



Communiqué de presse

4 juin 2015

## CONSULTATIONS JEUNES CONSOMMATEURS : RÉSULTATS DE L'ENQUÊTE 2014 DE L'OFDT

***Pour la 3<sup>e</sup> fois en dix ans, l'OFDT analyse l'offre de CJC sur le territoire. L'enquête permet notamment de décrire le public reçu et l'évolution des pratiques professionnelles***

Une offre de « consultations jeunes consommateurs » (CJC), conçue par le ministère de la Santé et la Mission interministérielle de lutte contre les drogues et les conduites addictives (MILDECA, ex-MILDT), existe en France depuis 2004. Ce dispositif s'adressait à l'origine aux plus jeunes usagers de substances psychoactives, en particulier de cannabis, ainsi qu'à leurs familles, afin de leur proposer un accompagnement ou de déclencher une prise en charge si nécessaire. Toujours orientées en priorité vers les jeunes, les CJC accueillent également des patients plus âgés et des personnes concernées par une addiction sans produit (jeux vidéo, Internet). Afin de faire le point sur l'activité des CJC et de mieux connaître le public reçu dix ans après leur mise en place, l'Observatoire français des drogues et des toxicomanies (OFDT) a mené, de mars à juin 2014, une enquête nationale auprès des intervenants des CJC, avec le soutien financier de la Fédération Addiction. Il s'agit de la troisième enquête de ce type après les exercices de 2005 et 2007<sup>1</sup>.

Les principaux résultats, présentés dans le *Tendances 101*<sup>2</sup> de l'OFDT, sont ici résumés.

### ***Une offre de CJC en hausse depuis 10 ans***

Depuis sa création, l'offre de CJC a fortement progressé, le nombre de lieux de contact de proximité avec les usagers étant passé de près de 300 dans les premières années à plus de 500 aujourd'hui (répartis sur 420 communes). La progression de l'offre a permis de maintenir un volume de consultation assez élevé (environ 30 000 vues personnes par an, dont trois quarts de consommateurs de produits et un quart de personnes de l'entourage d'un consommateur).

### ***Un public au sein duquel les garçons et jeunes hommes consommateurs de cannabis sont majoritaires...***

L'âge moyen des personnes reçues pour un problème de consommation est de 20,1 ans. Concernant la répartition par âge, 51 % des personnes concernées ont entre 18-25 ans, 39 % sont mineures et 10 % ont plus de 25 ans. On compte 81 % d'hommes et 19 % de femmes.

L'activité de CJC reste centrée sur une clientèle-cible d'usagers de produits, majoritairement de cannabis (en cause dans 80 % des consultations). Les produits le plus couramment consommés en population générale, tels que l'alcool et le tabac, représentent respectivement 14 % et 6 % des recours. Pourtant, un consultant sur deux est à la fois usager régulier de tabac, d'alcool et de cannabis.

Cependant, d'autres profils de consultants se font jour : 11 % des consultants (parmi les plus âgés) sont des polyconsommateurs déclarés et 8 % des consultants (parmi les plus jeunes) viennent pour une « addiction comportementale » (jeux vidéo ou Internet, surtout parmi les garçons), le plus souvent accompagnés de leurs parents.

<sup>1</sup> Une nouvelle vague d'enquête se déroulant entre avril et juin 2015 permettra pour sa part de mesurer l'impact de la campagne de communication menée début 2015 par l'Inpes autour de ce dispositif.

<sup>2</sup> Ivana Obradovic, *Dix ans d'activité des « consultations jeunes consommateurs », Tendances n° 101, 2015, 8 p.*

*... et dont le recours à ces structures est le plus souvent contraint*

La venue en CJC constitue le plus souvent un recours contraint, qu'il s'agisse d'une orientation judiciaire (liée au cannabis) ou d'une orientation par un tiers (famille, milieu scolaire ou socio-éducatif, professionnel de santé...). À l'inverse, les démarches spontanées demeurent peu fréquentes (environ 17 %) et relativement circonscrites (consultants plus âgés, femmes).

La judiciarisation est un trait dominant du dispositif des CJC depuis leur création. Le public sous main de justice, de 21 ans d'âge moyen, surreprésente les jeunes majeurs (18-25 ans) et les hommes (qui, à tous les âges, sont très majoritairement adressés par la justice).

Qu'ils soient ou non orientés par la justice, 70 % des consultants masculins ont déjà été interpellés pour usage ou détention de stupéfiants, ce qui témoigne de la sur-représentation, au sein des CJC, des usagers les plus visibles (fumeurs de cannabis dans l'espace public).

La persistance du public sous main de justice dans la file active va de pair avec une fragilité socio-économique de plus en plus marquée. Parmi les adultes, la part des chômeurs et des inactifs dépasse 40 % (vs 31 % en 2007). Un jeune adulte sur 5 reçu en CJC n'a ni formation ni emploi.

#### **Focus sur les « consultants cannabis »**

Plus de huit sur 10 sont des hommes.

Les jeunes majeurs représentent la moitié de ce public.

Les « consultants cannabis » sont peu qualifiés (46 % sans diplôme) et souvent sans emploi.

Près d'un consultant cannabis sur deux est orienté par la justice.

Près de la moitié de ces consultants (46 %) mettent en avant des motivations d'usage auto-thérapeutique du cannabis (« pour lutter contre l'anxiété et le stress »). Dans le même temps, 7 sur 10 présentent, selon les critères de l'échelle du CAST (Cannabis Abuse Screening Test), un usage de cannabis « problématique ».

#### ***Forte mobilisation professionnelle et diversité des pratiques***

La place des psychologues et des éducateurs est de plus en plus affirmée dans les CJC, alors que la proportion de médecins et de psychiatres investis y apparaît en recul. Des profils autres sont également présents : assistants sociaux, thérapeutes, animateurs de prévention, etc.

La 1<sup>ère</sup> consultation est suivie d'une deuxième dans près de 6 cas sur 10 (57 %). Le suivi est deux fois plus fréquent lorsque le consommateur est venu de lui-même (81 %) que lorsqu'il est orienté par la justice (39 %).

La plupart des stratégies de suivi et de prise en charge mises en place en CJC combinent plusieurs dimensions, dont l'écoute et le soutien (80 %), l'approche motivationnelle (30 %) et le suivi médical (20 %) sont les principaux supports.

#### **Contact presse :**

*Julie-Emilie Adès/ 01 41 62 77 46 / julie-emilie.ades@ofdt.fr*