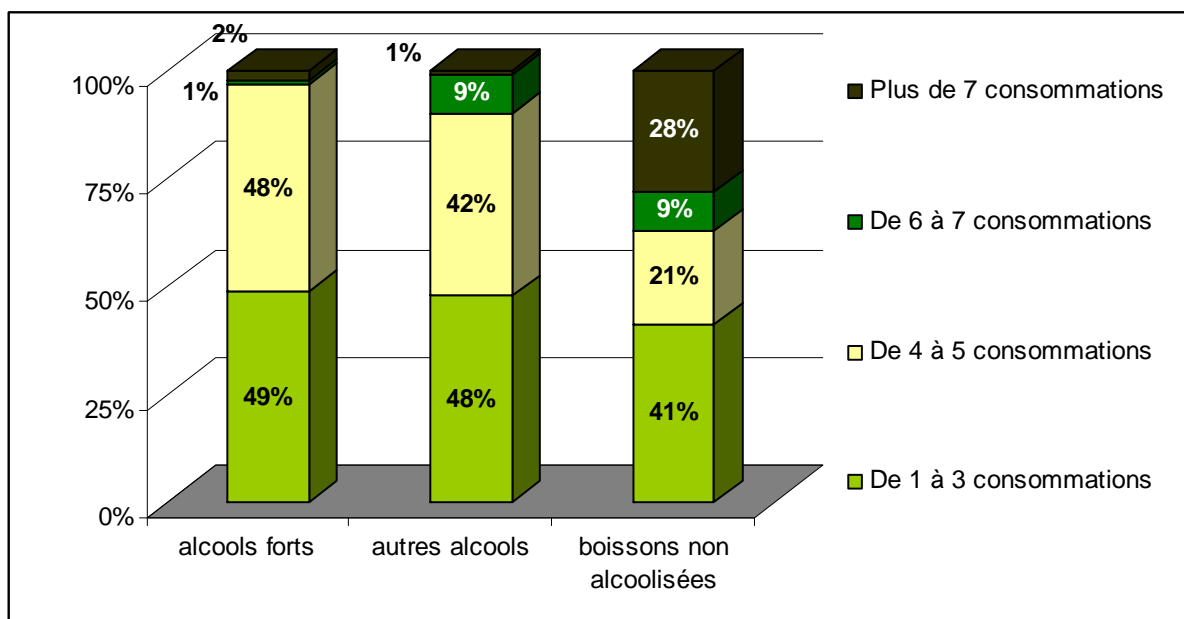
Le tiers des organisateurs appartenant à une association gérant elle-même les commandes, n'a pas su indiquer la quantité d'alcools forts prévus, 15% la quantité d'autres alcools et 7%, celle de boissons non alcoolisées.

Lorsque les étudiants connaissent les quantités commandées, les comportements sont là encore diversifiés : la moitié des associations compte au plus trois consommations d'alcool fort par personne, la moitié également au plus 3 consommations d'autres alcools. Une autre moitié compte de 4 à 5 consommations d'alcool fort par personne, 3% en compte plus de 5... Lorsque l'on somme les commandes d'alcool forts et d'autres alcools, le total par personne est souvent élevé : **30% des 77 organisateurs gérant les commandes**, proposant des alcools forts et non forts et sachant quelle quantité est commandée, **prévoient au total, au moins 8 consommations par personne.**

Les quantités commandées de boissons sans alcool sont proches de celles observées, au total, sur les alcools.

Les effectifs interrogés ne permettent pas de mettre en évidence des différences selon le type de soirée.

Figure 30 Quantité d'alcool prévue pour les soirées



Source : CREDOC /APR/AP - 2010

Les pourcentages sont calculés sur la base des organisateurs proposant les boissons correspondantes, et dont l'association gère les commandes, soit 90 organisateurs pour les alcools forts, 109 pour les autres alcools et 120 pour les boissons non alcoolisées.

4/ Les partenariats et l'intérêt des ventes d'alcool

4.1 *Un tiers des organisateurs ont des intérêts financiers sur les ventes d'alcool.*

59% des associations ne cherchent pas à faire de profit sur les ventes d'alcool, 21% font des bénéfices qui vont directement à l'association et 20% reversent tout ou partie des bénéfices au lieu d'accueil de la soirée. L'intérêt financier ne diffère pas selon le type de soirée.

Les paragraphes précédents ont cependant montré que pour les organisateurs, l'intérêt financier lié aux ventes d'alcool va bien au-delà d'un intéressement direct sur les ventes : il est relatif à la capacité de la soirée à attirer des participants, et donc à réaliser des entrées en nombre suffisant.

Figure 31 Intérêt financier par rapport à la vente d'alcool

Q38 Quel est l'intérêt financier de votre association par rapport aux ventes d'alcool dans ces soirées ? Est-ce que	Soirées de galas		Soirées ordinaires		Soirées privées		Total	
	Effectifs	%	Effectifs	%	Effectifs	%	Effectifs	%
Vous faites des bénéfices qui vont directement à votre association	16	21%	27	21%	9	15%	55	21%
Les bénéfices vont au lieu qui organise	7	9%	17	13%	4	7%	28	10%
Vous partagez les bénéfices avec le lieu	4	5%	15	12%	4	7%	26	10%
Vous ne cherchez pas à faire des bénéfices sur les ventes d'alcool	49	65%	68	54%	43	71%	157	59%
Total	76	100%	127	100%	60	100%	265	100%

Source : CREDOC /APR/AP - 2010

4.2 Des partenariats fréquents, mais peu avec des marques d'alcool

Les marques ou revendeurs d'alcool peuvent nouer des partenariats avec les associations étudiantes, pour promouvoir leurs produits. Ces partenariats peuvent se faire sous forme de sponsoring de la soirée, de cadeaux faits à l'association, de mise à disposition d'alcool à faible coût pendant les soirées. **Or, si la moitié des associations ont des partenaires pour les soirées qu'elles organisent, il est très rare qu'il s'agisse de marques d'alcool.**

Ainsi, plus de la moitié des associations ont, au moins de temps en temps, des partenariats financiers ou des sponsors : 48% en ont systématiquement et pour 4% cela dépend des soirées.

Figure 32 Existence de partenariats lors des soirées

Q40 En général, pour toutes les soirées que vous organisez quel que soit leur type, avez-vous des partenaires financiers, ou des sponsors ?	Effectifs	%
Oui	129	48%
Non	129	48%
Cela dépend des soirées	9	4%
Total	267	100%

Source : CREDOC /APR/AP - 2010

Les partenaires des associations sont rarement des marques d'alcool ou des distributeurs d'alcool. Seulement 10 associations, 7% de celles ayant des partenariats soit 4% de l'ensemble des associations, sont concernées par ce type de partenariat. La majorité des associations ont des partenariats avec d'autres sponsors n'ayant rien à voir avec l'alcool (98% des associations ayant un partenariat).

Sur les 10 associations ayant des partenaires alcooliers, 8 les ont démarchés eux-mêmes.

Figure 33 Types de partenaires

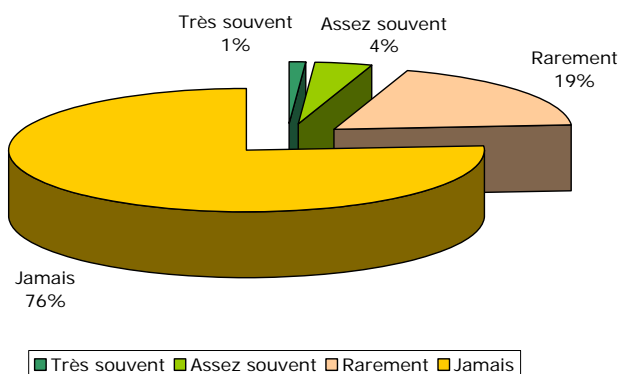
Q41 Qui sont-ils ?	Effectifs	%
Une marque d'alcool ou un distributeur	10	4%
<i>De marques d'alcool</i>	8	3%
<i>De magasins de distribution d'alcools</i>	4	1%
D'autres sponsors n'ayant rien à voir avec l'alcool	135	51%
Pas de partenariat	129	48%
Total	267	

Source : CREDOC /APR/AP - 2010

4.3 Mais un quart des associations sont parfois sollicitées par des marques ou distributeurs d'alcool

Si les partenariats sont peu fréquents, les sollicitations de la part des marques d'alcool, ne sont en revanche pas rares : **un quart des associations interrogées est sollicité par des marques ou des distributeurs d'alcool**. Parmi elles, 19% ne le sont que rarement, 4% le sont assez souvent et 1% très souvent. **Les grandes écoles sont un peu plus nombreuses que les autres types d'établissements à faire l'objet de sollicitations** (35% contre 24% de l'ensemble des organisateurs).

Figure 34 Sollicitation par des marques d'alcool ou de distributeurs d'alcool



Source : CREDOC /APR/AP - 2010

Sur les 65 associations sollicitées par les marques ou distributeurs d'alcool, 68% se sont vues proposer de l'alcool : 51% de l'alcool moins cher, 15% des échantillons gratuits, 3% le service pendant la soirée et 3% un échange alcool contre publicité. 46% des associations ont eu d'autres propositions.

Figure 35 Produits proposés

Q44 Que vous proposent-ils lorsqu'ils vous sollicitent ?	Effectifs	%
De l'alcool	44	68%
Des alcools moins chers	33	51%
Des échantillons gratuits d'alcool (mignonnettes par exemple)	10	15%
D'assurer la vente pendant la soirée	2	3%
Alcool contre publicité	2	3%
Autres	30	46%
Des cadeaux, pour l'association ou pour les étudiants de l'école	22	34%
Autres divers	7	11%
D'assurer l'animation de la soirée	4	6%
Ne sait pas	6	9%
Total	65*	

Source : CREDOC /APR/AP - 2010

* les pourcentages sont calculés sur la base des associations ayant été sollicitées par des marques ou des distributeurs d'alcool.

4.4 Les soirées étudiantes : business ou pari risqué ?

Le temps consacré aux sponsors dans les entretiens de groupe confirme que le modèle économique de l'association étudiante n'est pas majoritairement dépendant de partenaires financiers : ce qu'offrent les différents sponsors a plutôt le statut de compléments bienvenus. En revanche les soirées sont souvent des modes de financement d'autres activités, les associations ont donc intérêt à accroître soit le nombre d'évènements, soit le nombre des participants. Les stratégies de négociation sur les prix et de communication sont alors directement corrélées à cette double exigence de profit (un maximum d'entrées pour un minimum de frais). Dans certains cas l'association ne cherche pas à être bénéficiaire mais à rentrer dans ses frais.

La mise en exergue des risques financiers pris par une association lorsqu'elle organise une soirée s'est révélée dans les 3 groupes comme un frein majeur à la prise en compte de la prévention dans la préparation de la soirée et la mise en place de pratiques de prévention pendant la soirée autres que des navettes. Et ce, particulièrement lorsque les associations comptent sur les ventes d'alcool pour dégager des bénéfices.

Pour la plupart, l'essentiel des recettes provient des préventes ou droits d'entrée acquittés sur place. Comme l'a montré l'enquête quantitative, les associations ayant un intérêt direct à la vente d'alcool sont minoritaires.

Troisième Partie : Les actions de prévention

Les entretiens qualitatifs exploratoires ont permis de faire l'hypothèse que les comportements de prévention sont loin d'être systématiques et restent limités à quelques bonnes pratiques : gestion des clefs des voitures au vestiaire, promotion du « conducteur désigné », jus de fruit gratuit, appropriation des navettes et réseaux de transport en commun (lorsqu'ils existent et sont compatibles avec les horaires de soirée) sont celles le plus souvent mises en œuvre. Les pratiques de prévention ne sont pas prioritaires pour l'organisation des soirées, pour laquelle les étudiants tendent à aller aux plus efficaces en fonction des objectifs de ces soirées (faire des bénéfices, améliorer l'image de l'établissement et de l'association). Dans un temps consacré à l'organisation limitée, elles sont donc freinées parce qu'elles apparaissent contraignantes, ou encore parce que les étudiants ont le sentiment de ne pas avoir la légitimité suffisante pour les mettre en place.

1/ Les pratiques de préventions connues et celles mises en place

1.1 Les actions constitutives de l'opération « capitaine de soirée » sont bien repérées, mais l'opération elle-même est mal connue dans son ensemble

Le dispositif « Capitaine de soirée » est souvent, mais partiellement, connu. En effet, 81% des associations interrogées déclarent avoir entendu parler d'au moins une des actions faisant partie de ce dispositif. La plus fréquente est la mise à disposition d'éthylotest (58%) suivie par la promotion du conducteur désigné (45%), la gestion des clefs aux vestiaires (27%). Peu d'associations (10%) connaissent la vente à tarifs réduits de boissons non alcoolisées. Près d'un tiers des associations savent qu'il est possible de mettre en place des facilités de transports et 12% d'inviter des associations de prévention lors de soirées. **9% des associations ne connaissent aucune de ces actions de prévention⁴.**

Les organisateurs sont donc nombreux à déclarer connaître au moins une action du dispositif « capitaine de soirée, ». Cependant les entretiens de groupe relativisent la bonne connaissance de ces opérations : elles sont mal identifiées en tant que telles, les manières de décrire ces dispositifs sont souvent empreintes d'hésitations, de difficultés à traduire l'ensemble de l'opération en termes clairs.

⁴ La question posée (voir figure 36) visait à recueillir ce qui spontanément venait à l'esprit des organisateurs de soirées, les items n'étaient pas cités.

Figure 36 Les actions de prévention dont les étudiants ont eu connaissance

Q56 Quelles sont les pratiques de prévention pour limiter la consommation d'alcool et le risque d'accident de la circulation au retour des soirées, dont vous avez déjà entendu parler ? (items non cités)	Effectifs	%
Dispositif « Capitaine de soirée », celui qui conduit, c'est celui qui ne boit pas	217	81%
<i>La mise à disposition d'éthylotest</i>	154	58%
<i>La promotion du conducteur désigné</i>	120	45%
<i>La gestion des clefs des conducteurs aux vestiaires ou à l'entrée, bracelet Sam</i>	71	27%
<i>La vente à tarif très réduit ou la distribution gratuite de boissons non alcoolisées</i>	28	10%
La mise à disposition de transports en commun, de navettes, de taxis à prix réduits	79	30%
La présence d'associations de prévention lors des soirées	32	12%
Autres divers	23	9%
L'arrêt du service de l'alcool après une certaine heure	17	6%
Stand de prévention, contact avec secouristes, animation sur les risques...	12	4%
Affichage, brochure, support papier.	11	4%
Contrôle du taux d'alcoolémie, limiter la consommation	9	3%
Lunettes d'ébriété	2	1%
<i>Aucune</i>	24	9%
Total	267	

Source : CREDOC /APR/AP - 2010

En moyenne, les étudiants interrogés peuvent citer 2,1 actions de prévention. 29% en connaissent moins de deux : 9% n'en connaissent aucune, 20% en connaissent une seule. Plus du tiers en connaît deux et 37% peuvent en citer au moins trois. Au maximum, les associations ont cité 5 actions (pour 5 d'entre elles).

Figure 37 Nombre d'actions connues

*	Effectifs	%
Aucune	24	9%
Une seule	53	20%
Deux	90	34%
Trois ou plus	100	37%
En moyenne	2,1	
Total	267	100%

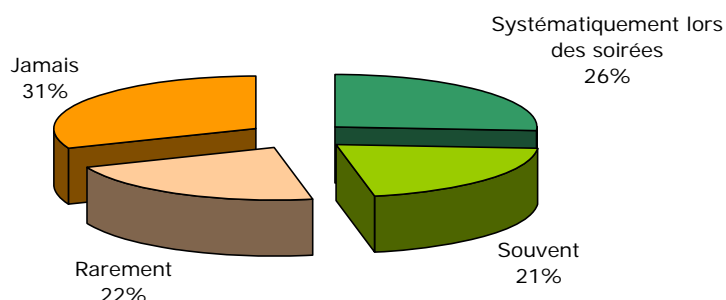
Source : CREDOC /APR/AP - 2010

1.2 La mise en œuvre d'actions de prévention

1.2.1 La moitié des organisateurs déclarent mettre régulièrement en œuvre des actions de prévention.

Près du tiers des soirées ne voit aucune action de prévention mise en place. Moins de la moitié des organisateurs prévoient régulièrement des actions de prévention (47%).

Figure 38 Mises en place d'actions



Source : CREDOC /APR/AP - 2010

Remarque : cette question était posée à tous les organisateurs, qu'ils aient ou non pu citer des actions de prévention

1.2.2 Les types d'action mises en œuvre : d'abord celles relevant du dispositif « capitaine de soirée »

Quand des actions sont mises en place, ce sont les actions du dispositif « Capitaine de soirée » qui sont le plus souvent mise en œuvre. Plus des deux tiers des associations interrogées, 99% de celles déclarant mettre en œuvre des actions de prévention, utilisent au moins une action du dispositif. La mise à disposition d'éthylotests est la plus souvent citée (60% de l'ensemble des organisateurs), suivie par la vente à tarif réduit de boissons non alcoolisées (53%), la promotion du conducteur désigné (46%) et la gestion des clefs (25%).

Au-delà de ce dispositif, les associations mettent à disposition des moyens de transports pour remplacer les voitures (40%). Les différents entretiens qualitatifs ont cependant montré que la mise à disposition de transports en commun était très rarement une stratégie active, mais correspondait à des associations se saisissant de l'opportunité offerte par des transports existants.

Parmi les autres pratiques, 37% des associations limitent le service de l'alcool à partir d'une certaine heure, ou en restreignent l'accès (29%). On retrouve ici notamment les organisateurs qui proposent des boissons alcoolisées à prix très bas voire gratuitement, mais en nombre limité.

Enfin, il arrive à 30% des organisateurs d'inviter des associations de prévention lors des soirées.

Figure 39 Les actions mises en place

Q57 Quelles sont ces actions ?	Effectifs	%
Dispositif « Capitaine de soirée », celui qui conduit, c'est celui qui ne boit pas	183	69%
<i>La mise à disposition d'éthylotest</i>	161	60%
<i>La vente à tarif très réduit ou la distribution gratuite de boisson non alcoolisée</i>	141	53%
<i>La promotion du conducteur désigné</i>	123	46%
<i>La gestion des clefs des conducteurs aux vestiaires ou à l'entrée</i>	66	25%
La mise à disposition de transports en commun, de navettes, de taxis à prix réduits	106	40%
L'arrêt du service de l'alcool après une certaine heure	100	37%
La présence d'associations de prévention lors des soirées	81	30%
La restriction de l'accès aux boissons alcoolisées	78	29%
Autres actions	31	12%
Pas d'action de prévention	82	31%
Total	267	

Source : CREDOC /APR/AP - 2010

Guide de lecture : les pourcentages donnés ci-dessus ne peuvent pas se lire comme la part des soirées pour lesquelles ces différentes actions de prévention sont mises en œuvre. Il s'agit de la part des organisateurs déclarant mettre en œuvre, éventuellement rarement, ces actions. Une association qui organise 5 soirées et qui, dans l'une d'entre elle, met en place des éthylotests, apparaît ainsi comme mettant en œuvre cette action de prévention.

Certaines actions sont plus fréquemment mises en œuvre qu'elles n'ont été citées comme connues à la question précédente. Ce constat s'explique par le fait que les actions connues n'étaient pas suggérées aux étudiants, alors que celles mises en œuvre l'étaient.

En moyenne, les associations mettant en place des actions prévoient 4,4 actions (3,1 sur l'ensemble des organisateurs). 29% en connaissent moins de deux. Un BDE sur cinq mettant en œuvre des actions de prévention en mentionnent une ou deux, 34% trois ou quatre. 37% déclarent même mettre en place cinq actions ou plus.

Figure 40 Nombre d'actions mises en place

	Effectifs	%
Une ou deux	17	20%
Trois ou quatre	73	34%
Cinq ou plus	95	37%
En moyenne	4,4	
Total	185	100%

Source : CREDOC /APR/AP - 2010

1.2.3 Des actions de prévention qui dépendent notamment des types d'établissement et des types de soirées organisées

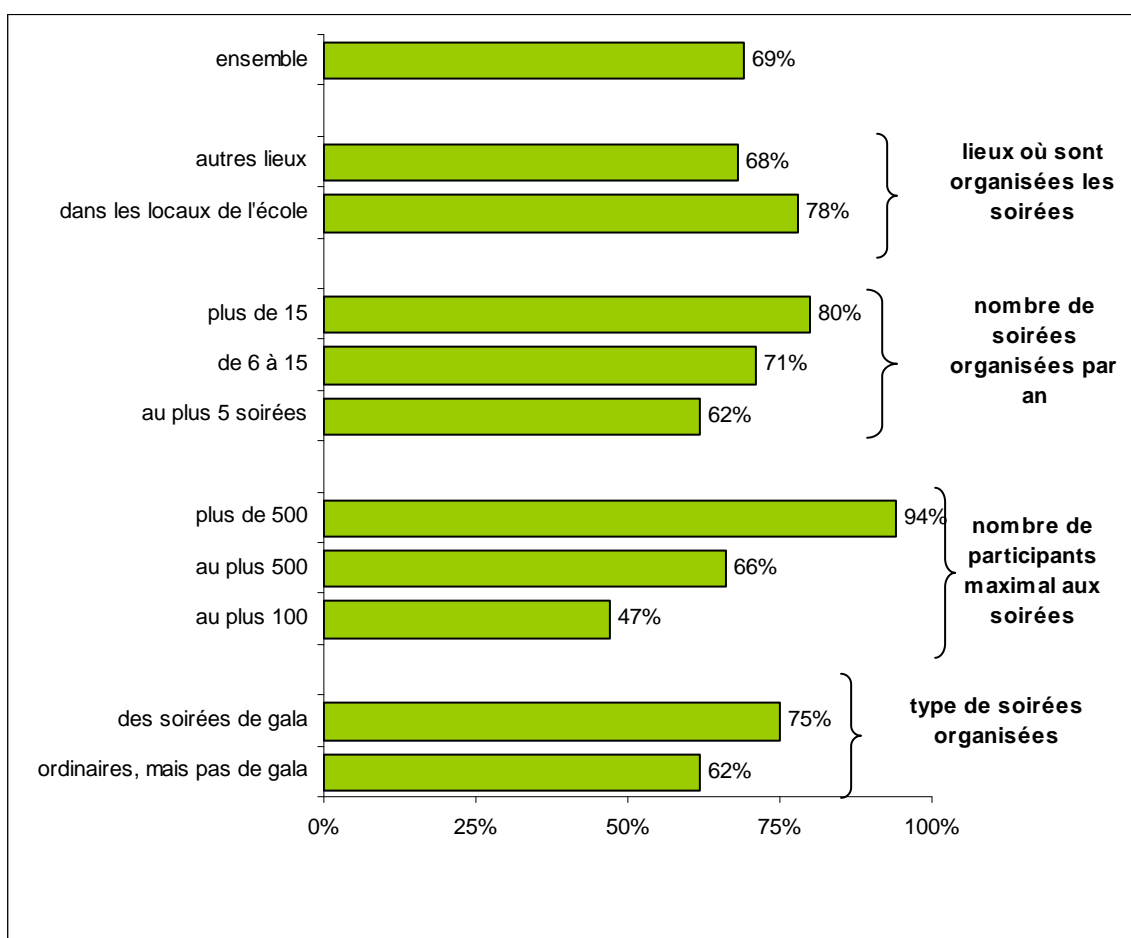
La mise en œuvre des actions de prévention dépend du type de soirées organisées, du nombre de participants, du nombre de soirées que l'association organise chaque année. Ainsi, plus le nombre de soirées est important, plus le nombre de participants maximal à ces soirées est élevé, et plus il

est probable que l'association mette en œuvre des actions de prévention : **94% des organisateurs pouvant accueillir plus de 500 personnes adoptent des comportements de prévention, pour 47% de ceux accueillant au maximum 100 personnes.** 80% des associations organisant plus de 15 soirées par an font de la prévention, contre 62% de celles qui en organisent au plus 5. En lien avec le nombre de participants, les soirées de gala sont celles qui donnent le plus fréquemment lieu à la mise en place d'actions de prévention.

Enfin, les soirées organisées dans les locaux de l'école sont un peu plus nombreuses à comprendre des actions de prévention que les autres (78% contre 68%).

A noter que la connaissance des actions de prévention ne dépend pas, en revanche, du type de soirées.

Figure 41 Les déterminants de l'adoption de pratiques de prévention



Source : CREDOC /APR/AP - 2010

Les associations des grandes écoles et des universités sont les plus nombreuses à déclarer adopter des comportements de prévention : respectivement 76% et 78% sont dans ce cas, contre 55%, par exemple, des écoles spécialisés recrutant après le baccalauréat. Pour les

grandes écoles, ce constat est lié au nombre important de participants à certaines soirées et par l'utilisation fréquente des locaux de l'école, pour les universités, il l'est à l'importance du nombre de soirées organisées annuellement.

1.3 La mise en œuvre des actions : le plus souvent par les étudiants eux-mêmes

Les entretiens exploratoires avaient fait l'hypothèse que les étudiants étaient relativement réticents à mettre en œuvre les actions de prévention : ils ne souhaitaient pas adopter un rôle souvent perçu comme moralisateur, ils ne se sentaient pas légitimes ou encore pas bien formés pour le faire. Pourtant, l'enquête quantitative montre que **les actions sont majoritairement mises en œuvre par les étudiants eux-mêmes (91%)**. Les autres personnes aidant à la mise en place des actions de prévention sont d'autres étudiants d'associations (10%), les salariés des lieux d'accueil des soirées (7%) ou encore l'association prévention routière (6%).

Figure 42 Les personnes effectuant la mise en œuvre des actions

Q59 Qui met en œuvre cette (ou ces) action au cours de la soirée ?	Effectifs	%
Des étudiants de votre association, ou bénévoles	169	91%
Une autre association d'étudiant	19	10%
Des salariés des lieux dans lesquels se déroule la soirée	13	7%
Association Prévention Routière	11	6%
La Croix Rouge	10	5%
La mutuelle étudiante	8	4%
Association de prévention	6	3%
La sécurité routière	6	3%
Autre	12	6%
Total	185	

Source : CREDOC /APR/AP - 2010

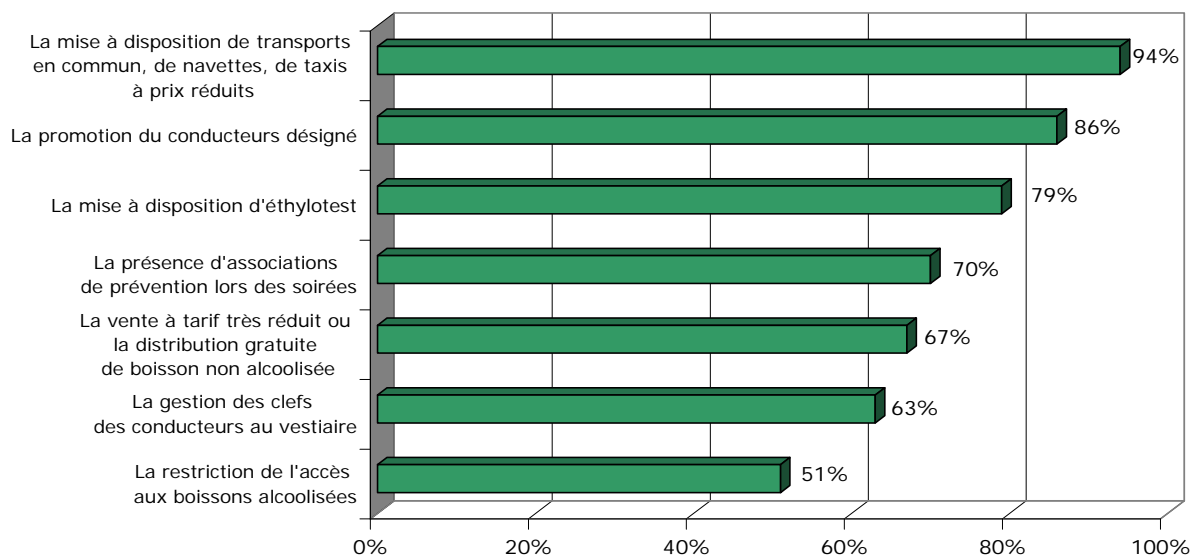
1.4 L'efficacité des actions de prévention selon les organisateurs : d'abord limiter l'utilisation des véhicules individuels.

D'autres études l'ont déjà montré et les paragraphes précédents le confirme, l'alcool est indissociable d'une soirée réussie. Comme l'ont beaucoup détaillé les organisateurs interrogés lors des phases qualitatives, il est très difficile de limiter la consommation d'étudiants venus « faire la fête ». Les organisateurs eux-mêmes ne le souhaitent pas, leur capacité à mettre à disposition des boissons alcoolisées faisant partie des facteurs permettant le succès de la soirée.

Il est donc cohérent d'observer que **les associations estiment que le plus efficace en termes de prévention, est de limiter l'utilisation de la voiture, plutôt que de tenter de restreindre la consommation d'alcool**. L'action jugée la plus utile est la mise à disposition de moyen de transports remplaçant la voiture. 94% des associations estiment que cette action est utile. La promotion du conducteur désigné est utile pour 86% des associations et la mise en place

d'éthylotests l'est pour 79% des associations. La restriction de l'accès aux boissons alcoolisées n'est jugée utile que par la moitié des associations (51%). Au global, 99% des associations jugent au moins une action de dispositif « Capitaine de soirée » utile.

Figure 43 L'utilité des actions



Source : CREDOC /APR/AP - 2010

Remarques à partir des Focus Groups

A partir des entretiens de groupe, on remarque généralement une appétence pour le ludique et surtout le vécu, à savoir des actions au cours desquelles la personne va se rendre compte, en situation, de la diminution des capacités d'un conducteur ivre (lunettes spéciales, stage de conduite) et de la réalité de la violence d'un accident (simulateur de tonneau, voiture accidentée à l'entrée de la boîte).

Les **navettes** sont souvent citées comme le meilleur moyen d'éviter que les participants n'aient à utiliser leur véhicule. Des discours ressort une considération presque fataliste que la navette est le seul moyen de minimiser les risques face à des personnes cherchant à s'enivrer et de toute façon irresponsables :

Focus group Paris :

MM. : *Personnellement le Sam est rentré dans la tête, je sais que quand je sors il y en a un qui ne boira pas.*

C. : *Nous en général c'est bien rentré dans les mœurs, ils sont assez responsables sur ce point-là.*

Q. : *Moi, ça marche pas du tout dans mon école. Alors comme la prévention ça marche pas, on met des navettes systématiquement. Parce que on n'arrive pas à les empêcher de faire des bêtises donc à partir de ce constat on est obligé de mettre en place des choses qui vont faire que, puisque*

préalablement on n'y arrive pas, et ba sur le fait, on leur dit il y a des navettes bah prenez pas vos bagnoles, on les drive vraiment quoi...

Si les étudiants des groupes ont insisté sur le fait que la **distribution d'éthylotests** n'est pas efficace en soi, elle semble globalement perçue comme indispensable (« *Savoir qu'on en a un c'est comme une capote, savoir qu'on en a une c'est 50% de l'avoir déjà mise* » A. Lille), en revanche plusieurs discours sur le détournement de l'éthylotest viennent nuancer ce constat :

Focus Group Marseille : éthylotests

M. : au stand, les gens ils viennent, donnez moi un test, en fait ça les fait rire, genre de souffler dans le ballon

S. : ah ouais ouais, c'est clair c'est le gros jeu

C. : et c'est limite un concours

M. : ouais c'est ça et des fois ils sont fiers parce que le truc limite il explose. Ils viennent plus pour de l'amusement à ce stand, plutôt que pour laisser les clés, être vraiment carré, non je bois pas...

Focus Group Paris : éthylotests

Q. : moi je comprends pas le concept de l'éthylotest, parce que bon si tu conduis, tu sais, et si tu bois deux trois verres, c'est déjà mort, tu peux plus conduire donc à quoi ça sert ?

MM. : non au contraire, nous les gens qui viennent en prendre pendant la soirée, c'est justement parce qu'ils ont bu et vers 2h ils font le test pour savoir où ils en sont et ils voient le résultat et là ils disent et bien je vais pas prendre ma caisse tout de suite, je vais attendre 4h du matin.

La **mise à disposition gratuite des boissons non alcoolisées** n'est pas nécessairement vue comme une modalité de prévention, elle concerne surtout, dans nos groupes, les étudiants servant eux-mêmes au bar et semble faire partie d'un allant de soi propre aux soirées étudiantes. Comme le souligne C. à Paris, le prix d'entrée peut parfois contenir également un buffet ou un petit déjeuner à volonté, afin de remplir l'estomac de personnes mal en point⁵ :

« C'est l'encadrement avec le staff, avec des mesures de prévention qui prend en charge ceux qui ont bu un peu trop, on leur donne de l'eau, du café pour rafraîchir un peu les idées, et le petit-déjeuner est inclus dans le prix du billet. »

⁵ Sans qu'il soit possible avec cette étude de dire si l'idée reçue selon laquelle manger réduit le taux d'alcoolémie continue à être présente ; dans un autre groupe, le fait de donner à manger aux personnes en état d'ébriété a même été cité comme une action de prévention par défaut (« *comme de toute façon il va reprendre sa voiture et bah on lui dit attend tu vas manger un peu et tu prendras le volant plus tard quoi* »).

En revanche, une certaine préoccupation quant à la bonne tenue des personnes du staff dans la salle ou derrière les bars donne lieu à quelques stratégies : formation, utilisation de doseurs, respect de consignes, vérification de la sobriété des serveurs au moyen d'éthylotests, sanction/exclusion en cas de manquement aux engagements. Ces stratégies et consignes, plus ou moins contraignantes selon les BDE concernés et plus ou moins respectées selon les membres, ne reflètent pas uniquement des préoccupations de type prévention des risques. Il s'agit aussi de s'assurer d'une participation collective aux tâches afférentes à l'organisation de la soirée. La modération des membres du staff est donc un moyen de conserver des personnes valides pour le nettoyage par exemple, ou bien la gestion des bars nécessite une certaine retenue si l'on veut s'assurer des bénéfiques, ou encore en cas de problème, la police doit avoir des interlocuteurs lucides.

L'opération capitaine de soirée a été évoquée par certains étudiants qui en ont déploré l'inefficacité en termes de prévention des risques dans la mesure où la présence d'un stand dans la soirée ne semble pas avoir d'effet incitatif :

« Les stands en soirée ne marchent pas beaucoup, il faut pousser les gens. » C. (Paris)

« On a essayé les stands, mais ça n'a pas marché, les gens se disent hyper informés. » MM. (Paris)

« Non moi je me suis dit c'est bien il y a de la déco quoi, enfin, ça fait, ça fait bien quoi, ça fait bien de mettre un stand comme ça, ça donne une bonne image, mais en soi je sais pas si, surtout que les gens voilà ils étaient archi-saouls quoi » C. (Marseille)

« Dans les années précédentes quand j'ai vu des stands de prévention, bah c'était triste quoi, parce qu'il y avait une table comme ça avec trois éthylotests et puis deux personnes assises comme ça qui n'ont rien à faire et qui se font chier, voilà, et c'est dommage que ça se passe comme ça parce que c'est vraiment bon bah vivement que la soirée soit terminée. » N. (Marseille)

Ou encore parce que l'association n'a pas le droit de conserver les clés, exemple à Marseille :

Focus Group Marseille : Capitaine de soirée

M. : mais bon par exemple à propos de ça, nous on tient le stand de santé publique à la soirée de l'Assom, d'ailleurs c'est la seule soirée étudiante où j'ai vu un stand de euh, enfin, donc on a les éthylotests et on prend les clés des personnes qui veulent bien nous les donner, à la fin ils viennent, ils soufflent dans le ballon mais même s'ils ne peuvent pas repartir, on n'a pas le droit de leur prendre les clés

C. : oui

M. : donc quoi qu'il en soit, même si le mec tu lui dis fait gaffe, tu peux pas conduire, enfin après à un moment donné c'est sa responsabilité aussi parce que, enfin je veux dire, le mec tu lui dis bon, fais gaffe tu peux pas conduire mais en fait t'as pas le droit de lui garder la clé, donc c'est aussi paradoxal un peu.

Crédoc : si tu avais le droit, tu la garderais ?

M. : *franchement oui, sur certains, oui, quand tu vois les mecs qui arrivent complètement bourrés, tu as envie de lui dire, mais, je te garde ta clé quoi, après bon à mon avis, le mec je suis pas sûre qu'il le prenne très bien mais c'est clair que je le ferais, oui si je pouvais, je le ferais.*

C. : *oui après j'ai essayé de le faire sur les deux-trois premières soirées que j'ai faites et après, vu la réaction des gens, c'était juste pas possible.*

Plusieurs discours laissent penser que la soirée n'est pas le lieu propice pour une prévention efficace, soit parce que les propriétaires de boîte refuseraient, soit parce que les participants n'y seraient pas réceptifs :

Focus Group Paris

Crédoc : Quel est le meilleur moment pour que la prévention soit efficace ?

R. : *Il faut que ce soit avant la soirée. Je trouve la prévention n'a pas d'impact, même si je continuerais à le faire. On n'a pas énormément d'outils.*

MM. : *La soirée, ils viennent pour s'amuser ils n'en ont rien à faire de la prévention quoi. Ils vont s'y intéresser, mais hors soirée.*

Les étudiants des groupes tombent pourtant d'accord pour considérer que la dimension de prévention des risques manque dans les soirées. L'overdose de messages de prévention est plutôt décriée sous l'angle de l'excès de répression ou de moralisation, ils en appellent à des actions sur les lieux de vie des étudiants (campus), une présence d'association spécialisées lors de conférences-débats avec diffusion de vidéos choquantes et surtout des formations, des mises à disposition d'outils de prévention (éthylotests) pendant les soirées.

2/ Raisons de non mise en place d'actions de prévention

2.1 *Des actions souvent perçues comme contraignantes*

Une des premières raisons qui freinent la mise en place d'actions de prévention est qu'elles sont perçues comme contraignantes à mettre en oeuvre. En effet, 56% des associations ne prévoyant pas d'action de prévention émettent cet avis. **Pour 21% la mise en place de ces actions n'a jamais été réfléchi**, 16% estiment qu'il est trop compliqué d'en mettre en place, 13% que c'est trop coûteux et 10% n'ont pas le temps.

Une autre moitié (54%) juge la mise en place d'actions de prévention inutile. Plus du tiers de ces associations estiment qu'il est inutile d'en mettre en place car il n'y a pas de réels risques d'accidents, 12% que c'est à chaque participant de se responsabiliser, 9% que ce n'est pas à l'association de faire ces actions et 2% que ces actions ne sont pas efficaces.

Enfin, 4% déclarent que des actions de prévention « gâcheraient la fête ».

Figure 44 Raisons de non mise en place des actions

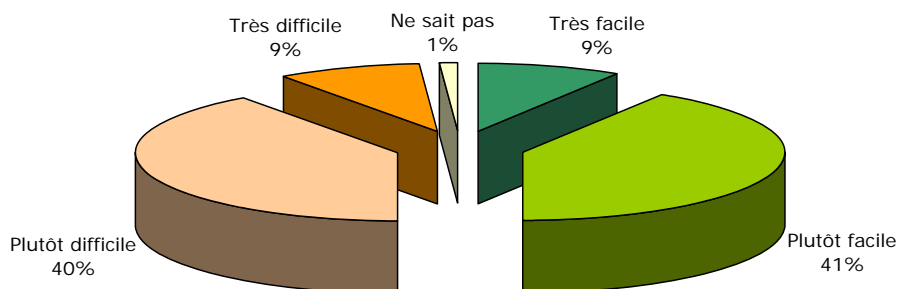
Q66 Pour quelles raisons ne mettez-vous pas en place d'actions de prévention	Effectifs	%
Contraignant	46	56%
<i>Vous n'y avez jamais réfléchi</i>	17	21%
<i>C'est trop compliqué</i>	13	16%
<i>C'est trop coûteux</i>	11	13%
<i>Manque de temps, de motivation...</i>	8	10%
Inutile, pas le rôle de l'association	44	54%
<i>Pas de besoin, pas de risque d'accident</i>	28	34%
<i>Chaque participant doit se responsabiliser, il ne faut pas déresponsabiliser les participants</i>	10	12%
<i>Ce n'est pas le rôle de l'association</i>	7	9%
<i>Les actions possibles ne sont pas efficaces, ne servent à rien</i>	2	2%
Autres réponses	12	15%
<i>Autre</i>	9	11%
<i>Cela gâcherait la fête</i>	3	4%
Total	82	

Source : CREDOC /APR/AP - 2010

2.2 Des organisateurs partagés sur la difficulté de mettre en place des actions de prévention

Globalement, la moitié des associations estiment qu'il est plutôt facile de mettre en place des actions et l'autre moitié que ce n'est pas le cas. Cependant, les extrêmes sont peu représentés : il est rarement « très facile » de mettre en place les actions (9%) comme « très difficile » (9%).

Figure 45 Difficultés de mise en place des actions



Source : CREDOC /APR/AP - 2010

Cependant, cette perception que les actions de prévention sont difficiles à mettre en œuvre, diminue avec la fréquence de l'adoption de comportements de prévention : que ce soit parce que les associations les estimant faciles, les adoptent plus facilement, ou, plus probablement, parce que l'usage montre que leur appropriation est finalement assez simple, **les organisateurs mettant systématiquement en œuvre des actions de prévention sont particulièrement nombreux, 76%, à trouver que leur utilisation est facile ou plutôt facile.** Ce chiffre tombe à 55% parmi les organisateurs qui les mettent souvent en place, 43% lorsque la mise en œuvre est rare, et 38% pour les associations qui n'adoptent pas de comportement de prévention.

Ce constat confirme que le manque de connaissances sur les actions et les outils, est un des freins principal à la mise en œuvre d'actions de prévention.

2.3 Remarques à partir des Focus Groups

2.3.1 Un déficit de connaissances des possibilités de mise en œuvre d'actions de prévention

Ce manque de connaissance comme frein à la prévention est largement confirmé par les entretiens de groupe. Le manque d'outil y est revenu à plusieurs reprises comme la principale explication de l'absence de réels dispositifs de prévention dans les soirées.

Les étudiants se montrent démunis en termes de connaissances des dispositifs existants, de contacts avec des interlocuteurs et surtout d'information :

Focus group Paris :

P. : On n'est pas informé, on ne sait pas qu'on peut l'avoir gratos. Je savais que ça existait parce qu'on a fait des recherches pour le gala de l'assoc, je pense que une fois qu'on l'a mis en œuvre une fois, qu'on se rend compte que c'est facile de l'avoir, c'est aussi un gage de sérieux de l'assoc.

Q. : Je pense que si on le fait une fois ça devient systématique, vous devriez le mettre sur l'affiche « Vous êtes une asso, commandez aussi votre kit ».

Les étudiants de Paris relient d'ailleurs ce manque d'information aux difficultés d'assurer une continuité entre les responsables d'une année à l'autre :

Crédoc : Comment vous expliquez que vous soyez passé à côté de ça, du kit, de l'affiche ?

Q. : La communication. J'ai pas cherché l'info, et dans les deux sens quoi.

C. : Je pense que ça fonctionne comme ça dans tous les BDE, il y a un changement chaque année et il n'y a pas forcément de lien ou parfois même vous avez des changements de bureau tous les 2 ans, ou une association peut périliter du jour au lendemain.

MM. : ça dépend des écoles aussi, celles qui durent 3 ans, 5 ans, les gens s'impliquent différemment. Sur 5 ans ils s'impliquent plus. Pour les facs, c'est beaucoup plus dur de toucher les gens, que dans les écoles.

C. : Dans les facs, on n'est pas soutenu par l'administration, et les staffs sont souvent tenus par des jeunes.

Q. : Moi c'est pire parce que on arrive en 1ere année et au bout de 2 mois, on nous demande de récupérer le bureau. Et j'ai rien eu en termes de pérennité de la part de l'ancien bureau.

2.3.2 Un déficit de visibilité des interlocuteurs associatifs spécialisés dans la prévention

C. : « Par contre, ce que j'ai remarqué c'est que les associations ne sont pas informées, c'est à elles d'aller la chercher. On aimerait savoir que l'association Prévention Routière organise des stands auprès des soirées, qu'elle fournit des éthylotests, ça peut se faire par une documentation envoyée. »

Les groupes montrent un gros déficit de visibilité voire de fiabilité des interlocuteurs vers lesquels les associations étudiantes peuvent se tourner lorsqu'elles se préoccupent de prévention. C'est par exemple le cas dans le groupe lillois « *c'est souvent eux qui nous déçoivent, on se dit c'est bien, on voit l'aubaine, on se dit enfin on va pouvoir faire les choses comme il se doit et après ils sont plus là.* » A.).

Les étudiants semblent avoir de la peine à savoir vers qui se tourner pour obtenir du matériel de prévention en dehors des mutuelles et de la préfecture. L'association prévention routière ou ses comités locaux n'ont jamais été nommés comme tels (« *Sam nous a contacté* » C. (Marseille), « *c'est simple t'appelles Sam* » MM. (Paris))

Les discours des uns et des autres laissent transparaître l'idée que c'est aux associations de prévention d'aller vers les associations étudiantes.

C. : *et là ce que je trouve moyen, c'est que c'est à nous en tant qu'asso de contacter des asso comme enfin voilà, Sam etc., et oui c'est à nous de le faire mais ce serait quand même plus facile, enfin c'est peut être à eux de venir.*

Une fois ce pas franchi, ils se disent prêts à œuvrer eux-mêmes sur le volet de la prévention ou à engager des partenariats. Mais il s'agit là d'une récurrence qu'il convient de ne pas prendre à la légère. En effet, entamer des démarches pour se procurer du matériel, se former, etc., est un cap que peu d'associations semblent prêtes à dépasser d'elles-mêmes, la main tendue sera plus efficace pour faire le lien entre les réelles préoccupations qu'ont les organisateurs de soirées et la mise en œuvre effective de dispositifs de prévention.

2.3.3 Un déficit de formation et d'accompagnement

On ressent dans les discours un fort besoin d'accompagnement, de mise en confiance.

Focus Group Marseille

C. : *la plupart des assocs, elles travaillent avec la MMEP, et donc ils filent des éthylotests et les étudiants se disent bon ça y est j'ai des éthylotests, j'ai fait de la prévention, c'est bon...*

S. : *La MMEP avait proposé une charte responsable [...] mais même quand on se sent responsable, qu'on est préoccupé et qu'on reçoit le truc, bah c'est pas dit, la preuve on est encore en réflexion dessus, c'est pas dit qu'on y adhère, parce qu'on a peur de perdre des bénéfices, on a peur de passer pour des gros relou.*

Les étudiants qui pratiquent la prévention ont tendance à avouer leur impuissance à délivrer un message de prévention ou à convaincre une personne ivre de ne pas prendre son véhicule. Les demandes explicites de formation sont d'ailleurs apparues dans chacun des groupes.

La situation du BDE de Lille est particulièrement intéressante à ce sujet. Leur connaissance des actions de prévention existantes est très partielle, mais suffisamment élaborée pour apprécier la venue d'intervenants extérieurs et avoir cherché à en organiser eux-mêmes. Pourtant ils semblent ne pas parvenir à obtenir du matériel de prévention pour leurs soirées, faute d'interlocuteur fiable disent-ils, mais aussi faute d'avoir connaissance des ressources existantes.

En matière de prévention, ces étudiants ressentent un isolement, il leur manque les moyens financiers et les interlocuteurs. Leur préférence reste une intervention extérieure. Le manque de moyens financiers et humains semble les bloquer dans leurs démarches, ils n'ont pas connaissance qu'un certain nombre d'outils sont à leur disposition et préfèrent attendre une présence tout au long de l'année des associations de prévention. Quand les bénévoles de la SMENO ne sont pas présents à la soirée *« nous on ne fait rien, non, on n'a pas le temps et vous savez une soirée, c'est, même 80 personnes, du moment où ils sont alcoolisés on a l'impression de se retrouver avec 400 personnes ; tout gérer, tout vérifier... »*

2.3.4 Un déficit de moyens humains et financiers pour mettre en œuvre certaines actions

Les réalités financières sont souvent évoquées comme explication de l'absence ou du caractère exceptionnel des dispositifs de prévention, certaines associations n'auraient pas suffisamment de moyens pour financer des navettes par exemple. **Il est dès lors possible de déduire que les perceptions des organisateurs vis-à-vis de la prévention peuvent être négatives pour la simple raison qu'ils l'identifient comme un coût.** On sent dès lors que dans les arbitrages entre l'indispensable, le souhaitable et le superflu, la mise en œuvre d'actions de prévention reste au stade du souhaitable.

Dans la mesure où ces arbitrages prennent aussi en compte les effectifs mobilisables pour la soirée, on comprend d'autant mieux que faire de la prévention (efficace) reste un idéal inatteignable dans la perception de plusieurs organisateurs. Ce que nous disent les étudiants des groupes c'est qu'**il y a déjà tellement de choses à gérer dans une soirée que s'occuper de l'état et de la manière dont les participants quittent la soirée « c'est juste impossible »** (C. Marseille). Ce genre de tâche sera donc plus facilement absente du schéma d'organisation de la soirée et dans le meilleur des cas assurée pour les quelques personnes connues des membres du staff pour leur propension à finir en mauvais état.

« Mais raccompagner les gens à leur voiture c'est beaucoup de travail aussi, nous on est pas assez. S'il y avait un organisme qui pouvaient nous louer 10 personnes mais sans qu'on les paye » A. Lille

3/ Opinions sur la prévention et propositions d'actions de prévention

3.1 *Les personnes les mieux placées pour la mise en œuvre : des acteurs spécialisés ou les organisateurs eux-mêmes*

Ce fort besoin de formations, de connaissances, d'orientation vers les bons interlocuteurs exprimés dans les entretiens de groupe est confirmé par un des constats de l'enquête quantitative : ce sont les étudiants qui mettent en général en œuvre les actions de prévention, alors qu'ils sont nombreux à considérer que les mieux placées pour le faire sont les associations spécialisées : **64% des organisateurs de soirées les citent comme les personnes les mieux placées pour mettre en œuvre ces actions. Ils sont également nombreux, 58%, à considérer que c'est à eux d'assurer les actions de prévention.** Notons que seuls 13% des associations jugent que c'est aux propriétaires des lieux où se déroulent les soirées d'assurer la prévention.

Figure 46 Opinions sur les acteurs de la prévention

Q68 Selon vous, qui est le mieux placé pour faire de la prévention des soirées ?	Effectifs	%
Des associations telles que la prévention ou la sécurité routière, la Croix Rouge	170	64%
Les organisateurs de la soirée	155	58%
D'autres jeunes	51	19%
Les propriétaires des lieux	34	13%
Ne sait pas	2	1%
Tout le monde	2	1%
Autre	2	1%
Total	267	

Source : CREDOC /APR/AP - 2010

Remarques à partir des Focus Groups

Les discours recueillis dans les groupes montrent que la préférence des étudiants va à la mise en place par une autre association, toutefois plusieurs étudiants ont justifié le fait que ces actions doivent être menées par les étudiants du BDE, une association de prévention (si possible étudiante) serait alors la bienvenue pour accompagner, former, mettre à disposition du matériel :

Focus Group Marseille : prévention

N. : *Il faut que ce soit un partenariat, pas le staff d'un côté et une asso qui vienne de l'autre, que ça fusionne, que dans les stands de prévention il y ait des gens que les gens connaissent pour que du coup ça soit plus percutant*

S. : *en fait c'est ça, la prévention elle fonctionnera à partir du moment où les gens y verront quelque chose d'accessible, plutôt cool et pas dans le genre, répression*

C. : *il faut que la prévention elle soit faite par les étudiants*

S. : *ouais c'est des étudiants aux étudiants, au niveau de la démarche, je pense c'est plus facile de parler étudiant à étudiant, c'est à nous quoi.*

Les propriétaires des lieux ne sont pas identifiés par les participants à nos groupes comme de potentiels acteurs de la prévention mais plutôt comme des freins possibles :

Focus group Paris

Crédoc : *Selon vous, est-ce normal que les propriétaires de salle, mettent en œuvre des actions de prévention ? Où est-ce à l'asso de le faire ? Si ce n'est pas normal comment on peut inciter les gens de la nuit à le faire ?*

C. : *En fait, la grosse difficulté pour les associations étudiantes c'est de pouvoir gérer une soirée de A à Z. comme il y a beaucoup de contrats comme ça, ce devrait être à la boîte de nuit de gérer cet aspect-là. Par contre, si l'association gère tout, là c'est à elle de fournir un service de prévention routière. Il est très rare de voir des boîtes de nuit faire de la prévention c'est pas à leur avantage.*

MM. : *C'est généralement les assos qui distribuent des trucs, mais c'est jamais la boîte, et même quand on discute avec eux c'est, il ne faut même pas en parler quoi, ils s'en foutent.*

3.2 Souhais des étudiants

Les associations ont de nombreuses propositions pour faciliter la mise en place d'actions de prévention. Elles sont notamment nombreuses à souhaiter une formation et plus de liens avec les associations de prévention, ce qui est là encore cohérent, avec les constats d'un manque de connaissances et d'outil comme frein à la prévention.

Ainsi :

- 20% proposent une formation sur la prévention pendant les soirées mais aussi en dehors
- 16% souhaiteraient mettre en place des actions qui existent déjà dans le cadre du dispositif « Capitaine de soirée »
- 14% souhaiteraient avoir plus de liens avec les associations de prévention
- 12% mettraient en place des navettes pour remplacer les voitures
- 27% n'ont pas d'idée à soumettre

Figure 47 Propositions pour que les actions de prévention soient mises en places

Q69 Finalement, quelle proposition feriez-vous pour que des actions de prévention soient mises en place pendant les soirées étudiantes (question ouverte, recodée ensuite)	Effectifs	%
Intervention d'une autre association dans les soirées et en dehors	54	20%
Mise à disposition de matériel ou mise en place d'actions qui existent déjà dans le dispositif « Capitaine de soirée »	43	16%
Plus de liens avec les associations	37	14%
Mise en place de navettes, de transports moins chers	32	12%
Plus de présence policière, de contrôles	23	9%
Plus de communication, plus d'affichage	20	7%
Des avantages pour les capitaines de soirées	13	5%
Autres	11	4%
Grouper les informations, les associations et pas seulement l'association Prévention Routière	3	1%
Les propriétaires doivent aussi s'occuper de la prévention	3	1%
<i>Ne sait pas/RIEN</i>	72	27%
Total	267	

Source : CREDOC /APR/AP - 2010

La partie qualitative de l'étude confirme à quel point les associations étudiantes sont en attente d'avoir des liens plus étroits avec les associations de prévention pour être formées, informées et savoir vers qui se tourner pour obtenir les outils de prévention ou l'appui logistique nécessaire. A plusieurs reprises les étudiants ont invité ces associations à venir sur leurs lieux d'étude pour organiser des journées de prévention ou à leur envoyer du matériel de communication et des outils de prévention. En tous les cas, le ressenti à l'issue de cette étude est que les organisateurs de soirées étudiantes attendent que les associations spécialisées aillent plus vers eux et soient plus disponibles.

3.3 Le message de prévention

3.3.1 Contenus et supports : une préférence pour les images choc

Lorsque les étudiants sont amenés à parler des messages de prévention deux idées-forces ressortent quant à leur contenu : d'une part, le rejet des messages moralisateurs et d'autre part la recherche de messages chocs. Cette appétence pour la crudité des réalités est toutefois nuancé, le goût de l'autodérision, de l'humour, semble faire tout autant recette. Mais globalement les étudiants semblent déçus par la timidité des campagnes de prévention, ils sont en attentes de support qui les mettent visuellement en contact avec des réalités :

A. (Lille) : « *Faut être cru avec les étudiants, plus on voit d'images chocs, comme sur les paquets de cigarettes, plus on voit des poumons encrassés, plus il y a des gens qui arrêtent, il faut aller jusqu'au bout, il faut montrer des images d'accidents et les effets que ça fait* ».

A noter cependant qu'une étude réalisée en 1999 par le CRÉDOC pour l'association Prévention Routière et Assureurs Prévention avait montré que ces images chocs, si elles sont plébiscitées par les jeunes, ne sont pas nécessairement efficaces : lorsqu'elles sont trop agressives, les spectateurs prennent une forte distance par rapport au message, ne se sentent pas concernés et finalement, ne l'intègrent pas.

La forme du message est par ailleurs associée à l'idée qu'elle doit en permettre la compréhension intuitive. **C'est donc tout naturellement vers les images que s'orientent les préférences et notamment les vidéos.**

Une recherche de vérité et de proximité du message de prévention transparait dans les discours, proximité culturelle avec le monde étudiant/jeune à la fois dans le ton et les supports mais aussi affective, jouer sur les liens d'amitié et de sentiments, de responsabilité envers ses amis. Par opposition les rappels aux chiffres ou aux lois font l'objet d'un rejet car jugés inefficaces voire rabat-joie. Le groupe de Marseille a par ailleurs été l'occasion de faire le triste constat que le décès d'un proche pouvait marquer les esprits bien au-delà de tout autre forme de prévention:

N. : *en fait quand je suis arrivée en ostéo il y a 4 ans, en fait c'était beaucoup plus hard que ce que c'est maintenant, mais ce qui a changé en fait, enfin, chez les gros fêtards on a perdu une amie proche à nous qui s'est tuée sur la route après avoir consommé de l'alcool et ça, ça nous amis un gros gros coup et c'est vrai que il y a eu un avant et un après en fait, et ça nous a tous remis vachement en question, je vois pas comment ça peut enfin, être mis en place, mais ça ça a vraiment changé quelque chose dans les consommations des gens*

M. : *oui c'est ça je pense qu'à notre âge, on a tous perdu quelqu'un, plus ou moins proche, à cause de l'alcool, et je pense que c'est ça qui change ta vision et que c'est aussi pour ça que les gens prennent moins leur voiture et rentrent plus à pied ou des trucs comme ça quoi.*

Crédoc : le fait de perdre son permis, ça suffit pas ?

Tous : *non (rires)*

M. : *c'est-à-dire le permis tu le perds mais tu le repasses, tandis que la vie..*

N. : *certains, rouler sans permis, ça les dérangent pas, quoi..*

Même constat à Lille :

AA. : *Une jeune fille est décédée lors de l'intégration à l'ISEG Strasbourg, moi je voudrais pas que ça m'arrive, je supporterai pas déjà que ils la connaissent, c'était une de leurs amies*

A. : *on est responsable de la personne aussi, on s'occupe d'elle, l'emmène dans un lieu tenu secret, on lui donne à manger etc., savoir que cette personne on l'a perdue, pour l'organisateur c'est se mettre une balle dans la tête, de toute façon*

3.3.2 Des messages plus efficaces en dehors des soirées

Les étudiants de Lille ont souhaité recevoir des vidéos aux contenus réalistes, ils envisagent même d'organiser la venue d'intervenants dans leur école pour une conférence. A Paris, l'intervention d'associations sur les campus a également fait l'objet d'un plébiscite, ils se disent prêts à organiser des journées de prévention, et insistent sur le côté ludique de certaines actions de prévention (lunettes ou simulateur de tonneau)

Le moment le plus efficace de la délivrance du message n'est donc pas, selon les organisateurs, le contexte festif, il leur paraît plus approprié de cibler quelques journées en début d'année, dans les écoles.

Un consensus se dégage donc pour rejeter le moment de diffusion des messages à visée préventive hors du contexte des soirées, les étudiants préféreront situer le moment pertinent en amont de la soirée, comme pour C. à Paris, pendant la phase de prévente, privilégiant l'échange humain, ou après les soirées, comme pour C. à Marseille, en utilisant la diffusion des photos de la soirée sur Facebook. Il se dit prêt à mettre des messages sur les photos de la soirée, l'idéal pour eux serait d'avoir à disposition un répertoire d'icônes, d'images ou de messages de prévention (choc de préférence) dans lequel ils pourraient piocher pour alimenter leurs posts Facebook.

A Paris, a eu lieu une discussion sur la nécessité d'élargir les messages et les outils aux risques liés à l'alcoolisation, selon les étudiants, **trop insister sur les risques liés à la seule utilisation de la voiture pourrait avoir l'effet contreproductif de laisser libre cours à une consommation excessive dès lors qu'on ne conduit pas**. L'autre travers du message centré sur l'utilisation d'une voiture, c'est d'une part l'absence de prise en compte par les étudiants des deux-roues motorisés dans leurs discours sur les risques routiers. D'autre part, comme on le voit dans nos groupes, les étudiants organisant des soirées dans une grande agglomération s'imaginent que la grande majorité des participants ne prennent pas la voiture, ils se sentent alors étrangers aux préoccupations de sécurité routière. Comme l'ont rappelé les étudiants à Paris, un rééquilibrage communicationnel sur les dangers de la circulation à bicyclette et à pied pourrait avoir tout son sens.

Cette remarque vaut également pour l'insistance sur la consommation d'alcool par rapport à la consommation d'autres produits stupéfiants, les étudiants de Lille ont d'ailleurs déploré le manque de communication à propos des risques d'accident sous l'emprise d'autres drogues. Le cannabis en particulier semble faire l'objet d'une idée reçue selon laquelle il serait peu risqué de conduire sous son emprise.

Enfin, plus généralement, il semble que les étudiants soient plus réceptifs aux messages de prévention des risques liés à la consommation d'alcool et autres produits dans leur globalité plutôt qu'aux messages centrés uniquement sur les risques routiers. Et ce d'autant plus lorsqu'ils sont organisateurs de soirée : au quotidien, ils ont bien plus à « gérer » des personnes ivres qui

peuvent se sentir mal (parfois jusqu'au coma éthylique), casser du matériel, tomber, etc., plutôt que des conducteurs au taux d'alcoolémie supérieur à 0.5g/litre de sang.

3.3.3 Les courts-circuits (facteurs culturels, contre-messages)

Dans aucun des groupes, les messages publicitaires ou les pratiques de distribution d'objets publicitaires par les marques d'alcool n'ont été évoqués comme frein à l'efficacité des messages à visée préventive. C'est, selon les organisateurs, bien plus les pratiques des étudiants eux-mêmes qui rendent vaines les tentatives de prévention. **La pratique de la préchauffe en particulier a été souvent citée pour exclure la diffusion de messages pendant les soirées car les étudiants y arrivent déjà très alcoolisés.** Mais plus encore, **c'est la perception de la soirée étudiante comme rituel du lâché prise et donc de consommation excessive d'alcool qui vient contrecarrer les objectifs de modération implicitement contenus dans les messages de prévention.** La période étudiante est en général marquée par l'affranchissement d'un certain nombre de cadres (scolaire, familial) ouvrant l'exploration des possibles, jusqu'à l'excès. Ces excès, ivresses, comas éthyliques, sont en voie de banalisation, en témoigne les nécessités de relancer les étudiants des groupes pour qu'ils rangent les comas parmi les incidents graves survenus dans leurs soirées.

Focus group Marseille : messages de prévention :

Crédoc : quels messages à visées préventives fonctionnent et à quel moment ?

C. : *ba déjà au niveau du message, plus c'est gore et plus ça marque et plus les gens ils réfléchissent*

S. : *moi non, je sais pas*

M. : *après moi je suis une âme sensible donc quand c'est trop gore je regarde pas donc du coup ça va pas me marquer quoi*

C. : *après je trouve que depuis qu'on est tous petits, que ce soit avec le tabac tout ça, on arrête pas de nous bassiner avec des messages, mais sans être plus ou moins percutant et donc du coup, pareil pour la sécurité routière, si on reste là-dedans il n'y aura pas de répercussion alors que mettre du gore ba ça fait (il se tape dans les mains) Par contre le moment du message euh ?*

Crédoc : au moment des soirées c'est pertinent ?

Tous : *non non non*

C. : *les gens arrivent bourrés donc là p'fuit*

M. : *en plus ils sont dans un esprit enfin ils arrivent dans un état d'esprit où euh,*

S. : un état d'esprit pas de responsabilité, il y a un esprit, liberté totale, excitation totale c'est plus du tout...

M. : amis c'est pas du tout, enfin il faut vraiment être dans l'état d'esprit soirées étudiantes enfin c'est pas le même état d'esprit, soirée étudiante que soirée où tu vas en boîte, ailleurs enfin c'est pas du tout, du tout le même esprit

S. : c'est on se lâche quoi, tout est permis tout est possible

C. : à la limite, lendemain de soirée, où justement si tu regardes c'est le lendemain de soirée où on se dit, j'ai quand même fait le con la veille

S. : ouais c'est vrai

C. : donc ouais si a ce moment là t'as un message et bien regardes ce que t'aurais du faire hier, c'est ptet là le plus percutant.[...]

N. : Mais je sais pas, je dis pas que c'est trop tard mais quitte à faire de la grosse prévention autant le faire plus tôt parce que là ils sont, quand ils arrivent en ostéo, ils sortent du bac, ils ont 18 ans ils se trouvent dans un appart pour la première fois de leur vie, ils sont loin de papa et de maman donc ils ont envie de faire la fête quoi. Donc euh, c'est un peu difficile raisonner euh. On aimerait bien que les gens sachent faire la fête sans trop se saouler, mais c'est pas forcément réalisable quoi.

S. : et au niveau du discours, papa et maman ils ont pas forcément envie de les retrouver quoi

Quatrième partie : les contraintes, leviers et incitations

La phase qualitative exploratoire avait permis d'identifier, en première approche, plusieurs hypothèses concernant les leviers et les incitations à la mise en œuvre d'actions de prévention. L'adoption de comportement de prévention pourrait être favorisé ou contraint par le cadre légal, la signature de charte et de convention, le sentiment de responsabilité. Les entretiens exploratoires semblaient montrer que ces leviers jouaient assez mal leur rôle : la loi était mal connue, les organisateurs estimaient leur responsabilité pénale peu engagée, et considéraient que primait la responsabilité individuelle de chaque participant plutôt que celle, collective, de l'organisateur. Là encore, l'enquête quantitative et les entretiens de groupe tendent à confirmer ces hypothèses : les organisateurs s'approprient mal la loi, ne respectent pas toujours les enseignements des chartes et n'ont pas le sentiment que leur responsabilité est engagée dans les accidents qui pourraient survenir pendant et surtout après, les soirées. Par ailleurs, aucun lien clair n'a pu être établi entre l'intégration des responsabilités, la connaissance de la loi, la signature de charte, et la mise en œuvre d'actions de prévention. .

1/ Le cadre légal et l'adoption de comportements de prévention

1.1 *une connaissance en général approximative*

10% des organisateurs avouent mal connaître les lois sur la consommation d'alcool, mais peu, 3%, disent ne pas les connaître du tout. La majorité (87%), déclarent connaître au moins partiellement les lois.

Figure 48 Connaissance des lois portant sur la consommation d'alcool

Q46 Par rapport aux lois portant sur la consommation et la vente d'alcool est-ce que :	Effectifs	%
Vous connaissez, ou quelqu'un dans votre association, connaît très bien ces lois	81	30%
Vous en connaissez quelques-unes, mais pas toutes	152	57%
vous en connaissez très mal le contenu	27	10%
Vous ne savez pas qu'il existe une législation pouvant s'appliquer aux soirées que vous organisez	7	3%
Total	267	100%

Source : CREDOC /APR/AP - 2010

Quand ils connaissent les lois, les étudiants organisateurs de soirées estiment les respecter pour 62% d'entre eux. Un tiers n'est pas certain de les respecter totalement.

Figure 49 Respect de la loi

Q47 Est-ce que	Effectifs	%
Vous pensez être systématiquement dans le cadre de la loi	161	62%
Vous n'êtes pas certain d'être systématiquement dans le cadre de la loi	88	34%
Vous contournez parfois la loi, car elle est trop contraignante, ou non pertinente	11	4%
Total	260	100%

Source : CREDOC /APR/AP - 2010

Parmi les personnes qui connaissent très bien les lois, comme parmi celles qui déclarent être systématiquement dans le cadre légal, respectivement 10% et 20% signalent qu'elles mettent en place des open bars. Ces proportions sont plus faibles que celles observées sur l'ensemble des associations : de 25% en moyenne, elle atteint 47% parmi les organisateurs qui déclarent très mal connaître les lois, 32% parmi ceux qui ne les appliquent pas systématiquement. Elles relativisent cependant les déclarations des étudiants et montrent une certaine méconnaissance du cadre légal, y compris pour ceux qui estiment très bien le connaître.

Plus généralement, il y a un lien entre les types de soirées organisées, la connaissance du cadre légal, et la mise en œuvre des actions de prévention. Les organisateurs qui déclarent connaître le cadre légal sont notamment ceux qui touchent le plus grand nombre de participants : 44% des organisateurs pouvant toucher plus de 500 personnes pensent très bien connaître les lois, contre 23% de ceux qui touchent de 100 à 500 participants par soirée, et 22% de ceux qui en touchent moins de 100.

Ils sont également les plus nombreux à mettre en place des actions de prévention : 80% déclarent le faire, contre 67% des personnes connaissant mal les lois et 56% de celles déclarant ne pas les connaître du tout.

Ce constat peut donner lieu à deux interprétations:

- il est possible que connaître le cadre légal favorise la mise en œuvre d'action de prévention, notamment par conscience de sa responsabilité civile voire pénale ;
- mais il est également probable que le lien entre connaissance du cadre légal et mise en œuvre de pratiques de prévention s'explique par l'existence d'associations, fortement investies dans l'organisation des soirées, qui, d'une manière générale, portent une forte attention à leurs responsabilités, et à l'image de l'association. Ces associations sont notamment celles qui touchent beaucoup de participants ou qui organisent de nombreuses soirées. Connaître le cadre légal n'est pas alors incitatif à l'adoption de

comportements de prévention, mais fait partie d'une logique globale d'attention portée aux modalités d'organisation des soirées.

Enfin, la connaissance de la loi ne dépend pas du type d'établissement supérieur dont dépend l'association.

1.2 Selon les entretiens de groupe, la méconnaissance du cadre légale est plus importante que ne le montre l'enquête quantitative

L'interprétation des données quantitatives reste ambiguë : quand les étudiants répondent à un questionnaire, ils se disent plutôt au fait de la législation pouvant réglementer leurs soirées. Alors que **les étudiants des groupes, pourtant assez responsables et sensibilisés à la prévention avouent rapidement leur ignorance lorsqu'on les confronte à certaines dispositions légales**. Autrement dit leur ignorance n'est pas totale et la réglementation semble intervenir comme une contrainte dans l'organisation des soirées mais la connaissance des règles qui s'imposent à eux reste floue :

Focus group Marseille : Réglementation :

M. : *ah bon il y a une réglementation ? (rire)*

Tous : *franchement, non on sait pas vraiment*

C. : *il y a que l'expérience qui fait qu'on commence à connaître certains trucs sinon il y a plein de trucs qu'on sait pas*

S. : *oui ce serait d'ailleurs pas mal qu'on ait un récap des lois les plus importantes quoi.*

Ces étudiants n'étaient pas au courant qu'ils n'ont pas le droit de servir de l'alcool distillé, faisant preuve d'une véritable incrédulité, à l'annonce de cette règle, après un silence, ils ont cru à une blague...

Focus group Paris

Crédoc : vous mettez quoi sur les affiches ?

R. : *le thème de la soirée, le dresscode, s'il y a un dresscode, le prix des consos*

MM. : *tu mets le prix des consos aussi ?*

R. : *(gêné dodelinant de la tête) enfin, on essaie de le faire ouais*

Crédoc : *parce que vous MM. vous ne le faites pas ?*

MM. : *bah, euh, je sais pas, enfin*

Q. : *moi on me l'avait interdit*

MM. : *oui c'est interdit, je crois, voilà*

P. : *peut-être que c'est parce que vous arrivez tout le temps à avoir les mêmes prix de conso à peu près*

MM. : *je sais pas, mais en tout cas moi j'ai jamais mis, ni sur Facebook, ni aucun lieu, on peut mettre 'prix sympas', mais jamais le prix de l'alcool pour moi*

Q. : *ouais on m'avait dit ça aussi*

Crédoc : *qui vous a dit ?*

Q. : *c'était notre ancien directeur des études*

MM. : *bah moi ça c'est toujours fait comme ça, je vous avoue que je sais pas, mais c'est toujours comme ça.*

Les participants au groupe de Lille ont dans leurs discours et dans leurs pratiques une attitude plutôt responsable vis-à-vis des risques. Leur connaissance des risques liés à la consommation d'alcool et de cannabis au volant est cependant très limitée, de même leur connaissance des lois régissant l'organisation de soirées leur fait défaut :

A. : *La réglementation on la connaît grosso modo, c'est, euh, on est euh, franchement honnêtement non. Vous me demandez de parler de la réglementation, moi en tant qu'organisateur d'événements comme ça, pour la prévention, j'en connais pas. Je sais pas qu'est-ce que je suis obligé de faire, mais je sais ce que je devrais faire.*

Cela ne les empêche pas de mettre en place une organisation visant à prévenir au maximum les risques, à la fois dans le choix du lieu, dans le respect de règles de comportement des bénévoles en soirée mais aussi dans l'autocensure en ce qui concerne la communication et les possibles incitations à la consommation.

La seule disposition légale bien identifiée par tous concerne l'interdiction des open bars. Les discours à ce sujet montrent que ces pratiques ont toujours lieu et peuvent même être camouflées, il suffit d'afficher un prix des boissons et de les servir gratuitement.

Mais globalement le constat d'un déficit général de connaissance de la loi s'impose à l'issue de cette étude. En conséquence la plupart du temps, les étudiants qui sont dans l'illégalité n'en n'ont tout bonnement pas conscience.

2/ La responsabilité

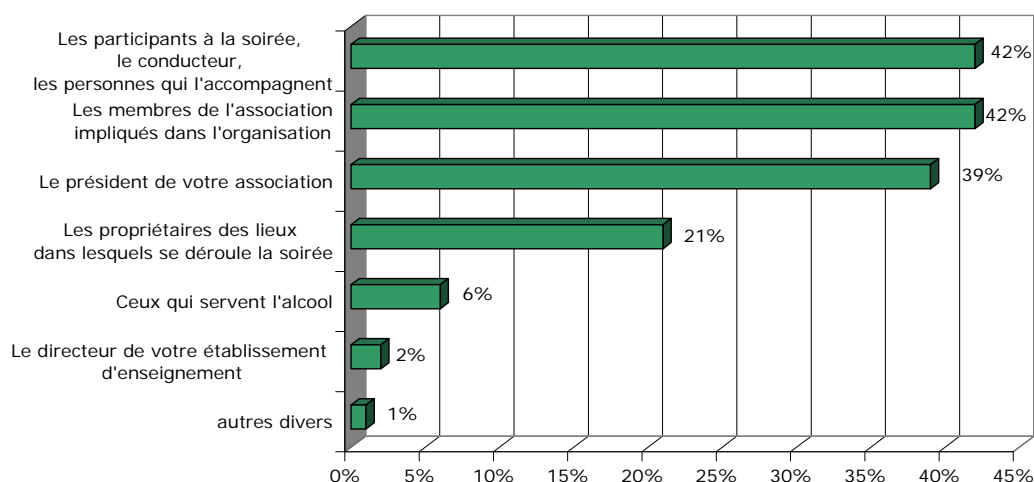
2.1 *En cas d'accident de la route, une responsabilité partagée entre les jeunes accidentés et les organisateurs*

Deuxième levier possible, la perception que les organisateurs sont au moins en partie responsables en cas d'accident, est relativement fréquente : 76% des jeunes mentionnent l'association organisatrice. Il peut s'agir de la responsabilité du seul président (39%), ou bien d'une responsabilité partagée entre tous les membres de l'association (42%).

42% des organisateurs estiment qu'en cas d'accident, les responsables sont d'abord les participants à la soirée eux-mêmes, et surtout, le conducteur et les personnes qui l'accompagnent. Seuls 21% des organisateurs font peser la responsabilité sur le propriétaire des lieux, 6% sur les personnes qui servent l'alcool.

Figure 50 Les responsabilités en cas d'accident

Selon vous, qui est d'abord responsable moralement lorsque certaines personnes consomment trop d'alcool pendant une soirée organisée par votre association et prennent des risques sur la route ?



Source : CREDOC /APR/AP - 2010

Ce sentiment de responsabilité ne dépend pas du type d'établissement, ni du nombre de soirées organisées. Il est plutôt plus répandu lorsque les soirées touchent peu de participants : 93% des organisateurs dont les soirées comptent au plus 100 personnes s'estiment responsables en cas d'accidents.

Le sentiment que l'association est responsable en cas d'accident ne conduit pas à des pratiques spécifiques de prévention. Les organisateurs ne sont pas plus nombreux à mettre en œuvre des actions de prévention.

2.2 Les entretiens de groupe relativisent la perception d'une responsabilité de l'organisation

Les participants aux focus groups se sont vus proposer un dilemme : en cas d'accident de la route provoqué par un conducteur ivre en sortie de soirée, dégager les responsabilités des uns et des autres et déterminer ce qui, ou, comment, on rend responsable chaque acteur.

Cette notion de responsabilité reste particulièrement ambiguë dans les discours des étudiants organisateurs de soirées présents dans nos groupes.

D'une part leur conscience d'avoir une part de responsabilité dans un tel cas est plutôt mise en avant sur le plan moral, ce qui dénote une réelle prise en compte du rôle d'organisateur en tant que producteur d'une situation où les participants vont s'alcooliser et donc potentiellement prendre des risques. De plus certains ont fait preuve d'une vision très juridique, faisant de l'association le responsable pénal en cas de problème de ce genre. En général d'ailleurs ces rappels à la loi sont débattus dans les groupes, les discours montrent que le flou domine, la vague certitude d'une responsabilité morale semble plus profondément ancrée que des dispositions légales. D'ailleurs, dans les débats sur la responsabilité du BDE dans l'accident, le taux d'alcoolémie pris en compte n'a rien à voir avec le taux légal fixant la limite de capacité à conduire. Les étudiants prennent plutôt en compte l'état dans lequel la personne est en sortant, à savoir, est-elle ou non consciente de ses actes (ce qui par ailleurs sous tend l'idée préconçue qu'un accident n'arrive qu'aux personnes dans un état avancé d'ébriété).

Mais d'autre part, l'idée de responsabilité en cas d'accident s'expose très vite en terme de responsabilité de l'individu, dédouanant ainsi le BDE d'une grande partie de sa possible implication pénale, c'est le fameux « responsable mais pas coupable ». Plusieurs interventions ont montré une forme de rejet d'une responsabilité qui serait le pendant d'une infantilisation, d'une forme d'assistanat. Cette vision idéologique fait de chacun le gestionnaire de sa consommation et des conséquences possibles.

Les étudiants interrogés justifient ce point de vue par un obstacle matériel à l'exercice de leur responsabilité : il leur serait impossible de contrôler qui sort, dans quel état, et avec quel moyen de transport. L'autre obstacle concerne l'impossibilité de considérer le seul moment de la soirée organisée par l'association pour examiner la responsabilité de l'alcoolisation de la personne impliquée dans un accident. En effet, en dehors de ce cadre, les moments de préchauffe ou d'after sont à prendre en compte.

Dans le groupe marseillais, tous les BDE présents servent au bar, la discussion a donc logiquement porté sur la responsabilité du BDE en tant que serveur d'alcool et la responsabilité de l'individu dans sa consommation :

Focus group Marseille : la responsabilité

M. : *bah c'est l'asso qui est responsable*

S. : *Ah ouais ?*

C. : *par contre pas exactement, l'individu est quand même, enfin moi ce que je crois, c'est que l'individu est quand même responsable de lui-même*

S. : *oui mais*

M. : *à partir du moment où il est bourré complet tu dois lui dire stop.*

C. : *oui voilà c'est ça mais je crois pas que ce soit une obligation parce que si par exemple les parents du défunt portent plainte, enfin ils ont le droit de porter plainte contre toi en tant qu'organisateur mais je sais pas si on est à 100% responsable. Je crois pas.*

M. : *enfin à partir d'un certain degré d'alcool à mon avis enfin, c'est-à-dire que si la personne elle est complètement bourrée et que tu continues à la servir, je pense tu es responsable*

N. : *carrément, oui*

S. : *oui, c'est à toi de dire stop en fait*

M. : *après tout dépend peut être du taux d'alcool qu'il a dans le sang*

C. : *comment on prouve, la personne peut très bien se finir en sortant de la boîte quoi.*

S. : *à partir d'un moment, on ne peut plus considérer la personne comme maître du coup c'est à toi aussi d'arrêter le truc*

C. : *ça j'ai jamais su les nuances en fait*

S. : *je sais que selon la loi, même quand c'est chez toi, t'organises un apéro, t'invites des amis et que ton pote sort et qu'il lui arrive un truc, c'est ta responsabilité s'il lui arrive quoi que ce soit, c'est toi qui ...*

N. : *oui*

Crédoc : comment vous vous défendriez si jamais la famille portait plainte ?

N. : *déjà, je sais pas vous mais nous les soirées quand les gens ils arrivent ils sont déjà chaud (tout le monde acquiesce)*

N. : *(nombreux gestes d'impuissance) après on peut pas, enfin, faudrait quantifier les quantités d'alcool que les gens ont bu avant la soirée, et après on n'incite pas non plus les gens à boire quoi. C'est-à-dire que nous quand on voit quelqu'un qui commence à être chaud on ne le sert plus parce que on n'est pas là non plus pour saouler les gens quoi, mais euh*

S. : *après c'est tellement subjectif, enfin, après enfin tu le vois chaud mais tu peux te dire il est pas non plus dans l'état d'être non plus, donc tu peux encore continuer à le servir quoi, du coup, enfin ça dépend des gens aussi et de la capacité à sentir le gars et euh...*

En revanche dans les groupes parisien et lillois la discussion a plutôt porté sur la responsabilité du BDE en tant que producteur de la situation d'alcoolisation :

Focus group Paris : la responsabilité

C. : *Moi, il y a une responsabilité de l'association qui a organisé, puisqu'ils ont laissé la personne partir dans un état qu'il ne fallait pas. Enfin, il me semble que...*

C. : *Nous en général avec le prestataire il y a une décharge qui est signée, mais humainement on se sent responsable, si au cours d'une soirée il y a une personne bourrée on n'hésite pas à le raccompagner même si c'est pas à nous de le faire. La responsabilité dépend de l'accord qu'on fait avec le prestataire.*

Q. : *J'ai jamais vraiment su comment se positionner. Ça reste flou, je pars du principe qu'on est grand, on ne peut pas décemment empêcher, se caler à la sortie et dire attend toi tu sors pas, attend de manger. C'est hyper compliqué quoi. Notre directeur, poussé par la préfecture a été obligé de nous faire signer des décharges à chacun, parce que c'était plus possible.*

R. : *Moi je suis d'accord, je suis pas sur le principe de déresponsabiliser les gens parce que c'est vrai qu'on a tendance à se mettre une grosse caisse, je m'en fous les gens m'aideront. C'est vrai on raccompagne, mais c'est énervant parce que les gens sont plus responsables d'eux-mêmes donc ils se laissent aux autres. [...]*

P. : *Plutôt d'accord. C'est vrai que c'est flou, mais je sais que même si légalement je risquais rien je me sentirais extrêmement mal quoi.*

MM. : *Je suis d'accord, mais je pense que en tant qu'organisateur de soirées c'est à nous de faire en sorte que ce genre de situation ne se présente pas quoi.*

C. : *Il est clair qu'il faut responsabiliser les personnes, mais quand vous avez affaire à une population qui sort du lycée, de 18 à 20 ans, qui veut vivre leur jeunesse, qui se fait une idée des soirées étudiantes, c'est quand même répandu que les soirées étudiantes c'est là où ils pourront se mettre une grosse caisse. Donc ils viennent pour ça, pour être dans un état où ils ne pourront jamais se mettre à 25-30 ans quand ils s'établiront avec des enfants. Il y a leur responsabilisation, mais aussi la nôtre.*

Focus group Lille : la responsabilité

AA. : *ça dépend des circonstances*

A. : *ça dépend de son état d'ébriété*

AA. : *ça dépend de pas mal de choses, s'il sort il est à pied et il a un accident à proximité, là oui c'est de notre responsabilité. [...]. On a eu un cas l'année dernière, il est venu à une soirée ISEG, il s'est bourré la gueule, et ce gros crétin a pris sa voiture. Mais là c'est de sa responsabilité parce que c'est lui qui s'est bourré la gueule, qui a pris son auto et c'est lui qui s'est planté*

A. : *oui mais là je préfère, je mets des réserves à ce discours parce que dans tous les cas, dans la situation telle qu'elle est décrite, dans tous les cas c'est de notre faute, pourquoi ? Parce que quand il est sorti si on a pas vérifié avec des tests s'il était bourré ou pas et qu'on ne lui a pas vivement conseillé avec des témoins de ne pas prendre sa voiture, je pense qu'on est responsable quand même. A mon avis du moment où il est venu à notre soirée et qu'il a bu, on est responsable, c'est pour ça on joue un peu aux dés quand on fait une soirée. On les laisse partir, on ne s'occupe pas, pourquoi, ils sont trop nombreux, on va pas s'occuper de qui prend sa caisse, qui prend pas sa caisse...Voilà donc c'est très risqué, on joue un peu avec le feu*

Crédoc : et les autres, vous n'êtes pas d'accord avec ça ?

AX. : *si si, mais on est euh*

AA. : *bah ça dépend parce que*

Hélène : *on est responsables mais bon euh, c'est de leur faute quoi*

AA. : *ouais voilà, si moi, de ce point de vue là, c'est comme badou y dit, moi je ne peux pas faire attention à tout quoi*

Hélène : *et puis on sait pas qui est en voiture, euh*

Les participants au groupe parisien ont peu évoqué les responsabilités des propriétaires des lieux, leur pratique les conduits à sous-traiter la sécurité ou à organiser eux-mêmes la gestion des personnes en état d'ébriété, mais c'est plutôt l'acceptation du refus des bars et boîtes de nuit à se charger d'une quelconque prévention qui semble les amener à se considérer comme uniques responsables.

En revanche à Lille, les étudiants ont spontanément exclu le propriétaire des lieux de toute responsabilité en considérant les participants à la soirée comme acteurs de leur prise d'alcool, prise de position rapidement nuancée par le plus expérimenté du groupe, qui parle de coresponsabilité :

Crédoc : est-ce que ça peut être le bar le responsable ?

AA. et AX. : *non*

AA. : *je pense pas, c'est pas de leur faute, ils ne nous ont pas dit allez, bois, euh, il ne nous ont pas soudoyé pour boire hein, c'est nous, on a le choix.*

A. : *oui parce que nous on les incite à la consommation de toute façon en tenant une soirée, le bar la vend, donc à mon avis on est coresponsable.*

AA. : *(convaincue) ouais c'est vrai que nous on incite*

La responsabilité de l'établissement d'enseignement est spontanément peu évoquée dans les groupes de discussion. Certains ont d'ailleurs appelé à une prise de responsabilité plus intense de la part des établissements. A la marge, ce sentiment vague que l'établissement est censé se préoccuper du sort de ses étudiants a été utilisé comme justification d'une participation financière de ce dernier aux actions de prévention menées par l'association.

3/ Les leviers institutionnels pour la mise en œuvre de comportements de prévention : autorisations, chartes et conventions

3.1 Les autorisations de la direction de l'établissement

3.1.1 Une autorisation pas toujours nécessaire.

L'autorisation de la direction de l'établissement scolaire pour l'organisation d'une soirée est obligatoire dans un tiers des cas (32%). Pour 47% des associations, seul le fait d'informer la direction suffit, 21% ne contactent pas la direction.

La nécessité d'obtenir l'autorisation de la direction provient principalement de la mise à disposition des locaux : lorsque les fêtes sont organisées dans les locaux de l'école, 93% des organisateurs doivent obtenir une autorisation de la direction. Lorsque les fêtes sont organisés en dehors des locaux, il s'agit le plus souvent d'une simple information.

Figure 51 Les autorisations pour l'organisation des soirées

Q 50 Lorsque vous organisez une soirée, est-ce que	Effectifs	%
Vous devez avoir l'autorisation de la direction de votre établissement universitaire (ou scolaire)	85	32%
Vous n'avez pas besoin d'autorisation, mais vous informez la direction	126	47%
Vous ne contactez pas la direction	56	21%
Total	267	100%

Source : CREDOC /APR/AP - 2010

Le fait d'avoir besoin de l'aval de la direction de l'établissement pour organiser des soirées concerne bien plus les grandes écoles que les universités : 58% des organisateurs de soirées issus de grandes écoles déclarent avoir besoin de cette autorisation alors que seuls 15% des étudiants des facultés en dépendent. Ce constat peut s'expliquer par le fait que 32% des soirées organisées par les grandes écoles se déroulent dans les locaux de l'école alors que 9% des associations universitaires les organisent sur le campus même.

Il n'y a que peu de lien entre l'obtention d'une autorisation de la direction, et la mise en œuvre de comportements de prévention.

3.1.2 Les entretiens de groupe confirment la faible contrainte imposée par l'établissement sur l'adoption de comportements de prévention

La contrainte posée par l'établissement, quand elle existe, semble se concentrer sur trois axes :

- la protection des locaux

Plusieurs étudiants ont évoqué l'obligation de louer les services de vigiles ou de restreindre les quantités d'alcool lorsqu'ils organisent leurs soirées sur le campus. Ces obligations imposées par l'établissement font suite à des incidents matériels survenus dans le cadre de soirées précédentes (« l'an dernier on a eu 30 000€ de dégâts donc après forcément ils ont été un peu plus stricts » A. (Lille)).

- le dédouanement de la responsabilité de l'établissement en cas d'incidents

Crédoc : Est-ce que l'administration pourrait être responsable ?

A. (Lille): *bien sûr, c'est pour ça que dans notre école en tout cas ils se dégagent toute responsabilité en ne mettant pas leur logo sur nos affiches. Voilà, le jour où ça nous retombe dessus, si on est poursuivis de façon pénale dans le pire des cas, l'administration pourra toujours brandir le, dire voilà nous on savait pas, d'ailleurs le logo n'apparaît pas sur les affiches, on se décharge de toute responsabilité, et nous on est là.*

R. (Paris) : *L'an dernier on a eu un cas de coma éthylique, mais on savait bien qu'il fallait avant d'appeler le SAMU, la sortir de l'école, pour que l'école ne soit pas incriminée ; et l'appeler à l'extérieur.*

- la valorisation de l'image de l'établissement

A plusieurs reprises les étudiants qui organisent des galas ont montré que les contraintes imposées par l'établissement sont plus strictes pour ce type de soirées. Ces célébrations semblent donc étroitement associées à l'image de l'école, les étudiants en sont conscients et accordent leurs stratégies d'organisation en fonction.

Cependant ces stratégies ne sont pas toujours efficaces. Dans le focus group de Lille on remarque même que les restrictions posées par l'établissement et la limitation de la quantité d'alcool prévue pour le gala ne suffisent pas à prévenir les risques puisque la possibilité de s'alcooliser tout en ayant à conduire un véhicule reste présente :

A. : *alors là je vais vous impressionner. On organise le gala, entièrement et c'est un gala que l'administration veut sans alcool, on a le droit à une coupe de champagne par participant.*

Crédoc : et qui sert ?

AA. : *les membres du BDE (gros sourire)*

A. : mais c'est respecté à la lettre vu qu'il y a des membres de l'administration, surtout qu'on prévoit juste, donc euh, on n'a pas le droit de dépasser, maintenant (tous commencent à sourire) le dernier gala on a eu moins de personnes qu'on attendait, donc on en a eu 70-80, on attendait 120 personnes

AA. : (en riant) ouais on a eu deux trois coupes quoi (rire général)

A. : on a eu deux trois coupes effectivement (rire) [...] Mais ça ne va jamais au-delà

AA. : sauf cette année, enfin on peut le dire quand même, moi j'ai eu 5-6 coupes [...] Mais c'est parce que, ils arrivaient pas à finir les bouteilles, euh.

A. : et puis elle harcelait la personne

AA. : ouais voilà, et pis on est là avec nos coupes (elle fait le geste de secouer en l'air une coupe vide) alors ils se disent bon aller on les sert et euh[...]Moi perso j'étais pas très nette à 1h je me suis dit bon, faut quand même que je me calme et bon à 2h j'ai quand même repris le volant, ça allait mieux, mais heureusement que j'ai pas fait une grosse distance quoi, parce que la fatigue ça joue aussi...

De même malgré l'interdit posé par l'établissement, la journée d'intégration sans alcool « *c'est [leur] gros évènement alcoolisé de l'année* ».

L'alcool est au centre de la sociabilité festive étudiante. Ainsi, même lorsqu'un établissement interdit la consommation d'alcool lors du bizutage, les étudiants s'arrangent pour avoir de l'alcool à disposition.

Les étudiants de ce groupe éprouvent d'ailleurs une certaine frustration à devoir s'imposer des règles strictes quand les grandes écoles autour d'eux peuvent organiser des orgies, selon eux, sans limites.

3.2 Les signatures de chartes, de conventions et les contacts

3.2.1 Près de la moitié des associations signent des chartes

44% des associations signent une charte ou une convention pour l'organisation de soirées. 52% n'en signent aucune, 4% ne savent pas.

Les contacts avec des administrations, des collectivités locales, des grandes associations telles que la Croix Rouge ou l'association Prévention Routière, sans aller jusqu'à la signature de conventions, sont beaucoup plus fréquents : les trois quarts des associations sont concernées. Ces contacts peuvent cependant recouvrir des réalités très variables en termes de contenu des échanges et de lien éventuel avec l'adoption d'actions de prévention.

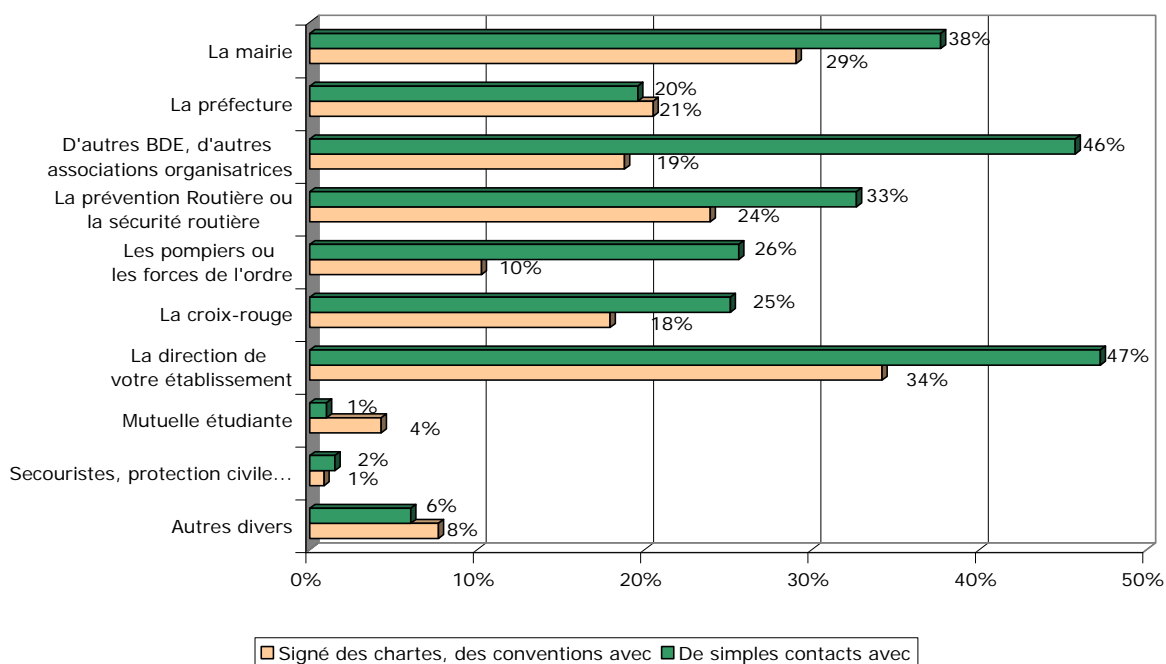
Figure 52 Nombre de conventions et de contacts pour l'organisation d'une soirée

Nombre de conventions ou de simples contacts	Signé des chartes, des conventions		De simples contacts	
	Effectifs	%	Effectifs	%
Aucune ou Ne sait pas	150	56%	68	25%
Une	68	25%	67	25%
Deux	32	12%	58	22%
Trois ou plus	17	6%	74	28%
Total	267	100%	267	100%

Source : CREDOC /APR/AP - 2010

Quand les associations signent une convention, c'est le plus souvent avec la direction de l'établissement (34%) ou avec la mairie (29% des associations). Concernant les contacts, la direction de l'établissement a été contactée par 47% des associations ayant eu des contacts, d'autres BDE par 46% et la mairie par 38%. A noter que le quart des organisateurs concernés déclarent avoir signé une charte ou une convention avec l'association Prévention Routière ou la sécurité routière et le tiers ont eu des contacts. Sur l'ensemble des organisateurs, 10% ont signé une charte ou une convention avec la Prévention ou la Sécurité routière.

Figure 53 Conventions et contacts lors de l'organisation de soirées



Source : CREDOC /APR/AP - 2010

Plus d'une association sur cinq n'a ni signé de chartes, ni eu de contact avec qui que ce soit pour l'organisation d'une soirée. A l'opposé, 39% ont à la fois signé une charte et eu au moins un contact.

Figure 54 Types de contacts pour l'organisation des soirées

Chartes, conventions et contacts	Effectifs	Percent
Ni chartes ni contact	55	21%
Uniquement des chartes	13	5%
Uniquement des contacts	95	36%
Chartes et contacts	104	39%
Total	267	100%

Source : CREDOC /APR/AP - 2010

3.2.2 Le contenu des chartes et conventions : notamment la mise en œuvre de pratiques de prévention

Les chartes et conventions imposent le plus souvent la mise en place de pratiques de prévention (59%) pendant la soirée et pour 45% des associations la mise en œuvre de pratiques de préventions après la soirée. Dans 67% des cas, les chartes ou les contacts imposent donc une réglementation ou une mise à disposition d'outils en matière de prévention. Enfin, un tiers des chartes et contacts portent sur la vente et la consommation d'alcool.

Figure 55 Contenu des chartes et conventions

Q54 Ces conventions, ces chartes ou ces contacts portent-ils sur :	Effectifs	%
La vente et la consommation d'alcool	73	34%
La mise en œuvre de pratiques de prévention pendant la soirée	126	59%
La mise en œuvre de pratiques de prévention après la soirée, pour organiser le transport des étudiants	97	45%
Total	214	

Source : CREDOC /APR/AP - 2010

Quand une convention ou une charte est signée, elle est respectée par 98% des organisateurs, 58% la respectent systématiquement, 40% autant que possible.

Figure 56 Respect des chartes et conventions

Q55 Est-ce que votre association respecte ses engagements par rapport à ces chartes	Effectifs	%
Systématiquement	63	58%
Autant que possible, mais ce n'est pas systématique	43	40%
Rarement	1	1%
Jamais	1	1%
Total	108	100%

Source : CREDOC /APR/AP - 2010

3.2.3 Charte, convention et adoption d'actions de prévention, des liens pas toujours clairs

Les chartes et les contacts entre les associations étudiantes et les acteurs de la prévention semblent avoir un impact favorable sur la mise en place de dispositifs de prévention. En particulier, les organisateurs ayant signé des chartes sont plus nombreux à déclarer mettre en œuvre des actions de prévention : 78% le font, 32% en mettent en place systématiquement. En l'absence de charte, 63% des organisateurs mettent en place des actions de prévention, dont 21% systématiquement.

Cependant, comme en ce qui concerne la connaissance de la loi, les organisateurs ayant signé des chartes sont plutôt les associations organisant de nombreuses soirées (63% des associations organisant plus de 15 soirées par an signent des chartes, contre 40% des autres), des associations pouvant accueillir plus de 500 participants (54% ont signé une charte, contre 27% pour celles ne dépassant jamais les 100 personnes), ou encore des organisateurs utilisant les locaux de l'établissement (63% ont signé une charte). Il est là encore difficile de déterminer dans quelle mesure les chartes induisent des comportements de prévention, ou vont de pair avec une attitude globalement responsable, notamment du fait de l'importance des soirées organisées, sans être à l'origine de cette attitude.

Enfin, notons que 30% des organisateurs déclarent avoir signé une charte ou pris contact avec la Sécurité ou l'association Prévention Routière. Il s'agit là encore plutôt d'associations fortement organisatrices de soirées : 40% des associations organisant plus de 15 soirées et 42% de celles attendant plus de 500 participants, ont au moins eu des contacts avec la Prévention ou la Sécurité Routière. Par ailleurs, les associations universitaires sont les plus nombreuses à avoir eu de tels contacts (36% contre 28% des grandes écoles, 18% des écoles spécialisées recrutant après le baccalauréat).

L'impact sur l'adoption d'actions de prévention est très important : 92% des associations concernées mettent en œuvre des actions de prévention dont 39% systématiquement. En l'absence de tels contacts, 60% des organisateurs mettent en œuvre des actions de prévention, dont 20% systématiquement.

3.3 Les autres leviers repérés dans les entretiens de groupe

3.3.1 Les étudiants du groupe lillois ont fait ressortir l'importance de la répression :

AA. : on a deux amis qui se sont fait retirer leur permis parce que pour une fois qu'ils ont dit on va boire que trois quatre verre ça va aller et pour une fois qu'ils avaient pas bu non plus des litres, c'est là où ils se sont fait prendre

A. : c'est là où les forces publiques sont... et même la répression, ils étaient à côté du bar, ils sont sortis et pan, c'est bien, ça fait une leçon, une leçon qui reste, et qui restera plus longtemps dans leur tête qu'une publicité.

La présence policière est vue d'un bon œil pour la prévention « *oui c'est 100 fois mieux.* ». Ils envisagent sans problème de demander à la police d'être au bout de la rue, mais sans le dire aux étudiants. Ou encore ils seraient favorables à une présence préventive à l'entrée des lieux :

« Moi je serais pour que 2 officiers soient là, aux portes du bar, et euh, bonjour monsieur, bonjour mademoiselle, vous conduisez ? Non, bon, bonne soirée, vous rentrez comment etc. »

Mais cette position est loin d'être majoritaire.

3.3.2 Autres ressorts et leviers possibles pour une communication efficace

Les appuis possibles pour inciter à plus de prévention peuvent concerner les notions d'image, à plusieurs reprises, que cette image concerne l'établissement ou l'association elle-même, les discours laissent transparaître que les soirées jouent un rôle valorisant de ce point de vue. L'idée que la mise en place de dispositifs de prévention participe de cette recherche d'image est revenue dans chacun des groupes.

De même, l'idée que la prévention est un moyen d'assurer la pérennité des soirées et de protéger le BDE d'éventuelles poursuites est ressortie comme ici à Paris :

MM. : L'intérêt c'est que nos soirées continuent parce qu'il s'il y a trop de vagues, il y aura plus de soirées aussi. On a peut-être moins ce problème parce que c'est un campus, la dernière fois on a mis en place des navettes pour raccompagner les gens sur Paris.

P. : Je pense que ça apporterait une image de sérieux à l'assoc, mais ça serait pas pour ça que je le ferais. Plus pour me prémunir.

Par ailleurs, la réglementation n'est pas toujours le bon levier, la preuve, le BDE de N. à Marseille, a continué malgré l'interdiction à organiser des open bars, lorsqu'elle en parle aux autres étudiants du groupe qui la questionnent à ce sujet elle justifie son souhait de ne plus renouveler cette forme d'organisation par le simple fait que ces soirées auraient une ambiance non satisfaisante :

N. : les soirées open bar c'est vraiment chiant parce que les gens ils sont vraiment torchés complètement quoi, voilà, tu nages dans le vomi toute la soirée, enfin c'est pas des soirées intéressantes quoi

Les ingrédients de la réussite d'une soirée du point de vue des organisateurs sont relativement homogènes dans les groupes interrogés. Il s'agit d'abord d'une soirée où les participants s'amusent, dans une bonne ambiance. L'alcool est alors l'ingrédient indispensable. Ensuite viennent les notions de bénéfices ou de retour sur frais. Enfin l'idée qu'une soirée réussie est une soirée mémorable, qui laisse des traces, dont les organisateurs auront la gratification sous forme de retours positifs, à noter que le fait que la soirée se soit passée sans incident notable compte pour beaucoup dans la satisfaction des organisateurs.

La nature de ces incidents laissant un goût amer aux organisateurs peut varier d'un BDE à l'autre (dégâts matériels, accident grave, etc.) mais les problèmes liés à l'ivresse excessive (comas éthyliques ou autres) ne sont pas spontanément classés parmi les événements tragiques gâchant réellement une soirée :

Focus group Marseille :

Crédoc : y a-t-il des incidents, des choses graves qui se sont passées ?

S. : *qu'est-ce que vous appelez gravissimes déjà ? Comas éthyliques euh,*

Crédoc : pour toi c'est grave ou pas grave ?

S. rit

M. : *c'est-à-dire que c'est pareil, par exemple à la soirée Assom, il y a 4000 étudiants, il y a la Croix Rouge de présente et puis ça par contre on en voit défilier des comas éthyliques.*

S. : *ouais, clair*

M. : *Il y avait une salle avec 15 personnes allongées dedans avec euh des couvertures, enfin voilà*

C. : *ça fait 4 ans que j'organise des soirées, euh, j'en ai vu des tonnes quoi*

M. : *c'est ce qu'on disait tout à l'heure, les soirées étudiantes, il y a peut-être moins de bagarres mais il y a quand même beaucoup plus de gens vraiment bourrés quoi*

C. : *des gens qui viennent brûler des buissons devant la soirée, des gens qui restent endormis sur la plage des rochers*

N. : *l'an dernier on a même eu un bout d'oreille arraché*

Tout le monde rit

N. : *deux filles qui se battaient et l'une en est venu à mordre l'oreille de l'autre et on a dû se mettre tous à chercher le bout d'oreille (rire généralisé)*

Crédoc : et c'est à cause de l'alcool qu'elles se battaient ?

N. : *non, c'était à cause de produits autres en fait.*

Cinquième Partie : réactions au Kit de l'opération « Sam, capitaine de soirée »

1/ A propos du mailing des associations prévention routière et assureurs Prévention:

L'idée du mailing est appréciée des étudiants présents. Le contenu informatif, en particulier à Lille, a été jugé très utile. Cependant le consensus se dégage pour estimer ce mail trop long, donc peu susceptible d'être lu, parmi la multitude de mails reçus par les associations. L'agencement du mail, sous forme de lettre, est perçu comme peu engageant, les étudiants de Lille ont d'ailleurs conseillé de reprendre les codes couleurs de la plaquette « Sam, capitaine de soirée » ou Q. disant à Paris : « faut nous mettre un coup de Photoshop là-dessus ». Enfin, le fait de débiter ce mail par un rappel des chiffres et des risques routiers a été perçu comme trop moralisateur par les étudiants du groupe parisien.

Focus Group Paris : mailing

MM. : *C'est pas mal un peu long, ce serait mieux un truc un plus interactif puisque les mails qu'on reçoit au BDE il y en a comme ça, voilà quoi*

C. : *Au niveau de la tournure il vaut mieux peut-être commencer par présenter le dispositif Sam, le capitaine de soirée et expliquer pourquoi vous voulez le mettre en place plutôt que de commencer tout de suite par... sinon ils vont s'arrêter de lire, ils vont se dire on va encore nous faire de la morale*

R. : *Sur Paris, il faudrait élargir l'action de la prévention routière, aux piétons et à ceux qui utilisent le vélo.*

2/ Comment et auprès de qui procurer le kit

Les étudiants des groupes marquent une préférence pour un contact personnel avec l'association, de sorte qu'ils auraient plutôt tendance à apprécier la venue d'un intervenant qui leur fournirait le matériel. Le fait d'avoir à se déplacer pour se procurer le matériel ne rebute pas, dans la mesure où cela leur garantit une gratuité. Les étudiants dont le BDE a des moyens financiers solides semblent en revanche préférer la commande en ligne.

Plusieurs étudiants ont évoqué la gratuité comme un critère important, la mise à disposition gratuite d'éthylotests notamment reste le principal souhait des organisateurs de soirées présents

dans nos groupes. Pourtant certains, œuvrant au sein de grosses associations, n'ont pas refusé l'idée d'une cotisation ou d'une participation financière :

Crédoc : *Si l'association doit participer au financement. Ça vous paraîtrait illogique ?*

MM. : *Si je paye 30 € et que vous me dites on va faire une formation au BDE et toutes les personnes du milieu associatif, et le soir pour l'asso on fait une petite formation, je suis prête à payer 30 ou 60€ sans problème.*

C. : *De toute façon on a la mentalité de bénévolat donc on sait ce que c'est que de fournir une cotisation pour que l'association puisse fournir des services, donc c'est pas quelque chose qui nous choque, ça fait partie de notre état d'esprit.*

De plus, la possibilité de faire intervenir l'établissement comme financeur de la prévention a été évoquée à plusieurs reprises.

3/ Comment se l'approprier

3.1 Une préférence claire pour des échanges avec un formateur

Si le brief papier semble indispensable, les préférences vont à une formation donnant lieu à des échanges avec l'association de prévention. Le meilleur moyen d'impliquer les étudiants dans la mise en œuvre de l'opération reste donc l'intervention de formateurs. Le DVD divise, suffisant pour les uns, il ne serait pas nécessaire pour les autres car peu susceptible d'être utilisé.

Focus group Lille :

A. : *formation en contact avec un formateur je pense, ça serait mieux, parce qu'avec un CD on a plus tendance à le laisser de côté ou bien à dire bah je le regarderais quand j'aurais le temps*

Focus group Paris

Crédoc : *À l'intérieur il y a un cd dans le kit, qu'est-ce qui vous paraît le mieux, le format papier, une formation des bénévoles par les intervenants ?*

R. : *Former des bénévoles avec des intervenants.*

P. : *Je pense que ça serait plus efficace, mais plus difficile à mettre en œuvre.*

C. : *ça représente un coût pour vous, je pense. Un cd-rom c'est bien pour nous, on se met devant on se le regarde comme ci c'était un film ; après on le critique.*

MM. : *Je commande un kit c'est pour avoir tout ce qu'il y a là-dessus, mais est-ce que j'aurais voulu un cd ? Je ne suis pas sûre.*

3.2 Une appropriation aisée

Le groupe de Lille, qui découvrait complètement la possibilité de mettre des bracelets à l'entrée, des softs gratuits, etc., permet de rendre compte de l'appropriation rapide du sens et des modalités de l'opération capitaine de soirée. Avec un minimum d'explication, les étudiants se sont spontanément et avec enthousiasme projetés dans sa mise en œuvre :

AA. : *ah ça se serait pas mal de faire un stand comme vous dite à l'entrée de la soirée, pour les gens qui sont d'astreinte à l'entrée, y en a un qui filtre et l'autre qui fait ça [...]*

A. : *une personne dans la soirée qui serait chargée de faire la distribution de ce genre de trucs*

AA. : *ouais, faisable, ce serait vraiment une bonne idée*

A. : *qui s'occupera que de la prévention*

AA. : *voilà qui fait que ça. Toute la soirée et nous on tourne sur les 26 toute l'année, très bonne idée*

Moi je mets ma chaise hop le petit truc (mime une tablette) et hop je distribue et voilà...

[...]

A. : *le bracelet c'est important parce que ça te donne un contact avec la personne, le groupe d'ami qui vient, tu peux demander, aller c'est qui qui conduit pas les mecs, aller c'est qui ? c'est toi ? aller bah tiens tu prends ça (geste de mettre un bracelet), toi tu pourras prendre autant de softs que tu veux. Ah ouais génial, nickel, il ressort et c'est bon ; et après on vérifie les Sam à la sortie des soirées, nous, bah c'est quelque chose qu'on peut faire vu qu'on est d'astreinte toute la soirée. Le gars qu'est à la sortie, celui qui a le bracelet dans le bar on peut aller le voir, ça va ? tu t'emmerdes pas trop, ouais je sais que tu bois pas et tout mais bon , voilà quoi, c'est bien ce que tu fais etc. »*

Le fait de devoir prendre les clefs ou le permis à l'entrée est en revanche rejeté, mal perçu.

AA. : *Ça non, ça c'est plus dur*

Hélène : *puis ils le disent pas qu'ils viennent en voiture, on les voit arriver à pied, ils le diront pas*

Les interventions dans les autres groupes montrent de la même manière que cette dimension de l'opération nécessite un accompagnement plus poussé.

3.3 Objets indispensables/secondaires

★ Les **dessous de verre** ont été appréciés pour leur design, néanmoins, les étudiants expérimentés ont su y voir un élément inutile car susceptible d'être détourné en jeu à boire.

MM. : *ça c'est posé sur les tables et ça fait euh, la déco quoi, point.*

R. : *alors ça, non, regardez, hop, c'est à toi le shot.*

- ★ Le **bracelet** est apprécié pour son côté esthétique, pratique (visible en soirée), il fait donc partie des objets cités comme indispensables dans le kit.

C. (Paris): *Le bracelet, ça marche bien dans les soirées. La couleur est sympa, c'est pas moche quoi, les personnes le portent facilement. C'est présenté dès le début de la soirée. Et il y a même des gens qui ont bu et qui viennent et disent si j'avais su j'aurais bien mis le bracelet et j'aurais pas bu. En tout cas quand on est sur des gros volumes, c'est indispensable pour identifier et ne pas servir à ceux qui sont sensés conduire.*

C. (Marseille): *Moi le bracelet, je trouve ça bien comme idée, mais par contre ça va engager la responsabilité de chacun, il faudrait que les étudiants prennent leur prévente, avec le bracelet, et qu'ils se décident avant la soirée, qui va ramener tout le monde et que nous après, en tant que, enfin on sera derrière le bar, et qu'on, de toute façon ça se voit, au poignet, et comme ça on sait les personnes qu'il faut pas servir en alcool quoi.*

Mais les bracelets ne sont pas toujours utilisables, les préventes de certains BDE sont déjà accompagnées de bracelets.

- ★ Les **T-shirts** ne sont pas à priori rejetés, leur coupe et les floccages font même l'unanimité. Simplement, il semble qu'ils soient souvent inutiles dans la mesure où la plupart des staffs BDE ont leur propre polo distinctif, d'où la suggestion d'AA. :

« Moi je suis pour, en plus votre logo il est sympa, après on peut l'agrémenter au pire, si on peut avoir des genres de badges ou quoi pour mettre sur nos polos, parce que malheureusement aussi on est obligés aussi de mettre nos polos ISEG, donc votre logo à la rigueur nous on peut encore l'intégrer sur nos polos »

- ★ Les **éthylotests** sont considérés comme l'ingrédient indispensable du kit, plus précisément c'est le cadre de l'opération qui renforce leur pertinence. La mise à disposition d'éthylotests est alors conditionnée, elle fait suite à l'engagement du conducteur de porter le bracelet et d'accepter le contrôle à la sortie, d'où la réaction positive de C. à Marseille *« non, un éthylotest là pour le coup à la sortie des boîtes, c'est utile quoi »* alors qu'il avait auparavant insisté sur le détournement des éthylotests.

- ★ Le fait d'installer un **stand d'information** ou de distribuer des **flyers** pendant la soirée est globalement perçu comme peu pertinent par les étudiants :

MM. (Paris): *La soirée, ils viennent pour s'amuser ils n'en ont rien à faire de la prévention quoi. Ils vont s'y intéresser, mais hors soirée.*

De sorte que les flyers ou les affiches auront plus tendance à être relégués au foyer du BDE.

★ Les **affiches** ont fait l'objet de vives critiques, elles ne répondent pas aux attentes des organisateurs de soirée étudiantes. Un consensus se dégage pour les trouver ringardes, peu percutantes car pas assez choquantes ou intuitives (manque d'images), les slogans sont trop long et les couleurs peu susceptibles d'être visibles en soirées.

A Lille (groupe d'étudiants en communication) l'ambiance est tombée à plat lors de la présentation des affiches :

AA. : *votre pub elle est nulle,*

AX. : *y a pas de photos*

AA. : *La feuille de cannabis on ne la voit pas*

A. : *le visuel*

AA. : *le visuel il est nul*

Hélène : *ça attire pas l'attention, faut mettre des photos*

Crédoc : *trinquer sans capitaine de soirée c'est aussi trinquer après*

AA. : *ah non elle est encore plus nulle, la couleur elle attire mais en fait, y a pas de photo, y a rien de flash*

A. : *le slogan est trop long, il et*

AA. : *vous mettez une bande de jeunes morts par terre sur la route*

A. : *oui, moi je sais qu'en tant que participant j'aimerais pas voir ça, mais en tant qu'organisateur, j'aimerais bien, oui,*

Crédoc : *la jaune, ne pas désigner de capitaine de soirée reste le plus sûr moyen de finir dans une boîte*

Soupirs généralisés, rire condescendant, ils se regardent

AA. : *mwouais, non en fait, c'est trop long*

A. : *c'est vrai en plus, c'est des messages vrais, mais, c'est, c'est, quand on est jeune on est plus visuels et en plus ça parle pas trop.*

Crédoc : une soirée sans capitaine de soirée c'est mortel ?

A. : *ouais c'est mieux, (AX. est d'accord)*

On comprend qu'ils auraient des réticences à afficher des affiches de ce type dans leur école

A Marseille les réactions sont tout aussi peu enthousiastes, on retrouve l'idée de ringardise et de manque de percussif :

C. : *Je sais pas qui c'est la com, mais moi j'aime pas du tout [...] Je trouve ça pas du tout percutant en fait, euh les couleurs, euh rose, ça fait euh*

S. : *ça fait monde de Candy quoi, alors que c'est pas le but*

C. : *ça fait ni soirée, ni euh prévention quoi, et « une soirée sans capitaine de soirée, c'est mortel », ça ça fait vraiment trop « hasbeen » quoi*

N. : *c'est facile*

La suivante, « une soirée sans capitaine de soirée reste le meilleur moyen de finir dans une boîte », déclenche les mêmes réactions avec l'idée que le slogan est trop long « *c'est plus subtil mais du coup c'est trop long* »

L'affiche verte est bien plus appréciée, elle fait sourire, les étudiants se voient déjà l'afficher dans leur foyer, un bémol toutefois concernant la visibilité de la feuille de cannabis.

★ Le **logo** est apprécié, jugé en revanche un peu long aussi, « *ouai parce que Sam maintenant ça suffit quoi, enfin quand tu dis Sam ça te fais penser à, voilà le smiley suffirait* », les étudiants interrogés préféreraient donc intégrer ce logo à leur communication plutôt que le logo bleu.

★ Quant à la **gestion des clefs à l'entrée**, les avis sont partagés, globalement, peu d'organisateur se sont positionnés contre, mais le fait de devoir organiser la sortie semble poser problème, dans la mesure où cela nécessite une logistique spécifique et un savoir-faire particulier pour convaincre les capitaines de soirée de ne pas prendre leur voiture s'ils ont trop bu.

3.4 Qu'est-ce qui est facile à mettre en œuvre, efficace

Aux dires des étudiants présents dans nos groupes, l'efficacité de l'opération est conditionnée à la possibilité de positionner des personnes se consacrant uniquement à ce volet pendant la soirée et à la qualité du contact humain pendant les deux situations-clés :

- ★ La remise du bracelet, elle peut intervenir en amont de la soirée, lors de la phase prévente ou à l'entrée de la soirée, mais l'important semble l'échange verbal entre le conducteur et le membre du Staff qui transmet le bracelet. Il s'agit pour C. à Paris de déployer des capacités de conviction pour amener le conducteur à jouer le jeu, même idée pour N. à Marseille, l'accueil doit être soigné, l'attitude des personnes chargée de la prévention doit dégager la bonne humeur, le dynamisme.
- ★ La vérification du taux d'alcoolémie à la sortie est perçue comme un instant critique où le savoir-dire est crucial pour que le conducteur dépassant le taux légal ne prenne pas sa voiture

Seul A. à Lille s'est projeté dans un travail de valorisation des Sam pendant la soirée.

La logistique demandée par l'opération est globalement perçue comme contraignante, mais nullement hors d'atteinte, il s'agit simplement d'avoir un nombre suffisant de « personnel » disponible. En fin de soirée, au regard des priorités, il apparaît en filigrane dans les groupes qu'un organisateur préférera souvent mobiliser une personne pour nettoyer plutôt que pour faire souffler les Sam. Il semble qu'une certaine pratique soit nécessaire pour que les organisateurs finissent par admettre que les personnes qui s'en occupent ne sont pas sacrifiées :

MM. : ce qui nous faciliterait la tâche, aux associations, c'est que en fin de soirée, généralement, ça fait une semaine qu'on est à fond, on a staffé toute la soirée, on est fatigué, le fait, c'est des personnes en plus qui vont être pris à ce moment-là pour faire le stand Sam, des fois, dans des soirées antérieures, on l'a pas fait, on n'avait plus le temps, il fallait qu'on range la boîte, qu'on nettoie tout, et, pris par le temps, on l'a pas fait. Le fait que Sam dise à des étudiants, on vous paye votre soirée, vous buvez pas trop et vous gérez le stand, bah ça pourrait carrément faciliter les choses. Moi je sais que ça me soulagerais d'un poids parce qu'il y a plein de choses à gérer, il y a toujours des problèmes avant, à la fin et donc que ce soit quelqu'un d'autre qu'une personne du staff qui est réquisitionnée, bah ça pourrait peut être aider...

3.5 Suggestions

A. : y a moyen, c'est vraiment une possibilité, vous organisez des concours dans nos écoles, de commerce de communication, faites des concours et vous verrez les affiches qui vont ressortir, ce seront pas des affiches comme ça, ce seront des affiches qui vont parler aux, à base de visuels ; vous verrez les affiches, ça va vous choquer, ils vont parler, parce qu'ils connaissent les problèmes, parce que eux ils le vivent !

Valoriser le capitaine de soirée :

L'idée du super-héros est apparue à Lille et à Marseille

A. : des Superman, des super-héros, c'est des supe-rhéros, attends, les mecs qui te ramènent chez toi, les mecs qui boivent pas de la soirée, qui s'amuse pas, qui prennent leur caisse, qui te ramènent jusqu'à chez toi, c'est des super-héros, pourquoi pas les valoriser comme ça ?

En réaction aux slogans des affiches, les étudiants du groupe marseillais sont plus pour jouer sur l'amitié, les liens dans le groupe :

N. : c'est penser à ses potes en fait, c'est chacun son tour, c'est tu t'occupes des autres et on s'occupe de toi, enfin nous on est vachement dans cette idée-là quoi, on se protège les uns les autres, moi je me trimbalerais pas avec la voiture si j'étais pleine, c'est aussi une question de respect par rapport aux autres

Autres suggestions : des stickers sur les voitures, un porte-clés

C. : pour le kit il faudrait faire un porte clés, c'est con mais c'est ce que tu mets sur tes clés de voiture et donc quand t'es au moment de l'ouvrir, tu vois le truc...

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 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.

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

Annexe 1 Listes des personnes interrogées pour les entretiens exploratoires

Le Vice-président évènementiel des Carabins (médecine) d'une grande agglomération (Sud Ouest)

Le Président d'une association de la Faculté de Droit d'une moyenne agglomération (Sud)

Le responsable soirée d'une association de la Faculté des Sciences d'une grande agglomération (Sud)

Le Président du BDE d'une grande école de Sciences Sociales à Paris

Le président du BDE d'une grande école d'ingénieurs du Val d'Oise

Le responsable du Comité Animations du BDE d'une grande école de statistique de l'agglomération lyonnaise

La Présidente du BDE d'une école d'infirmières de l'agglomération stéphanoise

Le président d'une association d'un IUT Tech de Co d'une petite agglomération normande

Le président du BDE d'un IUT Tech de Co d'une petite agglomération provençale

Annexe 2 - Composition des Focus Groups

Focus group Lille, le 30 avril 2010

Composition :

BDE d'une école de communication, 26 membres dans une école de 700 élèves.

A.

AA.

AX.

H.

Focus group Paris, le 4 mai 2010

Composition :

C . BDE d'une faculté de Psychologie.

Q., président du BDE d'une école d'ingénieurs.

R. , responsable des soirées d'une école d'ingénieurs

MM., membre du club soirée d'une école de management

P., Président du BDE d'une école d'ostéopathie

C., présidente du BDE d'une Faculté de Droit

Focus Group Marseille, le 19 mai 2010

Composition :

C. : Vice-président du Bureau Des Elèves d'une école de management

S. : Responsable du pôle évènementiel d'une association humanitaire

M. : Présidente d'une association d'étudiants en école spécialisée (paramédicale)

N. : Présidente sortante du BDE d'une école spécialisée (paramédicale)

Annexe 3 – guide d'entretien de la phase exploratoire

Personne à interroger: Membre d'une association étudiante en charge de l'organisation de soirées festives.

1- L'association.

- Rôle/ objectifs de l'association. Fonction/ancienneté de la personne interrogée.
- Elections: Quand? Les points essentiels du programme (enjeu des soirées étudiantes,...)? Soirées pré-élections ?
- Adhésion/ membres.
- Activités de l'association/ Financement (subventions).
- Organisations de soirées: Pourquoi? Quels sont les différents types de soirées ? A quelle fréquence? Privées/publiques.

2- Récits de soirée.

- Laisser raconter le déroulement de soirées, depuis la préparation jusqu'au déroulement effectif. (saisir les accroches possibles, relancer avec 3, 4, 5,6 à cette étape si pertinente).
- Axes de relances pour enclencher des récits.
 - ✓ A quelle heure commence/termine les soirées ? Qui vient ? Comment ?
 - ✓ Qu'est-ce qui est indispensable pour la réussite d'une soirée ? Que faire pour s'en assurer ?
 - ✓ Facteurs et déterminants pour une soirée réussie. du point de vue de l'ambiance, du point de vue des finances.
 - ✓ Evènements marquants (Avez-vous déjà eu à gérer des problèmes lors d'une soirée ? Lesquels ? Comment avez-vous procédé ? quels réajustements opérés?).

3- Modalités d'organisation.

- ✓ Temps moyen de préparation. Préparation-type des soirées ou différentes à chaque fois ? répartition des tâches et des responsabilités, pratiques institutionnalisées, ritualisées.
- ✓ Apport des bénévoles, rôles, implication, degré de responsabilité. Comment est gérée la billetterie ? la sécurité des soirées (assurance,...)? etc.
- ✓ Qui sert les boissons ? Comment sont choisies/formées ces personnes?
- ✓ Travail avec l'administration de l'établissement/autorités (sanitaires, pompiers, police)/ autres associations lors de pareils évènements ? Comment, concrètement (convention, charte, présence dans les lieux)?
- ✓ Qui sont les partenaires (discothèques, alcooliers, autres)? Comment le sont-ils devenus? Quel est l'apport des partenaires?
- ✓ Pratiques de promotion/publicité de l'évènement. Comment attirer les participants ? Lien avec des associations/entreprises.

4- Configuration des lieux.

- ✓ Comment obtenir un lieu ? Le choix du lieu, contraintes, obligations. Gratuit/payant.
- ✓ Quels sont les lieux où se déroulent les soirées ? Nature du lieu/ situation géographique.
- ✓ Comment s'y rendent les participants en général ? Dans quel état ils arrivent ?
- ✓ Sas d'entrée ? Quelle utilisation ? (actions de prévention).
- ✓ Gestion des entrées et des sorties. Gratuites/payantes.

5- Place de l'alcool.

- ✓ Les commandes de boissons (comment obtenir de bons prix ? comment évaluer les bonnes quantités à commander? Rapport alcool/soft drink, alcool fort commandé (licence IV)? Type d'alcool.
- ✓ Prix pratiqués/ gratuité. Part des recettes du bar dans le budget des soirées/budget global de l'asso. Avantages du sponsoring.
- ✓ Impact des réglementations (ignorance, non prise en compte délibérée, stratégie de contournement, de composition en fonction des moyens/ressources de l'association)? Cas de distanciation prise avec la législation, Cas de modification de pratiques ? Comment ? Pourquoi ?

6- La Prévention.

- ✓ Sentiment de responsabilité, vis-à-vis des personnes présentes ?
 - ✓ Qu'est-ce qui incite à la mise œuvre d'actions de prévention ? Intégration ou non de La prévention comme faisant partie des responsabilités de l'organisation.
 - ✓ Types d'actions pratiquées. Connaissance des outils à leur disposition. Comment se procurer le matériel ?
 - ✓ Intégration de la prévention lors de la préparation des soirées. Qui met en œuvre? Comment? Quand? Comment est-ce perçu (par les autres membres, par les participants,...)?
 - ✓ Partenaires ? les liens éventuels avec des intervenants associatifs, le mode/degré d'implication des établissements/autorités.
 - ✓ Connaissance de dispositifs qui fonctionnent ou pas. Avis général sur la prévention/sanctions. Des souhaits/des suggestions/idées ?
 - ✓ Si le BDE a déjà fait appel à l'association Prévention Routière (Capitaine de soirées) : retour d'expérience, avis, etc.
-

Annexe 4 – trame pour les entretiens de groupe

Rappel du temps imparti : 2 heures

Etape 1 : L'organisation des soirées

Objectif: retracer les étapes-clés de l'organisation d'une soirée afin de dégager en fonction de chaque type d'organisation possible (soirée en boîte, soirée dans une salle louée, etc.) des « passages obligés » et des répartitions-type des tâches

Lancement de la discussion : vous avez à organiser une soirée, comment vous y prenez vous pour :

a) trouver un lieu :

comment choisir, qu'est-ce qu'un bon lieu ?

qui décide du lieu et de la fréquence des soirées?

explorer les modalités possibles : sur le campus, dans une salle municipale, dans une boîte, un bar

lieu géré par l'asso ou lieu géré par un privé (demander les autorisations, quelles contraintes s'imposent alors)

En fonction du lieu quelles négociations sur les prix, les modalités de répartition des tâches, l'organisation des transports

b) communiquer :

Qui touche-t-on et quel message on fait passer ?

Qui communique sur quoi, qui fait les affiches, qui les sponsorise, que contient l'affiche (verres gratuits, happy hour, navettes) ou autres supports

c) Gérer :

Qui gère quoi :

Entrées/sorties, sécurité, service au bar (comment et par qui sont servies les boissons alcoolisées, quels formats de verres pour quels alcools)

Qu'est-ce que ça implique en terme de savoir-faire, du nombre de personnes à impliquer etc.

d) Financer :

Qu'est-ce qui est important pour financer la soirée ?

Quel est l'objectif de la soirée (faire des bénéfices? a-t-on besoin de sponsors (lesquels, qui démarche) ? rapport aux ventes d'alcool, nombre de conso.)

c) Réussir la soirée :

Qu'est-ce qu'il faut dans une soirée pour quelle soit réussie

et quelle place pour l'alcool ?

Relance sur liens entre l'organisation et l'alcoolisation (configuration des lieux, ambiance, prix des consos, open bars happy hours, boissons comprises dans le prix de l'entrée),

éventuels autres produits indispensables à la fête ?

Etape 2 : La responsabilité

Objectif : à partir des configurations possibles relevées en étape 1 : en cas d'accident de la route provoqué par un conducteur ivre en sortie de soirée dégager les responsabilités des uns et des autres et déterminer ce qui, ou, comment on rend responsable chaque acteur

Lancement de la discussion : un accident mortel impliquant un jeune homme ivre sortant d'une soirée étudiante a lieu. Comment avoir la conscience tranquille lorsqu'un tel drame survient ? Que voudrait dire « tout a été mis en œuvre pour que cela ne se produise pas » ?

Passer en revue chaque acteur impliqué

- l'association
- le propriétaire

- les autorités (établissement, collectivité, préfecture, etc.)
- autres (alcooliers, participants, etc.)

Pour chaque responsable éventuel

- quel sont ses intérêts à la mise en œuvre de pratiques de prévention (se protéger juridiquement, valoriser son image, contrainte administrative, etc.)
- quelles sont ses contraintes (connaissance de la loi), qu'est-ce qui entrave son implication dans ce domaine (effectifs, savoir-faire, légitimité, ignorance, coût, pratiques des participants aux soirées)

Etape 3 : Prévenir les risques

Objectif: déterminer quand prévenir comment prévenir qu'est-ce qui est efficace, que faut-il mettre en œuvre, par qui.

a) Le message de prévention:

- qu'est-ce qui passe, ne passe pas, (moralisation, culpabilisation, rappel des interdits, responsabilisation, etc.)
- qu'est-ce qui vient le court-circuiter (facteurs culturels, contre-messages)
- comment et quand le délivrer (diffusion large dans la société ou ciblage sur les soirées)

b) Les actions de prévention

- quelles sont-elles (formation des serveurs, navettes, distributions de flyers, d'éthylotests, open soft, sensibilisation, rappel des règlementations derrière le bar, capitaine de soirée ou autre) qu'est-ce qui reste à imaginer
- efficacité, pertinence, manques
- en fait on assez, trop, ou pas assez, pourquoi n'en fait-on pas plus
- qui est le plus à même de les mettre en œuvre efficacement
- à quel moment les mettre en œuvre (en référence à étape 1, phase choix/négociation avec le lieu, phase communication, phase entrée/sortie, autres moments)

Etape 4 : Penser les leviers et incitations

Objectif : déterminer les moyens d'inciter les acteurs à mettre en œuvre plus de prévention, ou de leur faciliter la tâche

- Les associations : qu'est-ce qui s'impose, qu'est-ce qu'elles n'oublieront jamais, qu'est-ce qui leur manque (finances, formations, connaissances des possibilités), vers qui se tourner pour faire en sorte que des actions de prévention soient présentes
- Les propriétaires des lieux : qu'est-ce qu'ils s'imposent, qu'est-ce qui les inciterait à faire plus (une pression de la part des asso, de l'Etat ?)
- Les assurances : est-ce qu'ils en prennent, ce qui est prévu en termes d'assurances, comment ça se passe en cas d'incident ? Est-ce qu'il y a des contraintes ?
- Les responsables de l'établissement d'enseignement
- Point sur les partenariats et chartes : pourquoi ils en signent, avec qui, en quoi sont ou ne sont-elles pas contraignantes,
- Réglementation la connaissez-vous, que connaissez-vous, qu'est ce que vous faites comme efforts pour la connaître, pour la respecter, êtes vous en dehors des clous (délibérément ou faute de pouvoir faire autrement), comment on s'arrange avec, (vous ou les propriétaires du lieu faites en sorte que les consommations illégales soient en dehors des lieux)

Etape 5 : le kit de l'association Prévention Routière

Objectif : faire émerger une expertise sur la maniabilité du kit, la pertinence de son contenu et la confrontation avec un certain nombre de principes de réalités (rapport des asso à la prévention (sentiment d'illégitimité ou d'incompétence, faibles effectifs, etc.) pour comprendre notamment

quelles sont les conditions d'une bonne appropriation et d'une mise en pratique efficace (ex : ne pas se contenter de distribuer des éthylotests)

- comment et auprès de qui se le procurer (comité, internet, préfecture)- ce qui les motive pour aller voir le comité plutôt que de commander en ligne ?
- comment se l'approprier ? préfèrent-ils être formés par les comités de l'association Prévention Routière, par un CD Rom ou un brief papier ?
- seraient-ils prêts à adhérer à l'association pour bénéficier de ce service (matériel et formation)
- quelle organisation/répartition des tâches demandent-t-ils ?
- qu'est ce qu'ils considèrent comme indispensable/secondaire qu'est-ce qui manque dans ce kit selon eux ?,
- qu'est-ce qui est facile à mettre en œuvre, est-ce efficace
- suggestions

Certains intervenants ont-ils déjà eu recours à ces matériels (ou équivalent) ? Quel est leur retour d'expérience ?

- intérêt du mailing adressé par l'association Prévention Routière aux associations étudiantes ?
- le prix du kit (acheté en ligne) leur paraît-il cher, correct ? (<http://www.rentrerenvie.fr/pu-asso-kit.htm>) 76€?
 - ont-ils déjà été en contact avec les comités départementaux ? Leurs impressions ?
 - que pensent-ils des affiches (le ton, le message, le graphisme) ?

Annexe 5 – questionnaire de l'enquête quantitative

Bonjour, je suis... du CRÉDOC. Je vous appelle dans le cadre d'une étude que nous réalisons pour les associations Prévention routière et assureurs Prévention, auprès des associations d'étudiants, organisatrices de soirées festives. Pouvez-vous me passer, ou me donner les coordonnées, d'une des personnes de votre association la plus impliquée dans cette organisation ? Le questionnaire dure un peu plus de 15 minutes. Il aidera les associations Prévention routière et assureurs Prévention à comprendre comment aider au mieux les associations à limiter le risque d'accidents après les soirées.

A) Le cadre d'organisation des soirées

Pour commencer ce questionnaire, je vais vous poser quelques questions pour décrire l'établissement d'enseignements et votre association..

Q 1 L'établissement vous étudiez dans :

Un lycée	1
Une université (dont IUFM)	2
Un IUT	3
Une école spécialisée recrutant après le baccalauréat	4
Une grande école d'ingénieur ou de commerce, une autre école recrutant à bac + 2.....	5
Autres, précisez.....	6

Q 2 dans quelle filière étudiez-vous ?

enquêteur Une seule réponse. Ne pas citer, sauf si la personne interrogée n'arrive pas à répondre

Art, info et communication, culture	1
Commerce, gestion, économie.....	2
Droit, administration, science politique	3
Lettres, langues, sciences humaines et sociales.....	4
Sciences et technologies.....	5
Sports	6
Santé.....	7
Autres : social, esthétisme, secrétariat assistantat,	8

Q 3 votre association concerne-t-elle des étudiants d'autres filières ?

enquêteur Concernés : Ces étudiants peuvent être membre de l'association

- Oui 1
- Non 2

Q 4 Combien d'étudiants environ représentent ces filières ou cette filière ?

- Moins de 100 1
- De 100 à moins de 300 2
- De 300 à moins de 500 3
- De 500 à moins de 1000 4
- De 1000 à moins de 5000 5
- 5000 ou plus 6

Q 5 Quel est le niveau des diplômes préparés pour cette ou ces filières?

- Bac 1 1
- Bac +2 2
- Bac +2 3
- Bac +3 4
- Bac +4 5
- Bac +5 ou plus 6

Q 6 Vous-même, en quelle année d'étude êtes-vous ?

Bac + |_|

Q 7 Quel âge avez-vous ?

..... |_|_| ans

Nous allons maintenant parler de votre association.

Q 8 Quelle est la phrase qui convient le mieux à votre association ?

- Son activité est principalement d'organiser des soirées ou des événements festifs 1
- Organiser des soirées est un objectif parmi d'autres 2
- L'organisation des soirées n'est qu'un moyen, ce n'est pas l'objectif de l'association 3

Q 9 Est-ce que tous les membres du bureau sont renouvelés en même temps

- Oui 1
 Non 2

Q 10 Combien de temps environ les membres du bureau y restent-ils ?

- 1 an ou moins 1
 De 1 à 2 ans 2
 Plus de 2 ans 3
 C'est très variable 4

Q 11 Lorsque de nouveaux membres arrivent comment se fait la transmission des activités de l'association :

- Il y a une période de relais, pendant laquelle les anciens et les nouveaux travaillent ensemble 1
 Il n'y a pas de période de relais, mais une transmission orale, des explications 2
 Il y a peu de transmission prévue 3

Q 12 Depuis combien de temps vous occupez-vous de l'organisation des soirées ?

.....|_|_| mois

Partie B) Les soirées organisées

Nous allons maintenant décrire les soirées organisées par l'association.

Q 13 Est-ce que votre association organise des soirées

- De gala, de prestige, ou soirée « événement » organisées pour un grand nombre de personnes oui non
 Ordinaires : soirées qui ne sont pas de gala, mais qui ne sont pas privées oui non
 privées limitées par exemple aux étudiants de votre filière, de votre école oui non

Je vais vous demander quelques précisions pour chacun de ces types de soirées.

Q 14 Combien en organisez-vous par an ?

Pour les soirées de gala | | | |
 Pour les soirées ordinaires | | | |
 Pour les soirées privées | | | |

Q 15 Combien y a-t-il d'entrées ?

enquêteur participant à chacune des soirées en moyenne si plusieurs. Citer

Pour les soirées de gala

Pour les soirées ordinaires

Pour les soirées privées

Moins de 50 1
 De 50 à moins de 100 2
 De 100 à moins de 500 3
 500 -1000 4
 Plus de 1000 5
 C'est très variable..... 6
 Ne sait pas 7

Q 16 Pour les associations qui organisent plusieurs types de soirées. Nous allons maintenant parler plus spécifiquement des soirées tirage aléatoire.

Type de soirée tirée

De gala 1
 Ordinaire..... 2
 Privée 3

Q 17 A quelle période ont lieu ces soirées ...type tiré ?

enquêteur Plusieurs réponses possibles, si plusieurs soirées différentes

Septembre –octobre 1
 Novembre-décembre 2
 Janvier-février..... 3
 Mars-avril..... 4
 Mai-juin 5
 Toute l'année..... 6

Q 18 Quels sont en général les horaires de ces soirées ?

Les étudiants arrivent à l _ l _ l h
Ils partent à l _ l _ l h

Q 19 Comment communiquez-vous sur ces soirées ?

enquêteur Plusieurs réponses possibles

Par affichages 1
Par envoi de mails à une mailing list 2
Par publication sur des sites internet 3
Par publication dans des journaux..... 4
Par les réseaux sociaux, comme facebook 5
Par la radio 6
Par sms 7
Par le bouche à oreille, les annonces en amphi.... 8
Autres, précisez..... 9

Q 20 Où se déroulent-elles le plus souvent ? Est-ce

Dans un bar 1
Dans une boîte de nuit 2
Dans un autre lieu privé, précisez 3
Dans les locaux de l'école ou de l'Université..... 4
Dans une salle mise à disposition par la mairie, la préfecture, ... 5
Dans un autre lieu public, précisez..... 6

Q 21: Comment s'y rendent en général les étudiants ?

À pied, en vélo, 1
En transport en commun 2
En voiture ou autre véhicule motorisé 3
Ne sait pas 4
C'est très variable..... 5

Q 22 Quels sont les critères principaux de choix pour le lieu ? Est-ce

enquêteur 2 réponses possibles, citer présentation aléatoire

La proximité du centre ville ou des résidences universitaires.....	1
La desserte par des transports en commun	2
Le prix des consommations.....	3
Les actions de prévention mises en œuvre par les propriétaires	4
L'ambiance du lieu, son image	5
Le prix de l'entrée.....	6
La capacité d'accueil du lieu.....	7
Les avantages commerciaux que vous font les propriétaires.....	8
C'est toujours le même lieu d'une année sur l'autre.....	9
<i>Ne sait pas</i>	10
Autres, précisez.....	11

Q 23 Toujours concernant les soirées ...soirée tirée : Pendant ces soirées, est-ce que sont servis

enquêteur Les alcools forts peuvent se présenter sous forme pure (vodka, tequila), ou mélangés à des jus de fruit ou autres sodas (rhum-coca, cocktails à base d'alcool)

Des alcools forts.....	oui	non
D'autres alcools (bières, vins, cidres ...)	oui	non

Q 24 Pour ces soirées, qui prend en charge

Des membres de l'association

D'autres étudiants

Des bénévoles non étudiants, des salariés d'une association

Les salariés habituels du bar/de la boîte / du lieu

De représentants de marques d'alcools, de magasins d'alcool

D'autres personnes

Non concerné (exclusif)

<i>Si sert des boissons alcoolisées</i> : Le service des boissons.....	1
La gestion du vestiaire.....	3
le service d'ordre	4

Q 25 Si des étudiants ou des bénévoles d'autres associations servent l'alcool. Mettez-vous en place des actions particulières pour former les étudiants qui servent de l'alcool ?

Oui 1
Non 2

Q 26 Le prix d'entrée donne-t-il droit à

enquêteur Non concerné = l'entrée est libre

Une ou plusieurs consommations alcoolisées gratuitesoui non nc
Une ou plusieurs consommations non alcoolisées gratuitesoui non nc

Q 27 Combien est vendu le verre

enquêteur En dehors du premier verre si inclut dans le prix d'entrée. noter 0 euros si toutes les consommations sont incluses dans le prix d'entrée

D'alcool fort |_|_|,|_|_| euros
De bière..... |_|_|,|_|_| euros
De jus de fruit |_|_|,|_|_| euros

Q 28 Est-ce votre association qui fait les commandes d'alcool pour ces soirées ?

Oui 1
Non 2

Q 29 Si oui Quelle quantité prévoyez-vous par personne, toujours pour ces soirées tirage aléatoire ?

enquêteur consommations = verre ou canette, selon le format sous lequel il est servi

De 1 à 3 consommations

De 4 à 5 consommations

De 6 à 7 consommations

Plus de 7 consommations

Vous ne savez pas

Pour les alcools forts 1
Pour les autres alcools 2
Pour les boissons non alcoolisés 3

Si ne sert pas d'alcool, Passez à Q 32

Q 30 Pendant ces soirées, est-ce qu'il y a parfois des open bars ?

- Très souvent 1
- Assez souvent 2
- Rarement..... 3
- Jamais 4

Q 31 Quel est l'intérêt financier de votre association par rapport aux ventes d'alcool dans ces soirées tirage aléatoire ? Est-ce que

- Vous faites des bénéfices qui vont directement à votre association..... 1
- Les bénéfices vont au lieu qui organise la soirée, ou aux structures partenaires..... 2
- Vous partagez les bénéfices avec le lieu ou les partenaires 3
- Vous ne cherchez pas à faire des bénéfices sur les ventes d'alcool,..... 4

Q 32 En général, pour toutes les soirées que vous organisez quel que soit leur type, avez-vous des partenaires financiers, ou des sponsors ?

- Oui 1
- Non 2
- Cela dépend des soirées..... 3

Q 33 si oui Qui sont-ils ? Est-ce qu'il s'agit

- De marques d'alcool..... oui non
- De magasins de distribution d'alcools oui non
- D'autres sponsors n'ayant rien à voir avec l'alcool..... oui non

Q 34 Si réponse 1 ou 2 à la question précédente : est-ce

- vous qui les avez démarchées, 1
- ou bien ce sont ces marques qui vous ont sollicités ? 2

Q 35 Pour tous : Êtes-vous sollicités par des marques d'alcool, ou des distributeurs d'alcool

- Très souvent..... 1
- Assez souvent 2
- Rarement..... 3
- Jamais 4

Q 36 Si oui Que vous proposent-ils lorsqu'ils vous sollicitent ?

enquêteur Ne pas citer, plusieurs réponses possibles

Des alcools moins chers.....	1
D'assurer l'animation de la soirée.....	2
D'assurer la vente pendant la soirée	3
Des échantillons gratuits d'alcool (mignonnettes par exemple).....	4
des cadeaux, pour l'association ou pour les étudiants de l'école	5
de reverser à l'association une partie des bénéfices sur les ventes	6
Autres, préciser	7

Q 37 Par rapport aux années d'avant, avez-vous repris

Exactement

En grande partie ou selon la même logique

pas du tout

Le même lieu.....	1
Les mêmes quantités d'alcool servies	2

Partie C) La prévention et ses leviers

Nous allons terminer ce questionnaire en évoquant la question de la prévention au risque routier.

Q 38 Par rapport aux lois portant sur la consommation et la vente d'alcool est-ce-que

- Vous connaissez, ou quelqu'un dans votre association, connaît très bien ces lois 1
- Vous en connaissez quelques-uns, mais pas toutes 2
- Vous en connaissez très mal le contenu 3
- Vous ne savez pas qu'il existe une législation pouvant s'appliquer aux soirées que vous organisez. . 4

Q 39 Si réponse 1 à 3 Est-ce que

- vous pensez être systématiquement dans le cadre de la loi 1
- vous n'êtes pas certain d'être systématiquement dans le cadre de la loi 2
- vous contournez parfois la loi, car elle trop contraignante, ou non pertinente par exemple 3

Q 40 Selon vous, qui est d'abord responsable moralement lorsque certaines personnes consomment trop d'alcool pendant une soirée organisée par votre association et prennent des risques sur la route?

enquêteur deux réponses possibles, les principaux responsables, ne pas citer

- Les propriétaires des lieux dans lesquels se déroule la soirée..... 1
- Les participants à la soirée, le conducteur, les personnes qui l'accompagnent 2
- Le président de votre association 3
- Les membres de l'association impliqués dans l'organisation 4
- Le directeur de votre établissement d'enseignement 5
- La société dans son ensemble, son fonctionnement 6
- Il n'y a pas de responsable 7
- Autres, précisez..... 8

Q 41 Lorsque vous organisez une soirée, est-ce que

- Vous devez avoir l'autorisation de la direction de votre établissement universitaire 1
- Vous n'avez pas besoin d'autorisation, mais vous informez la direction 2
- Vous ne contactez pas la direction 3

Q 42 Pour l'organisation des soirées, avez-vous

signé des chartes, des conventions,

de simples contacts avec

La mairie.....	1
La préfecture	2
D'autres BDE, d'autres associations organisatrices	3
L'association Prévention Routière ou la sécurité routière.....	4
Les pompiers ou les forces de l'ordre.....	5
La croix-rouge, d'autres associations de prévention, précisez	6
Avec la direction de votre établissement	7
Autres, précisez.....	8

Q 43 Ces conventions, ces chartes ou ces contacts portent-ils sur

La vente et la consommation d'alcool.....	oui	non
La mise en œuvre de pratiques de prévention pendant la soirée.....	oui	non
La mise en œuvre de pratiques de prévention après la soirée, pour organiser	oui	non
le transport des étudiants	oui	non

Q 44 Quelles sont les pratiques de prévention pour limiter la consommation d'alcool et le risque d'accident de la circulation au retour des soirées, dont vous avez-déjà entendu parler ?

enquêteur ne pas citer, plusieurs réponses possibles

la promotion du conducteurs désigné.....	1
la mise à disposition d'éthylotest	2
la vente à tarif très réduit ou la distribution gratuite de boisson non alcoolisée	3
l'arrêt du service de l'alcool après une certaine heure.....	4
la présence d'associations de prévention lors des soirées.....	5
la mise à disposition de transports en commun, de navettes, de taxis à prix réduits	6
la gestion des clefs des conducteurs au vestiaire ou à l'entrée.....	7
aucune.....	8
autres, préciser.....	9

Q 45 Pendant les soirées organisées par votre association, y a-t-il des actions de prévention mises en œuvre par l'association ou d'autres intervenants ? il s'agit toujours de la prévention au risque routier et à l'alcool.

Systematiquement lors des soirées	1
Souvent	2
Rarement.....	3
Jamais	4

Q 46 si au moins rarement, quelles sont ces actions ? Est-ce (oui / Non)

la promotion du conducteurs désigné.....	1
la mise à disposition d'éthylotest	2
la vente à tarif très réduit ou la distribution gratuite de boisson non alcoolisée	3
l'arrêt du service de l'alcool après une certaine heure.....	4
la présence d'associations de prévention lors des soirées.....	5
la mise à disposition de transports en commun, de navettes, de taxis à prix réduits	6
la gestion des clefs des conducteurs au vestiaire ou à l'entrée	7
autres, préciser.....	8

Q 47 si au moins une action: Qui met en œuvre cette action au cours de la soirée ?

enquêteur Ne pas citer, plusieurs réponses possibles

Des étudiants de votre association, ou bénévoles	1
Une autre association d'étudiant	2
Des salariés des lieux dans lesquels se déroule la soirée.....	3
L'association Prévention Routière	4
la sécurité routière	5
la Croix Rouge.....	6
une autre association	7
autre, précisez	8

Q 48 Ces différentes actions de prévention vous semblent-elles efficaces

la promotion du conducteurs désigné.....	oui	non
la mise à disposition d'éthylotest	oui	non
la vente à tarif très réduit ou la distribution gratuite de boisson non alcoolisée	oui	non
la restriction de l'accès au boisson alcoolisée	oui	non
la présence d'associations de prévention lors des soirées.....	oui	non
la mise à disposition de transports en commun, de navettes, de taxis à prix réduits	oui	non
la gestion des clefs des conducteurs au vestiaire	oui	non
autres, préciser.....	oui	non

Q 49 Globalement, Pour des associations telles que la votre, mettre en place des actions de prévention du risque routier au cours des soirées étudiantes est

- Très facile..... 1
- Plutôt facile..... 2
- Plutôt difficile..... 3
- Très difficile..... 4

Q 50 Pour les associations ne mettant en œuvre aucune action de prévention. Pour quelle raison ne mettez-vous pas en place d'actions de prévention ?

enquêteur Ne pas citer, plusieurs réponses possibles

- Ce n'est pas le rôle de l'association..... 1
- C'est trop compliqué..... 2
- C'est trop coûteux..... 3
- Cela gâcherait la fête..... 4
- Pas de besoin, pas de risque d'accident..... 5
- Chaque participant doit se responsabiliser, il ne faut pas déresponsabiliser les participants..... 6
- Vous n'y avez jamais réfléchi..... 7
- Les actions possibles ne sont pas efficaces, ne servent à rien..... 8
- Autres, précisez..... 9

Q 51 Selon vous, qui est le mieux placé pour faire de la prévention des soirées ?

enquêteur Citer, deux réponses possibles

- Les propriétaires des lieux..... 1
- Des associations telles que la prévention ou la sécurité routière, la Croix Rouge..... 2
- Les organisateurs de la soirée..... 3
- D'autres jeunes..... 4
- Autres, précisez..... 5

Q 52 Finalement, quelle proposition feriez-vous pour que des actions de prévention soient mises en place pendant les soirées étudiantes

.....
.....

Ce questionnaire est maintenant terminé, je vous remercie d'y avoir répondu.

Accepteriez-vous que nous vous contactions de nouveau pour participer à un entretien de groupe, avec d'autres jeunes organisateurs ? Si vous acceptez et êtes choisi pour participer, nous vous remercierons par un chèque de 30 euros

Et accepteriez-vous que nous transmettions vos coordonnées à l'association Prévention Routière, pour qu'elle puisse éventuellement vous proposer des actions de prévention ?

Oui

Non

Si oui : noter les coordonnées complètes de l'association

Téléphone, Raison sociale et adresse postale, Adresse mail

Annexe 6 – synthèse de la phase qualitative exploratoire

1/ L'organisation des associations autour des soirées

1.1 *Essai de typologisation : Professionnels ou amateurs ?*

Le premier enseignement de cette phase exploratoire est le constat d'une grande hétérogénéité des organisations internes des associations étudiantes. La typologie retenue est sommaire mais permet de classer les types d'associations sur un continuum allant de la plus à la moins structurée. Ce continuum s'établit en fonction de trois variables : le degré de division des tâches et de stabilité dans cette répartition, le degré de savoir-faire dans les métiers du spectacle, le degré d'efficacité de la transmission de ces savoir-faire.

1.1.1 *Des organisations internes très structurées*

Certaines associations ont un fonctionnement très bien rôdé, les étudiants y occupent des fonctions aux attributions précises et les soirées sont organisées sur un mode professionnel. Les compétences acquises au fur et à mesure sont capitalisées au sein de ces structures par des modes de transmission efficaces, notamment parce que les membres sont conscients de la nécessité de transmettre leur savoir-faire.

Une répartition claire des tâches

« Quand on organise une soirée, on se retrouve entre les BDE, dans le BDE d'une autre école, tous ensemble, donc on s'organise de manière à avoir chacun une tâche à remplir, par exemple contacter la sécurité routière ou la croix rouge, réserver la boîte de nuit, voir pour l'alcool, après il y a les dj aussi à organiser, savoir comment ça se passe, le planning, comment on s'organise entre les 4 écoles puisque chaque école aura un temps à faire et dans ces temps on doit nous même régler ça avec notre bde, il y a un planning d'école, et dans les écoles c'est nous même qui nous organisons pour placer les personnes. » BDE école d'ingénieurs Val d'Oise

« Au final ce sont toujours les mêmes personnes, parce que l'associatif sur l'école de statistiques, les personnes d'une année à l'autre, plus ou moins, elles restent, quand elles sont dans l'associatif, elles s'engagent et elles y restent, et donc on retrouve un petit peu les mêmes personnes et puis au cours d'une même année scolaire en général les gens ils s'engagent au début de l'année dans un groupe et puis ils y restent jusqu'à la fin de l'année au minimum donc à la fin de l'année on a plus besoin de leur faire des formations de bar quoi. » école de statistiques Agglomération Lyonnaise

Un degré de professionnalisme élevé

« L'an dernier je sais qu'on a fait une prospection générale d'une nouvelle partie des établissements de Lyon, pour avoir un ordre d'idée de ce qui pouvait nous être proposé pour une soirée. » école de statistiques Agglomération Lyonnaise

« C'est nous qui servons dans la boîte, donc tout est dans le planning, on a des responsables des soirées qui eux s'occupent de vérifier que tout se passe bien à l'intérieur de la boîte et puis que les gens sont à leur poste, qu'il n'y ait pas de débordement et tout » école d'ingénieurs Val d'Oise

Des modes de transmission d'une année sur l'autre permettant la reproduction des pratiques

« Ce sont les 3ème années de médecine qui sont présents dans le BDE, en 2e année en général on fait partie de certains teams de l'association, par exemple le gala team qui organise le gala et aussi tous les évènements de santé publique et en général on recrute notre futur bureau dans ces différentes team [...] c'est que les 2ème années qui organisent le gala. C'est pour qu'ils se retrouvent après dans le bureau et qu'ils se sentent investis d'une tâche à fort budget, pour qu'ils aient un projet à mener. » Carabins, Grande agglomération Sud Ouest

« En fait on fait beaucoup de passation interne entre les membres de l'année précédente et les membres de l'année en cours et du coup on demande s'il y a eu une soirée d'organisée à tel ou tel endroit, comment c'était, est-ce que ça vaut le coup de le refaire, comment étaient les relations avec les gens qui gèrent la boîte » école de statistiques Agglomération Lyonnaise

1.1.2 Des associations peu structurées

A l'opposé, les soirées peuvent être organisées par des associations dont le mode de fonctionnement reste très informel, la division des tâches toute relative et la passation de relais déficiente.

Un faible nombre d'organiseurs

« En théorie, en début d'année tout le monde est très motivé donc on a une secrétaire, on a un trésorier, on a un président, un vice président, des personnes qui cherchent les sponsors et un jour on se rend vite compte qu'on est que deux ou trois à gérer le navire, plus nos amis autour qui en fait nous aident mais ne sont pas membres du bureau, » IUT Communication Petite agglomération provençale

☛ Un fonctionnement très peu formalisé

« En général on en parle [les membres du BDE] à 2 semaines de l'évènement, au moment où on contacte le patron du bar. On lui demande quelle date l'arrangerait, on propose plusieurs dates et puis 2 semaines avant l'évènement on distribue les affiches lors d'une autre réunion et puis ça va pas plus loin quoi. » UFR Sciences Grande agglomération Sud

« On n'a pas de planning, en fait, on en a fait une qui était plutôt en test pour voir si ça marchait parce qu'il faut qu'on remplisse un certain contrat avec le patron de la boîte pour que lui ce soit rentable aussi, donc du coup voilà, on a commencé comme ça et puis après, en fait c'est avec lui, on voit quelle date ça pourrait être intéressant, on en organise à peu près tous les deux mois, ou un mois et demi » École d'infirmières aggro stéphanoise

☛ Des passages de relais inefficients d'une année sur l'autre

« Maintenant on est un peu rôdé, mais on a du reconstruire, c'est ça le truc, c'est... comme c'est vraiment une petite école, y a pas, enfin, les choses elles sont pas fixées en fait, du coup c'est à chaque fois il faut repartir » École d'infirmières aggro stéphanoise

« on fait des actions de prévention, à la fin quoi, on met des grosses boîtes de préservatifs, des éthylo-tests, on a fait des opérations Sam, je sais que les autres bureaux l'ont fait mais là non l'année dernière ils en ont pas fait et cette année non. Nous on voulait bien le refaire mais il faut avoir tous les trucs, on n'avait plus de matériel, après oui je sais que ça se trouve... » IUT communication Normandie

Hypothèse pour la Prévention routière :

L'intégration, dès la préparation, de pratiques de prévention semble plus présente et systématique lorsqu'une association offre un degré élevé d'institutionnalisation (degré de division des tâches, de planification, de connaissances des « métiers » de l'organisation). Néanmoins le facteur clé semble être la capacité de l'association à transmettre les bonnes pratiques aux futurs responsables de l'organisation des soirées.

L'incitation à la mise en place de pratiques de prévention ne doit donc pas être dissociée d'une attention portée aux moyens de transmission et de diffusion des bonnes pratiques. Dès lors que la transmission endogène à l'établissement est déficiente, l'effort d'information/sensibilisation ou de formation des organisateurs à la prévention devrait être reproduit chaque année. Un moyen de pallier ces difficultés (pour les écoles au sein desquelles les bureaux des élèves se renouvellent entièrement sans possibilité de transmission) pourrait être de confier la diffusion des bonnes pratiques à des référents (salariés des établissements, étudiants dans la même ville plus âgés et expérimentés membres d'une association bien structurée) qui chaque année se chargeraient de sensibiliser, former, etc., les nouveaux organisateurs de soirées. Cela suppose d'abord de parvenir à susciter l'émergence desdits référents.

1.2 Points communs : la recherche du confort dans l'organisation amène souvent à déléguer

1.2.1 Une routinisation importante

Le second constat effectué à ce stade de l'étude a été l'importance du degré de routinisation. Qu'il soit transmis d'une année sur l'autre ou construit à partir des premières expériences des membres du BDE, le schéma d'organisation s'oriente vers une routine « confortable » où le changement s'introduit à la marge :

« A chaque soirée, c'est toujours la même chose, vu qu'on fait toujours avec la même discothèque, c'est toujours pareil, c'est rodé et ça se transmet d'une année à l'autre, on garde notre contact avec le dj de cette discothèque et puis tout ça vient » IUT communication Normandie

« Il y a un fond qui bouge pas, moi je sais que je fais l'affiche. Telle personne va négocier, telle personne sait qu'elle doit aller voir la banque pour récupérer les affiches, qu'elle doit les afficher, après on communique beaucoup par facebook où on mobilise beaucoup de gens. Après il y a l'idée de petits éléments qui changent selon le thème de la soirée. Si on doit porter les déguisements dans le bar, les décorations ou récupérer des cadeaux qu'un partenaire nous offre etc. là il va y avoir des petits changements mais c'est jamais trop important. » Droit Moyenne agglomération Sud

« Pour l'instant on fonctionne toujours avec la même boîte, nous c'est vachement rentable pour nous, on a un super contrat avec eux et que le contact se passe vraiment bien, c'est une grosse boîte sur St Etienne qui marche beaucoup, donc pour l'instant on n'a pas de raison de changer en fait » Infirmières Agglo stéphanoise

A noter que cette routine concerne également les commandes d'alcool lorsque l'association est amenée à se fournir elle-même :

« En fait ça se base énormément sur les chiffres d'avant puisque ça doit faire 5-6 ans qu'ils font ça, et en fait on a des événements très précis où on sait le nombre de personnes qui viennent à peu de choses près, et ça tourne. » école d'ingénieurs Val d'Oise

Hypothèse pour la Prévention routière :

Dès lors que cette installation dans une routine semble généralisée, chaque association finit par construire une trame fixe d'organisation, il semble que l'enjeu soit de faire intégrer aux organisateurs la mise en œuvre de pratiques de prévention comme un allant de soi, contenu dans le schéma ordinaire de l'organisation d'une soirée.

1.2.2 Des soirées étudiantes ayant tendance à laisser une forte part d'organisation à un tiers (boîte de nuit, bar)

A la lumière des quelques entretiens effectués, il semble que les organisateurs ont une préférence pour la forme la plus légère possible d'organisation en terme d'investissement en temps et en responsabilités. Ce qui suppose alors de s'en remettre à un tiers pour la mise en œuvre d'un ensemble de tâches. Cette délégation à un tiers est variable, les cas extrêmes où l'association se contente de choisir un thème et une date avec le propriétaire d'une boîte, de « ramener du monde » en communiquant sur la soirée et en vendant des préventes semblent même assez fréquents.

« On a contacté la boîte et c'est eux qui s'occupent de tout après » IUT communication Normandie

« Ça dépend des établissements, ils ont tous plus ou moins leurs modes de fonctionnement, là où on était hier soir c'était une location, donc on avait les lieux pour nous, après il y a d'autres boîtes qui fonctionnent juste sur le principe d'une rétrocession à l'entrée, c'est-à-dire que l'association qui vient faire une manifestation ne gère rien pendant la soirée, ils encaissent juste une commission sur la place d'entrée, vu que c'est eux qui font de la pub et qui ramènent du monde de leurs campus quoi » école de statistiques Agglomération lyonnaise

« Au niveau du gala, il y a un apéritif compris dans le prix du repas. Le repas, il y a un traiteur qui nous sert pour les 1000 personnes. Le vin, on a des serveurs à nous. A partir de 23h, on a le bar qui ouvre et là, c'est un de nos partenaires aussi. Au niveau du bar c'est notre prestataire qui gère la bière (puisque c'est un gros fournisseur de bières) et après, il nous fait le champagne et on a du calvas et du moelleux qu'il nous sert gentiment. » Carabins, Grande agglomération Sud Ouest

« En fait avec la discothèque on loue la salle et on s'organise avec eux pour commander l'alcool et qu'ils vont commander à la société Ricard et en fait eux ils l'apportent directement et on paye après, pour la soirée. » école d'ingénieurs Val d'Oise

Lien avec la prévention :

Si ces constats sont vérifiés, l'importance du travail de prévention effectué auprès des lieux de consommation (bars, boîtes de nuit) semble cruciale. L'enjeu de la sensibilisation des organisateurs sera alors de parvenir à faire entrer la mise en œuvre de comportements de prévention dans la négociation avec les lieux. Un troisième axe pourrait être de susciter la création d'un label au cahier des charges précis, sans lequel une boîte de nuit ne pourrait être habilitée à accueillir des soirées étudiantes.

Même pour les associations les plus structurées, seules quelques soirées dans l'année semblent exiger une lourde organisation, tant dans la préparation que dans le déroulement. L'avantage est que, pour chaque établissement, ces soirées (intégration, gala) reviennent à des dates fixes d'une année sur l'autre ce qui facilite le ciblage pour des campagnes de sensibilisation in situ.

« C'est surtout pour le gala qu'on s'occupe de la boisson puisque généralement on le fait dans une salle prêtée par la mairie, soit dans une salle privée et donc à ce moment-là, on va s'occuper d'aller chercher les boissons, de gérer tout ça, sinon dans les bars c'est eux qui s'en occupent. » Droit Moyenne agglomération Sud

En revanche, il est possible qu'un grand nombre de soirées soient organisées sans l'intervention d'un tiers, lorsqu'il s'agit de soirées situées sur les campus ou dans des lieux de plein air. Ces soirées font l'objet d'une dénomination informelle (barbecue, apéro, dégustation) et d'une faible communication. Le faible degré de formalisation se retrouve également dans les dispositions du lieux (libre entrée/sortie, une table fait office de bar, etc.) et notamment le service des consommations (libre-service ou service par les étudiants sans dosage). Ces soirées ou fin d'après-midi sont souvent l'occasion d'écouler les quantités d'alcool en surplus commandées lors d'évènements plus importants (gala ou autre).

2/ La communication autour des soirées

2.1 Une communication plus ou moins intense selon les types de soirées mais qui privilégie toujours les réseaux sociaux

Les modes de communication employés et les publics touchés dépendent du type de soirée organisée. Le dénominateur commun semble l'utilisation privilégiée du bouche à oreille dont les nouvelles technologies (réseaux sociaux, SMS) décuplent la portée. Du point de vue de la communication, trois types de soirées se distinguent:

- 1) des soirées «confidentielles », touchant en priorité les membres de l'association. Elles n'ont pas pour objectif de procurer des ressources à l'association, mais « de se faire plaisir ». La communication se fait par mail, par affichage dans l'école.

« On a un environnement numérique de travail assez poussé sur lequel les étudiants vont et on envoie des mails dessus, on a un groupe facebook avec 215 fans actuellement et on fait des affiches pour les soirées exceptionnelles mais l'idée du jeudi est rentrée dans les mœurs, maintenant notre challenge c'est de varier les thèmes des soirées » école de sciences sociales Paris

« Après on fait 2-3 barbecues dans l'année, avec un bar dans l'enceinte de la fac. Là c'est obligatoirement nos adhérents, donc on n'affiche que sur la fac » Carabins, Grande agglomération Sud Ouest

- 2) des soirées organisées pour l'ensemble des étudiants de l'école ou d'un campus. La communication s'effectue par mail, par affichages, par facebook.

« On fait de la pub au niveau du RU, c'est là où il y a le plus de passage après on téléphone au niveau de la fac, de l'ESSEC pour aller faire un stand dans leur école, et après on fait des voitures banalisées avec des affiches de la soirées, et pleins de gens du BDE ont finalement des places sur eux et essaient de les vendre » école d'ingénieurs Val d'Oise

« On met des affiches dans toute la fac, chez l'épicier, nos partenaires. Et on utilise aussi facebook » Droit Moyenne agglomération Sud

« Les soirées sur le campus sont réservées au gens de l'école mais les soirées en boîte c'est ouvert à tout le monde dans la théorie mais au final c'est surtout de l'école, parce qu'on ne fait pas de prévente ailleurs que sur le campus et pour les soirées en boîte, on fait limite pas de communication sur les autres campus de Lyon et les autres écoles » école de statistiques Agglomération lyonnaise

- 3) des soirées organisées pour un public plus large : tous types de support tels les affiches, les SMS, les réseaux sociaux et notamment facebook sont alors mobilisés à grande échelle pour attirer le plus large public possible.

« facebook aussi marche beaucoup, faut dire ce qui est , c'est impressionnant hein, non mais c'est un truc de malade quoi, ça tourne à une vitesse impressionnante quoi, et en dehors de l'école »
Infirmières Agglo stéphanoise

« en ce qui concerne la communication, c'est le bouche à oreille à l'IUT et en fait on a suscité un peu des leaders par groupes à qui on balance l'info et qui se chargent de la balancer aux autres, ensuite on a tous les numéros sms des gens de l'IUT, donc on fait des opérations sms en masse et on a facebook et ça ça marche, de la folie, et on a les fly, les patrons nous font des fly et des affiches qu'on distribue au niveau de l'IUT, des autres asso étudiantes, dans le centre ville sur les parkings, on touche tous les moyens de communication, c'est facebook qui marche le mieux, quasiment tout le monde est inscrit, c'est du bouche à oreille, mais le bouche à oreille ne touche que les personnes de l'IUT alors que sur facebook on peut inviter des gens qui n'y sont pas ou des gens qu'on voit pas, c'est gratuit aussi. » IUT Communication Petite agglomération provençale

Lien avec la prévention si ces constats sont vérifiés :

En plus des canaux traditionnels de communication, les réseaux sociaux semblent être utilisés par les étudiants pour communiquer sur les soirées, quel qu'en soit le type, en amont, mais aussi en aval lorsque les photos de chaque soirée y sont postées. Pour communiquer sur le thème de la prévention, ces canaux pourraient être efficaces.

2.2 Incitations à la consommation Vs incitations à la prudence : la prévention, grande absente de la promotion des soirées

Les explorations sur Internet ont permis de constater que les posts sur Facebook et autres réseaux sociaux et sites d'agenda de soirées ne contiennent qu'exceptionnellement des messages promouvant une action Sam sur une soirée. La communication s'axe avant tout sur l'aspect festif, les prix de l'entrée et des consommations. Parfois même, les messages contiennent de véritables incitations à boire, il semble en tous cas que ce média soit utilisé pour pouvoir fournir un maximum de détails sur les soirées, et en profiter pour braver les interdits :

L'Ultime



L'Ultime

[La soirée étudiante de l'année]

- Soirée étudiante
- Musique électronique

Informations :

Date : [Mercredi 31 Mars 2010](#)

Lieu : [Nord / Pas-de-Calais / Belgique](#)

Ville : Nord / Pas-de-Calais / Belgique

Horaires : 21h00

Prix :

15.00 €

12.00 €- pour les cotisans de la FLSEG, HEI et ISTC

Evènement proposé par : [BDE HEI](#)

Descriptif :

\ Le 31 Mars -----> L'ULTIME ///...Lieu tenu secret!

HEI, la **FLSEG** et l'**ISTC** s'unissent pour t'offrir l'ULTIME !!!

Les grosses soirées lilloises n'ont plus de secrets pour toi ?

Le **Big Three** t'invite à passer à la vitesse supérieure !

Viens t'éclater dans la cour des grands avec : **Data; Loo & Placido**

Mais aussi : **Electronic Unity** (Djs doOd'z, Pier, Renomay et la violoniste live...) et 1400 étudiants!

----> Points de vente (ouverts à partir du 19 mars) :

BDE HEI
BDE FLSEG
BDE ISTC

12€ pour les cotisans d'HEI, la FLSEG et l'ISTC

15€ pour les extérieurs

Vestiaire gratuit

---->Prix des consos :

1 € la bière !

1 € le hard* !

*jusqu'à minuit, 2 € ensuite

---->Départs en navette de la station Total (Esplanade) :

21h – 21h45 – 22h30

---->Juste pour info : l'ULTIME, c'est 3h de mix de DatA et Loo & Placido !

T'as déjà été à des grosses teufs mais jamais à une soirée que Barney Stinson qualifierait de LEGENDARY !!!

Ça faisait longtemps que tu en rêvais, que tu te désespérais...
Ne t'inquiète plus, les BDE HEI, FLSEG et ISTC sont à la rescousse et la réalise pour toi ! Alors ne manque pas l'ULTIME!
It will be awesome !!!

La nuit blanche des Staps Paris

13 mai 2010

Marre des soirées planplan à se regarder le blanc des yeux, un verre de sirop de fraise à la main ? Ras le bol des bons plans avortés pour cause de mauvaise organisation collective ?

Vous avez LA solution !

Un bon bol d'air du côté des STAPS s'impose ! Venez faire la fête à leurs côtés pour une soirée folle organisée par le BDE Staps de Créteil, le jeudi 13 mai à 21h.

Un programme décadent vous attend...Cocktail dinatoire pour mise en bouche, open champagne et soft pour le plus grand plaisir des amateurs de fines bulles...

Sans compter un petit tour de Paris by night sur une péniche, et une fête digne de ce nom avec des DJ qui vous donneront envie de vous déhancher toute la nuit !

Une seule recommandation seulement (mise à part celle de ramener votre bonne humeur) : pour fêter les beaux jours, parez vous de blanc !

A partir de 21h

Paf : A partir de 21h, 25€places limitées / A partir de 23h 18€avec une conso

Tarif des consos : Soft 2€/ bière 3€/ hard 4€/ champagne et cocktail 5€/ Shot 3€/ 25€ les 10 / bucket 15 €/ Bouteille 70€/ bouteille ++ 100€

River's King

Face au 110 avenue du Président Kennedy, Paris 16e

Gala de l'IAE Lyon

7 mai 2010

Le BDE IAE vous invite à son prestigieux gala de fin d'année dans un lieu pour le moins insolite... le KGB !

Le KGB est un bar restaurant qui a pris possession d'une ancienne usine désaffectée du 7e arrondissement de Lyon. Bar, piste de danse, bar à vodka, fumoir, etc.

Ambiance URSS chic et choc ! Côté carte, on pourrait presque craquer en rentrant à la maison, et se payer un billet direct pour Saint Pétersbourg... Goulasch, caviar et ...quelques 45 types de vodka différents ! Ne manquez pas cette soirée unique !

Pour la fin d'année, quoi de mieux qu'une soirée qui change un peu ?

A partir de 20h

Paf : 30€ sur listing

Tarif des consos : Open champagne / Buffet a volonté / Consos à volonté

Infoline : résa au local du BDE tout IEA à la mezzanine Amphi A et B, manufacture des tabacs

KGB. 2, Rue des Bons Enfants, Angle Rue Victor Lagrange, à Lyon

L'AMPC, est une association regroupant 200 membres, étudiants en médecine, elle possède une page en libre accès sur facebook. Voici comment elle se présente : « Association Marseillaise pour le Crit - Equipe de RM profonds dont le but n'est autre que d'organiser la murge la plus efficace, radicale et originale. Notre marque de fabrique : open-all : tout à volonté, afin de satisfaire tous vos sens. Je vous laisse imaginer le niveau de connerie, et donc de rêve atteint. Dixit le DT. Plus fort que Jason X, l'ampc 2008-2009 s'est spécialisé dans le pillage et la libre distribution de produit plus ou moins légaux. Rejoignez-nous dans notre apocalypse ! »

3/ Les lieux dans lesquels sont organisées ces soirées, le public ciblé

3.1 *Le type de lieux varie en fonction du public ciblé*

- a) des soirées «confidentielles », touchant en priorité les membres de l'association : elles sont organisées dans des lieux tels que les bars ou au sein de l'école.
- b) soirées organisées pour l'ensemble des étudiants de l'école ou d'un campus; organisées dans des boîtes de nuit ou dans les locaux de l'école.
- c) soirées organisées pour un public plus large : organisées dans des boîtes de nuit notamment ou des locaux privés.

3.2 *Les critères de choix du lieu*

Lorsque les soirées ont lieu dans des bars ou des boîtes de nuit, les critères qui président au choix précis du lieu sont :

- a) la capacité d'accueil
- b) les avantages tarifaires : boissons à prix réduit, entrées gratuites, « cadeaux », ...
- c) l'accessibilité : proximité du campus, du centre ville, places de parking à proximité

3.3 La prévention n'intervient pas dans le choix du lieu mais la taille de la soirée semble jouer dans l'intégration ou non de pratiques de prévention

La mise en œuvre de pratiques de prévention par les lieux eux-mêmes a été mentionnée, mais il ne s'agit pas de critères de choix pour les étudiants. Parmi les pratiques citées :

- a) mise en place de navettes ou propositions de taxis à prix très faibles
- b) éthylo-tests, boissons sans alcool gratuites pour le capitaine de soirée.

La première hypothèse est que plus le public ciblé est large, plus le temps de préparation est long et plus la nécessité de prévoir des pratiques de prévention est intégrée :

« Il y a un gala à 4000 personnes cette année au palais des congrès à la cité internationale à Lyon et ça fait plusieurs années et une équipe ne s'occupe que de ça. Sur le gala on fait venir la même association étudiante, c'est avenir santé, et sur certain évènement comme le week-end d'intégration en septembre en début d'année, et là il y a des secouristes qui viennent pour couvrir l'évènement mais sinon sur les soirées étudiantes, alors il y a eu une ou deux fois l'an dernier où par des connaissances on a réussi à récupérer un secouriste professionnel mais sinon on fait pas venir la croix rouge ni les pompiers quoi. » École de statistiques Agglomération lyonnaise

4/ Les pratiques de prévention

4.1 Deux cas de figure : la délégation à un tiers ou la mise en œuvre par les étudiants

4.1.1 Une forte délégation à un prestataire

Lorsqu'ils ont réfléchi à la prévention, les organisateurs ne souhaitent pas nécessairement mettre en œuvre eux-mêmes les actions correspondantes (sensibilisation, distribution des éthylo-tests, ...). Ils cherchent des partenariats (Association Prévention Routière, Croix Rouge, ...) ou bien les mettent en œuvre avec le personnel des bars, boîtes de nuit.

☞ Le propriétaire des lieux est considéré comme seul responsable

« Le fait qu'on fasse nos soirées dans des bars, ce n'est pas trop à nous de gérer les problèmes quoi, de bar, d'assurer la sécurité quoi. Je pense que c'est le patron qui doit assurer son lieu de, son gagne-pain quoi. Ce n'est pas à nous de nous occuper de la sécurité des gens à la sortie du bar » Sciences Grande agglomération Sud

« Au niveau de la prévention, je vous avouerais que pour l'instant on ne s'en préoccupe pas vraiment, je sais qu'à la sortie de cette discothèque il y a un distributeur de ballons euh, de ballons pour tester le taux d'alcoolémie mais on ne fait rien de plus. Enfin il y a jamais eu de problèmes plus que ça donc c'est vrai que ça nous est pas vraiment venu à l'esprit depuis octobre novembre » IUT Communication Petite agglomération normande

« Pour tout ce qui est des étudiants, c'est leur responsabilité perso qui est engagé quoi qu'il arrive. Nous, on est responsable s'il arrive un dommage, qui a un lien direct avec les membres du bureau, etc., le bar est généralement responsable de la bonne tenue des étudiants » Droit Moyenne agglomération Sud

« les soirées se déroulent en centre ville essentiellement, et les participants s'y rendent en voiture, à part avec la boîte de nuit du privé, où ils organisent des bus, des navettes gratuites de 8 personnes toutes les 20 minutes et ils font centre-ville-la boîte de nuit, qui est en périphérie de la ville et ils nous ont également communiqué une adresse de taxis, à des prix très très attractifs, je sais qu'ils nous prennent 5 euros les 7 km, à 4 ou 5, ça fait un euro la course, donc c'est vraiment intéressant et ils travaillent beaucoup sur la sécurité » IUT Communication Petite agglomération provençale

Les étudiants en général se préoccupent voire font en sorte que la prévention soit prévue mais ne s'y impliquent pas nécessairement

« nous on a demandé au gérant de la boîte de nuit comment ça pouvait se passer justement, on a dit, ça va être l'orgie, il ne faut pas jouer sur les mots, et on a demandé à avoir des éthylo tests, que le conducteur laisse ses clés et mette un bracelet à l'accueil, donc, lui a fait les démarches auprès de la gendarmerie et de la préfecture, il me semble, pour récupérer tout ce qui est éthylo tests et tout, et le principe c'était que la personne qui laissait ses clés à l'entrée, soufflait en repartant pour récupérer ses clés, avec toutes les boissons non alcoolisées à volonté et la gratuité du vestiaire, pour tous les sam de la soirée. C'est le propriétaire qui a fait les démarches » IUT Communication Petite agglomération provençale

Des associations sont invitées à venir

« A chaque soirée on demande à la sécurité routière s'ils peuvent venir déjà, mais eux ils peuvent pas trop donc plus la croix rouge, eux sont là à peu près à toutes nos soirées, avec un camion, des tentes, ils ont une salle réservée dans la boîte de nuit, » école d'ingénieurs Val d'Oise

« On travaille très souvent avec la Croix-Rouge, surtout sur les soirées ou on attend plus de 800 personnes. On les prend pour notre week-end d'intégration, pour notre gala, pour nos soirées d'intégration. Après, ils nous ont proposé en boîte 100 capitaines de soirée qu'on a accepté, on leur a redemandé de renouveler le concept pour notre gala. » Médecine grande agglomération Sud Ouest

« au niveau prévention à l'alcool tout ça, sécurité tout ça, nous on est assez attaché au niveau de notre BDE à cette prévention-là et du coup on a plus ou moins un partenariat tacite avec une association étudiante aussi qui vient faire de la prévention auprès des jeunes pendant les soirées, donc à l'aide d'éthylotests, de moyens ludiques, des lunettes de simulation, enfin des petites choses comme ça pour prendre contact avec les étudiants et leur montrer qu'il faut faire attention quoi [...] après sinon nous au niveau du BDE, quand il n'y a pas Avenir Santé, on ne s'en occupe pas de ça » école de statistiques Agglomération lyonnaise

4.1.2 La prise en charge par les étudiants de l'association

Des étudiants démunis

On sent chez la plupart des étudiants interrogés prenant eux-mêmes en charge le volet prévention de leurs soirées, une bonne volonté et une sincère préoccupation. Néanmoins, la capacité à mettre en œuvre des actions de prévention complètes (au-delà des softs gratuits et des navettes) ne se décrète pas et plusieurs ont avoué ne pas être véritablement armés pour de telles opérations :

« On fait, on essaie quand on est à l'entrée, on essaie enfin de faire passer un petit message enfin beaucoup sur le ton de l'humour, euh, des trucs comme ça, hem, on a des éthylotests, on les a eu par un truc je sais plus comment ça s'appelle qui nous les file en fait, c'est gratuit, donc oui c'est sur le ton de l'humour, enfin, de toute façon ça rentre par une oreille et ça ressort par l'autre. Voilà on a des choses, ça reste banal, mais effectivement on n'est pas des étudiants en communication, du coup on n'a pas toutes les idées qu'il y a dernière. Aller faire de la prévention c'est pas évident et on est vite chiant en fait, pour les autres, et on est vite plus écouté je trouve, enfin je trouve hein, » Infirmières Agglo stéphanoise

« On préfère que ce soit des étudiants d'une autre asso qui ne font que ça plutôt que nous, on a eu une expérience cette année à le faire par nous-même la prévention et euh enfin nous on n'est pas du tout formé pour ça et donc ça a un peu tourné à la bérézina enfin voilà, nous euh, ça a été un peu un échec quoi, on ne savait pas trop comment s'y prendre au niveau des gens. » école de statistiques Agglomération lyonnaise

Des pratiques informelles

Quand ils sentent qu'ils sont responsables de ce volet et même s'ils laissent un tiers intervenir, la plupart des étudiants organisateurs interrogés mettent systématiquement en place au moins une pratique de prévention, que ce soit la mise à disposition d'éthylotests ou plus généralement la gratuité des boissons sans alcool (toute la soirée ou à partir d'une certaine heure). Des associations ont d'ailleurs d'elles-mêmes commandé les kits de l'association prévention routière, néanmoins ce qu'elles mettent en pratique ne semble que rarement recouvrir la totalité d'une

opération Sam. Par exemple, des éthylotests seront mis à disposition sans qu'une personne dédiée profite du moment de la distribution pour délivrer un message de prévention. Ce que les associations mettent elles-mêmes en pratique relève plus du mode d'action informel, empirique :

« On fait toujours open soft, et après si on voit que quelqu'un est très très amoché, bah on, comme en fait on se tourne pour servir, on sert jamais sur le bar, on sert toujours derrière, donc on lui met que du soft, pour qu'il, en fin à un moment il sent plus rien. » école d'ingénieurs Val d'Oise

4.2 Les pratiques et leur sens

4.2.1 Organisation des transports : la prévention au second plan

La plupart des organisateurs ne se pose la question qu'en termes d'accessibilité, et non en termes de dangerosité. Ils tendent cependant à s'approprier et à tenir compte des possibilités existantes : la mise en place d'un réseau de minibus à Moyenne agglomération Sud par exemple, ou les pratiques de la boîte de nuit déjà mentionnées ci-dessus :

« On boit et il y en a pas mal qui conduisent, et je sais que nous sur notre bal de promo on avait mis des éthylotests à disposition et on fait le principe du bracelet pour sam, et donc le privé nous a rejoint dans notre démarche, on s'est complété on va dire, et ils ont beaucoup plus de moyens que nous et eux mettent des navettes à disposition entre le centre ville et leur boîte de nuit » IUT Communication Petite agglomération provençale

« Nous on organise des navettes, et euh bah ils viennent en voiture sinon, comme en plus c'est pas une boîte qui est dans le centre du coup on est obligé de prendre la voiture si on veut y aller ou un truc qui roule quoi, et en fait les navettes c'est avec un organisme privé, et on paye une navette qui fait deux allers retours de 50 places, donc ça fait une centaine de personnes qui partent d'un point de rdv précis, et qui les prennent jusqu'à la boîte, sinon les gens viennent en voiture, alors malheureusement c'est pas parce qu'on est infirmière ou infirmier qu'on est plus prudent que quelqu'un d'autre, c'est con mais c'est ça, après nous je sais que dans notre promo on est assez prudent enfin de ce que j'ai pu en voir après c'est sûr que euh, enfin je pense que oui en général, chez les infirmiers je pense qu'on est assez prudents après ce sont des soirées étudiantes donc il n'y a pas que des infirmiers et après les gens..., je sais pas enfin, comme des jeunes quoi, je suis pas sûre qu'ils soient d'une prudence..., exemplaire quoi. » Infirmières Agglo stéphanoise

Ces possibilités sont alors plutôt valorisées en terme de

- a) capacité à augmenter le nombre de participants

« On met en place un système de navettes, on passe par un prestataire de bus qui met des navettes en allers-retours entre la boîte et le campus, pour amener les étudiants en toute sécurité, pour nous ça a un double objectif, c'est pour qu'ils évitent de prendre leur voiture et

donc d'un point de vue sécurité et la deuxième chose c'est pour leur permettre de venir à la soirée plus facilement » école de statistiques Agglomération Lyonnaise

b) mais aussi en termes d'image et de protection contre d'éventuels « problèmes » (i.e. sanctions pénales ou administratives)

Lien avec la prévention si ces constats sont vérifiés :

La communication à visée préventive auprès des organisateurs passe par l'information et l'incitation à la mobilisation des réseaux de transports existants. Plus globalement, la valorisation de ce comportement des jeunes auprès des acteurs susceptibles d'intervenir (collectivités locales, direction des établissements universitaires, lieux privés, sponsors...) pourrait être un axe prioritaire, sans omettre qu'une ville qui se félicite d'accueillir des étudiants, se doit aussi de permettre à la vie nocturne étudiante de se déployer sans danger dans l'espace urbain par la mise en place de lignes de transport appropriées (et pas uniquement dans l'hypercentre).

4.2.2 Les opérations capitaines de soirées : un plus pour l'image

L'un des constats des premiers entretiens dans la motivation à mettre en œuvre des opérations de prévention type « capitaine de soirée », est aussi celui d'une forme de recherche de protection ou d'image plus que d'une réelle préoccupation du sort des éventuelles victimes (implicitement désignées comme responsables d'elles-mêmes).

« le principe c'était que la personne qui laissait ses clés à l'entrée, soufflait en repartant pour récupérer ses clés, avec toutes les boissons non alcoolisées à volonté et la gratuité du vestiaire, pour tous les sam de la soirée, c'est le propriétaire qui a fait les démarches, ça lui assure aussi sa réputation également puisque c'est important d'avoir une boîte de nuit qui est soucieuse de la sécurité de la fréquentation et nous ça montrait aussi vis à vis de notre chef d'établissement qu'on avait une conscience aussi professionnelle quoi » IUT Petite agglomération normande

« ça nous permet éventuellement d'avoir des subventions peut-être, d'accepter et même de demander à ce que soient mis des personnes avec un petit stand, avec ce but capitaine de soirée avec des éthyloests etc. » droit Moyenne agglomération Sud

« On fait quand même très attention à ce niveau là, hein, il n'y a jamais eu de gros gros problème, pour ça, on se débrouille vraiment parce qu'on veut pas avoir d'accident parce qu'après ça retombe forcément sur la boîte et sur nous donc on évite le danger. » école d'ingénieurs Val d'Oise

Il ne s'agit en aucun cas de considérer que les organisateurs seraient insensibles aux conséquences humaines, et, d'ailleurs, les étudiants interrogés donnent plutôt le sentiment d'être assez responsables, simplement le ressort « compassionnel » semble peu pertinent pour inciter à plus d'implication des associations dans la prévention. Cela conduit à penser qu'une incitation plus efficace serait de faire en sorte que les subventions que certaines écoles ou sponsors versent aux associations étudiantes soient dédiées ou conditionnées à la mise en œuvre de pratiques de prévention.

5/ Les freins à l'efficacité ou à la mise en place des pratiques de prévention

5.1 *L'association se préoccupe avant tout de négocier de bons prix*

Un des freins à l'efficacité des messages de prévention est l'investissement prioritaire des associations étudiantes pour obtenir les prix des consommations les plus bas possibles. Sans toutefois constituer une incitation à la consommation, ces efforts font partie des « devoirs » ressentis comme incontournables par les organisateurs de soirées. Cet état de fait oriente les négociations avec les lieux privés ou les grossistes.

« C'est nous qui choisissons les prix en fait, on a une prévente, qui est généralement aux alentours de 10€, ça c'est pour les places et après les consos c'est 5€ les 10 tickets et c'est 3 tickets le hard et 2 tickets la bière et open softs, en fait c'est Ricard qui nous fait les prix, qui nous fait un devis donc après on compare généralement aux années avant pour savoir si on se fait pas avoir, etc. »
école d'ingénieurs Val d'Oise

« Cette année on est passée avec Lidl et au final on s'en est tiré pour le même prix qu'avec Metro HT. On a un partenaire pour nos soirées en bar, qui nous fait des prix intéressants, les étudiants ont une carte qu'ils présentent pour avoir ces prix avantageux. » Médecine Grande agglomération Sud Ouest

« Nous, l'avantage, comme on ne demande pas d'argent aux patrons de bar, ils sont un peu plus cools sur les tarifs de boissons. Donc la plupart du temps, on leur demande de faire un tarif étudiant pour tout le monde à l'entrée et étant donné qu'on ne touche pas d'argent là-dessus, ils sont assez cool. » UFR Sciences Grande agglomération Sud

« on fait une étude de marché et on a été au plus offrant [...] on essaie de négocier les tarifs, donc déjà une bouteille d'alcool offerte pour les membres de l'association, c'est à dire pour le président et moi une bouteille chacun, et ensuite, donc (rires), en même temps on fait du commerce, on est en Communication quand même, ensuite il y a tout ce qui est bière, pastis et boissons soft à 2 euros, l'alcool est à 5 au lieu de 8, et les bouteilles quand elles sont à 80 elles tombent à 60 et quand elles sont à 70 elles tombent à 50, on est de bons négociateurs» Communication Petite agglomération provençale

« Pour les tarifs, on arrive toujours à avoir une boisson gratuite et on arrive à faire baisser les tarifs des consommations pour toutes les personnes dans la soirée. » Droit Moyenne agglomération Sud

L'association n'a pas toujours la maîtrise des prix, il semble même assez fréquent que les prix des boissons soient les prix habituels de la discothèque ou du bar, ou diminués du quart pour les étudiants. Lors de ces soirées, les bénéfices sont alors uniquement liés au nombre d'entrées (préventes).

Lorsque les étudiants ont à commander l'alcool, la démarche peut être très informelle (aller dans un supermarché ou chez un grossiste) le pouvoir de négociation est alors très marginal, en revanche, certaines associations, très structurées font en sorte d'acquérir un véritable pouvoir de marché :

« le fait d'être en réseau sur toute la France, ça me permet d'avoir des prix imbattables, on s'arrange pour commander tout ensemble, par exemple si je veux du vin je vais appeler la corpo de grande agglomération Sud Ouest, si je veux du champagne, j'appelles à Reims, etc., on se groupe et on s'arrange, ça nous permet de faire baisser les prix, mais vous avez encore plus fort, les corpo médecines et pharma, là ils sont imbattables » le PSDT Corpo Droit de Lille, pourtant très investi dans son mandat sur la mise en place d'action de prévention et la limitation du nombres de soirées.

5.2 La soirée des étudiants commence avant

Certaines soirées sont organisées sous la forme d'une « présoirée » dans un bar puis les étudiants prolongent la nuit dans une discothèque. Néanmoins le cas de figure le plus courant semble être un début de soirée aux alentours de 23h-minuit, ce qui suppose une « préchauffe » dans des groupes restreints, en bar ou en appartement.

L'organisation d'une opération capitaine de soirée suppose donc une communication préalable, la présence à l'entrée de la boîte ne suffirait pas :

« et c'est clair que si on mettait des bracelets à l'entrée de la boîte, beaucoup arrivent de toute façon avec un taux largement supérieur, en tout cas, ça marchera plus sur le ludique que sur le sérieux » Infirmières Agglo stéphanoise

Néanmoins certains étudiants ont le sentiment que cette pratique du conducteur désigné est rentrée dans les mœurs et que ces temps de « préchauffe » sont l'occasion de convenir à l'avance qui sera le chauffeur sobre:

« En fait les soirées commencent dans des petits groupes et là ils s'arrangent, en général il y a un capitaine de soirée, et puis, donc c'est lui qui boit pas » IUT Petite agglomération normande

« Je trouve que c'est assez intégré le « Celui qui conduit ne boit pas » je sais parce qu'on fait les avants-soirées donc on sait qui va boire ou ne va pas boire. Je n'ai jamais vu personne en ayant bu au-delà de ce qui est autorisé. » Droit Moyenne agglomération Sud

5.3 L'alcool au centre des soirées

L'alcoolisation à l'excès reste un incontournable de la fête, certains étudiants organisateurs l'ont d'ailleurs déploré :

« L'alcool ? Pour certains, c'est accessoire pour d'autres, c'est indispensable. Ça va dépendre de chacun. L'avantage de le faire dans un bar c'est que là au moins c'est disponible tout le temps, je pense que c'est nécessaire quand même, ça paraît nécessaire. Ça fait partie intégrante de la décompression, je nous vois mal faire une soirée avec du jus d'orange et du coca-cola en fait. » Droit Moyenne agglomération Sud

« [...]une soirée entièrement financée par la préfecture et cette année ils n'ont pas voulu, c'est une soirée organisée par l'association prévention routière, donc financée par l'association Prévention Routière et l'année dernière en fait ils avaient fait un énorme concours sportif et ça c'était plutôt mal passé et donc ils n'ont pas voulu remettre ça cette année, en fait il y a eu des gens beaucoup trop ivres en fait, donc pour un concours où c'est l'association Prévention Routière, avec alcool, c'est pas très très bien passé on va dire, les gens boivent trop, ils arrivent bien amochés, voilà. » école d'ingénieurs Val d'Oise

Cette dimension de la fête influe sur l'organisation des soirées, les associations valorisent d'ailleurs souvent leur travail par la capacité à obtenir de bons prix, une bonne gestion est de faire en sorte que l'alcool ne vienne pas à manquer. Les posts sur les sites d'agenda de soirées montrent que cette mise à disposition de l'alcool à faible prix reste un poncif de la communication sur les soirées, un grand nombre de ceux rencontrés au hasard des recherches Internet font d'ailleurs mention de consommations à volonté (Voir exemples de posts ci-dessus).

Lors des entretiens exploratoires, les étudiants organisateurs ont systématiquement répondu par la négative lorsqu'on leur demandait s'ils avaient connu des incidents dans leurs soirées. A plusieurs reprises, l'enquêteur a dû évoquer les comas éthyliques pour que les organisateurs aient un déclic et reconnaissent avoir assisté à ce genre d'incident. Ceci démontre, s'il en était encore besoin, à quel point l'ivresse excessive est banalisée.

5.4 La faible présence des autorités

La réglementation est très peu citée comme contrainte à l'organisation des soirées. L'interdiction des open bars a été mentionnée. Certaines contraintes liées à l'utilisation des locaux de l'école ont été citées, notamment pour signaler leur contournement (sécurité incendie notamment). Les attitudes vis à vis de la réglementation vont d'une vague connaissance (aussi bien pour des BDE bien rôdés qui reproduisent des pratiques de prédécesseurs et organisent jusqu'à 10 soirées par an

que pour des néophytes complets) jusqu'à la mobilisation d'experts pour parvenir à se maintenir dans la légalité.

5.4.1 Les contraintes posées par les établissements sont souvent faibles

A part au sein de l'école de statistiques où une charte sur la limitation des commandes d'alcool a été signée, aucun des étudiants interrogés n'a fait part de contraintes venant s'imposer aux organisateurs de soirées venant des établissements dans lesquels ils étudient. La tendance semble être une totale autonomie des associations vis-à-vis de l'établissement. Elles peuvent organiser les soirées quand et où bon leur semble. Certaines associations organisent sur leurs campus des soirées informelles où l'alcool est en quasi libre-service, des opens bars sur les campus ont également été signalés.

La prise de contact avec les organisations étudiantes pour les besoins de l'enquête a été l'occasion d'engager des discussions informelles avec plusieurs responsables de la vie étudiante des écoles et universités contactées. A de nombreuses reprises, les personnels de l'établissement ont avoué ignorer le nom des responsables des BDE, le plus souvent, les noms et contacts étaient connus, mais les personnels avouaient ne pas s'occuper de ce que faisaient ces associations. Plusieurs voulaient avoir des précisions sur l'enquête avant de donner les bons contacts, cela a donné lieu à des échanges durant lesquels la prise en compte de la prévention des risques liés au soirées étudiantes était systématiquement rejetée comme ne relevant pas du personnel de l'établissement, mais des seuls étudiants.

5.4.2 L'intervention des autorités administratives est marginale

Les organisateurs interrogés ont signalés la nécessité de devoir demander des autorisations (préfecture, mairie) pour certaines manifestations festives. Les contraintes qui s'imposent relèvent plutôt de la tranquillité publique (réglementation du niveau sonore, occupation de la voie publique) que de la prévention des risques. Il a même été fait mention d'une demande d'autorisation temporaire d'ouverture de débit de boisson délivrée par une municipalité à une association dont les étudiants servaient de l'alcool distillé... Quant aux contrôles routiers, une étudiante a mis en doute leur efficacité :

« Après il y a tout le côté répression aussi, je sais pas si c'est une bonne chose, enfin oui aussi, non mais j'en connais beaucoup qui picolent autour de moi et qui conduisent et bien, mais j'en connais pas des masses qui se sont fait contrôler et pourtant des contrôles de flics y en a plein quoi, mais on sait où ils sont » Infirmières Agglo stéphanoise

6/ Les leviers institutionnels pour la mise en œuvre de comportements de prévention : réglementation, chartes, sponsors

Le sentiment de responsabilité directe est assez faible dans le panel interrogé, peu d'accidents ont d'ailleurs été repérés par les jeunes organisateurs à la sortie des soirées. Lorsque les soirées sont organisées à l'extérieur, le sentiment dominant est que ce sont les propriétaires du lieu qui sont responsables et qui doivent agir, ou bien que c'est à chaque participant de se responsabiliser.

6.1 La législation : un garde fou en pointillé

La sensibilisation des jeunes organisateurs à leur responsabilité par rapport au respect de la législation, par rapport aux risques encourus par les participants semble, de l'aveu même de certains responsables de grosses associations, faire défaut. La législation qui s'applique à leurs soirées est plutôt mal connue des organisateurs.

Ce manque de connaissance est à relier au sentiment de n'avoir qu'une faible part de responsabilité pénale.

C'est pourtant bien ce sentiment de responsabilité, pas toujours identifié aussi nettement mais plutôt le sentiment de risques possibles, qui est en partie à l'origine de la mise en œuvre de comportements de prévention (ainsi que la transmission des pratiques antérieures, cf. ci-dessus). Les intervenants extérieurs (croix rouge, Association Prévention Routière, secouristes, association étudiante) sont alors sollicités pour leur savoir faire.

6.2 Les chartes : l'affichage officiel des bonnes volontés

Il a été fait mention d'une charte d'établissement, qui semble ne limiter que faiblement la consommation mais inciter à une prise en compte systématique de la prévention :

« Nous on a on fait des bas prix sur les softs et sur l'alcool aussi, pour vous donner un exemple hier soir, le verre de bière était à 2 euros, les cocktail étaient à 1.50€ et les softs à 50 centimes et on avait une opération open sirop donc sirop gratuit à partir de 2h, voilà , mais euh alors ce qui passe aussi, nous est assez sensibilisé à la prévention de l'alcool au niveau des associations sur l'école de statistiques et on a signé une charte qui nous engage à ne pas prévoir plus de 4 verres d'alcool par participant dans la soirée. Après nous on a pas réussi vraiment à mettre en place des moyens de contrôle pour dire c'est 4 par personne et pas une personne qui prend un verre et l'autre qui en prend 8, mais voilà c'est une moyenne et au niveau des commandes c'est interdit de prendre de trop d'alcool et on reste sur cette norme là quoi. On s'en sort toujours à avoir assez d'alcool, enfin moi j'ai jamais eu de souci, mais c'est vrai que tous ceux qui ont connu les open bars d'avant et par exemple médecine qui fait encore des open bars juste à côté sur le campus, enfin euh, c'est pas la même chose quoi, tous ceux qui ont envie de se mettre des grosses caisses ils vont sur les opens bars médecine mais nous ça revient, enfin les gens ils payent leur alcool mais au final il en ont autant qu'il veulent, il y en a quand même beaucoup qui ne consomment pas leur

4 verres quoi donc euh. On n'empêchera jamais une personne de boire avant en plus. » école de statistiques Agglomération lyonnaise

Une seule association a insisté sur l'importance d'une charte signée avec la Préfecture en l'occurrence : elle leur permet d'organiser des soirées très importantes et met des navettes en place. L'organisateur se sent alors tenu de « ne pas la décevoir » :

« Nous on fait vachement attention avec tout ce qui est prévention, en fait c'est de notre responsabilité et histoire de ne pas avoir de problèmes ensuite, ce sont les gens justement du bureau qui vont prendre s'il y a un problème, c'est sur eux que ça tombe et en plus on a quand même signé une charte avec la préfecture donc on se sent un peu responsables, on se dit on va éviter de décevoir euh, donc euh, oui, il nous laissent faire les fêtes » grande école d'ingénieurs Val d'Oise

Ces chartes incitent rarement *ex nihilo* les organisateurs à mettre en pratique de la prévention, elles ne font bien souvent que sanctionner un état de fait, à savoir que l'association ou l'établissement se préoccupe déjà de la prévention des risques. En revanche, elles y trouvent un intérêt en terme d'image. La signature de charte semble néanmoins important comme élément facilitant la transmission des « bonnes pratiques » d'une année sur l'autre, une piqûre de rappel pour les futurs organisateurs de soirées.

6.3 Des sponsors peu regardants

La présence de sponsors a été évoquée de manière quasi systématique, aucune association n'a fait mention de sponsoring des marques d'alcool. En revanche, pratiquement toutes ont une banque comme sponsor principal, or ces sponsors ne semblent se préoccuper que de figurer sur les affiches (ou autres supports) des soirées, les exigences en matière de prévention sont nulles. Il y a là certainement un territoire à explorer en terme d'incitations à la mise en œuvre de pratiques de prévention.

Des partenaires financiers plus efficaces en terme de responsabilisation à la prévention ont été évoqués et notamment les mutuelles étudiantes.

7/ Des organisateurs de soirées prêts à entendre les messages voire à s'investir à condition d'être plus informés et mieux accompagnés

7.1 Un sentiment partagé de la pertinence de la prise en compte des risques liés à la surconsommation d'alcool

7.1.1 Pertinence du thème et du message

Aucun organisateur n'a fait état d'une inutilité du message de prévention :

« Moi je suis un partisan de la pensée de dire que la prévention à l'alcool ça se fait à long terme avec une présence en permanence sur toutes les soirées, enfin, en matraquant le message en permanence quoi, pas avec juste une opération coup de poing de temps en temps, pour moi c'est un message de fond qu'il faut faire passer aux gens, donc voilà » école de statistiques Agglomération lyonnaise

Certains en revanche doutent légèrement de son efficacité sans pouvoir le remettre en cause :

« moi je me dis, après c'est ptet que ça nous formate hein d'entendre des messages de manière complètement massive, certainement, mais euh, à force de les entendre on les intègre mais du coup moi je sais que ça me fait chier que tout le temps on me répète les mêmes choses, au bout d'un moment ouf, c'est quoi je suis pas con, mais du coup je sais que c'est nécessaire qu'on répète ce genre de truc là, voilà, mais on sait ce que ça fait, l'alcool au volant, on sait ce que ça fait enfin on en est tous conscients quoi, enfin on a tous vus nous dans nos services, des gens qui sont handicapés suite à ça, on a vu ce que c'est, donc voilà mais le problème c'est que de toute façon je crois que après il y a tout un truc où ça reste pas concret pour les gens en fait, oui on sait que l'alcool au volant c'est dangereux, tout le monde sait que l'alcool au volant c'est dangereux en fait, il faut être con pour pas savoir ça, mais je crois que tant qu'on ne s'est pas fait peur avec comme tout, on intègre pas vraiment en fait, je crois qu'il y a ça mais c'est humain, Mais ça ne veut pas dire que tout ce qui est mis en place autour de ça ne sert à rien au contraire, je pense pas » Infirmières Agglo stéphanoise

7.1.2 Pertinence des opérations concrètes type capitaine de soirée et open soft

Si la connaissance ou l'imagination est parfois limitée en ce qui concerne les pratiques de prévention, les organisateurs interrogés ne semblent pas rejeter à priori l'idée que soient intégrées dans la conception des soirées des opérations ou des pratiques ciblées. Bien au contraire, les étudiants interrogés sont prêts à faire en sorte de les mettre en place et perçoivent ces dispositions comme efficaces car incitatives à la responsabilisation des groupes d'amis :

« Je pense qu'une action sam à l'entrée, ça pourrait être une bonne idée à mettre en place, maintenant comme je vous dis on a pas vraiment étudié la question, euh, c'est euh oui pourquoi pas on va peut être étudier ça pour voir pour nos prochaines soirées. Pourquoi pas les bracelets et puis ptet offrir, enfin, faire un tarif préférentiel à ces personnes-là » IUT Communication Petite agglomération normande

« Moi ce que j'avais trouvé bien c'est que la personne qui vient et qui donne ses clefs de voiture ait un accès quasi illimité aux boissons non alcoolisées, ça favorise le fait de dire voilà moi ce soir je bois pas, après au niveau de la gestion du débit d'alcool, tout ça on sait que c'est bien maîtrisé, des fois il y a 5-6 serveurs différents, les gens sont pas là, enfin ils sont là pour oublier un peu ce qui se passe, la fac, les cours et ce qui est important c'est de maîtriser l'entrée et la sortie et en donnant ou en offrant quelque chose de gratuit, de totalement avantageux pour la personne qui boit pas, ça moi je trouve que c'est quelque chose de très efficace » IUT Communication Petite agglomération provençale

« en tout cas les kits, c'est très très bien, moi, je, justement, rien à redire, en plus ils sont très ouverts, ils parlent avec les gens ils savent parler aux gens même quand ils sont complètement arrachés, donc c'est très très bien, les affiches, les tee-shirts, puisque le stand est à l'entrée donc ils passent forcément devant pour rentrer dans la boîte, ça évite et comme ça on voit les gens qui passent, les gens qui rentrent, les gens complètement arrachés et compagnie. [...] Et de toute façon il y a des gens qui sont dans le parking qui font des allées et venues pour vérifier qu'il y a pas des gens qui partent amochés » école d'ingénieurs Val d'Oise

« Sam est un bon projet, le plus difficile est qu'il faut l'annoncer au préalable sinon c'est peu efficace. » Médecine Grande agglomération Sud Ouest

7.2 Le sentiment d'inaptitude appelle à une demande d'intervention extérieure

Que les étudiants interrogés se disent préoccupés ou pas par la prévention, lorsqu'ils s'expriment à son sujet, ils mettent en exergue le fait qu'ils n'y sont pas véritablement préparés. Ils auront tendance à marquer leur préférence pour une intervention extérieure :

« Au niveau de la prévention, ce qui marche bien c'est toujours un alcooltest pour dire bon faites attention voilà, aussi tout ce qui est stand de prévention pour les distributions de préservatifs. Mais il faut [l'association Prévention Routière] qu'ils soient un peu plus au fait des associations étudiantes, car il n'y a pas trop de contacts alors que ce public je pense que c'est nous qu'il privilégie. Pourquoi pas essayer de nouer un contact plus important par le biais de la mairie ou de leur propre initiative, ça ne nous dérangerait pas qu'ils viennent à chaque soirée et fassent un peu de prévention, pas saouler les gens pendant trois heures mais dire par un petit alcooltest « Regarde ne pars pas » etc. »

« Les éthylotests le soir en question c'était nous mêmes, on avait prévenu à la fac et ça avait été fait par les videurs de la boîte, mais je trouverais bien qu'il y ait une assoc complètement externe à

la boîte de nuit qui vienne proposer ses services et voilà ce soir on bosse avec vous et on surveille vos sam et on fait souffler. Quelqu'un d'externe à nous et d'extérieur à la boîte en fait. Autre ce qui tourne à la télé ou sur Internet, on n'a jamais assisté à des actions de prévention. »

Certaines exceptions doivent cependant exister, l'association des étudiants en médecine de grande agglomération Sud Ouest fait quasi systématiquement intervenir la Croix rouge sur ses soirées, mais cette intervention extérieure est perçue comme une forme de pis aller : *« On a tous notre équivalent du brevet de secouriste, on le passe dès la 2e année. On avait comme projet de monter au sein de notre association une équipe de secouriste qui serait spécialisée pour toutes les soirées étudiantes bordelaises. Ça ne s'est pas mis en place, car c'était compliqué au niveau des papiers. »*

Une piste intéressante à explorer pourrait d'ailleurs émerger avec la possibilité d'accompagner la création d'associations étudiantes dédiées à la prévention dans les soirées et constituées de futurs professionnels des secteurs médico-sociaux.

7.3 Le manque de connaissance explique souvent l'absence de prévention

La totalité des étudiants interrogés semblent de bonne volonté face à la réduction des risques, s'ils ne s'estiment pas toujours capables de prendre en charge les opérations, aucun n'a considéré que les membres de l'association étaient illégitimes de par leur statut d'étudiant.

« Mais le fait que ce soit des étudiants qui le fasse, a un avantage, parce que le fait que ce soit aussi des étudiants qui s'adressent à eux, il y a aussi une relation plus ou moins de complicité qui apparaît vu que eux ils se doutent, les deux connaissent la situation, enfin l'intervenant et le fêtard ils boivent tous les deux de l'alcool, ils savent tous les deux ce que c'est mais il y en a un qui est raisonnable et qui essaie de raisonner l'autre voilà et je pense que ça passe bien aussi que ce soit des étudiants qui le fassent. »

L'absence ou la faiblesse du volet prévention semble plutôt lié au manque connaissance qu'à une réelle indifférence. Dans les pires des cas, les organisateurs ont avoué que *« ça ne [leur] était pas venu à l'idée »* sans jamais remettre en cause la pertinence de la question. Les étudiants interrogés qui ne prenaient pas véritablement en compte la prévention des risques sont plutôt dans une situation de méconnaissance de ce qui peut être fait, des moyens de se procurer les outils, etc. A plusieurs reprises la situation d'entretien a d'ailleurs été l'occasion d'une prise de conscience par l'enquêté de la possibilité de faire en sorte que des actions de prévention soient mises en œuvre pour les prochaines soirées, et que ces actions étaient à leur portée.