

Are women more capable of drinking less alcohol during one month than men ?

C.Bel¹, A.Chierici², F.Cherikh³

^{1,3} Service d'addictologie, Hôpital de l'Archet, CHU Nice.

³ Andrea Chierici, chirurgie, Centre Hospitalier d'Antibes

Introduction

En France, l'alcool est la 2^{ème} cause de mortalité évitable : 41000 décès attribuables en 2015 et majoritairement masculins. La consommation d'alcool est plus importante chez les hommes qui sont 3 fois plus à boire quotidiennement et 2 fois plus à avoir un usage au moins hebdomadaire. Les hommes de moins de 35 ans ont davantage d'épisodes d'alcoolisation ponctuelle importante dans l'année. L'alcool a un impact important sur la santé, même à faible dose. C'est un enjeu de santé publique majeur. Afin de promouvoir un changement de comportement dans la population générale, des événements invitant à faire un mois sans alcool sont proposés comme le Dry January lancé en 2013. L'objectif est d'inciter à la réduction et de dénormaliser la prise de boissons alcoolisées. Des résultats ont été prouvés en santé publique : réduction de la consommation, amélioration de facteurs psychologiques protecteurs et impact sur les manières d'être vis-à-vis de l'alcool. En France, une 1^{ère} initiative de mise en place de cet événement a été initiée en janvier 2020 sous le nom « Le Défi de janvier ».

Objectifs

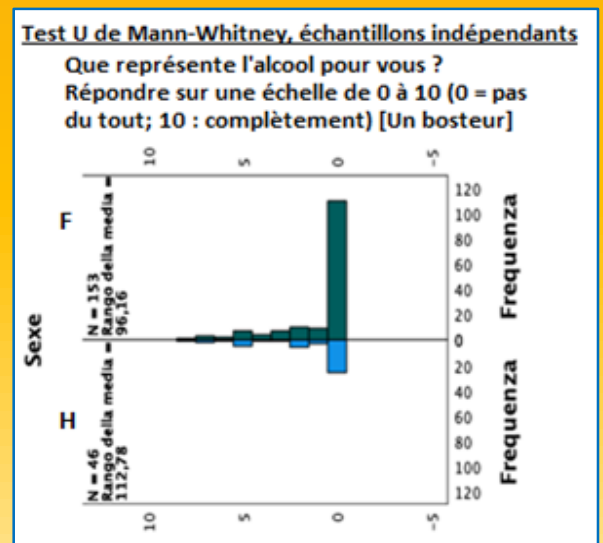
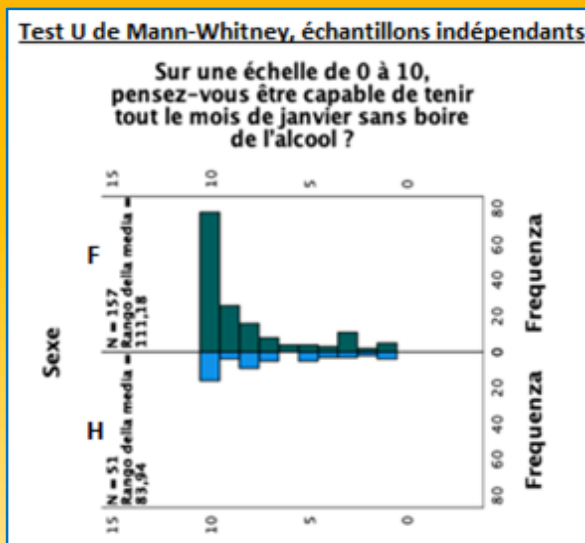
Notre étude a pour objectif de comparer le regard porté par les hommes et les femmes de la population générale sur le "Défi de janvier", en évaluant leurs habitudes et représentations liées à l'alcool, leur capacité à faire une pause dans les consommations mais aussi de relever les facteurs pouvant influencer ou entraver ce temps d'arrêt.

Matériel et méthode

Dans le cadre du Dry January 2022, un questionnaire anonyme a été réalisé par le CHU de Nice et le CH de Grasse. Il a été diffusé en ligne du 17 /01 au 31/01/22, via les réseaux sociaux. Toute personne majeure de la population générale pouvait y participer. Il s'agit d'une étude descriptive transversale sur une période de 2 semaines. Les questions sur la connaissance du Dry January et sur la participation ont été comparées grâce au test du Chi-2. Les deux échantillons indépendants comparés ont été créés et analysés grâce au test de Mann-Whitney. La significativité du test était définie à un $p < 0,05$.

Résultats

Nous avons obtenu 210 questionnaires dont les 3/4 étaient remplis par des femmes. Ils étaient 45.2% des participants à être sûrs d'être capable de tenir tout le mois de janvier sans boire d'alcool avec une différence significative entre les deux sexes ($p : 0.003$). Le stress, l'ennui, les soucis quotidiens, et le travail ne sont majoritairement pas considérés comme des facteurs de risque d'échec du challenge. L'alcool n'est pas considéré comme un booster, ni un anti-stress, ni un antidépresseur et peu comme un désinhibiteur. La représentation du produit comme un booster est différente entre les deux sexes. ($p : 0.037$).



Conclusion

Notre étude montre que les femmes sont plus nombreuses à consommer de l'alcool moins de 4 fois par mois alors que les hommes en boivent plutôt 2 à 3 fois par semaine ou plus. Elles se sentent davantage capables de tenir un mois sans alcool que les hommes et leur représentation du produit est différente sur la fonction de "booster" de la boisson. Pour les deux sexes, les facteurs de risque d'échec du défis ne sont pas différents et le Dry January a un intérêt faible dans la réduction de leur consommation d'alcool sur le long terme. Ces différences de genre peuvent jouer dans notre prise en charge des addictions et de la prévention.