

Résultats d'un sondage réalisé par Opinion Way pour la Ligue contre le cancer⁽¹⁾

Une forte majorité des Français en faveur des mesures efficaces pour réduire la consommation d'alcool

Paris, le 14 juin 2018 – Alors que la ministre des solidarités et de la santé vient d'annoncer une baisse historique de la prévalence du tabagisme, la Ligue contre le cancer mène un sondage inédit auprès des Français sur le 2^{ème} facteur de risque de cancer : l'alcool.

Des années de politiques volontaristes de l'Etat (Loi Evin, décret Bertrand, PNRT, augmentation du prix du tabac...) pour réduire le tabagisme commencent à porter leurs fruits.

Pour initier une telle mobilisation, la Ligue contre le cancer a souhaité mesurer les connaissances des Français sur les risques liés à l'alcool et leur perception des mesures qui pourraient être prises pour en réduire la consommation.

Les grands enseignements du sondage réalisé par Opinion Way pour la Ligue contre le cancer⁽¹⁾ sont prometteurs :

- les Français sous-estiment les risques liés à l'alcool : seulement 23% des Français savent qu'il est le deuxième facteur de risque de cancer ;
- plus de la moitié (54%) n'ont pas l'impression de prendre des risques en buvant de l'alcool ;
- les Français sont pour la plupart favorables à plus de prévention, 92% souhaitent une meilleure prévention chez les jeunes ;
- 77 % des Français pensent que les producteurs d'alcool influencent les pouvoirs publics, ils sont favorables à plus de mesures de prévention contre l'alcool.

Les risques liés à l'alcool sous-estimés par les Français

Les risques liés à l'alcool, et notamment les risques de cancer, sont prouvés, mais visiblement sous-estimés par les Français : **seulement 23% des personnes interrogées l'identifient comme le deuxième facteur de risque de cancer après le tabac.**

De même, plus de la moitié des Français (54%) n'ont pas le sentiment de prendre des risques en consommant de l'alcool. Et les consommateurs de plus de 10 unités d'alcool par semaine ont moins le sentiment que les autres de prendre des risques (40%).

Si les Français savent que le risque de cancer augmente en consommant de l'alcool tous les jours (82%), ils sont mal informés sur les cancers liés à l'alcool :

- **Plus d'1 Français sur 2 (53%) ne sait pas qu'une consommation d'alcool, même modérée, peut être une cause du cancer du sein ;**
- **Plus d'un tiers des Français (39%) affirme que l'alcool est un facteur de risque confirmé uniquement pour le cancer du foie ;**
- **Seulement 46% des Français sont conscients que l'alcool peut engendrer un cancer du sein.**

L'industrie de l'alcool : un frein pour la mise en place d'une politique de santé efficace

Les Français jugent à une large majorité que **l'industrie de l'alcool est importante pour l'économie du pays (89%)**. Malgré cela, ils sont conscients qu'elle s'oppose à une politique de santé efficace pour lutter contre les risques.

- **77% pensent que les décideurs publics sont influencés par les producteurs d'alcool ;**
- **66% pensent que les producteurs empêchent la mise en place d'une politique de santé efficace ;**
- **85% des personnes interrogées pensent que les risques liés à une consommation excessive sont sous-estimés et 68% des répondants considèrent qu'il y a trop de tolérance sur la consommation excessive d'alcool ;**
- **Enfin, 58% considèrent que les pouvoirs publics n'en font pas assez pour prévenir les risques liés à la consommation d'alcool.**

Les Français favorables à plus de mesures de prévention contre l'alcool

Les résultats du sondage montrent que les Français attendent plus de mesures pour lutter contre la consommation excessive d'alcool :

- **8 Français sur 10 aimeraient la mise en place d'un étiquetage spécifique sur les boissons alcoolisées mentionnant les risques liés à la consommation d'alcool (81%) ;**
- **Plus de 9 Français sur 10 souhaitent une meilleure prévention des risques de l'alcool chez les jeunes ;**
- **7 Français sur 10 sont favorables à une interdiction totale de la publicité sur les produits alcoolisés, y compris sur internet ;**
- **58% souhaitent une taxation sur les produits contenant de l'alcool pour compenser les dépenses de santé liées à la consommation d'alcool ;**
- **54% des Français sont favorables à une augmentation du prix des produits contenant de l'alcool.**



Les jeunes 18-24 ans, moins conscients du risque lié à l'alcool mais plus favorables aux mesures de santé publique

Les plus jeunes (18-24 ans) ne sont que 18% à identifier l'alcool comme le 2^{ème} facteur de risque de cancer, et placent à tort la pollution en 2^{ème} position. Leurs connaissances semblent par ailleurs plus approximatives notamment sur la mortalité par cancer liée à l'alcool et sur les cancers qu'il induit.

Ils sont en revanche plus critiques vis-à-vis de la stratégie de l'Etat, qu'ils jugent influencée par l'industrie de l'alcool. Paradoxalement, ils sont plus nombreux que les autres à penser que les pouvoirs publics mènent une politique de santé efficace pour prévenir les risques liés à la consommation d'alcool.

Les 18-24 ans sont nettement plus favorables à certaines mesures comme la taxation sur les produits contenant de l'alcool (72% vs 58%) et à l'augmentation du prix des produits en contenant (62% vs 54%).

A l'inverse, ils sont moins demandeurs du renforcement de la prévention chez les jeunes, sans doute conscients des efforts faits vers cette classe d'âge.

Les revendications de la Ligue contre le cancer

A l'heure où le gouvernement alerte sur les dangers qui pèsent sur notre système de santé, insiste sur l'importance de la prévention pour participer à la réduction des coûts sociaux et humains de la maladie, la Ligue contre le cancer, à l'instar de ce qu'elle a fait pour la lutte contre le tabac, et à l'écoute des Français, demande un vrai plan de prévention et de prise en compte de l'alcool dans la lutte contre le cancer et dans la prévention des maladies chroniques, comme cela a été le cas avec le PNRT (plan national de réduction du tabagisme). Elle s'emparera de ce thème à l'occasion des 1ers Etats généraux de la prévention des cancers qui auront lieu le 21 novembre 2018 à Paris.

La Ligue contre le cancer demande au Gouvernement, sans plus attendre :

- **l'interdiction totale de la publicité des produits alcoolisés, internet compris ;**
- **un étiquetage spécifique sur les risques liés à la consommation d'alcool sur tous les produits alcoolisés ;**
- **une taxation au gramme d'alcool sur les produits en contenant.**

METHODOLOGIE

Sondage mené par Opinion Way auprès d'un échantillon de **1004 personnes** représentatif de la population française âgée de 18 ans et plus. L'échantillon a été constitué selon **la méthode des quotas**, au regard des critères de sexe, d'âge, de catégorie socioprofessionnelle, de catégorie d'agglomération et de région de résidence. L'échantillon a été interrogé par questionnaire auto-administré en ligne sur système CAWI (Computer Assisted Web Interview). Les interviews ont été réalisées du **23 au 24 mai 2018**.

A PROPOS DE LA LIGUE CONTRE LE CANCER

1^{er} financeur associatif indépendant de la recherche contre le cancer, la Ligue contre le cancer est une organisation non-gouvernementale indépendante reposant sur la générosité du public et sur l'engagement de ses militants. Forte de près de 640 000 adhérents et 13 000 bénévoles, la Ligue est un mouvement populaire organisé en une fédération de 103 Comités départementaux. Ensemble, ils luttent dans quatre directions complémentaires : chercher pour guérir, prévenir pour protéger, accompagner pour aider, mobiliser pour agir. Aujourd'hui, la Ligue, fait de la lutte contre le cancer un enjeu sociétal rassemblant le plus grand nombre possible d'acteurs sanitaires mais aussi économiques, sociaux ou politiques sur tous les territoires. En brisant les tabous et les peurs, la Ligue contribue au changement l'image du cancer et de ceux qui en sont atteints. Pour en savoir plus : www.ligue-cancer.net

CONTACTS PRESSE :

- ▶ Aelya NOIRET |
06 52 03 13 47 | noiret.aelya@gmail.com
- ▶ Ligue contre le cancer | Elodie Audonnet
06 79 72 36 85 | elodie.audonnet@ligue-cancer.net