
Synthèse des premiers résultats de l'enquête « consommation d'alcool et confinement » réalisée auprès de la population belge francophone

Introduction

Ce document constitue une synthèse des données recueillies entre le 02 et le 20 avril 2020 auprès de la population belge francophone dans le cadre de l'enquête UCLouvain « consommation d'alcool et confinement ». Cette enquête en ligne est supervisée par le Prof. Pierre Muraige et coordonnée par Arthur Pabst, Zoé Bollen, Coralie Creupelandt et Sullivan Fontesse (membres du Louvain Experimental Psychopathology Research Group, <http://uclep.be>), avec la collaboration du Dr. Nicolas Pinon (Chargé de cours à l'UCLouvain), de Martin de Duve (directeur d'Univers Santé ASBL) et du Dr. Thomas Orban (Président de la Société Scientifique de Médecine Générale).

Cette enquête a pour objectif central d'évaluer l'impact du confinement, instauré en Belgique depuis le 18 mars 2020 suite à la crise sanitaire associée au COVID-19, sur la consommation d'alcool des personnes âgées de plus de 18 ans. Elle investigate également les liens entre l'évolution de cette consommation et diverses variables connues pour influencer les habitudes de consommation (par exemple les motivations à boire, l'isolement social, les émotions négatives, la peur générée par la crise sanitaire ou l'ennui). Enfin, l'évolution de la consommation d'autres substances et d'autres comportements (par exemple l'utilisation des réseaux sociaux) est également explorée.

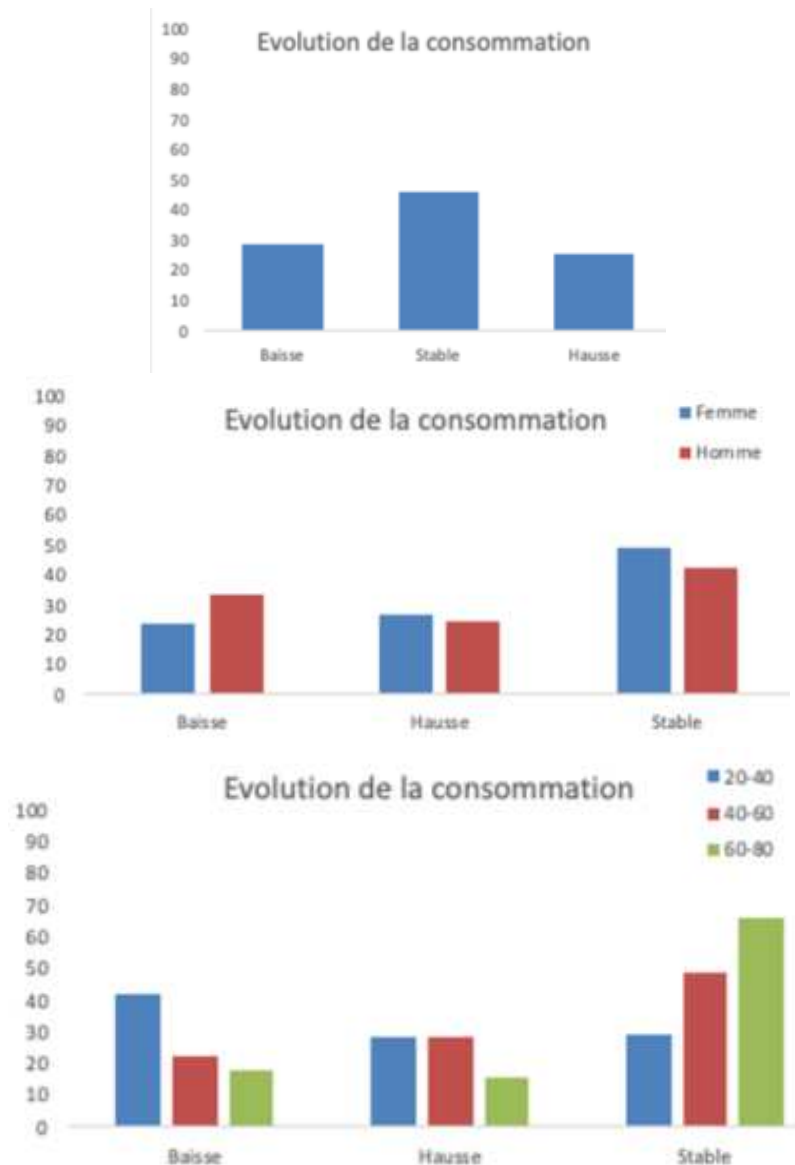
Plus de 10000 personnes ont à ce jour participé à cette enquête, et plus de 6500 réponses complètes ont été considérées dans les présentes analyses. Un échantillon représentatif a été constitué via une méthode de stratification faisant correspondre cet échantillon aux caractéristiques de la population belge francophone en termes d'âge, genre, et niveau d'éducation.

Evolution de la consommation d'alcool durant le confinement

Un premier résultat central fourni par l'enquête est l'**absence d'augmentation généralisée de la consommation** auto-rapportée d'alcool chez les répondants. En effet, à contre-courant de l'idée largement répandue et diffusée selon laquelle la consommation d'alcool pourrait augmenter massivement durant le confinement (notamment en lien avec la hausse du stress, de l'anxiété ou de l'isolement social), seuls 25% des répondants décrivent une consommation en hausse durant le confinement (avec une hausse hebdomadaire moyenne de 6 doses standard d'alcool). 46% reportent une consommation stable, alors que 29% rapportent même une réduction de leur consommation suite au confinement (avec une réduction hebdomadaire moyenne de 10 doses d'alcool).

Au-delà de cette tendance globale, l'évolution de la consommation varie en fonction des facteurs démographiques. Ainsi, comme illustré ci-dessous, la **baisse de la consommation est plus fréquente chez les hommes** (F: 23% - H: 33%) et **chez les jeunes** (20-40 ans: 42% - 40-60 ans: 22% - 60-80 ans: 18%), alors qu'une **hausse plus fréquente de consommation est observée chez les personnes avec un niveau d'études plus élevé** (Secondaire: 22% – Supérieur: 28%). Il

semble que les facteurs contextuels tels que le fait d'être confiné à la campagne versus en ville n'influencent pas significativement l'évolution de la consommation. Cependant, la modification de l'occupation professionnelle liée à la crise sanitaire est associée à une hausse de consommation, puisqu'une telle hausse est plus fréquente chez les personnes qui font du **télétravail** (37%) ou qui **ne travaillent plus** (38%) durant le confinement.



Facteurs influençant la consommation d'alcool durant le confinement

La hausse de la consommation est associée à plusieurs facteurs. Premièrement, les personnes qui augmentent leur consommation durant le confinement rapportent plus d'**émotions négatives**. De manière cohérente, on constate que ces mêmes personnes rapportent avoir tendance à boire pour réduire ces émotions négatives. La hausse de consommation semble donc être notamment liée à une volonté de réguler les émotions négatives (par exemple la peur, l'agitation, l'irritation) ou d'augmenter les émotions positives (par exemple la détente, la joie). Notons que le **soutien social** (par exemple la possibilité de pouvoir compter sur des proches en cas de problème) modère l'effet des émotions négatives sur la consommation: les personnes ayant des émotions négatives marquées mais bénéficiant d'un réseau social soutenant tendent moins à augmenter leur consommation.

On constate également que les personnes qui boivent habituellement pour des **raisons sociales** (par exemple pour faire la fête avec des amis ou pour s'intégrer dans un groupe) diminuent davantage leur consommation durant le confinement, ce qui peut s'expliquer par le fait que les occasions de consommation sociale sont largement réduites. Une partie de ces motivations sociales pourraient continuer à être partiellement satisfaites via : (1) la consommation avec les **cohabitants/partenaires**, puisque les personnes qui ont augmenté leur consommation rapportent plus fréquemment boire avec les personnes avec qui elles partagent le confinement; (2) la participation à des **apéros en ligne**, qui est assez répandue (38% des répondants) et est associée à une hausse de la consommation. En outre, on n'observe pas d'impact significatif de l'isolement social (à tout le moins sur le court terme) ou de l'ennui/désœuvrement sur la consommation.

Le **stress** et l'**anxiété** directement liés à la crise sanitaire et à ses conséquences semblent être fortement associés à une hausse de consommation. Tout d'abord, l'anxiété liée au **risque de contamination de soi-même ou de ses proches** est associée à consommation accrue. De même, les personnes ayant augmenté leur consommation durant le confinement sont plus stressées concernant la possibilité de maintenir un **revenu stable**, d'obtenir ou conserver un **travail**, et d'accéder aux **biens de première nécessité**. Le **stress familial** semble également impliqué, la hausse de consommation étant plus fréquente chez les participants confinés avec des enfants. Enfin, l'incertitude générée par la situation actuelle est aussi associée à une hausse de consommation, cette hausse étant plus fréquente chez les personnes rapportant un fort **sentiment d'impuissance/de manque de contrôle** face à la situation, et une anxiété liée aux **incertitudes** concernant la date et les conditions de la sortie du confinement.

Consommation d'autres substances et résultats complémentaires

Pour ce qui concerne les autres substances, 42% des fumeurs de cigarettes rapportent une diminution de leur consommation suite au confinement (contre 29% rapportant une hausse). Cette **tendance à la réduction** est encore plus nette pour les substances illicites telles que le **cannabis** (52% en baisse, 23% de hausse) et la **cocaïne** (75% en baisse, 9% de hausse). En outre, le confinement est également associé à une **hausse du temps passé sur les écrans** (chez 80% des répondants), en particulier pour la consultation des réseaux sociaux et des médias d'information.

De manière plus générale, nos résultats confirment ceux suggérés dans d'autres enquêtes (par exemple « Covid et moi », Professeur V. Lorant) : bien que la grande majorité des répondants (91%) sont en accord avec les mesures de confinement, les conséquences psychologiques négatives de ce confinement sont ressenties par une majorité de la population, 54% des répondants se considérant comme **fortement anxieux** durant cette période, et 66% décrivant une **baisse de la satisfaction dans leurs contacts sociaux**, malgré l'utilisation massive des outils de communication à distance.

Résultats spécifiques à certains sous-groupes de la population

La sous-population dans laquelle la réduction d'alcool est la plus marquée est celle des jeunes, et en particulier des **étudiants**, puisque 61% d'entre eux rapportent une réduction de leur consommation. Cette réduction est encore plus massive chez les hommes (70%). Les **personnes retraitées** constituent un des groupes dans lesquels la consommation est la plus stable, ce qui peut s'expliquer par le fait qu'elles constituent une catégorie de la population pour laquelle les habitudes ont été le moins modifiées durant le confinement. Les **professionnels de santé** qui ont maintenu leur activité durant le confinement semblent constituer une population à risque, puisqu'ils sont plus nombreux à augmenter leur consommation que dans la population générale,

en particulier chez les jeunes soignants (38%), cette hausse étant liée à une augmentation des émotions négatives. Enfin, chez **les personnes ayant une dépendance à l'alcool** avant le confinement, on constate que 30% diminuent leur consommation, mais que 21% l'augmentent (en particulier afin de faire face au stress et aux émotions négatives). Le confinement pourrait donc chez certaines personnes ayant une consommation excessive exacerber cette consommation et en accroître les conséquences personnelles, professionnelles ou sociales.

Limites et perspectives

La force principale de cette enquête est qu'elle repose sur un large échantillon stratifié et donc représentatif de la population belge francophone. En outre, ce rapport ne recense que les résultats pour lesquels une différence statistiquement significative a été observée. Cependant, nos résultats sont sujets aux mêmes limites que l'ensemble des études basées sur des questionnaires en ligne auto-rapportés. Ainsi, divers biais peuvent avoir joué un rôle, en particulier des biais (1) de *sélection*, les personnes ayant répondu à l'enquête pouvant avoir des caractéristiques différentes de celles de la population générale; (2) de *désirabilité sociale*, en particulier pour les variables sensibles telles que celles relatives à la consommation de substances; (3) de *mémoire*, certains répondants pouvant par exemple avoir des difficultés à se remémorer précisément leurs consommations passées d'alcool, ce qui peut conduire à des sur- ou sous-estimations.

En outre, cette étude étant en cours jusqu'à la fin du confinement, ces résultats sont dès lors à considérer comme préliminaires. La mention/diffusion du lien vers l'enquête lors de toute communication relative à ces résultats est vivement encouragée, en ce qu'elle permettra d'augmenter la taille de l'échantillon final, et donc sa représentativité : [HTTPS://UClOUVAIN.BE/ADDICTION-CONFINEMENT](https://uclouvain.be/addiction-confinement)

Soutien et support offerts

Pour toute question relative à cette synthèse et à l'enquête : pierre.maurage@uclouvain.be