



Évolution du public des CJC (2014-2015)



Tendances n° 107, OFDT, 4 p.
Mars 2016


Depuis 2004, les consultations jeunes consommateurs (CJC) accueillent sur tout le territoire de jeunes usagers de substances psychoactives ou concernés par d'autres addictions ainsi que leurs familles. Ce dispositif, qui vise à aider en quelques séances le jeune à modifier son comportement ou à l'orienter vers un accompagnement plus long, est inscrit dans le Plan gouvernemental de lutte contre les drogues et les conduites addictives (2013-2017) coordonné par la MILDECA. Alors qu'[une enquête nationale menée en 2014](#) auprès des intervenants avait permis de décrire l'offre, le public et les pratiques professionnelles, le n° 107 de *Tendances* revient sur le dispositif des CJC en 2015.

Cette nouvelle enquête, financée comme la précédente par la Fédération Addiction, est intervenue alors qu'une campagne de communication grand public coordonnée par l'INPES s'était déroulée en janvier afin de promouvoir le dispositif auprès des adolescents et de leurs familles. Un volet hors média était quant à lui destiné à mobiliser les professionnels de la jeunesse et de la santé, dans le but d'améliorer le repérage précoce des conduites addictives.

Les principales évolutions présentées par cette analyse reviennent notamment sur la plus grande présence des familles en 2015. Ceci contribue à augmenter la part des mineurs et des demandes de recours au titre du jeu vidéo. En regard, la file active liée au cannabis, largement alimentée par le canal judiciaire (qui reste depuis dix ans le premier vecteur de recrutement du public), diminue. Enfin, cette enquête confirme la difficulté à capter les jeunes qui ont une consommation intensive

d'alcool, mais aussi les femmes, dont la part dans le public reste stable entre 2014 et 2015.

Auteurs : *Caroline Protais, Cristina Diaz Gomez, Stanislas Spilka, Ivana Obradovic*

 [Télécharger](#) le *Tendances* (fichier PDF, 352 Ko)