

*“opinionway* pour



# Impact loi SAF

1<sup>er</sup> septembre 2022



**ESOMAR<sup>22</sup>**  
Corporate

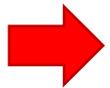




## ...SAF France a souhaité identifier leur impact sur les Français

Les objectifs de l'étude étaient ainsi les suivants :

- **Identifier la connaissance** par les Français de ces 3 dispositifs (dont le logo)
- **Évaluer l'opinion et la compréhension** par les Français de ces 3 dispositifs (dont le logo)
- **Mesurer la mémorisation d'une campagne grand public** sur l'alcool et la grossesse
- **Mesurer la mémorisation d'une sensibilisation** au collège ou au lycée (via les enfants ou les parents)
- **Identifier l'impact de ces dispositifs sur leurs comportements**



**Pour in fine aider à médiatiser le plan d'actions de SAF France en mesurant l'impact des dispositifs mis en place dans le cadre de la loi de 2004**



# La méthodologie



# “ La méthodologie

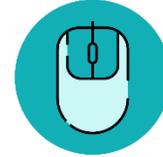


Document  
Microsoft Word



Echantillon de **1001 répondants résidants en France métropolitaine, 71 répondants résidants en Guyane et 69 répondants résidants à la Réunion** âgés de 18 ans et plus.

L'échantillon a été constitué selon la **méthode des quotas**, au regard des critères de: sexe, âge, catégorie socioprofessionnelle, (de région de résidence pour la France métropolitaine)



L'échantillon a été interrogé par **questionnaire auto-administré en ligne sur système CAWI pour le terrain en France métropolitaine** (Computer Assisted Web Interview) et sur système **CATI en Guyane et Réunion**.



Les interviews ont été réalisées **du 8 juillet au 26 juillet 2022 pour le terrain CAWI** et **du 7 juillet au 29 juillet 2022 pour le terrain CATI**.

*Pour les remercier de leur participation, les panélistes ont touché des incentives ou ont fait un don à l'association proposée de leur choix.*



OpinionWay a réalisé cette enquête en appliquant les procédures et règles de la **norme ISO 20252**



Les résultats de ce sondage doivent être lus en tenant compte des marges d'incertitude : de 2,47 points pour un échantillon de 300 répondants.



*Toute publication totale ou partielle doit impérativement utiliser la mention complète suivante :*

**« Sondage OpinionWay pour SAF France »**

*et aucune reprise de l'enquête ne pourra être dissociée de cet intitulé.*



# Résultats



# Constat sur la consommation d'alcool pendant la grossesse



## 01

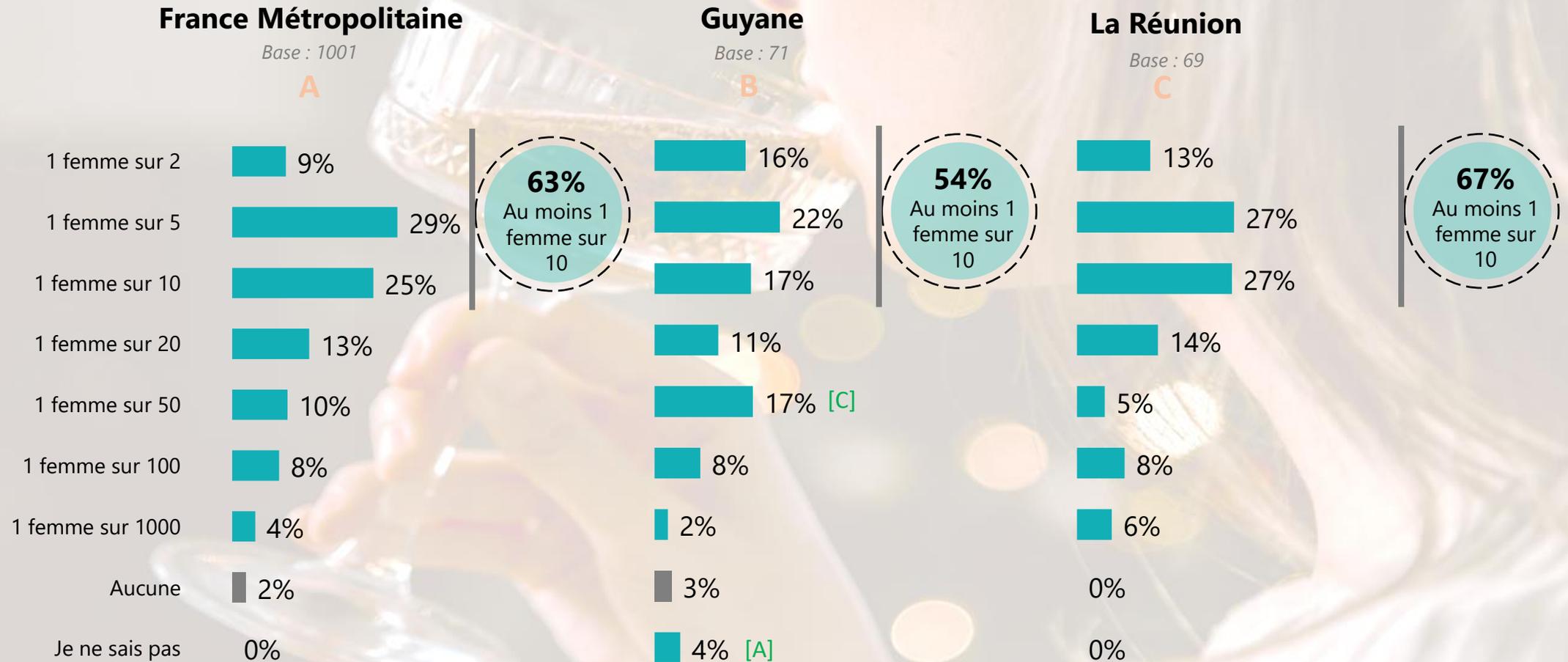
La consommation d'alcool pendant la grossesse est toujours d'actualité et cela s'explique en premier lieu par le manque de connaissance et d'information sur la toxicité pour l'enfant à naitre.



# Quelque soit le territoire, plus de 50% de la population s'accorde à dire qu'au moins une femme sur 10 consommerait de l'alcool pendant sa grossesse.

A1. Quelle est selon vous, la proportion de femmes qui consomment des boissons alcoolisées pendant leur grossesse ?

Par boissons alcoolisées, nous parlons de bières, cidre, vins rouge, vin blanc, vins rosés, vins pétillants, eaux-de-vie, liqueurs, gin, pastis, cocktails alcoolisés





**Et en France métropolitaine, 3 hommes sur 10 ayant des enfants de moins de 18 ans déclarent que leur conjointe a consommé de l'alcool pendant la grossesse. Lorsqu'on interroge les femmes enceintes ou l'ayant été récemment, presque 1 sur 3 disent avoir consommé de l'alcool pendant leur grossesse.**

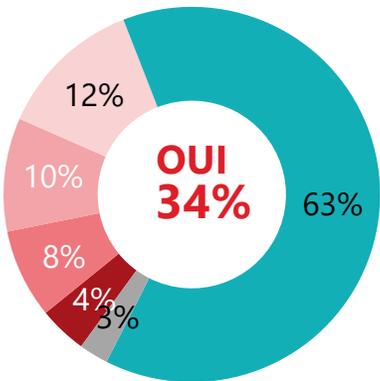
A1b. Votre conjointe a-t-elle consommé des boissons alcoolisées pendant sa/ses grossesse(s) ? Question posée uniquement aux hommes qui ont au moins un enfant de 18 ans ou moins ou ont une conjointe enceinte actuellement

A1c. Avez-vous vous-même consommé des boissons alcoolisées pendant votre/vos grossesse(s) passée(s) ? Question posée uniquement aux femmes qui ont des enfants

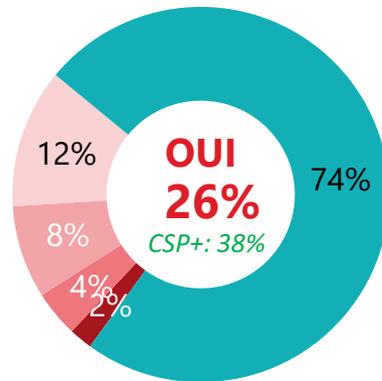
A1d. Consommez-vous des boissons alcoolisées depuis le début de votre grossesse ? Question posée uniquement aux femmes enceintes actuellement

### Consommation d'alcool en France Métropolitaine (Base faible sur la Réunion et la Guyane)

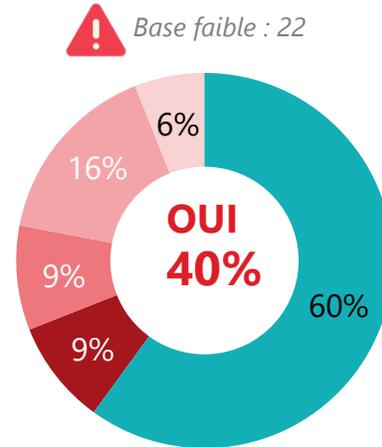
Hommes avec enfant(s) ou conjointe enceinte  
Base : 123



Femmes avec enfant(s)  
Base : 195



Femmes enceintes (grossesse actuelle)  
Base faible : 22



Femmes enceintes actuellement ou ayant eu une grossesse récemment\*

Base faible : 83

**OUI  
29%**

\* Femmes avec enfants âgés de 5 ans ou moins, pas d'enfant plus vieux

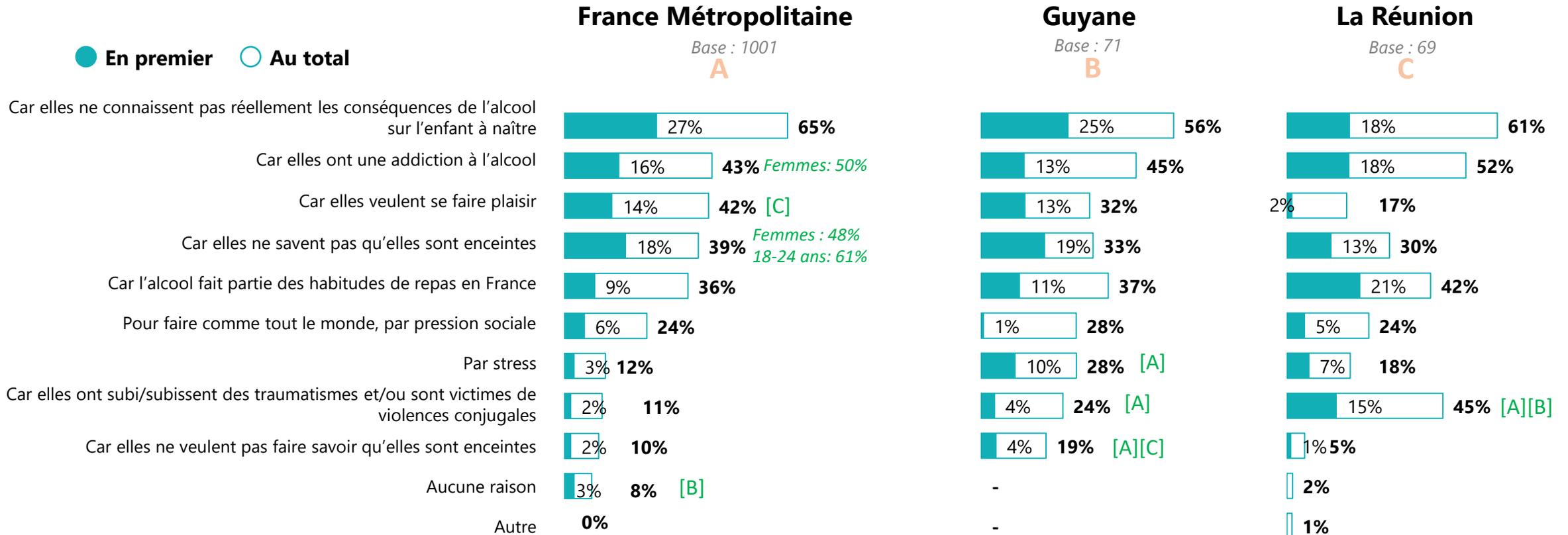
● Oui régulièrement ● Oui de temps en temps ● Oui très occasionnellement ● Oui mais un seul verre pendant la grossesse ● Non jamais ● Je ne sais pas



**Selon la population générale, cette consommation est expliquée en premier lieu par le manque de connaissance sur les dangers de l'alcool sur le fœtus dans les 3 régions. L'addiction à l'alcool arrive en 2<sup>ème</sup> position. A La Réunion, les violences conjugales ressortent significativement plus comme une cause éventuelle.**

A2. D'après vous, quelles sont les 3 principales raisons pour lesquelles les femmes consomment des boissons alcoolisées pendant leur grossesse :

● **En premier** ○ **Au total**



X%/X%: différences significatives supérieures ou inférieures vs le total à 95%

A/B/C Ecart significativement supérieur par rapport à la colonne désignée par la lettre à 90%



# Et les femmes ayant consommé elles-mêmes de l'alcool en étant enceintes placent également le manque de connaissance des risques sur le fœtus en première cause.

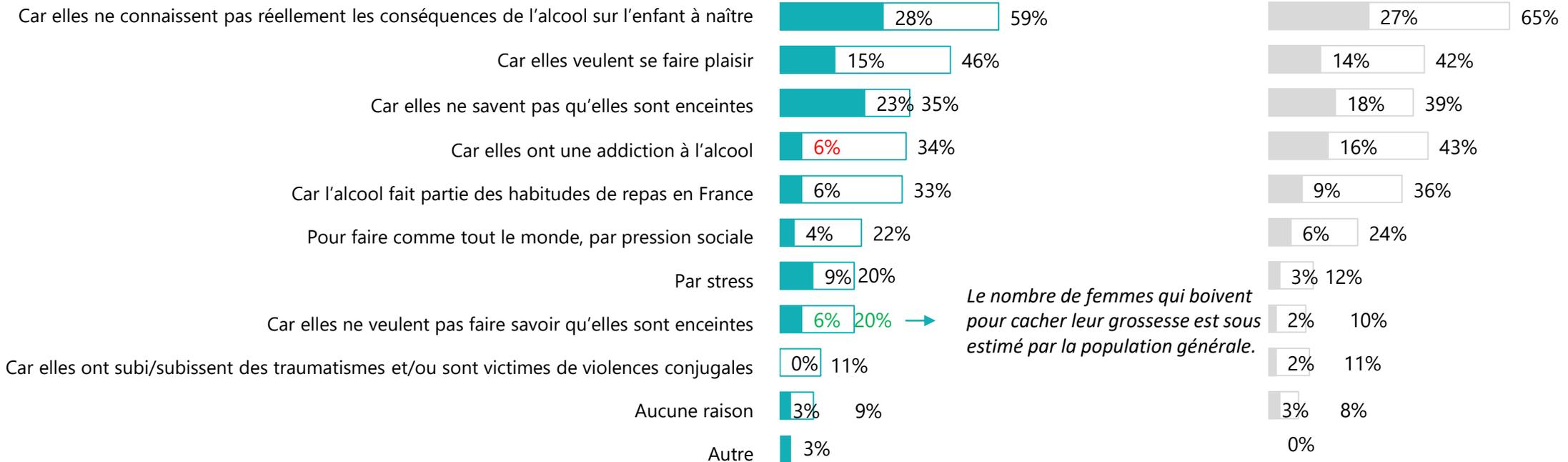
A2. D'après vous, quelles sont les 3 principales raisons pour lesquelles les femmes consomment des boissons alcoolisées pendant leur grossesse :

## France Métropolitaine

● **En premier** ○ **Au total**

Femmes ayant consommé de l'alcool pendant leur grossesse (actuelle ou passée)  
Base : 53

Population générale (rappel)  
Base : 1001





**Ce manque de connaissance est clairement exprimé par 54% des répondants qui disent n’avoir jamais reçu d’information sur la toxicité fœtale de l’alcool pendant la grossesse en France métropolitaine, soit significativement plus qu’en Guyane 34% et qu’à La Réunion, 40%.**

B8. D’une façon plus générale, avez-vous reçu des informations sur la toxicité fœtale de l’alcool pendant la grossesse ?

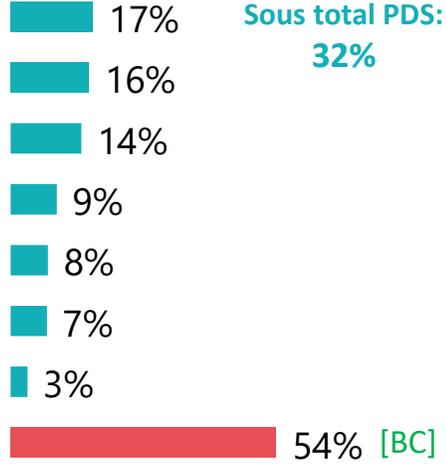


**France Métropolitaine**

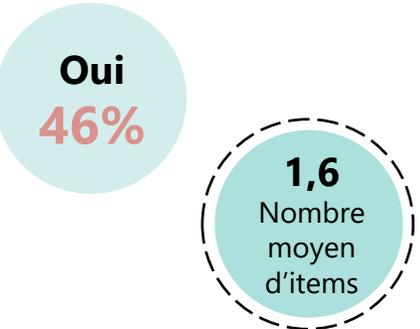
Base : 1001

A

- Oui par mon entourage
- Oui par le gynécologue
- Oui par mon médecin généraliste
- Oui par la sage femme
- Oui par un autre professionnel de santé
- Oui par les recommandations de la Haute autorité de santé
- Oui par une autre personne
- Non, personne ne m’en a parlé



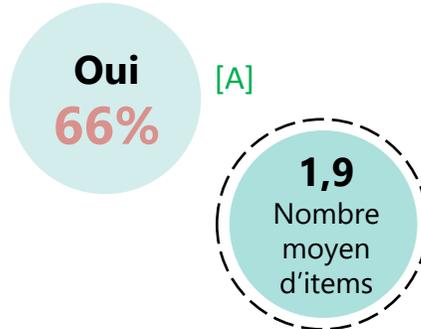
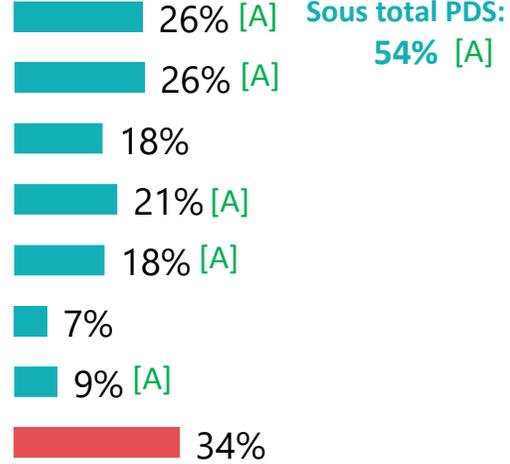
18-24 ans : 65%  
25-34 ans : 56%



**Guyane**

Base : 71

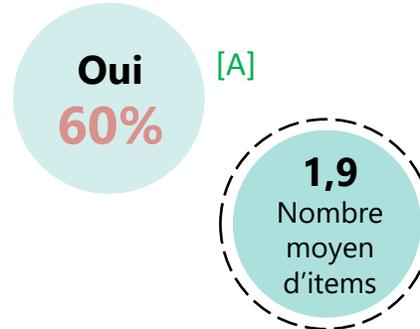
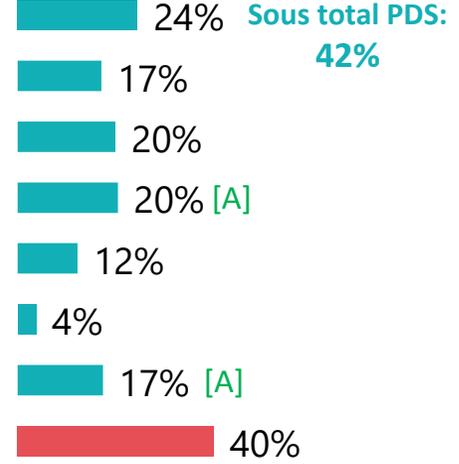
B



**La Réunion**

Base : 69

C



# Connaissance et visibilité des campagnes



## 02

La campagne de prévention est fortement présente en Guyane et à La Réunion par rapport à la France métropolitaine, avec un meilleur niveau de connaissance et de mémorisation des dispositifs dans ces territoires.



## Texte présenté aux répondants

La loi du 9 août 2004 relative à la politique de santé publique a mis en place 3 dispositifs pour faire de la prévention sur le risque du syndrome d'alcoolisation foétale (SAF).

Le SAF est un ensemble de troubles graves dus à la consommation d'alcool pendant la grossesse qui peut porter atteinte au développement de l'enfant.

- Pictogramme sur les bouteilles d'alcool pour alerter sur les risques de la consommation d'alcool pendant la grossesse
- Campagnes d'information grand public sur la prévention du syndrome d'alcoolisation foétale
- Information, au collège et au lycée, sur les risques de la consommation d'alcool pendant la grossesse



**Le niveau de connaissance des campagnes à La Réunion dépasse largement celui des 2 autres territoires. Il reste tout de même bon en France métropolitaine et en Guyane avec une majorité de connaisseurs, à l'exception de la campagne au collège et lycée en métropole qui est moins connue. Pour l'ensemble, le pictogramme est le dispositif que l'on connaît le mieux.**

A3. Dans quelle mesure connaissez-vous ou avez-vous déjà entendu parler de chacun de ces 3 dispositifs ?



### France Métropolitaine

Base : 1001

A

### Guyane

Base : 71

B

### La Réunion

Base : 69

C

Pictogramme sur les bouteilles d'alcool pour alerter sur les risques de la consommation d'alcool pendant la grossesse



Campagnes d'information grand public sur la prévention du syndrome d'alcoolisation fœtale



Information, au collège et au lycée, sur les risques de la consommation d'alcool pendant la grossesse



● Connait bien ○ Total connait

X%/X%: différences significatives supérieures ou inférieures vs le total à 95%

A/B/C Ecart significativement supérieur par rapport à la colonne désignée par la lettre à 90%



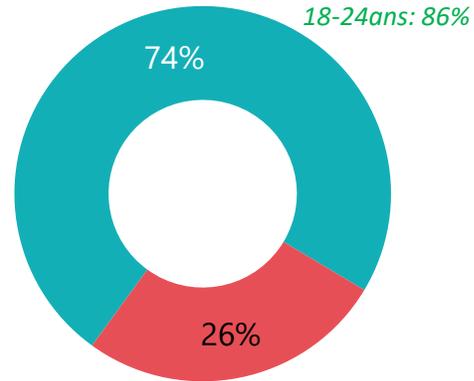
Lorsque l'on présente le pictogramme près de  $\frac{3}{4}$  des répondants déclarent l'avoir déjà vu, quelque soit le territoire.

B1. Avez-vous déjà vu le pictogramme suivant sur des boissons alcoolisées ?



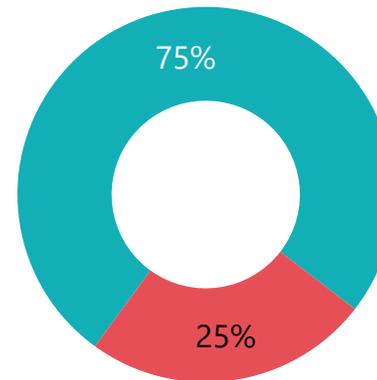
### France Métropolitaine

Base : 1001



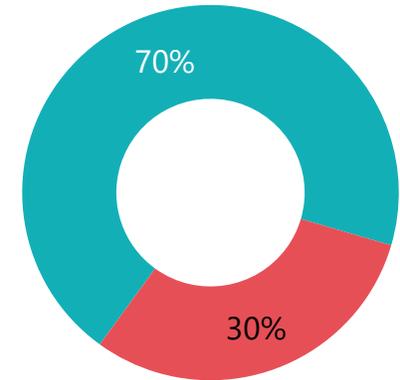
### Guyane

Base : 71



### La Réunion

Base : 69



● Oui

● Non



Et la signification du pictogramme est bien comprise, excepté en Guyane où presque 30% des répondants interprètent le pictogramme comme signifiant que « la consommation modérée d'alcool est tolérée pendant la grossesse ».

B2. Dans quelle mesure êtes-vous d'accord avec chacune des affirmations suivantes concernant ce pictogramme ?

Tout à fait d'accord  Total d'accord



### France Métropolitaine

Base : 1001

A

### Guyane

Base : 71

B

### La Réunion

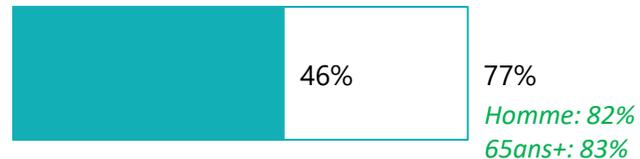
Base : 69

C

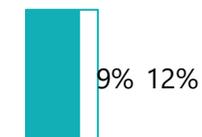
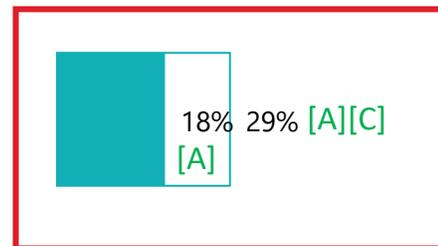
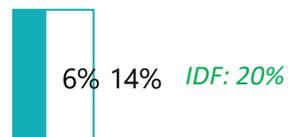
Il signifie qu'il ne faut pas boire une seule goutte d'alcool pendant la grossesse



Il avertit sur les dangers de l'alcool pendant la grossesse



Il signifie que la consommation d'alcool pendant la grossesse est tolérée si prise avec modération





**La visibilité de la campagne d’affichage est bien meilleure en Guyane et à La Réunion par rapport à la France métropolitaine. En Guyane, 62% de la population déclare avoir vu au moins une des deux campagnes.**

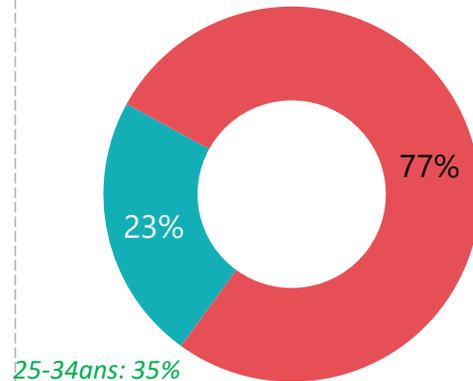
B3. Vous souvenez vous avoir déjà vu au moins une des affiches et/ou dépliant sur chacune des deux campagnes suivantes sur la prévention du syndrome d’alcoolisation fœtale ?



**France Métropolitaine**

Base : 1001

A

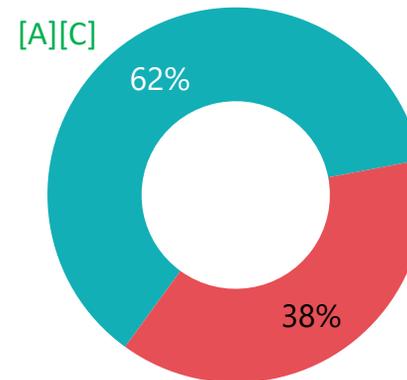


25-34ans: 35%

**Guyane**

Base : 71

B

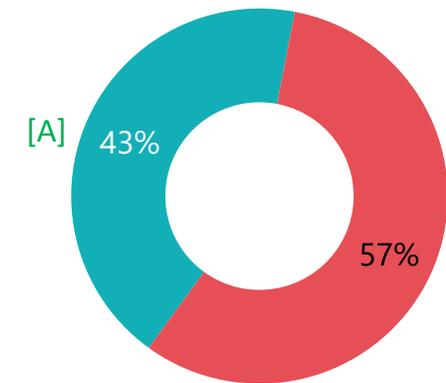


[A][C]

**La Réunion**

Base : 69

C



[A]

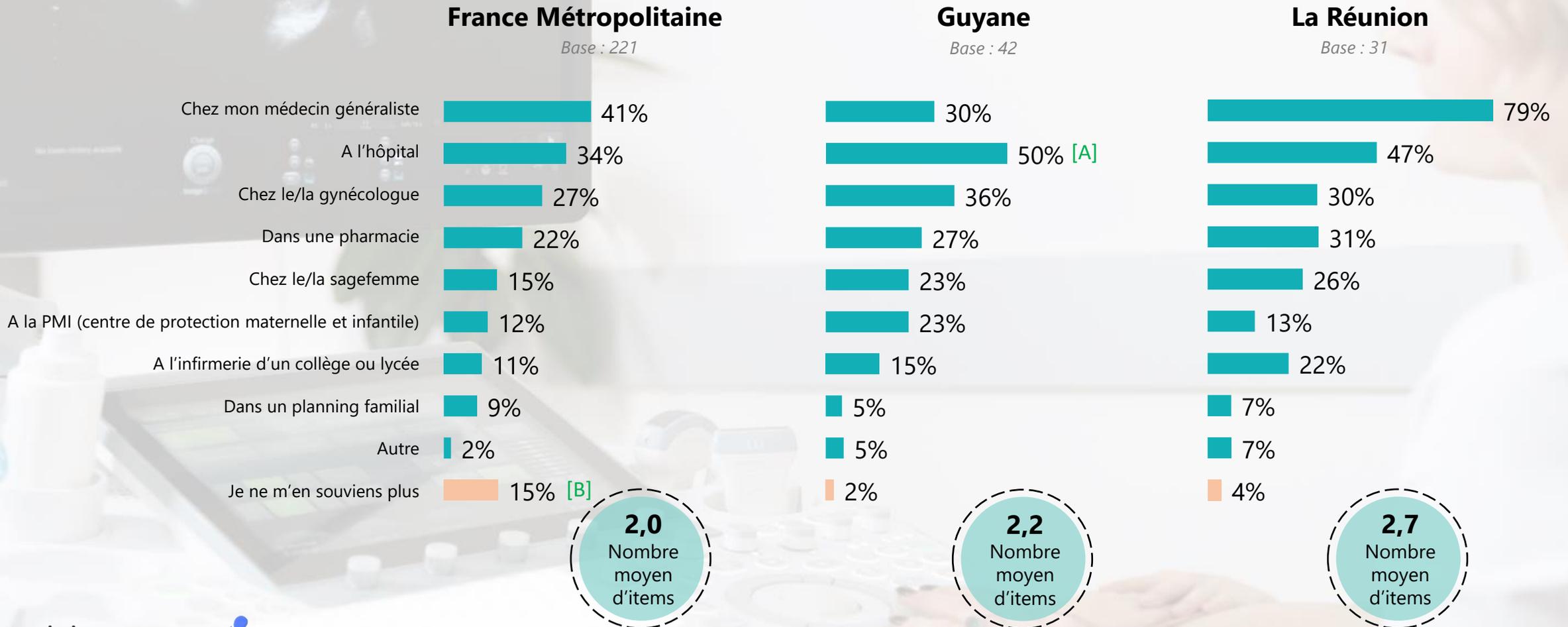
● Au moins une des 2    ● Aucune des deux



# Ces affiches ont été vues en premier lieu chez le médecin généraliste en France métropolitaine et à La Réunion, et à l'hôpital en Guyane.

## B4. Où vous avez vu une ou plusieurs de ces affiches ?

Question posée uniquement à ceux qui se souviennent avoir déjà vu au moins une des affiches et/ou dépliant sur chacune des deux campagnes sur la prévention du syndrome d'alcoolisation fœtale





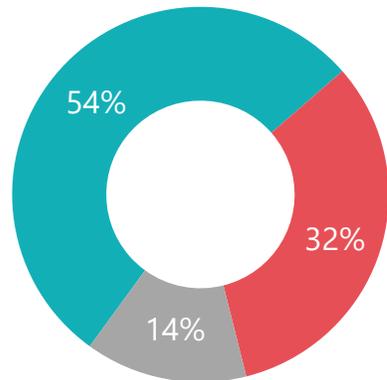
## Cela arrive dans quasiment la moitié des cas lors de la prise en charge de la grossesse en France métropolitaine.

B5. Lorsque vous avez vu une ou plusieurs de ces affiches, était-ce dans le cadre de la prise en charge de la grossesse de votre conjointe ? *Question posée uniquement aux hommes qui ont au moins un enfant de moins de 18 ans ou ont une conjointe enceinte actuellement et se souviennent d'au moins une affiche*

B5a. Lorsque vous avez vu une ou plusieurs de ces affiches, était-ce dans le cadre de la prise en charge de votre grossesse ? *Question posée uniquement aux femmes qui ont au moins un enfant de moins de 18 ans ou qui sont enceintes actuellement et se souviennent d'au moins une affiche*

### France Métropolitaine

Hommes avec enfant(s) ou  
conjointe enceinte  
Base : 30

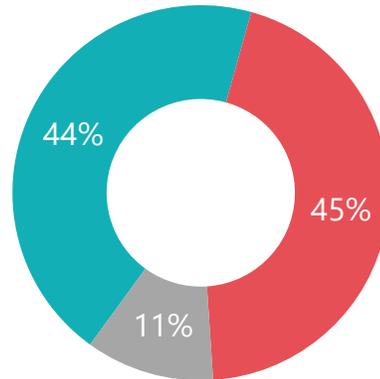


Oui

Non

Je ne m'en souviens plus

Femmes avec enfant(s) ou enceintes  
actuellement  
Base : 73





Des campagnes de prévention ont également été présentes au collège et au lycée pour sensibiliser les plus jeunes sur le syndrome de l'alcoolisation foétale.

Voici l'article de loi correspondant :

Loi n°2004-806 du 9 août 2004 - art. 49 () JORF 11 août 2004

Une information est également délivrée sur les conséquences de la consommation d'alcool par les femmes enceintes sur le développement du fœtus, notamment les atteintes du système nerveux central, dans les collèges et les lycées, à raison d'au moins une séance annuelle, par groupe d'âge homogène. Ces séances pourront associer les personnels contribuant à la mission de santé scolaire ainsi que d'autres intervenants extérieurs.



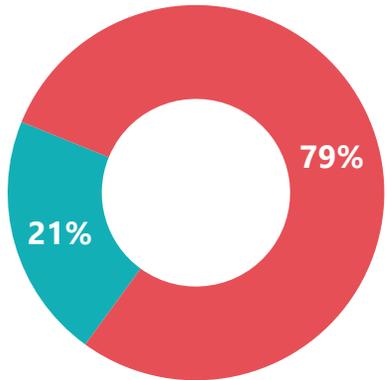
# La campagne diffusée au collège et lycée est en revanche assez peu mémorisée en France métropolitaine et moins d'une personne sur deux chez les 18-34 ans s'en souvient en Guyane et à La Réunion.

B6. Vous souvenez vous avoir reçu une communication dans votre collège ou votre lycée à ce sujet ?

Question posée uniquement à ceux qui ont entre 18 et 34 ans

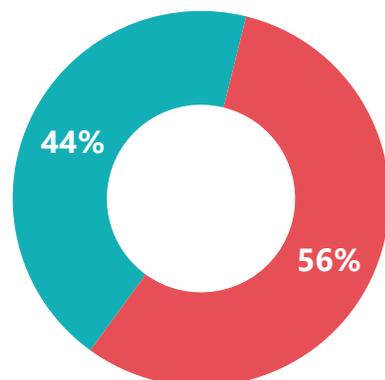
## France Métropolitaine

Base: 219



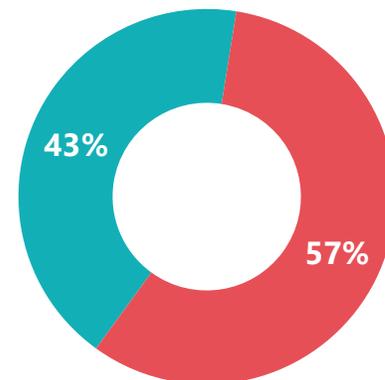
## Guyane

Base : 32



## La Réunion

Base faible : 24



Oui

Non





## Récapitulatif :

**Le pictogramme sur les bouteilles d'alcool est le plus connu alors que les communications aux collèges et lycée le sont moins, notamment en France métropolitaine. La campagne d'affichage est bien mémorisée en Guyane, un peu moins à La Réunion et peu en France métropolitaine.**

**% se souvient**

**France Métropolitaine**

**Guyane**

**La Réunion**

**A**

**B**

**C**



**74%**

**75%**

**70%**



**23%**

**62% [A][C]**

**43% [A]**

**Informations dans les  
collèges et lycées**

**21%**

**44%**

**43%**



# La population dans les 3 territoires juge que ces dispositifs de prévention dans leur ensemble ont un impact positif sur la diminution des comportements à risque et sur l'amélioration du niveau de connaissance, et ce particulièrement en Guyane et à La Réunion.

C1. Quel est votre niveau d'accord avec les affirmations suivantes concernant cette campagne de prévention sur le syndrome de l'alcoolisation fœtale (pictogramme sur les bouteilles d'alcool, campagne de prévention, sensibilisation dans les lycées et collèges) ?

Tout à fait d'accord  Total d'accord

## France Métropolitaine

Base : 1001

A

## Guyane

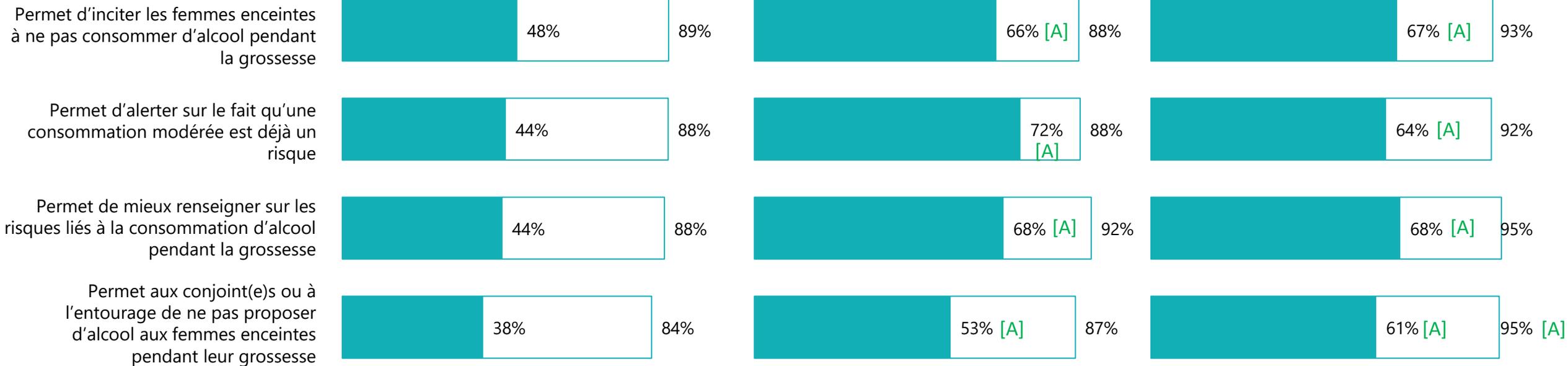
Base : 71

B

## La Réunion

Base : 69

C





# Même si une part importante des répondants estiment tout de même que ces dispositifs de prévention ne sont pas assez visibles, quelque soit le territoire.

A4. Pensez-vous que ces 3 dispositifs ci-dessous sont suffisamment visibles par la population ciblée ?



## France Métropolitaine

Base : 1001

A

## Guyane

Base : 71

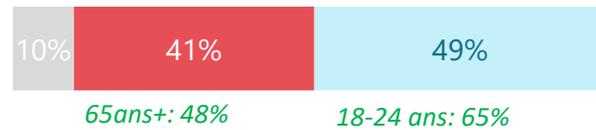
B

## La Réunion

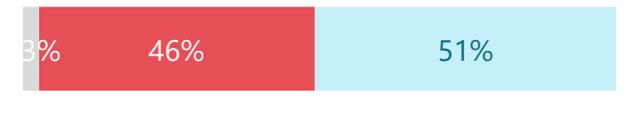
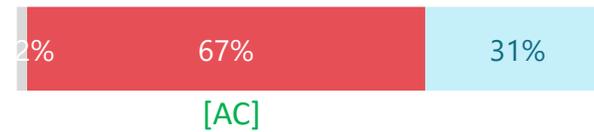
Base : 69

C

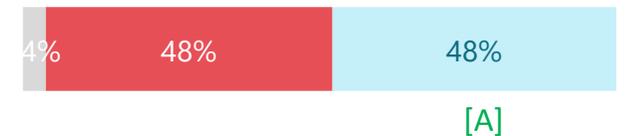
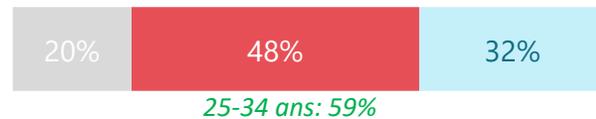
Pictogramme sur les bouteilles d'alcool pour alerter sur les risques de la consommation d'alcool pendant la grossesse



Campagnes d'information grand public sur la prévention du syndrome d'alcoolisation fœtale



Information, au collège et au lycée, sur les risques de la consommation d'alcool pendant la grossesse



● Pas d'avis

● Non

● Oui



**Pour continuer de diminuer la proportion de femmes consommant de l'alcool pendant leur grossesse, la diffusion de messages de prévention à la télévision sont spontanément cités en France métropolitaine. En Guyane et à La Réunion, les idées sont plus diversifiées : communication à la télévision, sur les réseaux sociaux, dans les lieux publics, via les PDS, dans les établissements scolaires.**

C2. Selon vous, quel(s) autre(s) dispositif(s) pourai(en)t être mis en place pour réduire encore plus la proportion de femmes consommant de l'alcool pendant leur grossesse ?

### France Métropolitaine

Base : 1001

A

### Guyane

Base : 71

B

### La Réunion

Base : 69

C



Publicité/Infos TV 12%



De la sensibilisation/prévention/aide via les médecins généralistes/traitants / Via les médecins, professionnels de santé 5%

Ne sait pas 38% [C] [B]



Plus de sensibilisation / Prévention / Informations / Communication 20% [A]



Interdire la vente d'alcool aux femmes enceintes / Ne pas en vendre 20% [A]



Publicité/Infos TV 19%



Sensibiliser dans les écoles/collèges/lycées / Sensibiliser les jeunes 18% [A]



Publicité/Infos sur les réseaux sociaux 18% [A]

Ne sait pas -



Indiquer les risques/conséquences exacts / Plus de précisions, détails 19% [B] [A]



Interdire la vente d'alcool aux femmes enceintes / Ne pas en vendre 16% [A]



Publicité/Infos TV 15%



Plus de sensibilisation / Prévention / Informations / Communication 14% [A]



Sensibiliser dans les écoles/collèges/lycées / Sensibiliser les jeunes 14% [A]

Ne sait pas 1%



# La synthèse



# “ Synthèse

La consommation d'alcool pendant la grossesse est toujours présente. Selon la population, cela s'explique notamment par :

- Le manque de connaissance des dangers sur le développement du fœtus, en première raison dans les 3 territoires
- L'addiction à l'alcool en deuxième raison dans les 3 territoires
- Les traumatismes sur les femmes ou les violences conjugales en 3<sup>ème</sup> raison à La Réunion
- Le fait de consommer de l'alcool pour « Ne pas révéler sa grossesse » est sous-estimé dans la population vs le déclaratif des femmes concernées

Les campagnes de prévention ont une bonne utilité perçue :

Significativement plus de personnes ont reçu une information sur le risque de l'alcoolisation fœtal en Guyane et à La Réunion. Les campagnes sont jugées comme **impactantes positivement** sur les comportements et le niveau de connaissance.

→ Il est primordial de maintenir la campagne de prévention et de la développer



# WE ARE DIGITAL !

**Fondé en 2000 sur cette idée radicalement innovante pour l'époque, OpinionWay a été précurseur dans le renouvellement des pratiques de la profession des études marketing et d'opinion.**

Forte d'une croissance continue depuis sa création, l'entreprise n'a eu de cesse de s'ouvrir vers de nouveaux horizons pour mieux adresser toutes les problématiques marketing et sociétales, en intégrant à ses méthodologies le Social Média Intelligence, l'exploitation de la smart data, les dynamiques créatives de co-construction, les approches communautaires et le storytelling.

Aujourd'hui OpinionWay poursuit sa dynamique de croissance en s'implantant géographiquement sur des zones à fort potentiel que sont l'Europe de l'Est et l'Afrique.



## RENDRE LE MONDE INTELLIGIBLE POUR AGIR AUJOURD'HUI ET IMAGINER DEMAIN

**C'est la mission qui anime les collaborateurs d'OpinionWay et qui fonde la relation qu'ils tissent avec leurs clients.**

Le plaisir ressenti à apporter les réponses aux questions qu'ils se posent, à réduire l'incertitude sur les décisions à prendre, à tracker les insights pertinents et à co-construire les solutions d'avenir, nourrit tous les projets sur lesquels ils interviennent.

Cet enthousiasme associé à un véritable goût pour l'innovation et la transmission expliquent que nos clients expriment une haute satisfaction après chaque collaboration - 8,9/10, et un fort taux de recommandation – 3,88/4.

Le plaisir, l'engagement et la stimulation intellectuelle sont les trois mantras de nos interventions.





## RESTONS CONNECTÉS !

[www.opinion-way.com](http://www.opinion-way.com)



### Envie d'aller plus loin ?

Recevez chaque semaine nos derniers résultats d'études dans votre boîte mail en vous abonnant à notre

[newsletter !](#)

**“opinionway**

15 place de la République  
75003 Paris

PARIS  
CASABLANCA  
ALGER  
VARSOVIE  
ABIDJAN

**Nadia AUZANNEAU**  
**Eva BOUCHETEIL**  
**Chloé JACQUET**