



L'observatoire des stratégies d'influence ciblant les jeunes

ALCOOL | CBD...

By



L'ALCOOGRAM

CARNET D'ACTIVITÉ



ALCOOL

DÉROULEMENT, RÈGLES ET MODALITÉS DE JEU

Objectif :

Le but du jeu est de déterminer si les publicités sont légales ou ne le sont pas.

Vous disposez d'une carte intitulée "Loi Evin, qu'est ce que c'est ?", des cartes réponses, et des cartes de jeu : au recto l'image et au verso la correction. Pour chacune des images il faut répondre à la question "Ce contenu est-il légal ?".

Durée du jeu : 20 minutes

Qui peut jouer ? à partir de 15 ans

Ce jeu peut se jouer en autonomie.

Matériel nécessaire :

- La carte "Loi Evin, qu'est ce que c'est ?" (page 3)
- Les cartes avec les images
- Les trois cartes réponses "ce contenu est légal" "ce contenu est illégal" "je ne sais pas"

Règles du jeu :

1- Préparez le jeu : Disposez les cartes côté image devant vous. Chacune de ces images correspond à un faux contenu Instagram. Disposez également les cartes-réponse "ce contenu est légal", "ce contenu est illégal", "je ne sais pas" devant vous.

2 - Réfléchissez ensemble, discutez, et répondez à la question pour chacune des cartes : est-ce que ce contenu est légal ?

Une fois que vous êtes d'accord, classez la carte image sous une des cartes réponses.

3 - Retournez les cartes images pour avoir accès à la correction et comparez vos réponses !

COMMENT DISCUTER ENSEMBLE ?

Quelques règles simples pour un moment ensemble :

- Je respecte les autres
- Je respecte les avis des autres, même si je pense différemment
- J'écoute sans juger
- Je fais preuve des bienveillances envers les propos des autres
- Je m'engage à respecter la confidentialité des propos énoncés dans le cadre de cet atelier
- Je présente des excuses si j'ai offensé d'autres participant·es

Vous pouvez créer d'autres règles.

Toute personne qui participe au jeu s'engage à respecter ces règles.

CARTE RESSOURCE

LA LOI EVIN QU'EST-CE QUE C'EST ?

La loi Evin date de 1991 et a été réactualisée en 2009 avec l'arrivée du numérique.

Pourquoi ? Elle veut lutter à la fois contre le tabagisme et contre l'alcoolisme.

Voici les grands principes de la loi EVIN :

- Les contenus publicitaires doivent être neutres : ils ne peuvent être relatifs qu'aux propriétés objectives du produit (couleur, goût, odeur), qu'aux appellations d'origine (AOP, IGP, BIO), qu'aux indications géographiques et/ou qu'aux terroirs de production.
- Les contenus publicitaires ne peuvent mettre en scène que les professionnel·les. On peut représenter un barman faisant un cocktail mais on ne peut pas montrer un consommateur d'alcool dans une publicité pour un produit alcoolisé.
- La publicité doit comporter des mentions légales rappelant les dangers de l'abus d'alcool.
- Les publicités intrusives ou interstitielles pour l'alcool sont interdites.
- La distribution d'objets publicitaires pour des marques d'alcool pour des personnes mineures est interdite.

Cependant, en France, en 2019, le budget des alcooliers s'élevait à 500 millions d'euros par an. Les publicités pour l'alcool, si elles sont contrôlées, sont toujours très fréquentes et répandues.

POUR ALLER PLUS LOIN

LA LOI EVIN

OU LOI N°91-32 DU 10 JANVIER 1991 RELATIVE À LUTTER CONTRE LE TABAGISME ET L'ALCOOLISME

S'applique en France et concerne toutes les boissons avec une teneur d'alcool supérieur à 1,2% degré

Les boissons non alcoolisées portant une marque ou le nom commercial d'une boisson alcoolisée doivent de ce fait, se conformer à la loi Evvin

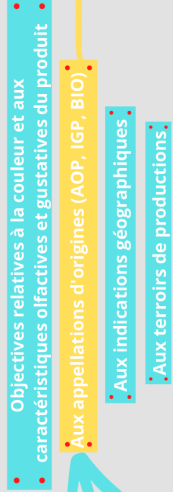
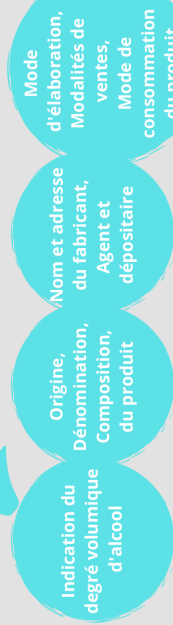
Principe central de la Loi :
Tout ce qui n'est pas expressément autorisé est INTERDIT

Autorise la publicité (directe ou indirecte) sur les boissons alcoolisées, sur certains supports, avec une indication et un contenu spécifiques selon l'article L. 3323-4 assortie d'un message sanitaire obligatoire *

*Si support diffusé en dehors des lieux à caractères spécialisés ou à destination d'un public non professionnel

"L'alcool est dangereux pour la santé"

Sont interdits : la distribution ou l'envoi d'objets publicitaires à destination des mineurs, les opérations de parrainage et la publicité au cinéma et à la télévision

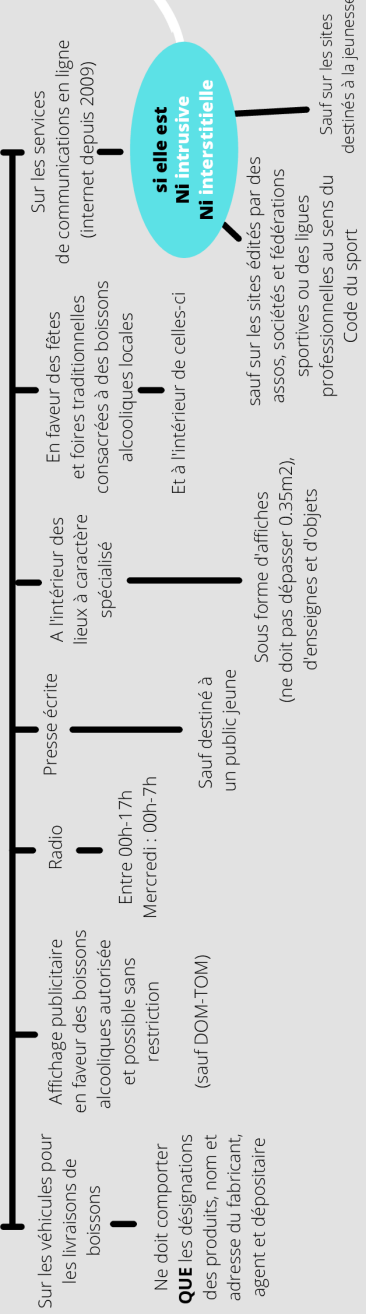


Le consommateur ne peut pas être représenté contrairement aux professionnels (barman, fabricants etc)

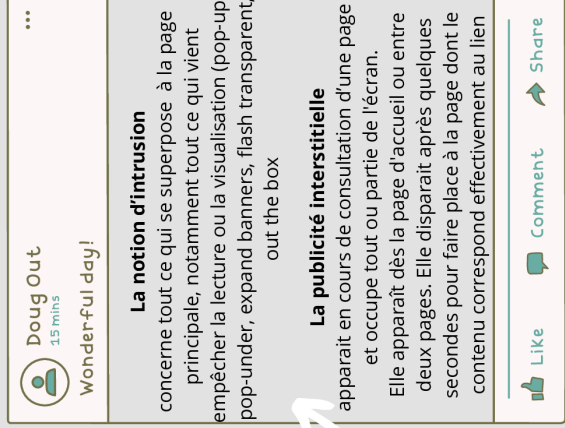
Les publicités quelles soient directe ou indirecte*, ne doivent pas associer l'alcool avec des caractéristiques festives (musique, festivals, soirées, sexualité etc.), s'adresser spécifiquement aux mineurs, associer une consommation d'alcool à une amélioration des performances physiques, susciter l'impression que la consommation d'alcool favorise la réussite sociale ou sexuelle, donner une image négative de l'abstinence ou de la sobriété ...

>> En définitive la publicité doit-être neutre et cette neutralité est soumise à l'interprétation du juge

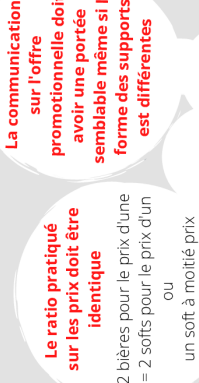
Supports autorisés et modalités d'applications



si elle est
Ni intrusive
Ni interstitielle



Dans ce cadre la mention légale n'est pas obligatoire



Happy Hours

Prix réduit pendant une période restreinte (même si ce n'est sur qu'une seule boisson)

Pas de réglementation de la période restreinte : peut varier d'un débit de boisson à un autre et peut se faire sur une seule soirée

*Publicité en faveur d'un organisme, d'un service, d'une activité, d'un produit ou d'un article autre qu'une boisson alcoolique qui, par son graphisme, sa présentation, l'utilisation d'une dénomination, d'une marque, d'un emblème publicitaire ou d'un autre signe distinctif, rappelle une boisson alcoolique.

BILAN

Afin de clore cette activité et d'avoir un premier ressenti de la part des participant·es ; quelques questions "bilan" :

Avez-vous apprécié cette activité ? Pourquoi ?

Que retiendrez-vous de cette expérience ?

Avez-vous des questions qui restent sans réponse et pour lesquelles vous souhaiteriez que l'on contacte Avenir Santé pour vous apporter ensuite davantage de réponses ?

LIEUX RESSOURCES

Numéros permettant une écoute confidentielle et anonyme :

Drogue info service : 0 800 23 13

Alcool info service : 0 980 980 930

Tabac info service 39 89

Fils santé jeune : 0 800 235 238

Sites internet :

filsantejeunes.com



addictions-france.org



drogues.gouv.fr



tabac-info-service.fr



alcool-info-service.fr



alcoometre.fr



Et en milieu festif, n'oublie pas de rendre visite aux espaces de prévention et de réduction des risques. Informations sur les substances et matériels de réduction des risques te seront délivrés.

LEXIQUE

Cannabis :

Le cannabis ou chanvre indien est une plante. Son principe actif est le THC. Il a des effets psychoactifs et est inscrit sur la liste des stupéfiants. Il se consomme sous forme d'herbe, de résine ou encore d'huile. Sa consommation peut engendrer des risques physiques et psychiques.

Drogues :

Les drogues sont des substances psychotropes ou psychoactives perturbant le fonctionnement du système nerveux central (sensations, perceptions, humeurs, sentiments, motricité) ou modifiant les états de conscience.

Influence :

Résultat de l'effet d'une entité sur une autre entité.

Marketing :

Actions ayant pour objectif de favoriser la commercialisation d'un produit ou d'un service dans les conditions optimales défini par la structure d'un marché.

Produits psychoactifs :

Les substances psychoactives vont engendrer des modifications sur l'activité mentale et le système sensitif et vont entraîner des changements de comportement. Les risques qui sont associés à leur consommation dépendent de la nature et de la dose du produit absorbé ainsi que de la fréquence à laquelle il est consommé.

Réseaux sociaux :

Services numériques ayant pour objectif de mettre en relation un nombre X d'individus. Exemple : Facebook, Instagram, Snapchat, Tiktok...

Publicité :

Ensemble d'actions mises en place par une marque pour faire connaître ses produits ou services et en promouvoir la vente. L'objectif de cette communication est d'attirer l'attention, puis d'influencer le choix des consommateur-rices.

Publicité intrusive :

Publicité qui se superpose à une page principale et vient en empêcher la visualisation (ex : pop-up, expand banners, flash transparent...)

Publicité interstitielle :

Publicité apparaissant lors de la consultation d'une page sur une de ses parties ou sur la totalité de sa surface, puis disparaît quelques secondes après afin de laisser la place au contenu relatif au lien URL. Ex : une publicité pour une marque ou un produit entre deux stories Instagram.

Tabac :

Le tabac est une plante qui est cultivée puis mise à fermenter et sécher afin d'être consommée sous différentes formes : cigare, cigarette, tabac en vrac ou à chiquer. Toutes ses formes de consommations sont toxiques : la consommation de tabac est la première cause de mortalité évitable en France.

SOURCES



Mission interministérielle
de lutte contre les drogues
et les conduites addictives



Observatoire français
des drogues et des
tendances addictives



**CE CONTENU EST
LÉGAL**

**CE CONTENU N'EST
PAS LÉGAL**

JE NE SAIS PAS

CARTE 1



MENTHEAU
(re)goûtez à la
fraicheur du Forez
nouvelle eau alcoolisée
saveur menthe.

L'abus d'alcool est dangereux pour la santé. A consommer avec modération.

Mentheau • Abonné(e)

Mentheau Lancement de notre nouvelle eau alcoolisée goût menthe, fraîche comme toi ! 🍃❄️

Ready pour l'été ? 🍷 Rendez-vous le 9 mai prochain dans ton supermarché préféré pour shopper ta nouvelle boisson favorite ! 🍃

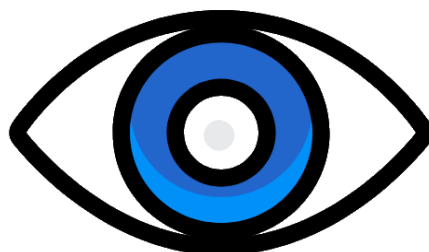
#HardSeltzer #Alcool #New #9mai #été

5 j

59 J'aime
IL Y A 5 JOURS

Ajouter un commentaire... [Publier](#)

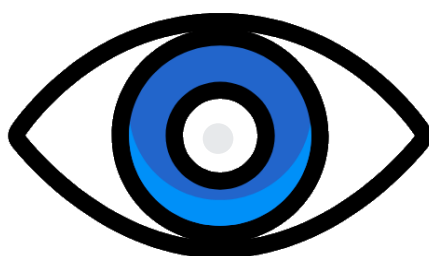
Ce contenu est-il **légal** ?



CARTE 1

Ce contenu est légal !

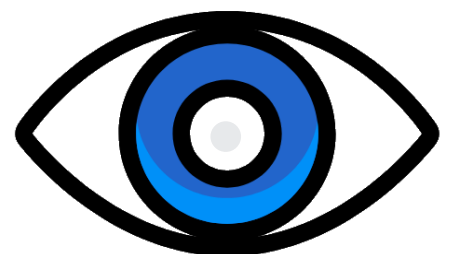
Toute la loi Evin est respectée (voir la carte
"Qu'est-ce que la loi Evin ?")



CARTE 2



Ce contenu est-il **légal** ?



CARTE 2

Ce contenu est **illégal** !

Cette story est produite par une marque d'alcool, qui met en avant sa boisson. Cette publicité respecte presque toutes les conditions de la loi Evin :

- la personne qui présente l'alcool est un barman
- le contenu est "neutre"

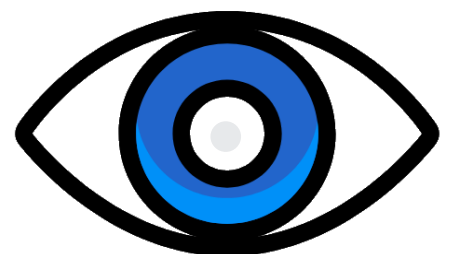
Cependant, il manque les mentions légales obligatoires " L'abus d'alcool est dangereux pour la santé". Ce contenu ne respecte pas la loi.



CARTE 3



Ce contenu est-il **légal** ?



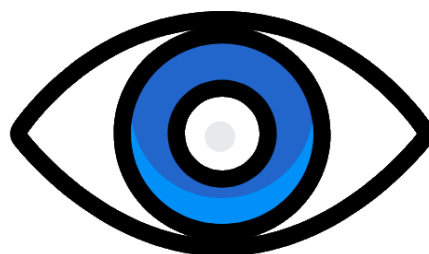
CARTE 3

Ce contenu est **illégal** !

Ce post produit par une personnalité publique ne peut pas être considéré comme légal, car il met en avant une consommation d'alcool dans un **cadre festif**, ce n'est pas un contexte de consommation "neutre".

De plus, les personnes qui consomment ne travaillent pas dans l'industrie de l'alcool.

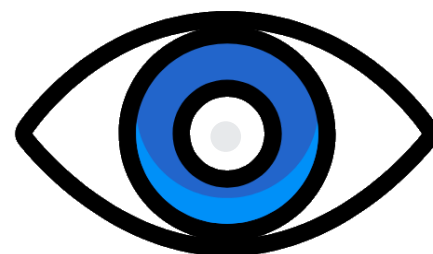
Nous pouvons, aussi, soupçonner un partenariat entre la marque et la personne, ce qui serait illégal.



CARTE 4



Ce contenu est-il **légal** ?



CARTE 4

Ce contenu est **illégal** !

Cette story produite par une marque d'alcool
ne respecte pas la loi Evin.

**Le nom, le message publicitaire, et la publicité
ne sont pas neutres.**

La loi autorise des contenus publicitaires qui
correspondent à la couleur, au goût ou à
l'odeur du produit.



CARTE 5

concours



LA bière
délicatement
parfumée

REMORTE TON
POIDS EN
CANETTES !

L'abus d'alcool est dangereux pour la santé, à consommer avec modération

cibeer • Abonné(e)

cibeer 🍷 ENORME CONCOURS
Il fait chaud en ce mois de juillet 🔥🔥🔥
Quoi de mieux qu'un bon stock de canettes **Cibeer** pour chiller et te rafraichir avec tes potes au bord d'une piscine ?
Lien dans la bio et en commentaire pour jouer et tenter de remporter l'équivalent de ton poids en canettes Cibeer 🙌🍷

Cibeer, LA bière délicatement parfumée.

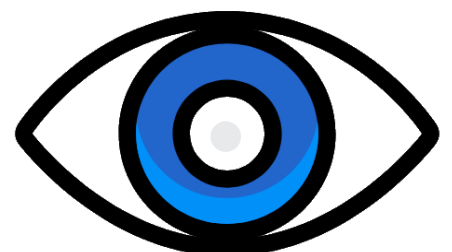
[#Concours](#) [#Summer](#) [#Hot](#)

5 j

59 J'aime
IL Y A 5 JOURS

Ajouter un commentaire... [Publier](#)

Ce contenu est-il **légal** ?



CARTE 5

Ce contenu est **illégal** !

Ce concours produit par une marque est illégal et ne correspond pas à la loi Evin car **les personnes mineures peuvent participer** et remporter leur poids en canette. Or ici, nous n'avons pas un contrôle de l'âge des participant·es.

La distribution d'objets publicitaires pour des marques d'alcool pour des personnes mineures est interdite. La vente et la distribution d'alcool pour des personnes mineures sont illégales.

