

# *Le rôle* des politiques en matière d'alcool *dans* la prévention de la violence sexuelle

Collaboration Atlantique pour la prévention des blessures



# **Le présent rapport a pour**

---

objet d'examiner les preuves liées aux

**répercussions des politiques en**

**matière d'alcool sur la violence**

**sexuelle** et d'étudier de façon plus

approfondie en quoi ces politiques à

l'échelle institutionnelle peuvent

contribuer à la prévention de la

violence sexuelle.

# *Le rôle* des politiques en matière d'alcool *dans* la prévention de la violence sexuelle



---

## Aperçu du rapport

Introduction.....	1
La violence sexuelle au Canada atlantique .....	3
L'alcool et la violence sexuelle .....	4
La politique en matière d'alcool et la violence sexuelle .....	6
● Accès .....	7
● Prix.....	9
● Commercialisation .....	10
● Monopole du gouvernement.....	13
Conclusion et recommandations .....	13
Références.....	15

## Remerciements

La Collaboration atlantique pour la prévention des blessures (CAPB) tient à remercier le ministère de la Santé et du Bien-être de Nouvelle-Écosse, qui a financé le présent rapport, ainsi que les nombreuses personnes qui l'ont examiné et ont formulé des commentaires à son égard. Le rapport a été préparé et rédigé par Jennifer Heatley, directrice administrative de la CAPB.

## Introduction

La violence sexuelle est un problème très répandu au Canada. Il a des répercussions considérables sur les individus, les familles, les collectivités, les institutions publiques et la société en général. L'Organisation mondiale de la Santé définit la violence sexuelle ainsi : « Tout acte sexuel, tentative pour obtenir un acte sexuel, commentaires ou avances de nature sexuelle, ou actes visant à un trafic ou autrement dirigés contre la sexualité d'une personne par la coercition, par toute personne, indépendamment de sa relation avec la victime, dans tout contexte, y compris, mais sans s'y limiter, le foyer et le travail. »<sup>i</sup>

Bien que la violence sexuelle puisse être subie ou infligée par n'importe qui, les femmes sont significativement plus susceptibles d'en être les victimes, alors qu'il est plus probable que les hommes en soient les auteurs. La vaste majorité des personnes qui commettent des actes de violence sexuelle sont connues de leurs victimes. La violence sexuelle peut causer chez les victimes de graves troubles mentaux, physiques et liés à la santé sexuelle; ces troubles peuvent être de courte ou de longue durée. La violence sexuelle contre les victimes de tout âge peut avoir comme conséquence immédiate des blessures graves, une incapacité ou le décès. Les cas de violence sexuelle précoce chez les enfants et les adolescents sont associés à une mauvaise santé mentale, à l'abus d'alcool et d'autres drogues, à une mauvaise santé sexuelle et à un risque accru de suicide. La violence sexuelle subie à l'âge adulte entraîne des dommages similaires; la recherche indique des taux élevés de troubles mentaux et de consommation d'alcool et de drogue, ainsi qu'un mauvais état de santé sexuelle.<sup>ii</sup> Ces dommages sont fréquemment exacerbés par la réponse de la société à la violence sexuelle, notamment les attitudes et les croyances culturelles qui favorisent le rejet du blâme sur la victime, l'incrédulité et l'humiliation des victimes. Outre ses conséquences néfastes pour les victimes, la violence sexuelle impose également un fardeau considérable aux collectivités, au système de santé et au système judiciaire. Comme la violence sexuelle est un crime fortement sous-déclaré, il est difficile d'évaluer la portée totale de ses répercussions sur les individus et la société.

Bien que les substances communément appelées « drogues du viol » attirent beaucoup l'attention, la recherche et la surveillance indiquent que l'alcool,

### Le présent rapport a pour

Le présent rapport a pour objet d'examiner les preuves liées aux répercussions des politiques en matière d'alcool sur la violence sexuelle et d'étudier de façon plus approfondie en quoi ces politiques à l'échelle institutionnelle peuvent contribuer à la prévention de la violence sexuelle.

consommé par l'auteur ou la victime, voire les deux, est la substance la plus fréquemment associée à la violence sexuelle. On estime à 35 à 70 % le pourcentage d'agressions sexuelles qui mettent l'alcool en jeu.<sup>iii</sup> L'alcool est un neurodépresseur qui peut produire des troubles cognitifs et moteurs. Il réduit également l'inhibition, y compris l'inhibition sexuelle, et agit sur le contrôle des impulsions.<sup>iv</sup> L'alcool a également un effet sur la fonction psychologique, influencé par les normes culturelles et sociales dictant les émotions et les comportements que l'on devrait manifester après l'avoir consommé. La culture nord-américaine est connue pour non seulement associer l'alcool aux sexospécificités, au désir sexuel et à la performance sexuelle, mais également pour encourager la notion de « courage liquide » permettant de se comporter d'une certaine façon. Lorsque l'on est conditionné à associer certains comportements avec des normes culturelles ou sociales, le comportement des autres peut être interprété comme une manifestation d'intérêt sexuel, ce qui peut être le cas ou non.<sup>v</sup> La recherche a montré que les croyances culturelles nord-américaines

concernant l'alcool ont une influence considérable sur le comportement.<sup>vi</sup>

La culture de consommation d'alcool au Canada atlantique contribue à la violence sexualisée, qui est également soutenue et normalisée par la culture sociétale au sens plus large. Ce que l'on appelle quelquefois la « culture du viol » est perpétué par des normes telles que la misogynie, la réduction des filles et des femmes au rang d'objets, les perceptions préjudiciables de la masculinité et de la féminité, ainsi que la glorification de la violence sexuelle. De telles normes sont étroitement liées aux mythes concernant le viol et au rejet du blâme sur la victime. La culture du viol entre en interaction avec la culture de l'alcool pour donner lieu à un risque accru de violence sexuelle. Même si les interventions visant la culture de l'alcool n'élimineront pas la culture du viol ou les autres normes qui favorisent la violence sexuelle, elles contribueront à une réduction de la violence sexuelle.

Les efforts de prévention des agressions sexuelles facilitées par l'alcool sont souvent éducatifs, manifestés par des programmes d'intervention axée sur l'échelle individuelle. Bien que les stratégies telles que l'éducation et les programmes d'intervention par les spectateurs aient un rôle à jouer dans la prévention de la violence sexuelle, elles ne parviennent pas à elles seules à enrayer de façon adéquate les facteurs complexes contribuant à ce phénomène. Au lieu d'examiner les conditions communautaires et sociétales à grande échelle pour prévenir la violence sexuelle facilitée par l'alcool, certaines stratégies sur le plan individuel font porter la responsabilité à la victime, ce qui peut entraîner le rejet du blâme sur la victime ou excuser les actes des auteurs de la violence. Au lieu d'être axée sur l'individu, une démarche de prévention primaire de la violence sexuelle facilitée par l'alcool examine les modes de vente et de promotion de l'alcool dans la société. L'Organisation mondiale de la Santé a mis en relief les politiques qui définissent l'accès à l'alcool comme étant un nouveau domaine de preuve dans la prévention de la violence sexuelle. Malgré cela, la documentation sur les politiques en matière d'alcool est moins axée sur le lien avec la violence sexuelle que sur le lien avec la violence en général. De même, les publications sur la prévention de la violence sexuelle reconnaissent souvent l'alcool comme étant un facteur qui y contribue, mais l'examinent rarement du point de vue des politiques.

## Violence Sexuelle

L'Organisation mondiale de la Santé définit la violence sexuelle ainsi : « Tout acte sexuel, tentative pour obtenir un acte sexuel, commentaires ou avances de nature sexuelle, ou actes visant à un trafic ou autrement dirigés contre la sexualité d'une personne par la coercition, par toute personne, indépendamment de sa relation avec la victime, dans tout contexte, y compris, mais sans s'y limiter, le foyer et le travail. »

En 2010, la Collaboration atlantique pour la prévention des blessures (CAPB) a produit un rapport intitulé « Alcool et blessures au Canada atlantique : Création d'une culture de consommation plus sûre ». Ce rapport rassemblait les éléments de preuve concernant le lien entre les politiques en matière d'alcool et les taux d'accidents corporels, montrant les répercussions des modes de vente et de promotion de l'alcool sur tout un éventail de blessures involontaires et volontaires, notamment les accidents de voiture, le suicide, les chutes et la violence sexuelle. Ce rapport avait pour objectif de démontrer qu'il est nécessaire pour le monde de la prévention des blessures d'incorporer des mesures politiques dans les efforts de prévention des blessures liées à l'alcool. Le présent rapport a pour objet d'examiner les preuves liées aux répercussions des politiques en matière d'alcool sur la violence sexuelle et d'étudier de façon plus approfondie en quoi ces politiques à l'échelle institutionnelle peuvent contribuer à la prévention de la violence sexuelle. La CAPB n'a pas l'intention de mettre l'accent sur la consommation d'alcool par les individus ou de rejeter le blâme sur les victimes. Tout en reconnaissant le fait qu'une stratégie de prévention globale comporte plusieurs aspects, le présent rapport ne traite pas des stratégies qui n'entrent pas dans sa portée. Certains travaux de recherche sont propres à la violence sexuelle, alors que d'autres abordent divers actes violents. Des éléments probants provenant des deux types de documentation seront présentés dans le présent rapport. Un aperçu du sujet, les éléments de preuve liés à la violence et les données probantes propres à la violence sexuelle seront présentés pour chacune des politiques en matière d'alcool.

## Section 1: La violence sexuelle au Canada atlantique

Comme dans d'autres régions du monde, la violence sexuelle impose un fardeau considérable aux individus, aux familles et aux collectivités du Canada atlantique. Au-delà des conséquences personnelles, on retrouve les coûts sociaux en temps et en argent associés au maintien de l'ordre, aux tribunaux, aux soins de santé, aux services sociaux et à bon nombre d'autres intérêts publics. Malgré cela, il est difficile de trouver des statistiques sur la prévalence de la violence sexuelle.

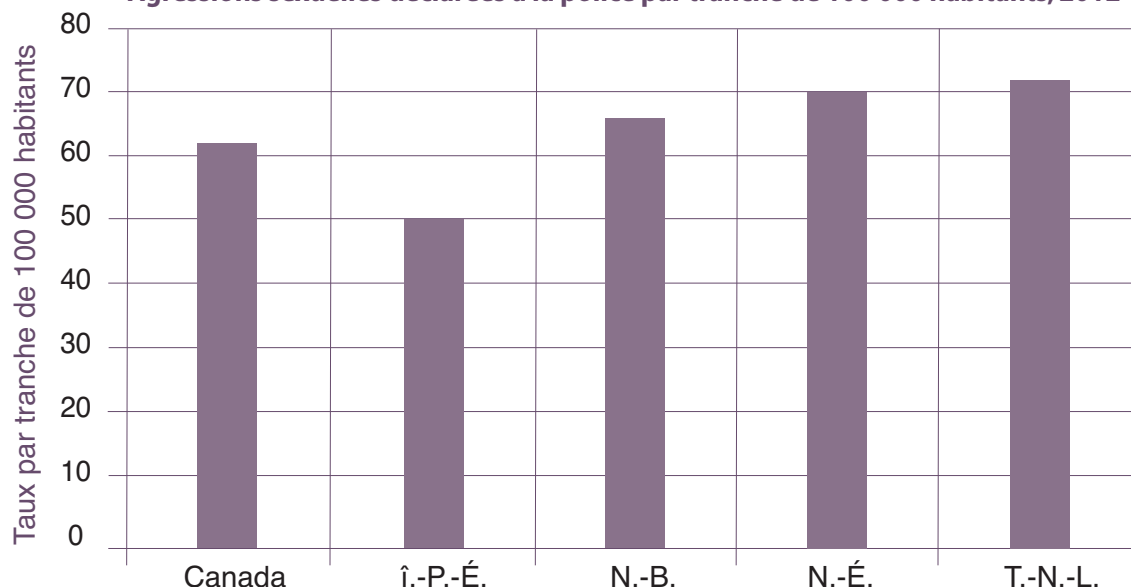
On sait que les agressions sexuelles sont fortement sous-déclarées au Canada; certaines sources estiment que seule une agression sexuelle sur dix est déclarée à la police. L'Enquête sociale générale sur la victimisation de 2009 au Canada a permis d'établir que 88 % des agressions sexuelles au Canada ne sont pas déclarées, selon des données autodéclarées.<sup>vii</sup> En 2012, plus de 1 200 agressions sexuelles ont été déclarées à la police au Canada atlantique.<sup>viii</sup> Cependant, étant donné le taux de sous-déclaration, il est probable que plusieurs milliers de cas supplémentaires se sont produits pendant la même période sans être saisis dans les données de la police régionale.

Le graphique suivant illustre le taux d'agressions sexuelles déclarées à la police par tranche de 100 000 habitants dans les quatre provinces atlantiques en 2012. La moyenne canadienne (62,85) est également indiquée. Les taux dans trois des quatre provinces sont supérieurs à la moyenne nationale; les plus élevés ont été enregistrés à Terre-Neuve-et-Labrador (72,37) et en

Nouvelle-Écosse (70,41). Seule l'Île-du-Prince-Édouard (Î.-P.-É.) affichait un taux inférieur à la moyenne nationale (50,64). Le Nouveau-Brunswick a enregistré le taux le plus faible dans la région (65,88); cependant, ce taux était supérieur à la moyenne nationale. Terre-Neuve-et-Labrador et la Nouvelle-Écosse arrivaient au quatrième et au cinquième rang des taux d'agressions sexuelles déclarées à la police les plus élevés sur les dix provinces canadiennes.

Outre les rapports de police, certaines données sur la violence sexuelle sont également recueillies par les centres d'aide aux victimes d'agression sexuelle des provinces atlantiques. Ces centres, qui fournissent des services et un soutien aux personnes qui ont été victimes de violence sexuelle, sont actifs dans chaque province. Bien que les données varient d'une province à l'autre et ne soient pas nécessairement comparables, elles apportent un éclairage supplémentaire sur la nature de la violence sexuelle dans la région. En accord avec la

**Aggressions sexuelles déclarées à la police par tranche de 100 000 habitants, 2012**



documentation sur la violence sexuelle, les statistiques nationales et les constatations de l'Enquête sociale générale sur la victimisation,<sup>ix</sup> les données provenant des centres d'aide aux victimes d'agression sexuelle désignent les femmes comme étant les principales victimes et les hommes comme étant les principaux auteurs. La plupart des auteurs de violence sexuelle étaient connus de leur victime; seul un petit pourcentage des agressions sexuelles avaient été commises par des inconnus. Il est également important de noter que la violence sexuelle peut être un aspect de la violence entre partenaires sexuels, communément appelée violence familiale.

L'Enquête sociale générale sur la victimisation recueille des données sur le lieu de perpétration des agressions sexuelles. Les constatations indiquent que la majorité des agressions (54 %) se sont produites dans un établissement commercial ou institutionnel, tel qu'un restaurant ou un bar. Par comparaison, 39 % des agressions physiques se sont déroulées dans ce type d'établissement.<sup>x</sup> Malgré les éléments probants indiquant que l'alcool est un facteur commun de

la violence sexuelle, les données concernant la proportion des agressions sexuelles facilitées par l'alcool au Canada atlantique sont fragmentées. Cela s'explique par plusieurs raisons, notamment un manque de ressources et de temps à consacrer à la collecte de données, le caractère délicat du problème, la minorité des victimes, les craintes que les renseignements soient utilisés contre la victime par le système judiciaire et le désir de se protéger contre le rejet du blâme sur la victime. L'établissement Avalon Sexual Assault Centre, basé à Halifax, en Nouvelle-Écosse, recueille certaines données sur le rôle que joue l'alcool dans les cas d'agression sexuelle portés à son attention. Au cours des quelques dernières années, le centre de prévention de la violence sexuelle Avalon estime que 50 à 70 % des cas examinés dans le cadre de son Programme de soins par le personnel infirmier spécialisé en traitement des victimes d'agression sexuelle mettaient l'alcool en jeu. La majorité des victimes étaient âgées de 13 à 25 ans.<sup>xi</sup> Aucune donnée semblable n'existe pour le Nouveau-Brunswick, Terre-Neuve-et-Labrador ou l'Île-du-Prince-Édouard.

## Section 2: L'alcool et la violence sexuelle Contribution de la consommation d'alcool par la population à la violence sexuelle

### Aperçu

La consommation d'alcool par la population fait référence à la fréquence, à la quantité et aux habitudes de consommation d'alcool à l'échelle d'une population. Il s'agit d'indicateurs importants du degré d'exposition à l'alcool et aux dommages potentiels liés à l'alcool<sup>xii</sup>

La recherche a abondamment documenté le rôle que jouent les politiques en matière de vente et de promotion de l'alcool dans les habitudes de consommation d'une population. La façon dont le prix de l'alcool est établi, ainsi que le mode d'accès à l'alcool et sa commercialisation ont été liés de façon régulière et fiable aux taux de consommation par les enfants et les jeunes, aux taux de consommation de la

population générale et aux habitudes de consommation dangereuse.<sup>xiii</sup> Ces habitudes de consommation d'alcool finissent par avoir des répercussions sur de nombreux aspects de la société, notamment les soins de santé et le système judiciaire. La section 2 du présent rapport décrit brièvement le lien entre la consommation d'alcool par la population et la violence sexuelle; la section 3 donne un aperçu des politiques en matière d'alcool.

### Déréglementation et consommation d'alcool au Canada

Bien que la majorité des politiques en matière d'alcool soit établie à l'échelle provinciale, presque toutes les provinces et tous les territoires du Canada ont récemment apporté des changements au mode de vente, de distribution et de promotion de l'alcool. Ces changements ont été réalisés au moyen d'une déréglementation qui a entraîné une augmentation de la

densité des points de vente, des heures et des jours où l'achat d'alcool est possible, ainsi que de la commercialisation et des promotions. En outre, les structures de prix se servent des rabais ou des promotions pour augmenter le volume des ventes.<sup>xiv</sup> Ces tendances ont été observées dans l'ensemble du Canada atlantique. Bien que les quatre provinces de cette région

et la plupart des autres provinces du Canada contrôlent la vente de l'alcool grâce à un modèle de monopole gouvernemental, l'étendue des contrôles est étroitement limitée et ne permet pas la mise en œuvre complète d'une perspective de santé et de sécurité du public. Les messages au sujet de la « consommation responsable » sont souvent émis par l'industrie des alcools comme une forme de responsabilité sociale d'entreprise. Cependant, la responsabilité sociale d'entreprise a tendance à être axée sur les messages ou les campagnes d'intérêt public contre la conduite en état d'ivresse plutôt que sur les mesures politiques visant à réduire la consommation.<sup>xv</sup> Cela rejette la responsabilité de la réduction des dommages sur l'individu et détourne l'attention de la responsabilité de l'industrie. Ces mesures ont été reconnues comme étant des outils de commercialisation de l'industrie et ne parviennent en grande partie pas à modifier les comportements.<sup>xvi</sup> La déréglementation a fait monter la consommation d'alcool en flèche au Canada. À l'exception d'une année, la consommation d'alcool a augmenté tout au long de la dernière décennie.<sup>xvii</sup> Outre la quantité d'alcool consommée, les habitudes de consommation peuvent exacerber les dommages. Une consommation abusive d'alcool est plus susceptible d'entraîner des blessures et de la violence.<sup>xviii</sup> La consommation d'alcool des habitants du Canada atlantique est plus susceptible d'être considérée comme étant dangereuse que celle des autres Canadiens. Il existe une probabilité plus élevée

que celle des autres Canadiens de consommer cinq boissons ou plus au cours d'une même occasion.<sup>xix</sup>

Les habitudes de consommation d'alcool chez les enfants et les jeunes sont un indicateur important de la consommation sociale d'alcool et des dommages liés à l'alcool. Dans les quatre provinces de l'Atlantique, il faut être âgé de 19 ans pour pouvoir consommer légalement de l'alcool. Malgré cela, de nombreux enfants et jeunes ont accès à de l'alcool alors qu'ils sont mineurs, ce qui peut avoir des conséquences nocives sur leur santé, leur sécurité et le développement de leur cerveau. Parmi les autres tendances nuisibles et troublantes en matière de consommation d'alcool chez les enfants et les jeunes du Canada atlantique, on compte le fait que l'âge à la première consommation a régulièrement diminué avec chaque génération; en 2012, la consommation parmi les jeunes femmes a augmenté et dépasse actuellement le taux de consommation de leurs homologues masculins. Le tableau suivant présente les données sur les habitudes de consommation d'alcool chez les jeunes du Canada atlantique, provenant de l'étude sur la consommation de drogues chez les étudiants. Les résultats concernent l'année la plus récente pour laquelle les données sont disponibles : l'Î.-P.-É. n'a pas participé à l'étude de 2012, de sorte que ses résultats remontent à 2007. Les études sont menées par des étudiants de 7e, 9e, 10e et 12e année.

Province	Âge moyen à la première consommation	Consommation d'alcool au moins une fois l'année passée	Consommation d'alcool plus d'une fois par mois
Nouveau-Brunswick (2012) <sup>xx</sup>	13,3 ans	Tous : 48,0% Hommes : 45,0% Femmes : 51,0%	Tous : 26,0% Hommes : 26,1% Femmes : 25,5%
Terre-Neuve-et-Labrador (2012) <sup>xxi</sup>	13,5 ans	Tous : 47,4% Hommes : DND Femmes : DND	Tous : 21,8% Hommes : DND Femmes : DND
Nouvelle-Écosse (2012) <sup>xxii</sup>	13,4 ans	Tous : 49,4% Hommes : 48,3% Femmes : 50,1%	Tous : 27,0% Hommes : 26,6% Femmes : 27,2%
Île-du-Prince-Édouard (2007) <sup>xxiii</sup>	13,1 ans	Tous : 46,0% Hommes : 47,0% Femmes : 46,0%	Tous : 25,0% Hommes : 26,0% Femmes : 24,0%

Le déclin de l'âge à la première consommation, combiné aux habitudes de consommation abusive d'alcool parmi les habitants du Canada atlantique de

tout âge, a des implications pour les dommages liés à l'alcool, notamment la violence et la violence sexuelle.



## Habitudes de consommation d'alcool et lien avec la violence

La consommation d'alcool par la population a été liée à maintes reprises à divers types de violence dans le monde entier. Les taux de mortalité par homicide en Ontario, au Canada, entre 1968 et 1991, se sont révélés afficher une corrélation positive avec la consommation d'alcool chez les hommes, en particulier la consommation de bière et de spiritueux.<sup>xxiv</sup> Des constatations similaires concernant les homicides ont été relevées dans une étude menée dans cinq pays européens.<sup>xxv</sup> Les agressions non mortelles ont également été associées aux taux de consommation d'alcool. Une évaluation des données sur les crimes violents touchant à la consommation d'alcool par habitant dans 48 États des États-Unis a établi que pour chaque augmentation de 10 % de la consommation par habitant, le nombre d'agressions connaissait une hausse de 5,85 % et celui des vols de 9,13 %; seul un effet minime (0,87 %) a été relevé en ce qui concerne les homicides.<sup>xxvi</sup> Les grands buveurs sont plus susceptibles d'être victimes de violence<sup>xxvii</sup>, et les épisodes de consommation abusive d'alcool en particulier sont associés à la violence. Une relation étroite entre l'alcool

et la violence chez les partenaires sexuels a été mise en relief dans une méta-analyse menée en 2008, qui a également déterminé que les beuveries effrénées étaient un facteur de risque particulièrement significatif.<sup>xxviii</sup>

À l'instar de la violence physique, la violence sexuelle a été associée aux habitudes de consommation d'alcool par la population. Comme nous l'avons mentionné dans l'introduction, les interventions à l'échelle de la population sont importantes pour éviter de rejeter la responsabilité de la prévention sur la victime. Une analyse de la consommation d'alcool par habitant dans 48 États américains a conclu qu'une augmentation de la consommation d'alcool de 10 % correspondait à une hausse de 6,47 % de l'incidence des viols.<sup>xxix</sup> Une étude portant sur 32 collèges américains a établi que la consommation d'alcool par les étudiants permettait de prédire les taux de viol, à la fois sur le campus et hors campus.<sup>xxx</sup> La perpétration d'une agression sexuelle a toujours été associée à la consommation d'alcool, en particulier avec des épisodes de consommation abusive d'alcool.<sup>xxxi</sup>

### Section 3: Les répercussions des politiques en matière d'alcool sur les habitudes de consommation d'alcool et la violence sexuelle

Les habitudes de consommation d'alcool dans la société, notamment la fréquence et la consommation par les enfants et les jeunes, sont directement associées à la solidité des politiques qui régissent les ventes et les promotions d'alcool à l'échelle de la population. Les politiques robustes ont systématiquement donné la preuve qu'elles abaissent les taux de consommation et les dommages liés à l'alcool, notamment les blessures, le suicide, la violence et les maladies chroniques.

Les politiques en matière d'alcool ont également été liées aux taux de violence sexuelle dans les populations. Contrairement à la croyance populaire, la majorité des dommages liés à l'alcool ne sont pas attribuables aux gros buveurs ou aux alcooliques, mais aux personnes qui seraient classées comme des buveurs légers ou modérés.<sup>xxxii</sup> Cette section du rapport examine l'effet qu'ont trois formes de politiques de lutte contre l'alcoolisme sur la consommation d'alcool et sur la

violence sexuelle : l'accès, le prix et la commercialisation. La documentation reconnaît de telles politiques comme étant des mesures fondées sur des preuves visant à réduire la consommation d'alcool et les dommages liés à l'alcool. Le présent rapport étudie également les éléments probants liés à l'effet des monopoles administrés par les gouvernements sur les ventes d'alcool comme moyen de réduire l'incidence de la violence sexuelle.

# Accès à l'Alcool

## Aperçu

L'accès à l'alcool est une expression qui décrit tout un éventail de politiques liées à l'accessibilité et à la disponibilité, notamment :

- Restrictions liées à l'âge sur l'achat et la consommation d'alcool
- Densité des points de vente où il est possible d'acheter de l'alcool (p. ex. magasins d'alcool, bars et restaurants) dans une zone géographique donnée
- Heures et jours pendant lesquels l'alcool peut être acheté

L'accès à l'alcool augmente en raison de la demande des consommateurs et de la déréglementation. Il en résulte fréquemment une augmentation du nombre de points de vente, de l'approvisionnement en alcool et de la concurrence entre les détaillants, qui se servent de la tarification et de la disponibilité pour attirer la clientèle. Lorsque de nouveaux points de vente prolifèrent dans une région donnée, la clientèle doit être élargie. Il est souvent possible de répondre à cette demande en établissant des marchés à créneaux ciblant différents types de clients. La stratification du marché en différents segments (p. ex. les bars à vin, les microbrasseries ou les bars qui proposent certains types de musique) empêche la saturation du marché et influence le comportement des consommateurs. Par conséquent, alors que les points de vente ont besoin de clients pour maintenir ou développer leurs activités, la présence d'un nombre plus élevé de points de vente a des répercussions sur la consommation. Un chercheur décrit le comportement des détaillants et des consommateurs comme une évolution parallèle.<sup>xxxiii</sup>

L'augmentation de l'accès et de la disponibilité de l'alcool a des conséquences. Ces dernières comprennent l'émergence correspondante d'une vaste gamme de dommages pour la santé, la justice et la société. Des recherches effectuées en Colombie-Britannique ont relevé une augmentation des décès liés à l'alcool de tous types lorsqu'une privatisation partielle a entraîné une hausse des points de vente d'alcool au détail. Des estimations prudentes indiquent que pour chaque augmentation de 20 % du nombre de magasins privés dans une région géographique donnée, les décès liés à l'alcool connaissent une hausse de 3,25 %; les hospitalisations dues à l'alcool ont grimpé de 4 %. Les décès liés à l'alcool comprennent les blessures, la violence et les maladies chroniques.<sup>xxxiv</sup> Ce phénomène

d'augmentation des dommages a été documenté dans de nombreux travaux de recherche.<sup>xxxv</sup>

À l'inverse, les mêmes dommages associés à l'alcool ont affiché une diminution lorsque l'accès et la disponibilité étaient réduits. Les chercheurs suggèrent que cet effet significatif s'explique par la hausse du coût d'obtention du produit en matière de temps et de renonciation. Dans ce cas, le coût en temps fait référence au temps qu'il faut investir pour se procurer de l'alcool. Le coût de renonciation fait référence à l'option abandonnée lorsque, compte tenu des ressources limitées, il faut choisir entre l'option A et l'option B. Au fur et à mesure que le coût en temps augmente, la probabilité d'acheter de l'alcool ou d'en consommer en quantité excessive diminue. De même, si l'effort requis pour acheter de l'alcool signifie qu'une autre option doit être abandonnée, l'achat devient une option moins attrayante.<sup>xxxvi</sup> Bien qu'elles soient quelquefois caractérisées comme étant opposées à l'entreprise ou à la concurrence, les politiques en matière d'alcool qui limitent l'accès et la disponibilité peuvent contribuer à réduire des dommages qui autrement entraîneraient des coûts directs et indirects considérables pour la société. De nombreuses études ont indiqué que les restrictions concernant l'accès à l'alcool réduisent non seulement la consommation, mais également les problèmes de santé et de justice liés à l'alcool.<sup>xxxvii</sup>

## L'accès à l'alcool et la violence

L'accès à l'alcool et sa consommation ont été liés depuis longtemps aux taux globaux de violence sous toutes ses formes, notamment sexuelle, physique, conjugale et familiale.

### Densité des points de vente

La densité des points de vente d'alcool, qui peuvent être définis par une consommation sur place ou hors établissement, a systématiquement été liée aux habitudes de comportement violent.<sup>xxxviii</sup> Des recherches menées en Norvège et portant sur trente ans de données ont révélé une corrélation positive significative entre la densité des points de vente d'alcool et les crimes violents faisant l'objet d'enquêtes policières.<sup>xxxix</sup> Deux études distinctes effectuées en Californie ont produit des résultats similaires. L'une d'elles démontrait que la densité des bars a une influence spécifique sur les taux d'agression physique.<sup>xl</sup> La deuxième a établi que pour chaque

augmentation de 10 % du nombre de bars et de points de vente à consommation hors établissement, les taux de violence connaissent une hausse respective de 2,06 % et de 1,67 %.<sup>xli</sup> Les recherches aux États-Unis et en Australie ont établi des corrélations positives significatives entre la densité des points de vente et la violence des hommes envers leurs partenaires. Ces constatations restent vraies même en tenant compte de certaines autres caractéristiques socio-économiques et démographiques.<sup>xlii</sup>

## Heures et jours de vente

Les heures et les jours pendant lesquels il est possible d'acheter de l'alcool se sont révélés avoir une influence sur les taux de violence.<sup>xliii</sup> Une prolongation des heures d'achat d'alcool aussi insignifiante que deux heures a pour conséquence des taux d'agression plus élevés.<sup>xliiv</sup> Selon un examen systématique des études qui analysent les résultats de la violence et des autres dommages liés à l'alcool, le Centers for Disease Control Task Force on Community Preventive Services (groupe de travail sur les services de prévention communautaire du Centre pour le contrôle et la prévention des maladies des États-Unis) a conclu que les données probantes suffisent pour déclarer qu'une augmentation des heures de vente égale ou supérieure à deux heures fait croître les dommages.<sup>xliv</sup> Bien que peu d'études aient examiné si l'effet inverse se produit lorsque l'on diminue les heures, une étude menée au Brésil a montré que la réduction des heures d'ouverture des bars entraînait une diminution significative des homicides.<sup>xlvi</sup>

## Âge minimum légal pour consommer de l'alcool

L'âge minimum légal pour consommer de l'alcool a également fait l'objet d'études en lien avec la violence. Comme les personnes majeures ont un accès plus facile et plus universel à l'alcool, les taux de violence et autres dommages sont plus élevés que ceux des jeunes qui sont encore mineurs au regard de la loi.<sup>xlvii</sup> Une étude effectuée en Ontario a indiqué une augmentation de 7,9 % des agressions physiques nécessitant une hospitalisation<sup>xlviii</sup> parmi les jeunes qui avaient récemment atteint l'âge de la majorité.

Bien que la majeure partie de la documentation sur l'alcool et la violence ne fasse pas la distinction entre les divers types de violence, certains chercheurs ont mis particulièrement l'accent sur les répercussions de la densité des points de vente sur les taux de viol et d'agression sexuelle.

## L'accès à l'alcool et la violence sexuelle

Une densité élevée de points de vente contribue à la violence sexuelle de deux façons. Premièrement, elle

## Sexual Violence Rates

Un grand nombre d'études, dont plusieurs ont été menées aux États-Unis, ont spécifiquement lié la densité des points de vente d'alcool aux agressions ou aux infractions sexuelles dans les quartiers et sur les campus. Une analyse des taux de viol sur les campus de 32 collèges américains a découvert que les taux de violence sexuelle affichent une corrélation positive avec la densité des points de vente d'alcool sur les lieux et hors campus.

augmente la consommation d'alcool par la population, un facteur connu pour augmenter la violence sexuelle. Deuxièmement, une densité élevée de points de vente peut rassembler les victimes et les auteurs potentiels de la violence sexuelle dans un milieu à risque élevé.<sup>xlix</sup> Cela se produit couramment dans les districts de divertissement, où les points de vente d'alcool sont regroupés et où de nombreuses personnes se côtoient. Cela explique l'incidence accrue de la violence sexuelle liée à la densité des points de vente, malgré l'absence d'une augmentation de la consommation d'alcool : le risque de violence sexuelle peut augmenter même lorsque la densité des points de vente n'a pas d'effet significatif sur les taux de consommation.

Un grand nombre d'études, dont plusieurs ont été menées aux États-Unis, ont spécifiquement lié la densité des points de vente d'alcool aux agressions ou aux infractions sexuelles dans les quartiers et sur les campus.<sup>li</sup> Une analyse des taux de viol sur les campus de 32 collèges américains a découvert que les taux de violence sexuelle affichent une corrélation positive avec la densité des points de vente d'alcool sur les lieux et hors campus. À Washington D.C., des chercheurs qui ont examiné la violence liée à l'alcool et diverses variables communautaires ont découvert une corrélation positive entre la densité des points de vente d'alcool et les infractions sexuelles et autres actes violents<sup>lii</sup>. D'autres recherches ont fait la distinction entre la densité des établissements sur place et à l'extérieur. Une étude au Minnesota sur les crimes violents et les points de vente d'alcool a découvert qu'une augmentation de 20 % de tous les types de points de vente d'alcool entraînait une hausse des viols de 3,9 % dans la même région géographique. L'analyse a également établi une augmentation significative sur le plan statistique de l'incidence des viols associée à une densité plus élevée de points de vente où l'alcool pouvait être consommé sur place. Bien qu'une hausse des viols liée aux points de vente d'alcool à l'extérieur ait également été relevée, elle n'était pas significative sur le plan statistique.<sup>liiii</sup>

## Prix de l'Alcool

### Aperçu

Des mesures de contrôle des taxes et des prix sont communément utilisées pour réglementer la consommation de substances entraînant une dépendance comme l'alcool et le tabac. Cette stratégie est basée sur un concept économique fondamental appelé la loi de la demande, qui émet l'hypothèse que l'augmentation du coût d'un produit en réduit la quantité consommée.<sup>liv</sup> Il a été démontré que le contrôle du caractère abordable de l'alcool réduit la consommation d'alcool et les dommages liés à l'alcool dans une société. Le caractère abordable peut être influencé de diverses manières, notamment :

- Imposition
- Structures de fixation d'un prix minimal
- Prix différentiel par boisson
- Tarification au volume
- Interdiction de la vente de boissons alcoolisées au rabais<sup>lv</sup>

Les structures de prix peuvent avoir une influence sur la vente d'alcool dans les points de vente au détail ou les établissements tels que les bars ou les restaurants. Le prix peut avoir un effet dissuasif sur l'achat de grandes quantités d'alcool ou encourager l'achat de boissons moins nocives. Dans le cas de la tarification au volume, des prix moins élevés sont attribués aux produits à faible teneur en alcool et des prix plus élevés aux produits à haute teneur en alcool. Pour ce faire, on peut soit modifier le coût de base du produit, soit imposer le produit. Bien que les taxes et les prix de base actuels de l'alcool puissent être considérés comme étant élevés, il est important de noter qu'après correction en fonction de l'inflation, l'alcool est en fait devenu meilleur marché au fil du temps.<sup>lvi</sup>

Les jeunes buveurs, qui sont sensibles aux prix, sont particulièrement influencés par la politique d'établissement des prix. Comme leur revenu disponible est plus faible et leurs motivations concernant la consommation d'alcool sont différentes de celles des autres groupes, les jeunes peuvent être facilement attirés par des boissons peu coûteuses, mais à haute teneur en alcool. La plupart des études qui examinent le lien entre le prix de l'alcool et la consommation d'alcool par des mineurs ont découvert que les augmentations de la taxe sur les alcools entraînaient une réduction de la consommation et des dommages liés à l'alcool.<sup>lvii</sup> Le même effet a été observé dans la population adulte.<sup>lviii</sup>

Certaines études ont affiché une différence entre les sexes; les femmes étaient plus susceptibles que les hommes de modifier leurs habitudes de consommation en réponse à un changement de prix.<sup>lix</sup>

Des examens systématiques de la documentation de recherche provenant du monde entier indiquent que les mesures de contrôle des prix fondées sur des preuves avaient un effet uniforme et parvenaient à réduire un vaste éventail de dommages liés à l'alcool, notamment la conduite en état d'ivresse, le suicide, le crime, les infections transmissibles sexuellement et tous les types de violence.<sup>lx</sup> Lorsque les taxes sur l'alcool ont été réduites en Finlande, les décès liés à l'alcool ont augmenté d'environ 17 %. Un examen de 50 articles a conclu que les prix de l'alcool avaient des répercussions significatives sur la violence, les accidents de voiture et de nombreux autres dommages. L'examen estimait que le fait de doubler la taxe sur les alcools réduirait la mortalité liée à l'alcool de 35 % en moyenne.<sup>lxi</sup>

### Le prix de l'alcool et la violence

À l'instar de l'accès et de la disponibilité de l'alcool, de nombreuses études se sont penchées sur les répercussions du prix de l'alcool sur la violence. Deux examens systématiques de grande envergure ont découvert que les diminutions du prix de l'alcool étaient uniformément associées à des taux plus élevés de tous les types de violence. L'inverse est également vrai : les changements de politique qui entraînent une augmentation de prix se sont révélés être une mesure efficace de prévention de la violence.<sup>lxii, lxiii</sup>

Plusieurs auteurs ont étudié les répercussions des taxes sur la bière sur diverses formes de violence. Outre le fait qu'il s'agit de la boisson alcoolisée la plus fréquemment consommée aux États-Unis, la bière est la consommation de choix des jeunes hommes, un groupe démographique qui est très nettement plus susceptible d'être mêlé à des crimes violents.<sup>lxiv</sup> Une étude américaine a conclu que les taxes sur la bière ont un effet sur la criminalité violente, notamment sur les homicides, les agressions et les vols.<sup>lxv</sup> Les taxes sur la bière ont également été spécifiquement liées à la violence envers les enfants et à la violence grave aux États-Unis.<sup>lxvi</sup> Sur les campus américains, les prix de la bière fixés par l'État se sont révélés être un facteur de prédiction des bagarres.<sup>lxvii</sup>

## Le prix de l'alcool et la violence sexuelle

Les politiques d'établissement des prix de l'alcool peuvent avoir une influence sur le taux de violence sexuelle dans une population. Cependant, les recherches sur l'alcool et l'agression sexuelle ne sont pas aussi nombreuses que les recherches sur les autres types de violence. Bien qu'un petit nombre d'études aient reconnu la violence sexuelle comme mesure particulière des dommages, celles qui examinaient le viol ou l'inconduite sexuelle en lien avec les prix de l'alcool ont découvert une association.

Une étude américaine menée dans 32 collèges a examiné les répercussions du prix de l'alcool sur divers types de violence sur le campus, notamment les mesures précises de l'exploitation sexuelle commise ou subie. On a déterminé que cet acte de violence est inversement lié

au prix de la bière dans l'État où se trouvait le collège. En d'autres termes, des prix de la bière moins élevés correspondaient à des taux de criminalité plus élevés.<sup>lxviii</sup>

Une autre étude américaine portant sur 48 États a déterminé que les taxes imposées par l'état sur la bière ont des répercussions sur l'incidence des viols. Les auteurs de l'étude ont conclu qu'une augmentation de 10 % des taxes sur la bière entraînerait une réduction des viols de 1,32 %.<sup>lxix</sup> Les études qui ont été menées sur les prix et la violence sexuelle sont axées sur la bière, boisson dont la teneur en alcool est généralement moins élevée; cela soulève d'importantes questions au sujet du lien entre les boissons à haute teneur en alcool et la violence sexuelle.

## Commercialisation de l'Alcool

### Aperçu

L'alcool est un produit fortement commercialisé. La commercialisation englobe tout un éventail de stratégies qui comprennent la publicité, les promotions, le parrainage et les campagnes de responsabilité sociale d'entreprise. La commercialisation des produits a pour but de générer une demande chez les consommateurs, de les fidéliser à une marque, d'augmenter la fréquence des achats et de faire essayer de nouveaux articles aux consommateurs.<sup>lxx</sup> Bien que des restrictions soient imposées à la commercialisation de l'alcool au Canada, il reste très visible dans les sites en plein air, dans les médias traditionnels comme la télévision, aux événements sportifs et dans bien d'autres milieux.

La restriction de la commercialisation de l'alcool est un aspect important de toute politique publique favorable à la santé qui s'efforce de réduire les dommages liés à l'alcool, y compris la violence sexuelle. Dans ce contexte, les répercussions de la commercialisation de l'alcool sont doubles. Premièrement, on a démontré qu'elle influe sur les habitudes de consommation, un facteur qui contribue à la violence sexuelle. Deuxièmement, le contenu des publicités pour l'alcool et les stratégies de commercialisation de l'alcool sont souvent hypersexualisés et transmettent des messages préjudiciables au sujet de la disponibilité sexuelle et de la réussite sexuelle.

### La commercialisation de l'alcool et la consommation

La recherche a révélé que la commercialisation de l'alcool a une influence réelle sur les comportements de consommation. Les enfants et les jeunes sont particulièrement vulnérables aux techniques de persuasion et aux messages de commercialisation. Un examen systématique a conclu que les répercussions de l'exposition à la publicité pour l'alcool sur la consommation par les adolescents étaient significatives dans 12 des 13 études incluses dans l'examen. Les études mesuraient l'exposition à la publicité par divers médias, notamment la télévision et les magazines, ainsi que dans les milieux en plein air. L'effet était considérable, même en tenant compte d'autres variables telles que la consommation d'alcool par les pairs et les caractéristiques démographiques. L'exposition à la publicité non seulement permettait de prédire le début de la consommation d'alcool chez les non-buveurs, mais augmentait également la consommation chez les personnes qui buvaient déjà.<sup>lxxi</sup> La recherche a prouvé que les attentes des jeunes en lien avec la consommation d'alcool, notamment la réussite sociale et l'activité sexuelle, sont fortement influencées par les images et les messages qu'ils reçoivent par la publicité.<sup>lxxii</sup>

Le degré d'exposition des jeunes à la commercialisation de l'alcool sur Internet est devenu préoccupant au cours des quelques dernières années. De nombreuses marques ont abandonné la publicité dans les médias traditionnels

pour la commercialisation sur le Web. Internet est moins coûteux que les médias traditionnels, il touche davantage de gens plus rapidement, et il représente un moyen stratégique d'atteindre les jeunes consommateurs, qui sont très actifs en ligne. En 2004, le Center on Alcohol Marketing and Youth a publié un rapport décrivant le temps consacré par les jeunes sur les sites Web de produits alcoolisés; les chercheurs ont conclu que les jeunes mineurs étaient les auteurs de 13,1 % des visites approfondies de 55 sites Web sur l'alcool. Certaines marques recevaient davantage de jeunes visiteurs que d'autres, mais environ 60 % des visiteurs sur un site de spiritueux distillés étaient mineurs. Le rapport a conclu que les sites Web de boissons alcoolisées contiennent plusieurs caractéristiques attrayantes pour les jeunes, telles que des jeux, du contenu téléchargeable gratuitement et des éléments interactifs.<sup>lxxiii</sup> Une étude publiée en 2012 a découvert que les marques de boissons alcoolisées mobilisent fréquemment les jeunes sur Facebook au moyen de mises à jour de statut qui encouragent les communications bilatérales.<sup>lxxiv</sup>

Les femmes et les jeunes filles sont un public de plus en plus ciblé par la commercialisation de l'alcool. L'écart historique de consommation d'alcool entre les sexes présentait une possibilité de profit qui a entraîné une publicité ciblée, le développement de produits, des campagnes de responsabilité sociale d'entreprise et d'autres stratégies visant à augmenter la consommation parmi les femmes. La recherche a montré que les jeunes filles sont davantage exposées aux publicités pour l'alcool que leurs homologues masculins ou que les femmes d'un autre âge.<sup>lxxv</sup> Les produits qui étaient traditionnellement commercialisés seulement auprès des hommes ont commencé à mettre des femmes en vedette dans la publicité; les publicités qui ciblent spécifiquement les femmes ont considérablement augmenté. Le développement de produits est une stratégie de commercialisation essentielle pour augmenter la consommation chez les femmes. Les boissons sucrées et fruitées, quelquefois appelées « boissons gazeuses alcoolisées », sont fortement commercialisées auprès des femmes, tout comme les boissons à faible teneur en calories.<sup>lxxvi</sup> Les efforts de l'industrie ont entraîné une augmentation de la consommation chez les femmes et les filles, de sorte que, dans certaines régions et groupes d'âge, l'écart de consommation entre les sexes a disparu. Dans certains cas, les jeunes filles boivent plus que les jeunes hommes.<sup>lxxvii, lxxviii</sup>

La commercialisation de l'alcool, en particulier celle qui associe les marques à un mode de vie particulier, est un moyen d'augmenter la consommation d'alcool qui a fait ses preuves. Cependant, comme la consommation d'alcool à l'échelle de la population est associée aux taux de

## Hypersexualisation

La commercialisation de l'alcool représente fréquemment un contenu à caractère sexuel ou sexiste ainsi que des messages visant à promouvoir les sexospécificités de la masculinité et de la féminité. La probabilité accrue de la réussite sociale et sexuelle liée à la consommation d'alcool est un thème sous-jacent commun.

violence sexuelle, la commercialisation de l'alcool, ainsi que le fait de cibler explicitement les jeunes et les femmes en particulier, a des implications pour la violence sexuelle.

## Matériel publicitaire pour l'alcool

Outre ses répercussions sur la consommation, le contenu des campagnes de commercialisation de l'alcool peut perpétuer une culture de violence sexuelle. La commercialisation de l'alcool représente fréquemment un contenu à caractère sexuel ou sexiste ainsi que des messages visant à promouvoir les sexospécificités de la masculinité et de la féminité. La probabilité accrue de la réussite sociale et sexuelle liée à la consommation d'alcool est un thème sous-jacent commun. Bien que la commercialisation hypersexualisée et sexospécifique ne cause pas la violence sexuelle, elle croise des normes sociales et culturelles plus généralisées qui soutiennent la violence sexualisée. L'effet de l'alcool sur la fonction psychologique peut également fausser les croyances et les attentes à l'égard du comportement d'autrui. Dans une culture qui associe communément la consommation d'alcool à la performance et à la disponibilité sexuelles, la consommation d'alcool et autres comportements sont plus susceptibles d'être interprétés comme répondant aux attentes. Il se peut que certaines personnes consomment de l'alcool afin de se conformer à cet idéal sexuel.<sup>lxxix</sup>

L'hypersexualisation et la réduction au rang d'objet sexuel dans une vaste gamme d'industries, y compris le secteur de l'alcool, se sont révélés avoir des répercussions négatives sur la santé et le bien-être des femmes et des filles. Dans son rapport Taskforce on the Sexualization of Girls, l'American Psychological Association (APA) déclare que la sexualisation se produit lorsque la sexualité est imposée de façon déplacée à une personne (p. ex. un enfant), lorsque la personne est réduite au rang d'objet sexuel, lorsque la valeur de la

personne ne dépend que de son attrait sexuel et lorsque la personne est considérée comme étant séduisante seulement si elle se conforme à une catégorie d'attrance physique étroitement définie.<sup>lxxx</sup> Outre les dommages causés par l'hypersexualisation, le contenu publicitaire peut contribuer à des suppositions problématiques concernant l'intérêt et la disponibilité pour les activités sexuelles. L'exposition à des images qui réduisent au rang d'objet sexuel est également associée à une acceptation plus répandue des mythes liés au viol et de la violence à l'égard des femmes.<sup>lxxxii</sup> Comme ces images font fréquemment partie de la commercialisation de l'alcool, il est important d'examiner en quoi elles peuvent influencer la perspective du public sur la consommation d'alcool par les femmes et sur la violence sexuelle facilitée par l'alcool. L'influence de la commercialisation hypersexualisée de l'alcool sur les normes et les croyances sociétales peut également perpétuer le rejet du blâme sur la victime. Une enquête omnibus menée en 2013 par la Fondation canadienne des femmes a découvert que 20 % des Canadiens pensent qu'une femme encourage l'agression sexuelle lorsqu'elle est ivre.<sup>lxxxii</sup>

La recherche a tenté de quantifier la publicité sexualisée en évaluant la prévalence des connotations sexuelles, du sexisme ou de la réduction au rang d'objet sexuel. Les auteurs d'une étude concernant le contenu publicitaire sur l'alcool dans les magazines ont classé la connotation sexuelle comme étant « une implication évidente de rapport sexuel (généralement futur) entre les modèles de la publicité ou entre le lecteur et une autre personne ».<sup>lxxxiii</sup> Les auteurs ont également classé le sexisme ou la réduction au rang d'objet sexuel comme incluant ce qui suit :<sup>lxxxiv</sup>

- Modèle(s) d'un sexe prenant des poses inhabituellement suggestives
- Modèle(s) d'un sexe portant des vêtements inhabituellement suggestifs
- Modèle(s) d'un sexe représenté(s) comme le produit lui-même ou à l'intérieur d'un verre
- Commentaires concernant l'apparence du modèle ou réflexions ou gestes à l'égard du modèle

À l'aide de ces définitions et de ces critères, ces auteurs ont analysé le sexisme, la réduction au rang d'objet sexuel et la connotation sexuelle dans 2 638 publicités pour l'alcool provenant de 11 magazines sur une période de 5 ans. Les magazines avaient tous un lectorat de jeunes d'au moins 15 %. Près de 20 % des publicités avaient reçu un ou plusieurs codes liés à la sexualité. Parmi les publicités examinées, 12,5 % avaient des connotations sexuelles et 8,3 % faisaient appel au sexisme ou à la réduction au rang d'objet sexuel. Le sexisme, la réduction au rang d'objet sexuel et les

connotations sexuelles étaient plus fréquents dans les publicités pour la bière.<sup>lxxxv</sup> Dans une étude semblable sur des magazines nationaux menée au cours des trois années suivantes par la même institution de recherche, 17 % des publicités des magazines avaient un caractère sexuel ou des connotations sexuelles.<sup>lxxxvi</sup>

Outre les messages préjudiciables pour les femmes, les

L'hypersexualisation et la réduction au rang d'objet sexuel dans une vaste gamme d'industries, y compris le secteur de l'alcool, se sont révélés avoir des répercussions négatives sur la santé et le bien-être des femmes et des filles.

hommes et les garçons sont également ciblés par les campagnes de commercialisation de l'alcool qui font la promotion d'idéaux d'hypermasculinité, de réalisation sexuelle et d'agression. La masculinité est liée à la capacité de consommer de grandes quantités d'alcool. Au près des jeunes consommateurs, la commercialisation de l'alcool a passé de

l'accent mis sur un produit à la promotion de l'identité de la marque. Ces identités de marque « s'inspirent des croyances sociales, des valeurs, des identités et des modes de vie existants et les renforcent de sorte à promouvoir une réponse émotionnelle positive ».<sup>lxxxvii</sup> Cette stratégie a une influence particulière sur les jeunes hommes, qui forment leur identité masculine et commencent à comprendre ce que signifie être un partenaire dans une relation. Comme le fait remarquer un article, bien que l'industrie de l'alcool ne puisse pas être tenue responsable de l'existence d'attitudes sexistes ou réduisant les femmes au rang d'objet sexuel dans la société, elle peut être tenue responsable de leur perpétuation et de leur renforcement.<sup>lxxxviii</sup> Dans les publicités ciblant les hommes, les femmes sont fréquemment représentées comme des admiratrices ou des objets de désir voués à la consommation par les hommes. Les travaux de recherche ont également noté que les femmes qui tiennent le rôle de petites amies ou d'épouses dans les publicités pour l'alcool sont souvent représentées comme des « garces » qui tentent d'empêcher les hommes de prendre du bon temps.<sup>lxxxix</sup>

Ensemble, le sexisme, les images hypersexualisées et réduisant les femmes au rang d'objet sexuel et les messages qui relient la consommation d'alcool et la sexualité soutiennent et perpétuent une culture de violence sexuelle. L'industrie n'étant pas parvenue à s'autoréglementer, il est important que le gouvernement institue des mesures visant à réduire cette forme de publicité et à aborder le problème de la violence sexuelle facilitée par l'alcool.

## Monopole Gouvernemental des Ventes d'Alcool

Au Canada atlantique, l'alcool est vendu dans chaque province au moyen d'un monopole du gouvernement. À quelques rares exceptions, la vente d'alcool au détail n'a lieu que dans des magasins gérés ou contrôlés par une société provinciale des alcools qui relève du gouvernement provincial. Certains gouvernements ont accordé une licence de vente d'alcool à un petit nombre de magasins privés, la société des alcools faisant office de grossiste. Des licences de vente restreintes peuvent également être obtenues par les brasseries artisanales, les domaines viticoles et les distilleries. L'inverse du monopole gouvernemental est la privatisation, qui ouvrirait le marché des alcools à de nombreux autres détaillants. Bien que les sociétés provinciales des alcools aient été fondées pour contrôler l'accès du public à l'alcool et réduire les dommages liés à l'alcool, elles cherchent également à générer des revenus pour leurs gouvernements, ce qui les met souvent dans une

position contradictoire. Malgré cela, les monopoles gouvernementaux parviennent le plus efficacement à réglementer la densité des points de vente d'alcool, la commercialisation et le prix de l'alcool, tout en répondant aux intérêts des consommateurs. Certains signes indiquent dans plusieurs provinces que la déréglementation et la privatisation entraînent une augmentation de la consommation d'alcool, de la densité et du nombre de points de vente et de l'accès à l'alcool par les mineurs.<sup>xci, xci</sup> De tels changements au contexte politique en matière d'alcool correspondent à une hausse de la morbidité et de la mortalité liées à l'alcool. Les données probantes indiquent qu'un monopole gouvernemental est le modèle le plus efficace et rentable pour établir et maintenir des politiques en matière d'alcool qui servent l'intérêt de la santé et de la sécurité du public, y compris la prévention de la violence sexuelle.

## Section 4 : Conclusion et recommandations

La violence sexuelle est fortement sous-déclarée au Canada, où l'on estime que seuls 10 % des agressions sexuelles sont déclarées à la police. Les données disponibles sur les agressions sexuelles déclarées indiquent que trois provinces sur quatre au Canada atlantique affichent des taux plus élevés que la moyenne canadienne.

La violence sexuelle est fortement sous-déclarée au Canada, où l'on estime que seuls 10 % des agressions sexuelles sont déclarées à la police. Les données disponibles sur les agressions sexuelles déclarées indiquent que trois provinces sur quatre au Canada atlantique affichent des taux plus élevés que la moyenne canadienne. Ce fait a des implications pour la santé individuelle et communautaire tout au long de la vie. Les victimes de violence sexuelle peuvent subir de nombreux dommages au moment de l'agression et des problèmes de santé dans les années qui suivent, notamment des troubles de santé mentale, une consommation d'alcool et d'autres drogues et un risque accru de suicide. La consommation d'alcool, un facteur commun des agressions sexuelles, présente également

un problème considérable au Canada atlantique. Le pourcentage élevé d'agressions sexuelles qui mettent l'alcool en jeu mérite l'attention du monde de la prévention des blessures et de la violence. Il est important que ce problème soit abordé sans rejeter le blâme sur la victime. De solides données probantes appuient une démarche de prévention de la violence sexuelle facilitée par l'alcool axée sur la santé des populations et exécutée au moyen des politiques en matière d'alcool. Les travaux de recherche montrent clairement l'effet des politiques régissant la vente et la promotion de l'alcool sur toute une gamme de dommages liés à l'alcool, notamment la violence sexuelle. Les politiques qui réglementent le contenu et le placement des publicités pour l'alcool peuvent prendre des mesures contre la



réduction des femmes et des filles au rang d'objet sexuel et éliminer les messages préjudiciables au sujet de l'alcool et de la sexualité. On a démontré que les politiques qui réglementent l'accès à l'alcool, la densité des points de vente et le prix de l'alcool réduisent les taux d'agression sexuelle facilitée par l'alcool. Les politiques peuvent également lutter contre la culture qui normalise la violence sexuelle et réduire le taux de violence sexuelle facilitée par l'alcool. Bien que les mesures politiques à l'égard de l'alcool ne puissent pas prévenir tous les cas de violence sexuelle, elles contribueraient, selon des éléments probants convaincants, à leur diminution. Les implications ne sont pas réservées aux individus et aux familles, mais s'étendent aux collectivités, aux soins de santé, au système judiciaire et aux institutions publiques du Canada atlantique.

Au vu du niveau de preuve de ces mesures politiques, les recommandations suivantes sont formulées :

1. Le monde de la prévention des blessures met la priorité sur la prévention de la violence sexuelle, car il s'agit d'un problème grave pour la santé et la sécurité du public.
2. Des efforts sont consacrés pour permettre aux intervenants en prévention des blessures de mieux comprendre le rôle des politiques en matière d'alcool dans la violence sexuelle facilitée par l'alcool.
3. Les ressources et le soutien nécessaires sont mis en place pour améliorer la collecte de données sur la violence sexuelle facilitée par l'alcool.
4. Les lacunes de la recherche sont répertoriées et comblées.
5. Les démarches de prévention de la violence sexuelle facilitée par l'alcool ne servent en aucun cas à victimiser à nouveau les survivants en rejetant le blâme sur eux et en les humiliant.
6. Les démarches provinciales de prévention de la violence sexuelle incorporent des mesures qui vérifient le mode de tarification, de vente et de commercialisation de l'alcool, ainsi que le mode d'accès à l'alcool, dans le cadre de la prévention de la violence sexuelle.

## Références

- i Organisation mondiale de la Santé. (2010). Prévenir la violence exercée par des partenaires intimes et la violence sexuelle contre les femmes : Intervenir et produire des données. Genève : OMS.
- ii Ibid
- iii Abbey, A. (2011). Alcohol and sexual violence perpetration. Retrieved from [http://www.vawnet.org/applied-research-papers/print-document.php?doc\\_id=1586](http://www.vawnet.org/applied-research-papers/print-document.php?doc_id=1586)
- iv Ksir, C., Hart, C., Ray, O. (2006). *Drugs, society, and human behavior*. 11e éd. New York : McGraw Hill.
- v Abbey, A. (2011). Alcohol and sexual violence perpetration. Accès : [http://www.vawnet.org/applied-research-papers/print-document.php?doc\\_id=1586](http://www.vawnet.org/applied-research-papers/print-document.php?doc_id=1586)
- vi Cowley, A. (2013). "Let's get drunk and have sex": The complex relationship of alcohol, gender, and sexual victimization. *Journal of Interpersonal Violence* XX(X), 1-21.
- vii Statistique Canada. (2009). La victimisation criminelle au Canada, 2009. Accès : <http://www.statcan.gc.ca/pub/85-002-x/2010002/article/11340-fra.htm>
- viii Statistique Canada. (2013). Crimes selon le type d'infraction, par province et territoire (Terre-Neuve-et-Labrador, Île-du-Prince-Édouard, Nouvelle-Écosse, Nouveau-Brunswick). Accès : <http://www.statcan.gc.ca/tables-tableaux/sum-som/l02/cst01/legal50a-fra.htm>
- ix Statistique Canada. (2009). La victimisation criminelle au Canada, 2009. Accès : <http://www.statcan.gc.ca/pub/85-002-x/2010002/article/11340-fra.htm>
- x Statistique Canada. (2009). La victimisation criminelle au Canada, 2009. Accès : <http://www.statcan.gc.ca/pub/85-002-x/2010002/article/11340-fra.htm>
- xi Wilson, S. (2013). *Communication personnelle avec la Collaboration atlantique pour la prévention des blessures*.
- xii Babor, T., et coll. (2010). *Alcohol: No ordinary commodity. Research and public policy*. 2e éd. New York : Oxford University Press.
- xiii Babor, T., et coll. (2010). *Alcohol: No ordinary commodity. Research and public policy*. 2e éd. New York : Oxford University Press.
- xiv Popova, S., Giesbrecht, N., Bekmuradov, D., Patra, J. (2009). Hours and days of sale and density of alcohol outlets: Impacts on alcohol consumption and damage: A systematic review. *Alcohol and Alcoholism* 44(5), 500-516.
- xv Popova, S., Giesbrecht, N., Bekmuradov, D., Patra, J. (2009). Hours and days of sale and density of alcohol outlets: Impacts on alcohol consumption and damage: A systematic review. *Alcohol and Alcoholism* 44(5), 500-516.
- xvi Alcohol Justice. (2012). How big alcohol abuses "drink responsibly" to market its products. Accès : <http://alcoholjustice.org/images/stories/DrinkResponsiblyFinal.pdf>
- xvii Centre canadien de lutte contre les toxicomanies. (2012). Niveaux et profils de consommation d'alcool au Canada : Série sur les politiques régissant les prix de l'alcool, rapport 1 de 3. Novembre 2012. Accès : <http://www.ccsa.ca/2012%20CCSA%20Documents/CCSA-Patterns-Alcohol-Use-Policy-Canada-2012-fr.pdf>
- xviii Babor, T., et coll. (2010). *Alcohol: No ordinary commodity. Research and public policy*. 2e éd. New York : Oxford University Press.
- xix Centre canadien de lutte contre les toxicomanies. (2004). *Enquête sur les toxicomanies au Canada*.

- xx Gouvernement du Nouveau-Brunswick. (2013). Rapport de l'enquête de 2012 sur la consommation de drogues chez les élèves du Nouveau-Brunswick. Accès : <http://www.gnb.ca/0378/pdf/2013/9230f.pdf>
- xxi Gouvernement de Terre-Neuve-et-Labrador. (2013). Newfoundland and Labrador 2012 Student Drug Use Survey Highlights Report. Accès : [http://www.health.gov.nl.ca/health/publications/Drug\\_Survey.pdf](http://www.health.gov.nl.ca/health/publications/Drug_Survey.pdf)
- xxii Gouvernement de la Nouvelle-Écosse. (2013). 2012 Nova Scotia Student Drug Use Survey: Technical Report. Accès : <http://novascotia.ca/dhw/publications/Student-Drug-Use-Survey-Report.pdf>
- xxiii Poulin, C., Elliott, D. (2007). Student Drug Use Survey in the Atlantic Provinces 2007: Atlantic Technical Report. Halifax (Nouvelle-Écosse) : Communications Nova Scotia.
- xxiv Mann, R., Zalzman, R., Smart, R., et coll. (2006). Alcohol consumption, alcoholics anonymous membership, and homicide mortality rates in Ontario 1968 to 1991. *Alcohol: Clinical and Experimental Research* 30, 1743-51.
- xxv Rossow, I. (2001). Alcohol and homicide: A cross-cultural comparison of the relationship in 14 European countries. *Addiction* 96(Supplement 1), S77-92.
- xxvi Cook, P., Moore, M. (1993). Economic perspectives on reducing alcohol-related violence. Alcohol and interpersonal violence: Fostering multidisciplinary perspectives. NIAAA Research Monograph 24. Rockville (Maryland) : NIAAA. p. 193-212.
- xxvii Babor, T., et coll. (2010). *Alcohol: No ordinary commodity. Research and public policy*. 2e éd. New York : Oxford University Press.
- xxviii Foran, H., O'Leary, K.D. (2008). Alcohol and intimate partner violence: A meta-analytic review. *Clinical Psychology Review* 28(7), 1222-1234.
- xxix Cook, P., Moore, M. (1993). Economic perspectives on reducing alcohol-related violence. Alcohol and interpersonal violence: Fostering multidisciplinary perspectives. NIAAA Research Monograph 24. Rockville (Maryland) : NIAAA. p. 193-212.
- xxx Scribner, R., Mason, K., Simonsen, N., Theall, K., Chotalia, J., Johnson, S., Schneider, S., DeJong, W. (2010). An ecological analysis of alcohol-outlet density and campus-reported violence at 32 U.S. colleges. *Journal of Studies on Alcohol and Drugs* 184-191.
- xxxi Abbey, A. (2011). Alcohol and sexual violence perpetration. Accès : [http://www.vawnet.org/applied-research-papers/print-document.php?doc\\_id=1586](http://www.vawnet.org/applied-research-papers/print-document.php?doc_id=1586)
- xxxii Babor, T., et coll. (2010). *Alcohol: No ordinary commodity. Research and public policy*. 2e éd. New York : Oxford University Press.
- xxxiii Gruenwald, P. (2008). Why do alcohol outlets matter anyway? A look into the future. *Addiction* 103, 1585-1587.
- xxxiv Stockwell, T., et coll. (2011). Impact on alcohol-related mortality on a rapid rise in the density of private liquor outlets in British Columbia: A local area multi-level analysis. *Addiction*.
- xxxv Babor, T., et coll. (2010). *Alcohol: No ordinary commodity. Research and public policy*. 2e éd. New York : Oxford University Press.
- xxxvi Chaloupka, F., Grossman, M., Saffer, H. (2002). The effects of price on alcohol consumption and alcohol-related problems. *Alcohol Research and Health* 26(1), 22-34.
- xxxvii Babor, T., et coll. (2010). *Alcohol: No ordinary commodity. Research and public policy*. 2e éd. New York : Oxford University Press.
- xxxviii Babor, T., et coll. (2010). *Alcohol: No ordinary commodity. Research and public policy*. 2e éd. New York : Oxford University Press.

- xxxix Norstrom, T. (2002). Outlet density and criminal violence in Norway, 1960-1995. *Journal of Studies on Alcohol* 61(6), 907-911.
- xl Lipton, R., Gruenwald, P. (2002). The spatial dynamics of violence and alcohol outlets. *Journal of Studies on Alcohol* 63(2), 187-195.
- xli Gruenwald, P., Remer, L. (2006). Changes in outlet densities affect violence rates. *Alcoholism: Clinical and Experimental Research* 30(7), 1184-1193.
- xlii Livingstone, M. (2011). A longitudinal analysis of alcohol outlet density and domestic violence. *Addiction* 106, 919-925.
- xliii Popova, S., Giesbrecht, N., Bekmuradov, D., Patra, J. (2009). Hours and days of sale and density of alcohol outlets: Impacts on alcohol consumption and damage: A systematic review. *Alcohol and Alcoholism* 44(5), 500-516.
- xliv Chikritzhs & Stockwell. (2002).
- xliv Hahn, R., et coll. (2010). Effectiveness of policies restricting hours of alcohol sales in preventing excessive alcohol consumption and related harms. *American Journal of Preventive Medicine* 39(6), 590-604.
- xlvi Duailibi, S., Ponicki, W., Grube, J., Pinsky, I., Laranjeira, R., Raw, M. (2007). The effect of restricting opening hours on alcohol-related violence. *American Journal of Public Health* 97(12), 2276-80.
- xlvii Babor, T., et coll. (2010). *Alcohol: No ordinary commodity. Research and public policy*. 2e éd. New York : Oxford University Press.
- xlviii Callaghan, R., Sanches, M., Gatley, J., Cunningham, J. (2013). Effects of the minimum legal drinking age on alcohol-related health service use in hospital settings in Ontario: A regression-discontinuity approach. *American Journal of Public Health* 103(12), 2284-2291.
- xlix Scribner, R., Mason, K., Simonsen, N., Theall, K., Chotalia, J., Johnson, S., Schneider, S., DeJong, W. (2010). An ecological analysis of alcohol-outlet density and campus-reported violence at 32 U.S. colleges. *Journal of Studies on Alcohol and Drugs* 184-191.
- I Babor, T., et coll. (2010). *Alcohol: No ordinary commodity. Research and public policy*. 2e éd. New York : Oxford University Press.
- li Scribner, R., Mason, K., Simonsen, N., Theall, K., Chotalia, J., Johnson, S., Schneider, S., DeJong, W. (2010). An ecological analysis of alcohol-outlet density and campus-reported violence at 32 U.S. colleges. *Journal of Studies on Alcohol and Drugs* 184-191.
- lii Franklin, F., LaVeist, T., Webster, D., Pan, W. (2010). Alcohol outlets and violent crime in Washington D.C. *Western Journal of Emergency Medicine* XI(3), 283-290.
- liii Toomey, T., et coll. (2012). The association between density of alcohol establishments and violent crime within urban neighborhoods. *Alcoholism: Clinical and Experimental Research* 36(8), 1468-1473.
- liv Elder, R., et coll. (2010). The effectiveness of tax policy interventions for reducing excessive alcohol consumption and related harms. *American Journal of Preventive Medicine* 38(2), 217-229.
- lv Babor, T., et coll. (2010). *Alcohol: No ordinary commodity. Research and public policy*. 2e éd. New York : Oxford University Press.
- lvi Elder, R., et coll. (2010). The effectiveness of tax policy interventions for reducing excessive alcohol consumption and related harms. *American Journal of Preventive Medicine* 38(2), 217-229.
- lvii Elder, R., et coll. (2010). The effectiveness of tax policy interventions for reducing excessive alcohol consumption and related harms. *American Journal of Preventive Medicine* 38(2), 217-229.
- lviii Elder, R. et al. (2010). The effectiveness of tax policy interventions for reducing excessive alcohol consumption and related harms. *American Journal of Preventive Medicine*, 38(2), 217-229.
- lix Babor, T., et coll. (2010). *Alcohol: No ordinary commodity. Research and public policy*. 2e éd. New York : Oxford University Press.

- lx Wagenaar, A., Tobler, A., Komro, K. (2010). Effects of alcohol tax and price policies on morbidity and mortality: A systematic review. *American Journal of Public Health* 100(11), 2270-2278.
- lxi Wagenaar, A., Tobler, A., Komro, K. (2010). Effects of alcohol tax and price policies on morbidity and mortality: A systematic review. *American Journal of Public Health* 100(11), 2270-2278.
- lxii Elder, R. et al. (2010). The effectiveness of tax policy interventions for reducing excessive alcohol consumption and related harms. *American Journal of Preventive Medicine*, 38(2), 217-229.
- lxiii Wagenaar, A., Tobler, A., Komro, K. (2010). Effects of alcohol tax and price policies on morbidity and mortality: A systematic review. *American Journal of Public Health* 100(11), 2270-2278.
- Cook, P., Moore, M. (1993). Economic perspectives on reducing alcohol-related violence. Alcohol and interpersonal violence: Fostering multidisciplinary perspectives. NIAAA Research Monograph 24. Rockville (Maryland) : NIAAA. p. 193-212.
- lxv Cook, P., Moore, M. (1993). Economic perspectives on reducing alcohol-related violence. Alcohol and interpersonal violence: Fostering multidisciplinary perspectives. NIAAA Research Monograph 24. Rockville (Maryland) : NIAAA. p. 193-212.
- lxvi Markowitz, S., Grossman, M. (1998). Alcohol regulation and domestic violence towards children. *Contemporary Economic Policy* 16(3), 309-20.
- lxvii Grossman, M., Markowitz, S. (1999). Alcohol regulation and violence on college campuses. National Bureau of Economic Research Working Paper 7129. Cambridge (Massachusetts) : NBER.
- lxviii Grossman, M., Markowitz, S. (1999). Alcohol regulation and violence on college campuses. National Bureau of Economic Research Working Paper 7129. Cambridge (Massachusetts) : NBER.
- lxix Cook, P., Moore, M. (1993). Economic perspectives on reducing alcohol-related violence. Alcohol and interpersonal violence: Fostering multidisciplinary perspectives. NIAAA Research Monograph 24. Rockville (Maryland) : NIAAA. p. 193-212.
- lxx Institute of Medicine of the National Academies. (2006). Food marketing to children: Threat or opportunity? Washington (district fédéral de Columbia) : The National Academies Press.
- lxxi Andersen, P., de Bruijn, A., Angus, K., Gordon, R., Hastings, G. (2009). Impact of alcohol advertising and media exposure on adolescent alcohol use: A systematic review of longitudinal studies. *Alcohol and Alcoholism* 44(3), 229-243.
- lxxii Rhoades, E., Jernigan, D. (2013). Risky messages in alcohol advertising, 2003-2007: Results from content analysis. *Journal of Adolescent Health* 52, 116-121.
- lxxiii Center on Alcohol Marketing to Youth. (2004). Clicking with kids: Alcohol marketing and youth on the internet. Washington (district fédéral de Columbia) : CAMY.
- lxxiv Page, B., Cole, K. (2012). What is the nature and extent of alcohol advertising on Facebook? *Journal of Epidemiology and Community Health* 66.
- lxxv Center on Alcohol Marketing to Youth. (2011). Women, girls and alcohol. Accès : [http://www.camy.org/factsheets/sheets/Women\\_Girls\\_and\\_Alcohol.html](http://www.camy.org/factsheets/sheets/Women_Girls_and_Alcohol.html)
- lxxvi European Center for Monitoring Alcohol Marketing. (2008). Women – The new market. Trends in alcohol marketing. Accès : [http://www.eucam.info/content/bestanden/women\\_the\\_new\\_market\\_final.pdf](http://www.eucam.info/content/bestanden/women_the_new_market_final.pdf)
- lxxvii Gouvernement du Nouveau-Brunswick. (2013). Rapport de l'enquête de 2012 sur la consommation de drogues chez les élèves du Nouveau-Brunswick. Accès : <http://www.gnb.ca/0378/pdf/2013/9230f.pdf>
- lxxviii Gouvernement de la Nouvelle-Écosse. (2013). 2012 Nova Scotia Student Drug Use Survey: Technical Report. Accès : <http://novascotia.ca/dhw/publications/Student-Drug-Use-Survey-Report.pdf>
- lxxix Abbey, A. (2011). Alcohol and sexual violence perpetration. Accès : [http://www.vawnet.org/applied-research-papers/print-document.php?doc\\_id=1586](http://www.vawnet.org/applied-research-papers/print-document.php?doc_id=1586)
- lxxx American Psychological Association. (2007). Report of the APA Taskforce on the Sexualization of Girls. Accès : [www.apa.org/pi/wpo/sexualization.html](http://www.apa.org/pi/wpo/sexualization.html)

lxxxii American Psychological Association. (2007). Report of the APA Taskforce on the Sexualization of Girls. Accès : [www.apa.org/pi/wpo/sexualization.html](http://www.apa.org/pi/wpo/sexualization.html)

lxxxiii Fondation canadienne des femmes. (2013). One in five Canadians think a woman encourages sexual assault when she is drunk. Accès : <http://www.canadianwomen.org/sexualassault>

lxxxiiii Rhoades, E., Jernigan, D. (2013). Risky messages in alcohol advertising, 2003-2007: Results from content analysis. *Journal of Adolescent Health* 52, p. 118.

lxxxv Rhoades, E., Jernigan, D. (2013). Risky messages in alcohol advertising, 2003-2007: Results from content analysis. *Journal of Adolescent Health* 52, 116-121.

Rhoades, E., Jernigan, D. (2013). Risky messages in alcohol advertising, 2003-2007: Results from content analysis. *Journal of Adolescent Health* 52, 116-121.

lxxxvi Smith, K., Cukier, S., Jernigan, D. (2013). Regulating alcohol advertising: Content analysis of the adequacy of federal and self-regulation of magazine advertisements, 2008-2010. *American Journal of Public Health*. Publié en ligne le 14 novembre 2013.

lxxxvii Towns, A., Parker, C., Chase, P. (2012). Constructions of masculinity in alcohol advertising: Implications for the prevention of domestic violence. *Addiction Research and Theory* 20(5), p. 391.

lxxxviii Towns, A., Parker, C., Chase, P. (2012). Constructions of masculinity in alcohol advertising: Implications for the prevention of domestic violence. *Addiction Research and Theory* 20(5), p. 391.

lxxxix Towns, A., Parker, C., Chase, P. (2012). Constructions of masculinity in alcohol advertising: Implications for the prevention of domestic violence. *Addiction Research and Theory* 20(5), p. 391.

xc Hahn, R., et coll. (2012). Effects of alcohol retail privatization on excessive alcohol consumption and related harms: A community guide systematic review. *American Journal of Preventive Medicine* 42(4), 418-427.

xci MADD. (2013). Provincial liquor boards: Meeting the best interests of Canadians. Accès : [http://www.madd.ca/media/docs/MADD\\_Canada\\_Provincial\\_Liquor\\_Boards.pdf](http://www.madd.ca/media/docs/MADD_Canada_Provincial_Liquor_Boards.pdf)





*Le rôle* **des politiques en matière  
d'alcool** *dans* **la prévention de  
la violence sexuelle**

COLLABORATION ATLANTIQUE  
POUR LA PRÉVENTION DES BLESSURES  
**capb**