

Rapport

A l'attention de

Mission de recherche Droit et Justice

Contact :
13 place Vendôme
75042 Paris, Cedex 01

La transgression des lois règlementant l'usage de drogues **Analyse des comportements des consommateurs et essai de vérification empirique**

Directeur

Pierre KOPP

Université Panthéon-Sorbonne (Paris 1)
Paris School of Economics

Auteurs

Pierre KOPP

Université Panthéon-Sorbonne (Paris 1)
Paris School of Economics

Miléna SPACH

Université Panthéon-Sorbonne (Paris 1)

Enquêteurs

Katia Barbier

Anne Fehr

Miléna Spach

Jessica B.

Hannah K.

Mars 2014

Pr. Pierre Kopp, Département d'Economie
Université Panthéon-Sorbonne (Paris I), 106 boulevard de l'hôpital, 75013 Paris, France
Mail : pierre.kopp@univ-paris1.fr – www.pierrekopp.com
Tél : + 33 1 43 31 76 08

Table des matières

Introduction	4
Partie I – Propositions théoriques	6
A - Comportements expressifs	6
B – Coûts et bénéfices de la consommation de drogue	7
B1/ Balance coût et bénéfice	7
B2/ Facteurs d’hétérogénéité	8
Conclusion de la première partie	9
Partie II – Méthode et collecte des données	10
A – Échantillon	10
A1/ Snow ball sampling	10
A2/ Les groupes	10
B – Valorisation des décisions	11
B1/ Questions.....	11
B2/ Bénéfice.....	12
B3/ Coût.....	12
B4/ Comparaison du coût et du bénéfice.....	13
B5/ Addiction.....	13
Conclusion de la seconde partie	13
Partie 4 – Analyse des données	14
A – Statistiques descriptives des pratiques liées au cannabis	14
A1/ Consommation de cannabis et des autres drogues	14
A2/ Satisfaction des consommateurs de cannabis	14
A3/ Coût de la consommation de cannabis.....	15
A4/ Cannabis et police.....	15
A5/ Approvisionnement des consommateurs de cannabis	15
A6/ Pénal et cannabis.....	16
A7/ Santé et cannabis.....	16
A8/ Taux d’actualisation et cannabis.....	16
B – Statistiques descriptives des pratiques liées à la cocaïne	17
B1/ Consommation de cocaïne	17
B2/ Satisfaction des consommateurs de cocaïne	18
B3/ Coût de la consommation de cocaïne.....	18
B4/ Approvisionnement des consommateurs de cocaïne.....	18
B5/ Cocaïne et police	19
B6/ Cocaïne et pénal.....	19
B7/ Santé et cocaïne	19
B8/ Taux d’actualisation et cocaïne	19
C – Analyse des corrélations entre les caractéristiques des consommateurs	24
C1/ Les consommateurs de cannabis et de cocaïne sont-ils consommateurs d’autres drogues ?	24
C2/ Est-ce que la part du plaisir imputable au fait que la drogue soit interdite varie selon qu’il y ait poly consommation ou non ?.....	25
C3/ Consommation par mois de drogue et taux d’actualisation.....	25
C4/ Dépenses dans l’achat de la drogue par mois en fonction du nombre d’années de consommation	26
C5/ Est-ce que la part du plaisir imputable au fait que la drogue soit interdite diminue avec le nombre d’années de consommation ?	27

C6/ Est-ce que la part du plaisir imputable au fait que la drogue soit interdite varie avec la destruction du capital santé lié à la consommation de drogue ?	28
C7/ Est-ce qu'un consommateur de drogue demande la même somme d'argent pour ne pas consommer selon que la question est directe (en euros) ou en nombre de verres d'alcool dans un bar ?	29
C8/ Est-ce qu'un consommateur de drogue est prêt à payer plus / se déplacer plus pour ne pas avoir à faire avec la justice ?	31
Conclusion de la troisième partie.....	32
Partie 4 – Éléments d'interprétation	33
A – Transgression et répression chez les consommateurs de cannabis.....	33
A1/ La consommation de cannabis en présence de répression.....	33
A2/ La consommation sans répression	35
A3/ Comparaison des situations « sans risque de sanction et sans transgression » et « avec risque de sanction et transgression » pour les consommateurs de cannabis.....	36
A4/ Double effet de la sanction pénale sur les consommateurs de cannabis	37
B – Transgression et répression chez les consommateurs de cocaïne.....	38
B1/ La consommation de cocaïne en présence de répression.....	38
B2/ La consommation sans répression.....	39
B3/ Comparaison des situations « sans risque de sanction et sans transgression » et « avec risque de sanction et transgression » pour les consommateurs de cocaïne.....	41
B4/ Double effet de la sanction pénale sur les consommateurs de cocaïne	41
C – Comparaison des effets de la sanction pénale sur les consommateurs de cannabis et de cocaïne	42
C1/ Avec risque de sanctions pénales	42
C2/ Sans risque de sanctions pénales.....	43
Conclusion de la quatrième partie	44
Conclusion	45
Références	47
Annexes.....	48
Annexe 1 : Questionnaire	48
Annexe 2 : Théorie du consommateur.....	53

Introduction

Le présent rapport de recherche est le fruit d'une étude financée par la Mission de recherche Droit et Justice du ministère de la Justice qui visait à expliquer la transgression massive des lois règlementant la consommation des drogues à partir de l'hypothèse selon laquelle la perception inadéquate¹ de la norme judiciaire et du risque de sanction pénale, par les consommateurs, était un facteur explicatif majeur et assez peu étudié².

L'intérêt de cette recherche était de permettre de jeter un éclairage nouveau sur le design de la politique criminelle dans le domaine des stupéfiants. Il s'agissait de brosser, dans un premier temps, un cadre théorique puis de tenter de le valider par une analyse empirique auprès des consommateurs de drogues illégales³.

Le soubassement théorique de cette approche était original car il s'inscrit en rupture avec la littérature économique traditionnelle qui, depuis Becker, Grossman et Murphy⁴ (2006) tentait d'expliquer, sous un postulat de rationalité, pourquoi les individus consommaient des drogues bien qu'elles fussent illégales. Cette littérature considérait que la répression des drogues ajoutait un coût à celui constitué par le prix mais ne changeait pas les fondements du comportement des individus. Bien que victime d'une addiction, les consommateurs feraient, selon Becker et ses différents co-auteurs, des choix raisonnés. Ils arbitreraient entre les coûts et les bénéfices des drogues. Ils sauraient prendre en compte, dans leur calcul économique, les coûts futurs de la consommation de drogues (notamment en termes de santé). S'ils persistent à consommer des drogues c'est simplement par ce que leur taux d'actualisation est très faible. Ils accordent peu de valeur aux événements futurs (les maladies) et beaucoup aux événements présents (la consommation). Ils ne sortiront de la consommation de drogues que lorsque des événements extérieurs (mariage, naissance, décès d'un proche) viendront modifier le contexte de leur calcul économique. Plus récemment, des auteurs comme Gruber et Közegi (2004)⁵ ont montré que si les consommateurs de drogues étaient rationnels⁶, ils étaient également incohérents temporellement. Ce terme désigne, en économie, le fait que les individus se forgent des choix de long terme (arrêter de prendre des drogues) mais sont incapables de s'y tenir à court terme.

Le point de départ du présent travail de recherche s'appuyait sur la volonté de discuter ces deux explications qui nous semblent insatisfaisantes. La première, car elle vise essentiellement à faire entrer le comportement des consommateurs de drogues dans le moule des hypothèses fondatrices de la théorie économique et non pas à enrichir celle-ci à l'aide d'un comportement dont le

¹ Le terme « inadéquate » ne comporte pas un jugement normatif. Il décrit juste le fait que la politique publique n'est pas interprétée par certains individus dans le sens espéré par le décideur public.

² Le rapport a bénéficié de la lecture attentive de Sophie Massin, Maître de conférences à l'université d'Arras. Nous la remercions chaleureusement.

³ Notre étude sera exclusivement consacrée aux drogues illégales, ou précisément le fait que la consommation soit interdite, attribue un sens particulier au fait de transgresser la loi.

⁴ Becker G., Grossman M., Murphy K. (2006) « The Market for Illegal Goods », *Journal of Political Economy*, Vol. 114, pp. 38-60, February.

⁵ Gruber J., Koszegi B. (2004) « Tax Incidence When Individuals Are Time-Inconsistent: the Case of Cigarette Excise Taxes », *Journal of Public Economics*, 88, 1959-1987.

⁶ Savoir si l'incohérence temporelle est incompatible avec la rationalité demeure une question ouverte. Gruber et Közegi (2004) insistent sur le fait que les agents peuvent être tout en n'étant pas parfaitement rationnels car temporellement incohérents.

caractère atypique est pourtant central. La seconde, car elle corsète l'ensemble des atypismes du comportement addictif dans une et une seule variable, l'instabilité du taux d'actualisation⁷.

L'objectif poursuivi par le présent travail est donc de renouveler l'analyse économique de biens illégaux dont font partie certaines drogues. Il s'agit de s'interroger sur l'impact de la vision du monde, propre à chaque consommateur de drogue sur leur perception de la sanction pénale et donc sur leur comportement. L'idée était de montrer que certains individus accordent une valeur extrinsèque à la consommation d'un produit illégal. Le bénéfice intrinsèque qu'ils tirent de la stricte consommation d'un produit est donc augmenté du bénéfice extrinsèque d'un comportement expressif⁸ ou identitaire⁹. Le bénéfice total de la consommation de drogue peut alors être suffisamment élevé pour être supérieur au coût.

On sait que le coût de consommer une drogue illégale est égal à la somme du prix payé pour le produit, du coût probabilisé d'être arrêté et sanctionné, du coût probabilisé d'être victime de violence, du coût sanitaire engendré par les éventuelles problèmes de santé et du coût du temps passé à acheter la drogue. Il convient de poser comme hypothèse que le comportement expressif ou identitaire conduit à augmenter le bénéfice de la consommation de drogue. Un aspect important tient au fait que le comportement expressif ou identitaire peut venir diminuer la perception du coût d'être sanctionné ou même à valoriser la sanction. La politique criminelle serait alors bien en mal de freiner la consommation de drogues si les individus transforment des incitations négatives qui devraient les pousser à ne pas consommer, en incitations positives qui encouragent leur consommation. Bien évidemment tous les individus ne réagissent pas de la même manière. L'un des enjeux de ce travail est donc de vérifier si notre intuition de départ est robuste aux données empiriques et de cerner les profils d'individus qui sont les plus enclins à suivre un comportement transgressif.

Notre proposition de recherche comporte deux étapes : après une revue rapide de la littérature existante (2) nous présenterons la méthodologie et la technique de collecte des données (3) puis les résultats de notre étude empirique et leur interprétation (4 et 5). La conclusion de l'étude vérifiera si les données empiriques corroborent les hypothèses théoriques et discutera l'avenir des pistes de recherche que nous avons tracées.

⁷ La littérature technique parle de taux d'actualisation hyperbolique qui viendrait expliquer la myopie des agents (Gruber J. et Közegi B., 2004) tandis que la thèse de l'addiction rationnelle considère que le taux d'actualisation est exponentiel (Becker, G., 1988).

⁸ Au sens de Hillman A. (2010) « Expressive Behavior in Economics and Politics », *European Journal of Political Economy*, 26, 403-418.

⁹ Au sens de Akerlof G. ; Kranton R. (2000) « Economics and Identity », *The Quarterly Journal of Economics*, 115, august, 715-753.

Partie I – Propositions théoriques

Pourquoi un grand nombre d'individus, en France, transgressent la loi en consommant des drogues illicites ? L'explication que nous proposons est basée sur une analyse nouvelle du comportement de consommation de drogues, fondée sur l'idée que cette dernière vient augmenter l'identité utilitaire que les individus se forgent et renforcent par un comportement expressif. La transgression de la loi et l'exposition à la sanction pénale est alors vécue, par de nombreux consommateurs, comme un facteur renforçant leur identité. Se comporter en consommateur de drogue¹⁰ renforce leur identité et leur procure une satisfaction.

A - Comportements expressifs

Cette proposition s'inscrit dans le cadre du renouveau actuel de la science économique qui remet en cause de nombreux postulats fondateurs de cette discipline. Cette recherche est placée sous la double influence de A. Hillman (2010) et de G. Akerlof & R. Kranton (2000).

Hillman (2010) a développé une théorie du comportement expressif. Selon cet auteur, la plupart des comportements humains sont expressifs. Le comportement expressif procure de l'utilité (satisfaction) en renforçant l'identité que les individus se choisissent pour se plaire ou pour plaire aux autres. Hillman applique son modèle à des sujets très variés. Il peut expliquer pourquoi les mêmes individus porteront des vestes larges puis des vestes étroites, lorsque la mode changera, alors que, au vu de leur morphologie, il y a au moins un type de veste qui ne leur va pas. Hillman a toutefois surtout développé ses recherches dans le domaine des comportements électoraux expliquant ainsi pourquoi des individus choisissent souvent de voter pour des politiciens qui, s'ils étaient élus, nuiraient aux intérêts des électeurs qui les ont précisément choisis.

Les travaux de G. Akerlof et R. Kranton tentent d'intégrer les phénomènes identitaires dans l'analyse économique standard. Ces auteurs s'attèlent à la tâche d'enrichir la fonction d'utilité traditionnelle, chère aux économistes en y ajoutant un argument supplémentaire, celui de l'utilité identitaire¹¹. Akerlof et Kranton s'appuient sur trois concepts fondamentaux : les catégories sociales, les normes et les idéaux, et enfin celui de l'utilité identitaire. L'appartenance d'un individu à telle ou telle catégorie sociale définit son identité¹². L'individu va généralement également ranger les autres individus dans des catégories sociales. Chaque catégorie renvoie à des normes et à des idéaux qui, ensemble, prescrivent les attitudes et les comportements à adopter. Lorsque

¹⁰ Nous distinguerons ultérieurement les différentes drogues.

¹¹ Les auteurs expliquent les raisons qui poussent à prendre en compte le rôle de l'identité et plus largement des normes dans les phénomènes économiques. Essentiellement, il s'agit de dépasser l'analyse béckerienne consistant à postuler certaines préférences spécifiques (par exemple, un goût pour la discrimination) pour expliquer différents phénomènes socioéconomiques. Akerlof et Kranton relèvent que le problème de cette approche est que les préférences sont fixes et que, par conséquent, ce sont toujours des variables économiques (le prix et le revenu) qui vont expliquer les différences de comportement. Mais c'est faire abstraction d'une impressionnante littérature en sociologie, anthropologie et psychologie sociale qui montre comment les normes sociales peuvent orienter les comportements, indépendamment des incitations économiques en présence. L'ambition de Akerlof et Kranton est de combler ce vide dans l'analyse économique en s'appuyant de manière extensive sur les résultats empiriques issus des autres disciplines en sciences sociales, et en les intégrant dans un cadre théorique standard.

¹² Un même individu peut bien entendu appartenir à plusieurs catégories sociales simultanément (ex : être un homme et être un travailleur impliqué – un "insider" dans la terminologie de Akerlof et Kranton).

l'individu se conforme aux prescriptions correspondant à son identité, il gagne en utilité, la réciproque étant vraie.

Il nous semble que les théories du comportement expressif et de l'identité utilitaire peuvent être appliquées au cas de la drogue. Ce cadre théorique conduit à considérer que les individus qui consomment des drogues le font car cette dernière leur procure, d'une part, un bienfait¹³ (comme toute autre consommation), mais également un plaisir tiré du fait de se comporter de manière transgressive.

B – Coûts et bénéfices de la consommation de drogue

Si cette approche est exacte, il est plausible que les bénéfices de la consommation de drogue excèdent largement les coûts. Inutile de mobiliser pour cette démonstration les failles des procédures d'actualisation, comme le font Becker¹⁴, d'une part, ou Gruber et Közegi, d'autre part.

B1/ Balance coût et bénéfice

Notre explication est plus directe : la supériorité des bénéfices sur les coûts s'expliquerait par le rôle contre-productif de la politique criminelle qui serait mal interprétée par une partie de la population. La politique criminelle est censée faire pencher la balance qui compare les coûts et les bénéfices, du côté du coût afin de décourager les comportements condamnés par la loi. Elle semble être prise en défaut et jouer de manière contre-productive, du moins pour certains individus.

Pour préciser cette hypothèse, il convient de revenir sur le contenu des deux plateaux de la balance.

Du côté du coût, il faut prendre en compte le coût complet de la consommation de drogue qui est constitué par le prix de la drogue, le temps passé à s'approvisionner, le coût d'être éventuellement victime de violence de la part d'un autre acheteur ou d'un vendeur et, bien sûr, le coût probabilisé du risque d'être arrêté et enfin le coût probabilisé d'être victime d'une maladie engendrée par les drogues. La menace de la sanction pénale constitue donc une composante centrale du coût complet de la drogue.

Lorsque le coût probabilisé d'être sanctionné est assez faible, notamment parce que la probabilité d'être arrêté pour consommation de drogue est assez faible et également parce que les sanctions sont, en moyenne, peu élevées, la menace de la sanction pénale constitue, pour certains consommateurs, plutôt une incitation à consommer qu'une désincitation. En effet, en nimbant la consommation d'une aura transgressive, l'utilité identitaire qu'en tirent les consommateurs s'élève.

¹³ La proposition peut sembler choquante. Du point de vue de l'individu, il est pourtant évident que le consommateur de drogue tire un *plaisir* de sa consommation, même si ce plaisir peut se réduire à éviter le *déplaisir* du manque engendré par l'addiction.

¹⁴ Il est exact que notre approche n'est pertinente que pour les drogues illégales alors que celle de la littérature de l'addiction rationnelle explique la formation des habitudes et couvre donc également les drogues légales.

Du côté du bénéfice, il convient de prendre en compte la satisfaction que les consommateurs de drogues tirent de leur choix. Cet aspect a été mesuré de manière assez schématique (Kopp et Fenoglio, 2011)¹⁵ en s'appuyant sur les règles du calcul économique. Ces calculs sont assez décevants. Pour les mener à terme, il convient de multiplier les hypothèses simplificatrices. Nous proposons de suivre une autre piste qui consiste à évaluer les bénéfices de la consommation de drogue à partir des déclarations mêmes des consommateurs. Nous allons donc mener une esquisse d'évaluation contingente du comportement des consommateurs de drogues afin de faire émerger, à partir de leurs déclarations, la quantité de bénéfices qu'ils tirent de la consommation intrinsèque de drogues et la quantité de bénéfices extrinsèque que leur procure le fait de se livrer à un comportement qui renforce leur identité utilitaire.

Nous disposerons ainsi d'une analyse renouvelée des coûts et des bénéfices de la consommation de drogues. Restera à comparer ces deux grandeurs. Notre hypothèse est que, pour de nombreux groupes de consommateurs, les bénéfices seront supérieurs aux coûts car ces derniers interprètent, à l'envers, le message porté par la sanction pénale.

B2/ Facteurs d'hétérogénéité

Plusieurs aspects de notre proposition méritent d'être éclairés.

- Premièrement, il est plausible que notre proposition soit vraie, si et seulement si, la menace de sanction pénale est faible (en coût et en probabilité)¹⁶. La gravité de la sanction et la probabilité d'être arrêté n'est pas exogène à la taille du groupe des transgresseurs. La théorie de Mancur Olson (1965)¹⁷ du tipping point s'applique. Lorsque très peu d'individus transgressent la loi, le coût de la transgression est élevée. Le consommateur de drogue qui est arrêté ne peut pas compter sur un soutien d'un réseau d'avocats et d'associations. La sanction pénale est forte et appliquée avec rigueur. En revanche, lorsque le nombre de transgresseurs augmente, ils peuvent bénéficier d'un plus grand soutien, au cas où ils seraient sanctionnés par la justice. Le calibrage des peines et leur application suit également les changements de la société et tend à s'adoucir avec le nombre de consommateurs. Donc, si les peines encourues pour des faits de consommation de drogues sont faibles (i.e. le nombre de consommateurs est élevé), la consommation acquiert une valeur identitaire forte et la menace de sanction est trop faible pour constituer un coût qui contrebalance ce bénéfice.
- Deuxièmement, les consommateurs (effectifs et potentiels) sont hétérogènes. Ils se distinguent notamment selon leurs goûts pour les drogues, leur crainte de la sanction, le bénéfice identitaire qu'ils attribuent à la transgression. Nous devons donc constituer, à partir des réponses à notre enquête empirique, plusieurs groupes aux comportements différents.

¹⁵ Kopp P., Fenoglio P. (2011), « Les drogues sont-elles bonnes pour la France ? », *Revue Economique*, 62 (5), septembre.

¹⁶ Obradovic I. (2012), La pénalisation de l'usage de stupéfiants en France au miroir des statistiques administratives. Enjeux et controverses. *Déviance et Société*, 36(4), p. 441-469.

¹⁷ Olson M. (1965) « *Logic of Collective Action* », Harvard University Press, 1965 (1971 2nd ed.). Traduction française : *Logique de l'action collective*, préface de Raymond Boudon, PUF, 1978 (2e éd. 1987)

- Troisièmement, les consommateurs ne réagissent pas de la même façon à toutes les drogues. Les unes sont perçues comme peu dangereuses et les autres comme très dangereuses. Les unes sont à la mode, les autres, le furent. Il n'existe pas de bonnes explications des modes dans le domaine des drogues. Mis à part les intéressants travaux de Behrens et Tragler¹⁸ qui décrivent les épidémies de drogues en insistant sur le rôle du mimétisme et de l'information, l'analyste reste dépourvu. Il est plausible que les composantes expressives et identitaires de la consommation des drogues soient très différentes d'une drogue (cannabis) à l'autre (héroïne). Il est possible que notre analyse des consommateurs apporte des lumières sur ce point. Il est toutefois à craindre que nous puissions saisir en coupe instantanée la contribution de chaque drogue à l'identité mais que nous demeurions ignorants des processus de changements dynamiques.

Conclusion de la première partie

En conclusion, le lien entre l'addiction et le comportement expressif et l'identité utilitaire devra être précisé au cours de notre travail. En effet, une partie de la consommation de drogue est dictée par un besoin addictif. Nous avons déjà examiné cette question dans des travaux précédents (Kopp, 2006)¹⁹. Peut-on encore parler de comportement expressif, si la consommation répétée de drogue prive le sujet de la possibilité de choisir de consommer ou pas ? Quelle part reste-il à l'identité et à « l'expressionnisme » lorsque l'addiction est installée ? Nous pensons pouvoir montrer que l'addiction ne gomme pas entièrement ces moteurs comportementaux. Pour ce faire, nous comparerons les attitudes rapportées par les consommateurs des différentes drogues que nous avons interrogés lors de notre étude empirique. Nous nous appuierons aussi sur la comparaison des réponses des consommateurs qui commencent leur carrière et celles des consommateurs chevronnés.

Du point de vue théorique, notre projet est assez ambitieux puisqu'il constitue la première pierre d'un travail destiné à fonder une explication générale des liens qu'entretiennent l'identité et le comportement expressif et le comportement addictif.

¹⁸ Behrens D. et Tragler G. (2001), « The Dynamic Process of Dynamic Modelling : the Cocaine Epidemic in the United States of America », *Bulletin on Narcotics*, vol. LIII, n° 1, 2.

¹⁹ Kopp P. (2006), *Économie de la drogue*, Repères, La Découverte.

Partie II – Méthode et collecte des données

Nous proposons de vérifier la plausibilité de notre proposition théorique par une étude empirique. À cette fin nous avons mené une série d'interviews de consommateurs de cannabis et de cocaïne afin de cerner leurs motivations²⁰. Nous avons suivi la méthodologie de l'analyse contingente qui permet d'attribuer des valeurs monétaires à des comportements, afin de mesurer l'intensité des motivations. Le lecteur trouvera en Annexe 1, le questionnaire qui a été utilisé.

A – Échantillon

L'échantillon sur lequel nous avons travaillé ne peut pas prétendre à la représentativité. Il constitue une première étape qui tente de vérifier des hypothèses. Si ces dernières s'avèrent intéressantes il conviendra de relancer une étude empirique plus complète. L'échantillon est constitué de 59 consommateurs de cannabis et 57 consommateurs de cocaïne soit 116 personnes.

A1/ Snow ball sampling

Nous avons procédé en suivant la technique d'un échantillon *boule de neige*²¹. Nous sommes averti que l'échantillonnage par *boule de neige*, même s'il est très courant, fait courir le risque d'obtenir des résultats contingents, c'est-à-dire, liés à l'échantillon et donc, non généralisables. Notre étude est exploratoire ; obtenir des résultats probants lors de cette première exploration devrait conduire à réitérer l'enquête de manière plus large afin d'obtenir des résultats de plus grande portée. Ceci constituera une seconde étape non couverte par le présent projet.

L'échantillonnage par *boule de neige* consiste à recruter un premier groupe de répondants et à leur demander, à l'issue de l'entretien, d'établir pour l'enquêteur, un contact avec un autre répondant potentiel.

A2/ Les groupes

Les points d'entrée ont été constitués autour des personnes auxquelles chaque enquêteur a accès. Sommairement on peut distinguer cinq groupes correspondant plus ou moins à chacun des enquêteurs. Le premier est constitué de personnes issues d'une commune périphérique, au Nord de Paris, très populaire, et connue pour être un lieu de trafic ; le second, d'individus provenant d'une commune immédiatement au sud du périphérique, en voie de gentrification ; le troisième, d'un groupe de consommateurs parisiens plus âgés dans les milieux du luxe et de la mode, le quatrième de personnes issues du milieu de la nuit et des pratiques à risques le cinquième d'étudiants et de jeunes professionnels.

²⁰ Certains des enquêteurs préfèrent rester dans l'anonymat.

²¹ Les méthodes d'échantillonnage non probabilistes ne s'appuient pas sur le hasard pour sélectionner les individus d'une population. Les échantillons ainsi constitués ne sont donc pas probabilistes et, de ce fait, on ne peut leur appliquer la notion de marge d'erreur statistique. Autrement dit, on ne connaît pas le niveau de précision des estimations ainsi produites. Ils présentent toutefois d'autres avantages, comme ceux d'être peu coûteux, rapides et faciles à utiliser. Dans le cas de l'échantillon « boule de neige » appelé aussi échantillon par réseau, les individus sont sélectionnés en fonction de leurs liens avec un « noyau » d'individus. On se base par exemple sur les réseaux sociaux, les amitiés, les relations d'affaires, etc. pour recruter de nouveaux sujets.

Les enquêteurs n'ont pas payé les répondants et n'ont pas consommé de substances illégales en leur compagnie. En revanche, les enquêteurs ont parfois fixé leurs rendez-vous dans des cafés ou des bars, où ils ont réglé les consommations avec largesse.

B – Valorisation des décisions

Les questions posées aux répondants sont d'ordre quantitatif et suivent la méthodologie des études contingentes²². Cette méthodologie consiste à interroger les individus sur la valeur qu'ils attribuent à des biens ou services qu'ils ne payent pas²³. Tout l'intérêt de l'analyse contingente est de mesurer (en prix) la valeur que les gens attribuent à une situation²⁴. On peut ensuite comparer cette valeur au coût qui serait nécessaire de consacrer à la mise en œuvre du changement permettant d'atteindre cette situation. Si le coût du changement est inférieur au bénéfice, alors le décideur public devrait le mettre en œuvre²⁵.

Il est très important de ne pas demander aux individus combien ils seraient prêts à payer pour obtenir ceci ou cela. En effet, si on pose des questions labélisées en unités monétaires, plusieurs biais fausseront les réponses. Premièrement, la contrainte de revenu pousse les individus à déclarer ne pas être prêt à payer plus que ce dont ils disposent. Deuxièmement, les individus adoptent des comportements stratégiques : les individus ne révèlent pas la vraie valeur afin d'éviter qu'on leur fasse (lorsque le service sera mis en œuvre) payer trop cher. Le point décisif pour le succès d'une analyse contingente est donc de choisir une unité de mesure (proxy des prix) qui réduise les biais²⁶.

B1/ Questions

Précisons à présent les questions que nous avons posées aux répondants. Nous ne souhaitons pas administrer un questionnaire trop large précisant la nature des usages de drogues et leur contexte. Ce type de travaux a été mené avec succès par les ethno sociologues et également par l'OFDT, en France.

Notre objectif était de nous focaliser sur des questions qui permettent de préciser, pour les consommateurs, la valeur que les individus accordent à la consommation de drogues et l'ampleur des coûts qui lui sont associés. Nous avons donc interrogé les répondants, sur leur consommation

²² L'évaluation contingente est une technique économétrique de sondage destinée à révéler la valeur attribuée à certains biens ou ressources, comme des monuments historiques ou des sites naturels. La consommation de ces biens fournit une utilité, mais il est impossible de leur assigner un prix, et, partant, une valeur de marché. Par exemple, nous pouvons apprécier de voir la propreté des eaux de la Seine améliorée, mais il est difficile de dire à quel montant monétaire cela équivaut. Les études d'évaluation contingente constituent une technique pour mesurer indirectement ce type de valeur.

²³ En économie de la santé, on mène ce type d'études, par exemple, pour évaluer le bienfait d'une rééducation post opératoire. On demande aux individus combien de temps ils sont prêts à consacrer à une rééducation qui leur permettrait d'augmenter leur confort de vie de 1 à 10.

²⁴ Il peut s'agir de la valeur attribuée à l'existence d'un musée, d'une réserve naturelle, du silence, etc.

²⁵ Exemple, quelle valeur les individus accordent au fait d'avoir une chambre individuelle après une opération de type donné. Cette valeur doit être comparée au coût de fournir cette chambre.

²⁶ Par exemple, pour mesurer comment les individus valorisent le fait de s'asseoir dans le métro plutôt que de voyager debout, on leur demande combien ils sont prêts à attendre pour prendre un métro avec des places assises libres. Lors du dépouillement des questionnaires, on convertit les réponses des individus en unités monétaires. Dans le cas, du métro, en prenant la valeur du temps (salaire horaire) on peut approximer la valeur que les individus apportent au fait de s'asseoir dans le métro.

de chaque drogue (en précisant la fréquence). Le lecteur trouvera en Annexe 1, le questionnaire qui a été administré.

B2/ Bénéfice

Pour chaque drogue nous avons tenté d'identifier les bénéfices tirés par les consommateurs de leur consommation de drogues. Ces bénéfices se divisent en deux, ceux intrinsèques retirés de la consommation du produit et ceux extrinsèques engendrés par le comportement expressif de renforcement de l'identité utilitaire. Il convient donc de bâtir un questionnaire qui permette de séparer ces deux aspects.

À titre d'illustration prenons le cas de la question « Vous consommez de la drogue X. Si elle était légale, pensez-vous que sa consommation, à prix identique, vous procurerait plus ou moins de satisfaction (en %) ? » Une telle question permet de distinguer les consommateurs qui tirent de l'utilité du comportement expressif et les autres. Une seconde question vient préciser le poids de ce comportement : quelle est la part du plaisir de consommer de la drogue X que vous associez au fait qu'elle est interdite ?²⁷.

Il convient ensuite, de mesurer la satisfaction globale tirée par la consommation de drogues. Pour chaque drogue, nous avons demandé aux consommateurs de quantifier le plaisir qu'ils éprouvent lors de la consommation. Nous avons posé une question du type combien de consommations dans un bar demanderiez-vous à recevoir en échange du joint de cannabis (ligne de cocaïne) que vous prenez ?

B3/ Coût

Une autre partie du questionnaire est destinée à préciser le coût complet de la consommation de drogue. Nous avons questionné les individus sur le temps qu'ils consacrent à se ravitailler, la probabilité qu'ils attribuent au fait d'être victime de violence, d'être arrêté.

Des questions comme « Combien de minutes supplémentaires êtes-vous prêts à vous déplacer pour faire votre achat de drogue afin d'être certain de n'avoir aucun risque d'être interpellé ? » ont été utilisées à cette fin. Une question comme « A temps égal, afin d'éviter les risques, préférez-vous payer plus cher et être livrés à domicile, plutôt que d'acheter dans la rue ? » permet d'éclairer la perception que les consommateurs se font de la violence régnant parfois sur les marchés. Enfin, une question permet de valoriser les coûts de santé. « De quel pourcentage la consommation de drogue diminue ou augmente la qualité de votre état de santé ? ». Ces questions ont déjà été utilisées lors d'enquêtes qui ont marqué la littérature sur la consommation de tabac (Chaloupka et ali. (2002)²⁸ et Viscusi et ali. (2011)²⁹).

En suivant la méthode de l'évaluation contingente, nous compilons les réponses et sommes en mesure de reconstituer le coût complet de la consommation de drogue.

²⁷ Cette question peut être posée directement (en %) ou sur une échelle.

²⁸ Chaloupka, F. ; The-Wei H. ; Warner K. ; Rowens J. ; Yurekli A. (2002), « The Taxation of Tobacco Products, in Tobacco Control In Developing Countries », Prabhat J. et Chaloupka F., éditeurs, The World Bank, Oxford University Press.

²⁹ Viscusi K. (2011), « Tobacco Regulation through Litigation: The Master Settlement Agreement », with Joni Hersch, in Daniel Kessler, ed., « Regulation versus Litigation: Perspectives from Economics and Law » (Chicago: University of Chicago Press), pp. 71-101.

B4/ Comparaison du coût et du bénéfice

Grâce à notre étude, nous pourrions alors calculer le coût et le bénéfice de la consommation de drogue, et serons en mesure de constituer des groupes de consommateurs en utilisant la présence de bénéfices extrinsèques liés aux comportements expressifs et à l'utilité identitaire comme clef de constitution des groupes.

B5/ Addiction

Mesurer le degré d'addiction des individus consommateurs de drogues n'est pas chose aisée. Nous tentons une mesure subjective, c'est-à-dire telle qu'elle est perçue par les individus eux-mêmes. Nous décomposerons l'addiction en deux composantes la dépendance et l'accoutumance. La dépendance décrit le fait que les individus ne peuvent pas se passer de drogues et l'accoutumance, le fait qu'ils ont besoin de quantités croissantes pour obtenir la même satisfaction. Nous souhaitons aussi suivre la piste proposée par Gruber et Koszegui (2004) qui établissent un lien entre le degré d'addiction et l'intensité du regret formulé par les consommateurs. Une première question « Regrettez-vous d'avoir commencé à consommer des drogues ? » permet de préciser ce point. Afin, de tenter une mesure de ce regret nous utiliserons une échelle de mesure de type Rosser³⁰. Nous avons également demandé aux répondants « Á combien de jours, semaines, mois de vacances renoncerez-vous pour n'avoir jamais commencé à consommer la drogue X ? »³¹. Enfin, nous avons examiné le désir des consommateurs d'arrêter de consommer. La première question est binaire : oui ou non voudriez-vous arrêter de consommer de cette drogue ? Puis, nous avons posé une question quantifiable : « Combien d'heures, en dehors de vos heures de travail, accepteriez-vous de consacrer, par semaine à un soin dont vous penseriez qu'il est efficace³²? » Ces quelques questions visent à isoler la valeur que les individus accordent à leur regret en l'encadrant par la *willingness to pay* et la *willingness to avoid*³³.

Conclusion de la seconde partie

Une fois précisées les modalités de collectes des données et les principes économique sous-jacents à leur organisation, il convient, dans la section suivante de présenter nos résultats.

³⁰ Voir la revue de littérature de Corten, P.H. (1998), Le concept de qualité de vie vu à travers la littérature anglo-saxonne, *L'Information Psychiatrique* 1998; 9: 922-932. L'échelle de Rosser permet de mesurer la perception que les individus se font de leur état de santé. Voir : Patrick, D.L., Erickson, P. "Assessing Health Related Quality of Life for Clinical Decision Making." *Quality of Life: Assessment & Application*. Ed. S.R. Walker & R.M. Rosser. MTP Press Limited, 1987. 9-49.

³¹ Idem note 7. Question sans réelle portée pour les jeunes, les chômeurs, etc.

³² Idem note 7 et 8.

³³ La littérature sur les études contingentes montre que les individus ne répondent pas de la même façon à la question « quelle valeur accordez vous à la création d'une crèche en face de chez vous » lorsqu' n'y a pas de crèche et « combien êtes vous prêt a payer pour éviter la fermeture de la crèche, en face de chez vous ». La dissonance tient à l'effet de richesse (Boardman, A., Greenberg, D., Vinning A., Weimer, D. (2006), « *Cost-Benefit Analysis* », (3nd. Edition), New Jersey: Prentice Hall.

Partie 4 – Analyse des données

Dans cette section nous présentons les données issues de notre enquête empirique. Volontairement, nous avons repoussé aux développements des sections suivantes de ce rapport, les interprétations que l'on peut éventuellement avancer. Nous nous sommes contentés de livrer les statistiques de la manière la plus neutre possible.

A – Statistiques descriptives des pratiques liées au cannabis

A1/ Consommation de cannabis et des autres drogues

Notre échantillon de 59 consommateurs de cannabis est âgé de 18 à 52 ans et les âges moyen et médian sont proches de 27 ans. L'échantillon est essentiellement masculin (66 %). L'âge moyen et médian de l'initiation au cannabis est 15 ans, pour un minimum à 11 ans et un maximum à 22 ans. En moyenne, les personnes interrogées consomment plus d'une fois par semaine. La consommation est généralement (81 %) effectuée en groupe mais le groupe peut être constitué de deux personnes.

La dépense moyenne mensuelle consacrée au cannabis est de 105 euros, pour une médiane de 65 euros, ce qui nous renseigne quant à la présence d'un petit nombre de valeurs de dépenses très élevées. La concentration des dépenses mensuelles autour de la moyenne est attestée par l'écart moyen (82,3) et l'écart type (115,8). Au maximum, certains consommateurs peuvent dépenser jusqu'à 600 euros par mois en cannabis. 88 % des individus consomment ou ont consommé tous les jours du cannabis, pour une durée moyenne de 7,3 années. Certains individus consomment ou ont consommé quotidiennement du cannabis pendant 20 ans, ce qui correspond aux sujets les plus âgés de l'échantillon. Concernant la poly-consommation, 20 % des consommateurs de cannabis consomment une autre drogue illégale (donc 80 % ne consomment que du cannabis).

A2/ Satisfaction des consommateurs de cannabis

22 % des consommateurs de cannabis regrettent d'avoir commencé cette consommation. 88 % n'ont pas de regret. 61 % des personnes ont initié au moins une autre personne à la consommation de cannabis et parmi elles, 22 % le regrettent. Pour 63 % des consommateurs, le plaisir associé au cannabis aurait été identique si la drogue avait été légale, mais 37 % d'entre eux estiment que le plaisir aurait été différent³⁴ si la drogue était légale. 4,6 % du plaisir de consommer provient du caractère illégal de la drogue.

Lorsqu'on demande aux consommateurs de cannabis combien de verres d'alcool il convient de leur offrir pour qu'ils renoncent à consommer un joint de cannabis durant une soirée où ils seraient présents, on obtient, en moyenne, un peu moins d'un verre d'alcool dans un bar (environ 10 euros) soit 9 euros³⁵. On en déduit que l'utilité du cannabis (voir Annexe 2) est de 9 euros et que, dans le cadre de cet échange, le surplus du consommateur est identique, entre l'alcool et le cannabis. Une autre façon d'interpréter la réponse est de supposer que les deux produits sont des

³⁴ La question est mal formulée et nous ne pouvons savoir si le plaisir est plus grand ou moins grand. Mais la question suivante nous éclaire.

³⁵ On a préféré poser la question du prix du renoncement au cannabis en mobilisant une autre variable (l'alcool, pour éviter les effets d'ancrage). Du fait que les sommes en jeu sont très faibles, il aurait été possible de poser la question directement.

substituts. Il s'agit d'une hypothèse assez forte. On fumerait du cannabis et on boirait de l'alcool pour obtenir un effet analogue. Alors, le taux de substitution de presque un pour un suggère qu'un joint de cannabis engendre le même effet qu'un verre d'alcool.

Les consommateurs de cannabis considèrent, en moyenne, qu'ils perdraient 9% de leur entourage amical s'ils arrêtaient de consommer. 50 % des répondants affirment qu'ils ne perdraient aucun ami dans leur entourage.

A3/ Coût de la consommation de cannabis

Les consommateurs de cannabis payent en moyenne 6,8 euros le gramme et le prix médian est de 6 euros. Certains payent le gramme de cannabis 3,5 euros tandis que d'autres individus payent jusqu'à 10 euros le gramme.

En moyenne ils sont prêts à accepter une augmentation du prix de 5 euros soit 73 % d'augmentation pour obtenir une drogue de meilleure qualité. 50 % des répondants ne sont prêts à payer que 3 euros supplémentaires au maximum pour une telle amélioration, soit 50 % d'augmentation du prix. 2,2 % des personnes seraient contraintes de diminuer leur consommation si le prix augmentait. 25 % des consommateurs sont prêts à revendre de petites quantités de drogues et 2 % consentent à avoir un rapport sexuel en échange de drogue³⁶.

A4/ Cannabis et police

33% des consommateurs de cannabis ont déjà été incité par un policier à dénoncer un consommateur ou un dealer. 11 % ont déjà été dénoncé. 28 % disent avoir été victimes de violence de la part des policiers, 25 % pensent faire l'objet de fréquents contrôles d'identité et 61 % ont déjà vu des policiers saisir et détruire une petite quantité de drogues trouvée sur eux.

A5/ Approvisionnement des consommateurs de cannabis

Les acheteurs de cannabis procèdent, en moyenne, à des achats de 11,3 grammes. 50% de l'échantillon achètent moins de 10 grammes³⁷ par achat. De rares consommateurs achètent par 100 grammes, tandis que d'autres n'effectuent que de petits achats (1,5 gramme). En moyenne ils consomment 23,75 grammes par mois bien que 50 % de l'échantillon consomme moins de 10 grammes par mois. En moyenne l'achat le plus important jamais effectué est de 324 grammes. La moyenne est tirée vers le haut par le fait qu'un consommateur déclare avoir acheté 7 kilogrammes. La médiane de l'échantillon est plus représentative avec un achat maximum de 87,5 grammes. Respectivement 70 % et 77 % de l'échantillon a été arnaqué sur le prix et sur la quantité. 21 % des acheteurs ont été exposés à la violence et 39 % ont déjà vu une arme chez un vendeur de drogues. 6,89 % des individus ont déjà été interpellés par la police, 6,63 % placés en garde à vue, et 4,88 % condamnés.

³⁶ Nous avons vérifié que le pourcentage de réponses positives est le même pour les hommes et pour les femmes.

³⁷ Non pesé.

A6/ Pénal et cannabis

En moyenne les consommateurs seraient prêts à consacrer 27 minutes de plus à leur achat de cannabis pour éviter d'être l'objet de violence³⁸. 50 % de l'échantillon est prêt à effectuer 30 minutes supplémentaires pour ne pas être violenté. Les individus sont prêts à accepter une augmentation en moyenne du prix de 15 % afin d'éviter la violence, mais 50 % de l'échantillon est prêt à accepter une augmentation du prix de 9 % maximum.

Pour éviter de se faire confisquer la drogue les individus sont prêts à consacrer 34 minutes de plus à leur approvisionnement. La médiane est de 30 minutes. Les individus sont en moyenne prêts à payer 12,6 % plus cher pour éviter de se faire confisquer la drogue, mais 50 % ne paierait pas plus de 10 %. En moyenne les individus sont prêts à sacrifier 39 minutes pour éviter une garde à vue, et la moitié de l'échantillon ne sacrifierait pas plus de 30 minutes.

Les individus sont enclins à accepter une augmentation du prix de 23,75 % pour éviter d'aller au tribunal et la médiane est à 10 %. En moyenne les individus sont prêts à passer 2,187 minutes de plus à faire leur achat pour éviter d'aller en prison mais ce chiffre est tiré vers le haut par un consommateur très averse au risque. La médiane des consommateurs indique que 50% des individus sont prêts à passer 60 minutes supplémentaires à faire leurs achats de cannabis pour éviter d'aller en prison.

A7/ Santé et cannabis

En moyenne, les consommateurs de cannabis considèrent que leur capital santé est dégradé de 11,3 % du fait de leur consommation, pour une médiane à 10 %. Certains déclarent une dégradation de leur capital santé de 0 tandis que d'autres l'estiment à 50 %. En comparaison, ces consommateurs pensent que leur usage d'alcool dégrade leur capital santé de 10 % et celui du tabac de 18,7 %. Les médianes sont respectivement de 10% et de 15 %. 25 % des consommateurs de cannabis ont déjà consulté un médecin pour un problème de consommation de drogue (pas nécessairement le cannabis), 63 % ont déjà été malade avec une drogue et 19 % ont déjà appelé le médecin ou des amis car ils se sentaient mal.

A8/ Taux d'actualisation et cannabis

La procédure d'actualisation consiste à exprimer la valeur présente (aujourd'hui) d'un montant qui ne sera perçu que plus tard (demain). La préférence pour le présent indique que les individus préfèrent un montant de x euros aujourd'hui plutôt que ce même montant mais demain. Combien faut-il leur donner pour qu'ils acceptent d'attendre demain ? La formule suivante indique le lien entre une récompense remise aujourd'hui R_a et une récompense R_d , plus importante, mais remise plus tard, $R_a = \frac{R_d}{(1+r)^n}$, où r indique le taux d'actualisation et n le nombre d'années séparant les deux événements. Ainsi, si r vaut 2 %, ce qui

³⁸ On peut s'interroger si les résultats sont différents entre les consommateurs qui ont déjà été victimes de violence et les autres. La réponse est non. Les consommateurs qui ont déjà été victimes de violence ou d'interpellation ou de GAV déclarent quasiment le même temps ou somme monétaire que ceux qui n'en n'ont pas été victimes. Plus précisément, pour les petites sanctions (ne pas être violenté, pas de confiscation), ils déclarent des sommes légèrement inférieures mais très proches. Pour des sanctions plus lourdes (GAV), ils sont légèrement au dessus. (La GAV n'est pas une sanction mais une décision de procédure).

est la valeur conventionnelle utilisée³⁹ (Quinet, 2013) et n vaut une année, alors la promesse de remettre 100 euros dans un an à un individu vaut aujourd'hui, pour ce dernier, 98 euros. Dit autrement, $R_a = R_a(1 + r)^n$ c'est-à-dire qu'il faut promettre 102 euros à un individu pour qu'il accepte d'attendre un an plutôt que de recevoir 100 euros maintenant. Rappelons, que les calculs d'actualisation doivent être corrigés de l'inflation ; le précédent exemple se déroulant dans un monde où les prix seraient stables.

En moyenne les individus ne sont prêts à renoncer à 10 grammes de cannabis maintenant que contre 12,13 grammes dans une semaine. La médiane du groupe exigerait 11 grammes. La dispersion est assez importante et l'individu le plus impatient exigerait 20 grammes dans une semaine pour renoncer à 10 grammes aujourd'hui.

55 % des consommateurs de cannabis n'arrêteraient pas de consommer si le cannabis connaissait une augmentation de 20 euros vers 25 euros (2,5%). Dans 78 % des cas le consommateur qui était parti acheter du cannabis à 20 euros le gramme et qui se le voit proposer à 25 euros ne renonce pas à son achat.

Pour la moyenne de l'échantillon, une fois rentré d'effectuer un achat, il faut offrir un prix 158% plus élevé que le prix d'achat pour que le consommateur soit prêt à revendre. Ce résultat est tiré vers le haut par quelques acheteurs qui exigent un prix très élevé pour sacrifier leur achat. La médiane est plus significative et indique qu'il faut un surprix de 40 % pour décider le consommateur à revendre.

B – Statistiques descriptives des pratiques liées à la cocaïne

B1/ Consommation de cocaïne

L'âge de notre échantillon de 57 consommateurs de cocaïne est compris entre 20 et 56 ans, l'âge moyen et médian sont proches de 30 ans. L'échantillon est essentiellement masculin (73 %). Les âges moyen et médian de l'initiation sont aux alentours de 21 ans : l'âge minimum est 12 ans et maximum 37 ans. La consommation est généralement (86 %) effectuée en groupe mais le groupe peut être constitué de deux personnes.

La dépense moyenne mensuelle en cocaïne est de 193 euros, pour une médiane de 140 euros, ce qui nous renseigne quant à la présence d'un petit nombre de valeurs très élevées. La concentration des dépenses mensuelles autour de la moyenne est attestée par l'écart moyen (82,3) et l'écart type (115,8), bien que certains consommateurs dépensent jusqu'à 840 euros par mois en cocaïne, tandis que d'autres ne dépensent aucune somme d'argent.

44 % des individus consomment ou ont consommé tous les jours de la cocaïne, pour une durée moyenne de deux années. Certains individus consomment ou ont consommé quotidiennement de la cocaïne pendant 10 ans, ce qui correspond aux sujets les plus âgés de l'échantillon. 82 % des consommateurs de cocaïne consomment une autre drogue illégale, tandis que seulement 18% ne consomment aucune autre drogue illégale que la cocaïne.

³⁹ Quinet E., 2013, « *L'évaluation socio-économique en période de transition* », Centre d'Analyse Stratégique, mars 2013, rapport du groupe présidé par Emile Quinet à la demande des services du premier ministre.

B2/ Satisfaction des consommateurs de cocaïne

18 % des consommateurs de cocaïne regrettent de consommer ce produit. 63 % ont initié une tierce personne et parmi eux 28 % le regrettent. 68 % considèrent que leur satisfaction serait la même si le produit était légal donc 32 % pensent que le statut réglementaire a un impact sur la satisfaction sans qu'on ne puisse savoir dans quel sens. Toutefois les individus attribuent 9 % de leur satisfaction au caractère interdit de la drogue. Les réponses sont assez peu dispersées (écart moyen de 11,26 et écart type 15,75) bien que quelques répondants considèrent que 80 % du plaisir vient de l'interdit. Les consommateurs de cocaïne exigeraient, en moyenne, 14,91 euros en alcool pour renoncer à prendre une ligne de cocaïne dans une soirée. Ce qui veut dire qu'ils attribuent une utilité de ce montant au produit et sous les hypothèses émises précédemment de substituabilité entre les produits qu'il faut environs une consommation et demie pour obtenir les mêmes effets soit environ 7 cl d'alcool⁴⁰.

Les consommateurs de cocaïne considèrent en moyenne qu'ils perdraient 9,56 % de leur entourage amical s'ils arrêtaient de consommer. 50 % des répondants affirment qu'ils ne perdraient personne dans leur entourage.

B3/ Coût de la consommation de cocaïne

En moyenne les consommateurs payent le gramme 67 euros⁴¹. 50 % des personnes payent le gramme de cocaïne moins de 70 euros et certains payent 120 euros. Le prix minimum du gramme est de 50 euros. En moyenne 34 % sont prêts à payer plus cher pour obtenir une meilleure qualité et 50 % sont prêts à payer jusqu'à plus 20 euros supplémentaires pour une meilleure qualité. À l'extrême de l'échantillon certains sont prêts à payer 150 euros de plus pour une meilleure qualité. En moyenne 26 % des personnes diminueraient leur consommation si le prix augmentait, 63 % sont prêts à revendre de petites quantités de drogue et 32 % à avoir un rapport sexuel contre de la drogue.

B4/ Approvisionnement des consommateurs de cocaïne

En moyenne les individus achètent la cocaïne par 2,1 grammes et 50 % des individus achètent moins d'un gramme par achat. Un consommateur achète par 20 grammes. En moyenne les individus consomment 3,93 grammes par mois et la moitié de l'échantillon consomme plus de 4 grammes par mois. L'un des consommateurs consomme 16 grammes par mois. En moyenne, le plus gros achat effectué est de 14 grammes. Ce chiffre est tiré par le haut par un consommateur qui a acheté 200 grammes. 50 % des consommateurs ont acheté, en une fois, au maximum 4,5 grammes. Respectivement 68 % et 77 % des individus ont été arnaqués sur les prix et sur les quantités. 12 % des acheteurs ont été exposés à la violence. 12 % ont déjà vu une arme chez un vendeur de drogues. 33 % des individus ont déjà été interpellés par la police, 21 % placés en garde à vue, et 2 % condamnés.

⁴⁰ Dans les bars les quantités d'alcool sont standardisées et en équivalent en grammes d'alcool pur, chaque consommation apporte la même quantité. Nous prenons ici comme référence le *shot* de vodka, gin, tequila, whiskey de 5 cl.

⁴¹ Le gramme n'est pas pesé, il pèse en général entre 0,6 et 0,8 gramme.

B5/ Cocaïne et police

14 % des consommateurs de cannabis ont déjà été incité par un policier à dénoncer un consommateur ou un dealer. 4 % ont déjà été dénoncés. 9 % disent avoir été victimes de violence de la part des policiers, 14 % pensent faire l'objet de fréquents contrôles d'identité et 39 % ont déjà vu des policiers saisir et détruire une petite quantité de drogue trouvée sur eux.

B6/ Cocaïne et pénal

En moyenne les consommateurs seraient prêts à consacrer 86 minutes de plus à leur achat de cocaïne pour éviter d'être l'objet de violence, bien que 50 % de l'échantillon ne passerait pas plus de 30 minutes supplémentaires. La moyenne est très nettement supérieure à la médiane en raison d'un individu particulièrement averse au risque de violence. En moyenne, les individus sont prêts à accepter une augmentation du prix de 14,6 % afin d'éviter la violence. 50 % de l'échantillon sont prêts à accepter une augmentation du prix supérieure à 10 % pour éviter la violence.

Pour éviter de se faire confisquer la drogue les individus sont prêts à consacrer 40 minutes de plus à leur approvisionnement pour éviter de se faire confisquer leur drogue. La moitié de l'échantillon ne se déplacerait pas plus de 30 minutes supplémentaires pour éviter de se faire confisquer la drogue. Les individus sont en moyenne prêts à payer 15,4 % plus cher pour éviter de se faire confisquer la drogue. La médiane est à 10 %. En moyenne les individus sont prêts à sacrifier 70 minutes pour éviter une garde à vue, mais 50 % ne sacrifierait pas plus de 30 minutes.

Les individus sont enclins à accepter une augmentation du prix de 30,5 % pour éviter d'aller au tribunal et la médiane est à 20 %. En moyenne les individus sont prêts à passer 1,231 minutes de plus à faire leur achat pour éviter d'aller en prison mais ce chiffre est tiré vers le haut par un consommateur très averse au risque. La médiane des consommateurs indique que 50 % des individus sont prêts à passer plus de 90 minutes supplémentaires à faire ses courses de cocaïne pour éviter d'aller en prison.

B7/ Santé et cocaïne

En moyenne, les consommateurs de cocaïne considèrent que leur capital santé est dégradé de 8,62 % du fait de leur consommation, pour une médiane à 5 %. Certains déclarent une dégradation de leur capital santé de 0 tandis que d'autres l'estiment à 60 %. En comparaison, ces consommateurs pensent que leur usage d'alcool dégrade leur capital santé de 11,6 % et celui du tabac de 14,4 %. La médiane est de 10 % dans les deux cas. 19 % des consommateurs de cocaïne ont déjà consulté un médecin pour un problème de consommation de drogue (pas nécessairement la cocaïne), 68 % ont déjà été malade avec une drogue et 21 % ont déjà appelé le médecin ou des amis car ils se sentaient mal.

B8/ Taux d'actualisation et cocaïne

En moyenne les individus ne sont prêts à renoncer à 1 gramme de cocaïne maintenant que contre 2,36 grammes dans une semaine. La médiane du groupe exigerait 2 grammes. La dispersion est assez élevée et l'individu le plus impatient exigerait 10 grammes dans une semaine pour renoncer à 1 gramme aujourd'hui.

67 % des consommateurs de cocaïne n'arrêteraient pas de consommer si la cocaïne connaissait une augmentation de 70 euros vers 80 euros (14 %). Dans 89 % des cas le consommateur qui était parti acheter de la cocaïne à 70 euros le gramme et qui se le voit proposer à 80 euros ne renonce pas à son achat.

Pour la moyenne de l'échantillon, une fois rentré d'effectuer un achat, il faut offrir un prix 60 % plus élevé (médiane 50 %) que le prix d'achat pour que le consommateur accepte de revendre son achat de cocaïne.

Les pages suivantes sont consacrées à présenter un tableau récapitulatif des principaux résultats numériques de notre enquête.

	CANNABIS						COCAINE				
	Moyenne	Médiane	Écart moyen	Écart type	Min	Max	Moyenne	Médiane	Écart moyen	Écart type	Min
Sociodémographique											
Age (en années)	27,93	27	4,30	5,90	18	52	31,04	28	6,92	8,66	20
Sexe (0=Homme / 1=Femme)	0,34	0	0,45	0,48	0	1	0,27	0	0,39	0,44	0
Consommation											
Fréquence de consommation (jour=1, semaine=2 mois=3 trimestre=4)	1,73	1	0,84	0,99	1	4	2,63	3	0,56	0,67	1
Contexte (seul=1 groupe=2)	1,81	2	0,30	0,39	1	2	1,86	2	0,24	0,35	1
Dépense par mois (en euros)	104,77	65	82,29	115,80	0	600	193,37	140	148,40	193,53	0
Initiation (âge)	14,93	15	1,40	1,91	11	22	21,35	20	4,42	5,79	12
Consommation tous les jours (Non=0, Oui=1)	0,88	1	0,21	0,32	0	1	0,44	0	0,49	0,50	0
Durée de la consommation quotidienne (en mois)	88,17	84	48,23	56,02	0,5	240	24,32	12	22,10	31,30	0,25
Consommation d'autre(s) drogue(s) (Non=0, Oui=1)	0,20	0	0,32	0,40	0	1	0,82	1	0,29	0,38	0
Satisfaction											
Regret de la consommation (Non=0, Oui=1)	0,22	0	0,34	0,41	0	1	0,18	0	0,29	0,38	0
Responsable de l'initiation d'une autre personne (Non=0, Oui=1)	0,61	1	0,48	0,49	0	1	0,63	1	0,47	0,48	0
Regret de l'initiation d'autrui (Non=0, Oui=1)	0,22	0	0,35	0,42	0	1	0,28	0	0,40	0,45	0
Satisfaction identique si la drogue était légalisée (Non=0, Oui=1)	0,63	1	0,47	0,48	0	1	0,68	1	0,65	1,34	0
Part du plaisir venant de l'interdit de la drogue (en %)	4,61	0	7,95	14,40	0	90	9,21	0	11,26	15,75	0
Équivalent monétaire de l'alcool (1 verre=10euros) pour ne pas consommer de drogue un soir où il y en a (en euros)	8,95	6,5	5,36	8,28	0	40	14,91	10	9,07	10,94	0
Montant pour ne pas consommer de drogue un soir où il y en a (en euros)	87,22	5	135,80	409,30	0	3000	112,68	50	110,61	143,70	0
Perte entourage si arrêt de consommation (en %)	8,95	0	13,52	22,27	0	100	9,56	0	12,03	16,16	0
Coût											
Prix au gramme (en euros)	6,80	6	1,73	1,97	3,5	10	67,32	70	6,82	10,44	50
Prêt à payer plus pour une plus grande qualité de la drogue ? (jusqu'à combien le g, en euros)	4,99	3	4,38	5,37	0	20	33,81	20	26,72	35,08	0
Baisse de consommation si hausse du prix ? (Non=0, Oui=1)	2,18	0	4,06	9,76	0	50	0,26	0	0,47	1,33	0
Prêt à revendre des petites quantités de drogue ? (Non=0, Oui=1)	0,25	0	0,37	0,43	0	1	0,63	1	0,53	0,58	0

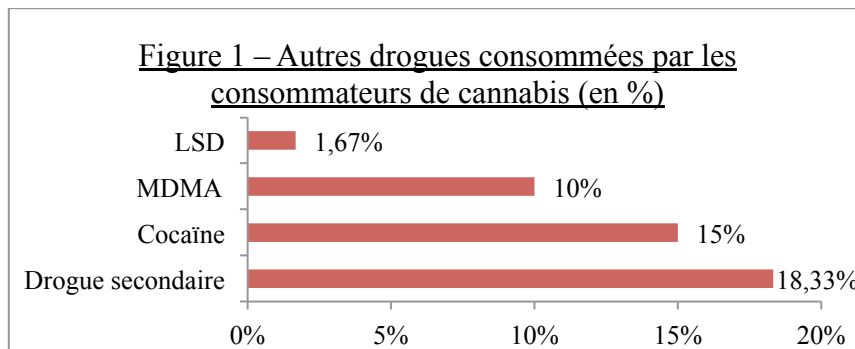
Avez-vous déjà été arnaqué sur le prix ? (Non=0, Oui=1)	0,70	1	0,42	0,46	0	1	0,68	1	0,43	0,46	0
Avez-vous déjà été arnaqué sur la quantité ? (Non=0, Oui=1)	0,77	1	0,36	0,42	0	1	0,77	1	0,35	0,42	0
Avez-vous déjà été exposé à de la violence durant vos achats de drogue ? (Non=0, Oui=1)	0,21	0	0,34	0,41	0	1	0,12	0	0,22	0,33	0
Avez-vous déjà vu une arme chez un vendeur de drogue ? (Non=0, Oui=1)	0,39	0	0,47	0,49	0	1	0,12	0	0,22	0,33	0
Avez-vous déjà été arrêté ? (Non=0, Oui=1)	6,89	5	3,94	6,66	2	40	0,33	0	0,44	0,47	0
Avez-vous déjà été placé en garde à vue ? (Non=0, Oui=1)	6,63	5	3,24	5,98	2	40	0,21	0	0,33	0,41	0
Avez-vous déjà été condamné ? (Non=0, Oui=1)	4,88	5	0,23	0,56	2	5	0,02	0	0,03	0,13	0
Police											
Avez-vous déjà été incité par les policiers à leur donner un nom de consommateur ou de dealer ? (Non=0, Oui=1)	0,33	0	0,44	0,47	0	1	0,14	0	0,24	0,35	0
Avez-vous déjà été dénoncé ? (Non=0, Oui=1)	0,11	0	0,19	0,31	0	1	0,04	0	0,07	0,19	0
Avez-vous déjà été victime de brutalités de la part de policiers ? (Non=0, Oui=1)	0,28	0	0,40	0,45	0	1	0,09	0	0,16	0,28	0
Êtes-vous souvent l'objet de contrôles d'identité ? (Non=0, Oui=1)	0,25	0	0,37	0,43	0	1	0,14	0	0,24	0,35	0
Cela vous est-il déjà arrivé de vous faire palper avec de la drogue et que les policiers se contentent de détruire ou confisquer le produit ? (Non=0, Oui=1)	0,61	1	0,48	0,49	0	1	0,39	0	0,47	0,49	0
Pénal											
Minutes supplémentaires pour ne pas être violenté (en minutes)	26,95	30	21,66	24,94	0	90	85,69	30	94,40	197,83	0
Payer plus cher pour ne pas être violenté (en %)	15,07	9	14,12	19,45	0	90	14,62	10	11,65	16,68	0
Minutes supplémentaires pour éviter de se faire confisquer la drogue (en minutes)	33,65	30	21,89	29,18	0	120	39,86	30	31,19	48,73	0
Payer plus cher pour éviter de se faire confisquer la drogue (en %)	12,57	10	9,69	12,14	0	50	15,41	10	11,58	16,87	0
Minutes supplémentaire pour éviter une garde à vue (en minutes)	38,91	30	27,99	35,10	0	120	69,32	30	61,83	100,63	0
Payer plus cher pour éviter d'aller au tribunal (en %)	23,75	10	21,19	25,62	0	100	30,45	20	26,69	36,16	0
Minutes supplémentaire pour éviter la prison (en minutes)	2187,29	60	3871,91	9614,61	0	60000	1231,65	90	1939,27	6051,77	0
Santé											
Destruction du capital santé par la consommation de drogue (%)	11,27	10	7,44	10,27	0	50	8,62	5	8,04	10,99	0
Destruction capital santé par la consommation d'alcool (%)	9,93	10	7,58	10,77	0	50	11,56	10	8,85	12,87	0
Destruction capital santé par la consommation de tabac (%)	18,66	15	11,52	15,51	0	60	14,41	10	10,18	12,80	0
Consultation médicale pour la consommation de drogue ? (Non=0, Oui=1)	0,25	0	0,37	0,43	0	1	0,19	0	0,31	0,39	0
Malade avec une drogue ? (Non=0, Oui=1)	0,63	1	0,47	0,48	0	1	0,68	1	0,43	0,46	0
Appel en urgence un médecin ou des amis ? (Non=0, Oui=1)	0,19	0	0,31	0,39	0	1	0,21	0	0,33	0,41	0

C – Analyse des corrélations entre les caractéristiques des consommateurs

Cette section prolonge la précédente et examine les principales corrélations entre les différentes caractéristiques des individus, de leur consommation et des drogues qu'ils utilisent. A nouveau, nous avons préféré repousser à la section suivante la discussion sur la portée théorique de nos résultats. A ce stade, nous préférons livrer les informations sans les exploiter au service d'une modélisation théorique.

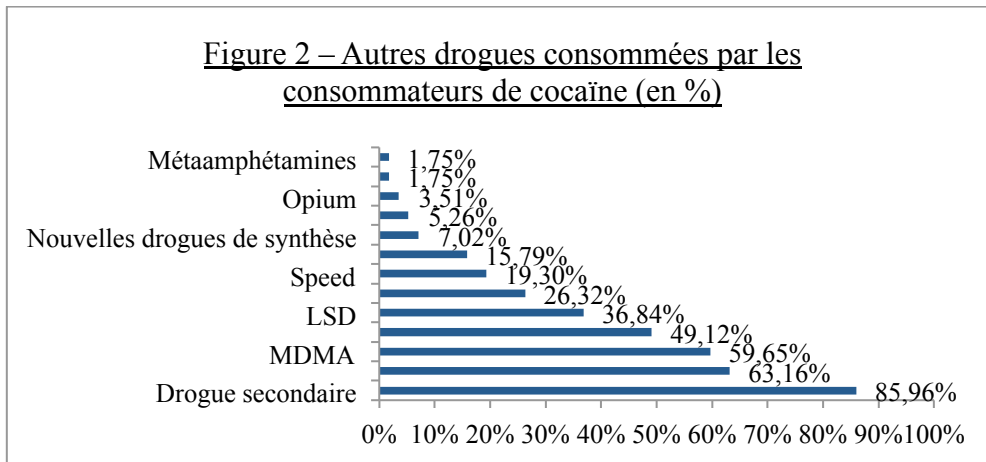
C1/ Les consommateurs de cannabis et de cocaïne sont-ils consommateurs d'autres drogues ?

Les consommateurs de cannabis ne sont pas, pour la grande majorité, poly-consommateurs de drogues illicites. Seuls 18,33 % d'entre eux consomment une drogue illicite en sus de leur consommation de cannabis. À noter, tout de même, que 15 % des consommateurs de cannabis reconnaissent aussi une consommation de cocaïne.



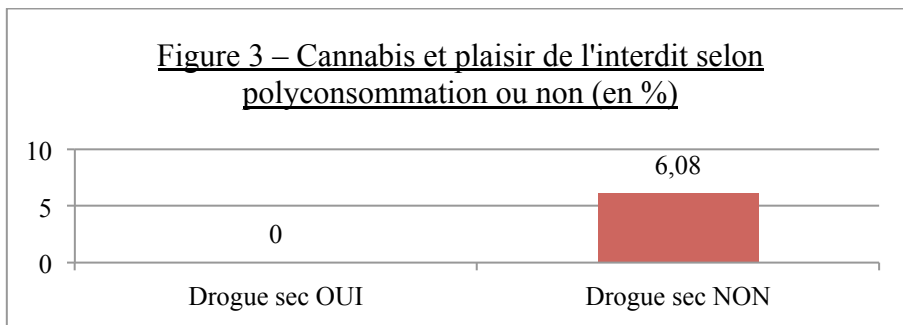
Note : le terme « drogue secondaire » indique le fait qu'un consommateur d'une drogue illicite consomme accessoirement une autre drogue illicite.

L'effet de poly-consommation est très net pour les consommateurs de cocaïne (Figure 2) puisque 86 % d'entre eux consomment d'autres drogues illicites, en plus de la cocaïne. Si le cannabis est la drogue secondaire la plus consommée par les consommateurs de cocaïne, on note aussi la forte prévalence de la MDMA (59,6 %), de l'ecstasy (49 %) et du LSD (36,8 %). Par ailleurs, le poids des nouvelles drogues de synthèse (MXE, pFBT,...) n'est pas négligeable (7 %).

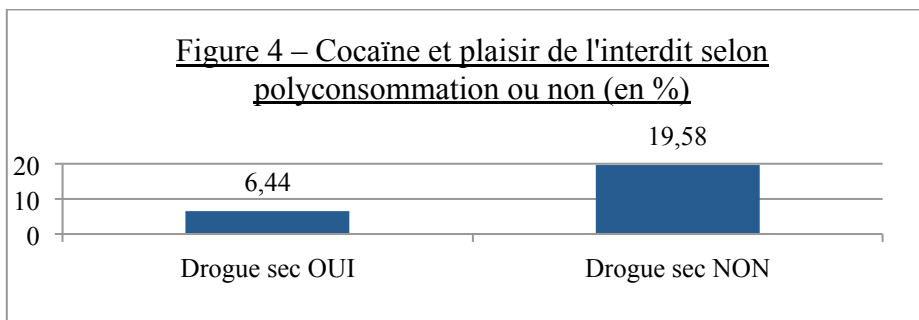


C2/ Est-ce que la part du plaisir imputable au fait que la drogue soit interdite varie selon qu'il y ait poly consommation ou non ?

Pour le cannabis, lorsqu'on recense une consommation d'une autre drogue illégale, alors la part de l'interdit dans le plaisir est de nul. Á l'inverse lorsqu'il n'y a pas de poly-consommation, le plaisir lié à l'interdit lors de la consommation de cannabis s'élève à 6,08 %.



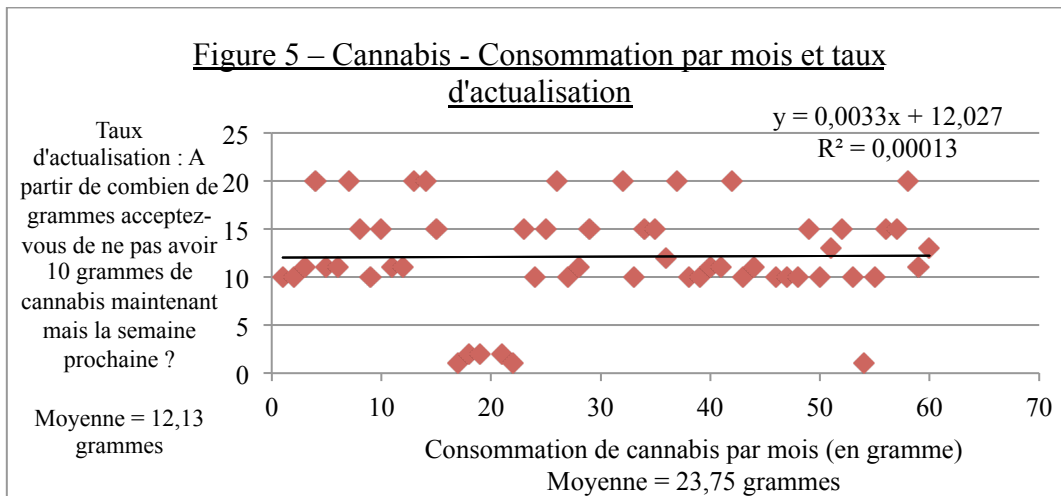
Pour la cocaïne, l'effet est analogue : en l'absence de poly-consommation, la part de l'interdit dans le plaisir lié à la consommation de cocaïne est de 19,6 % et de 6,5 % en cas de poly-consommation.



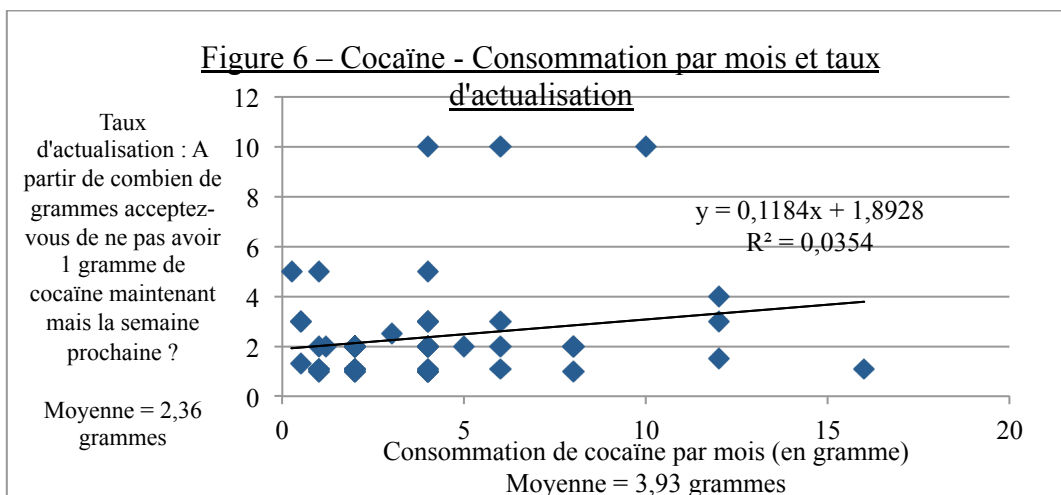
C3/ Consommation par mois de drogue et taux d'actualisation

Pour le cannabis, la relation entre le niveau de la consommation et le taux d'actualisation est très plate et on ne relève absolument aucune corrélation entre le nombre de grammes de cannabis consommés par mois et le taux d'actualisation. Ainsi, peu importe le niveau de la consommation

de cannabis, le nombre de grammes demandés pour accepter l'offre retardée d'une semaine est identique.

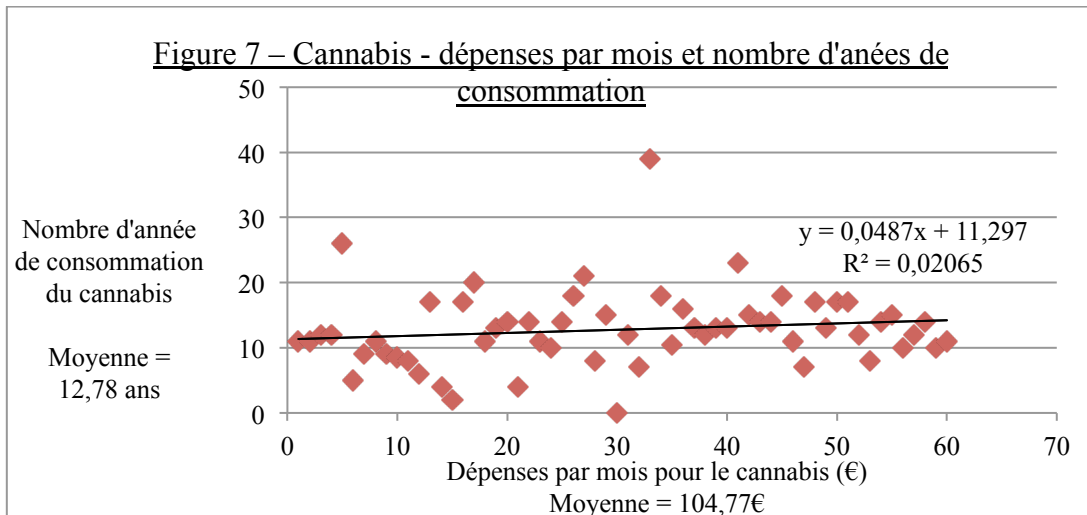


Pour la cocaïne, à l'inverse, il existe une relation positive entre le nombre de grammes demandés pour accepter l'offre retardée et le nombre de grammes consommés chaque mois. Ainsi, les plus gros consommateurs vont exiger davantage de grammes de cocaïne pour ne pas consommer cette drogue immédiatement mais la semaine prochaine.

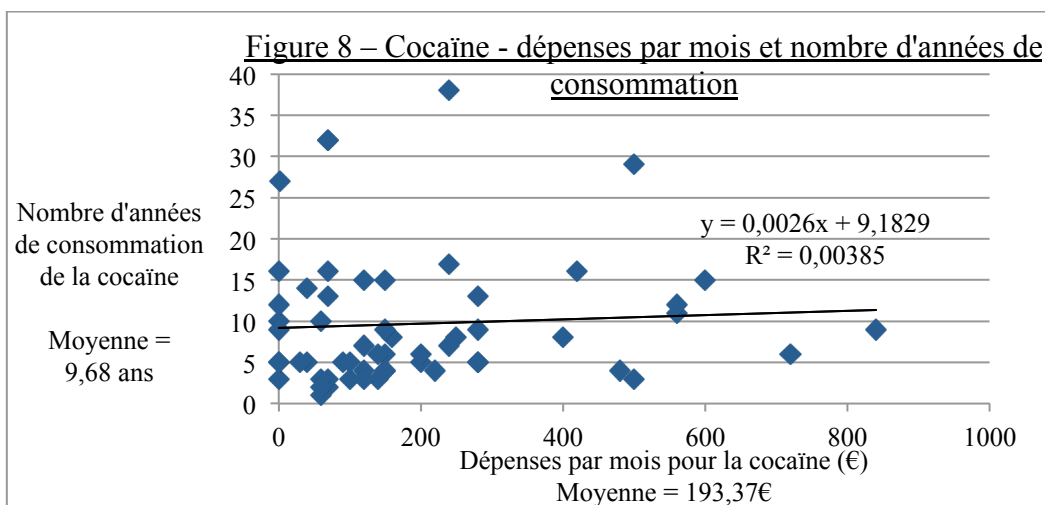


C4/ Dépenses dans l'achat de la drogue par mois en fonction du nombre d'années de consommation

Pour chaque personne et chaque drogue, on définit le nombre d'années de consommation par le calcul suivant : âge de l'interviewé – âge d'initiation à la drogue. Pour le cannabis, on observe une relation globalement croissante entre le nombre d'années de consommation de cannabis et les dépenses allouées à cette drogue. On observe donc ce qu'il est convenu d'appeler un effet d'accoutumance.

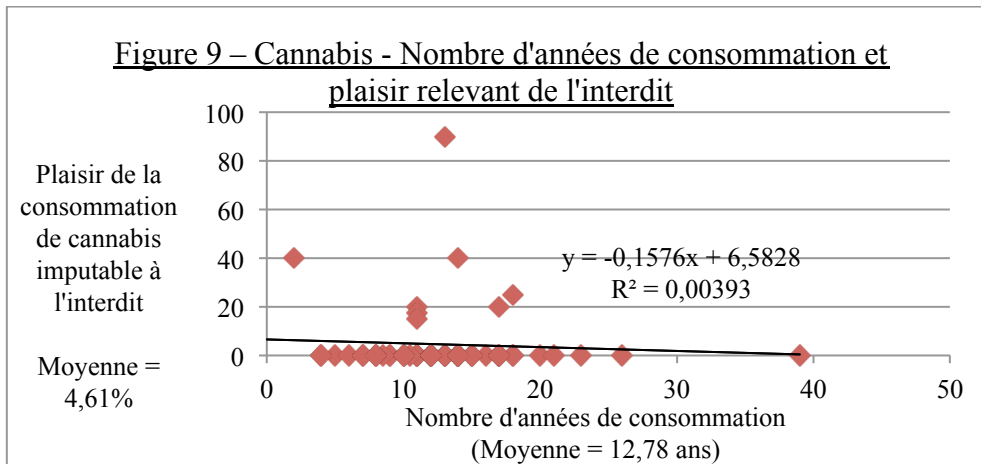


Pour la cocaïne, la relation d'accoutumance est aussi présente mais de manière moins nette. Toutefois la moyenne du nombre d'années de consommation est plus faible que pour les consommateurs de cannabis alors que les dépenses mensuelles sont plus importantes. Pour la cocaïne, on remarque qu'il y a beaucoup plus de dispersion (notamment pour les dépenses mensuelles) alors que pour le cannabis les points sont relativement linéaires et proches de la droite.

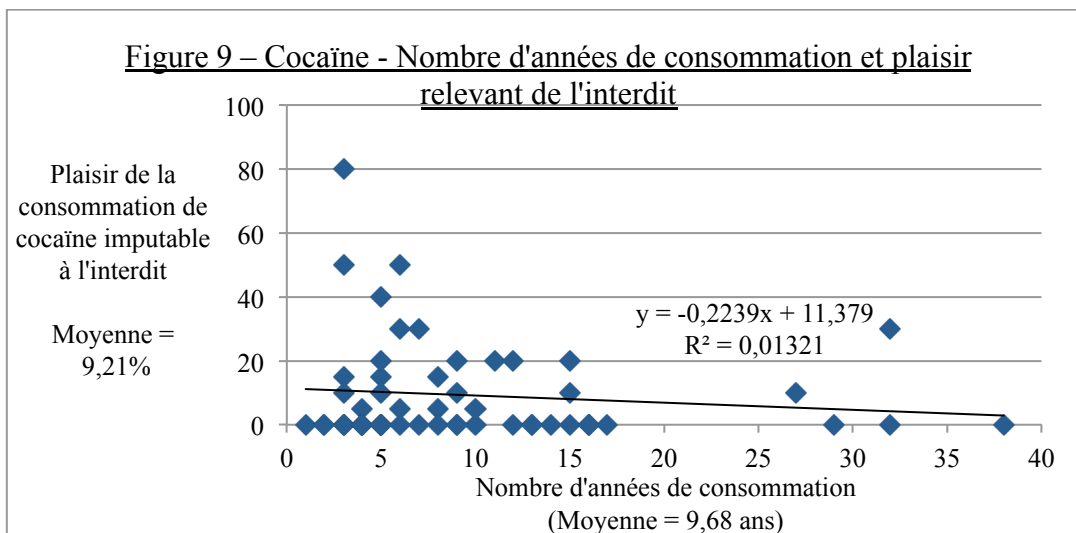


C5/ Est-ce que la part du plaisir imputable au fait que la drogue soit interdite diminue avec le nombre d'années de consommation ?

Pour le cannabis, plus cela fait longtemps qu'un individu consomme du cannabis et moins il retire du plaisir du fait que cette substance soit interdite. La transgression est plus importante chez les jeunes usagers de cannabis.

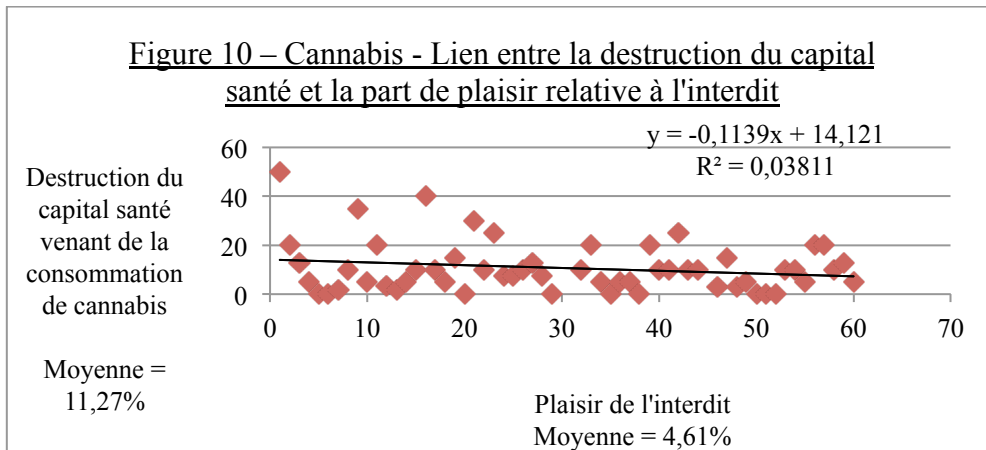


Pour la cocaïne, l'effet est plus net entre hausse du nombre d'années de consommation et la baisse du plaisir imputable au caractère interdit de la drogue.



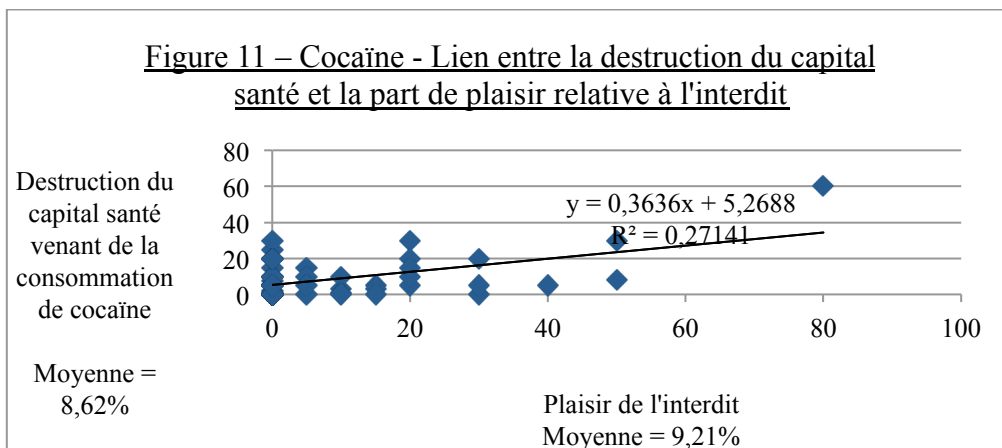
C6/ Est-ce que la part du plaisir imputable au fait que la drogue soit interdite varie avec la destruction du capital santé lié à la consommation de drogue ?

Pour le cannabis, il y a une relation décroissante entre le plaisir relevant de l'interdit et la destruction du capital santé venant de la consommation de cannabis. Plus le plaisir relevant de l'interdit est élevé et plus la destruction du capital santé perçue est faible.



Pour la cocaïne, l'effet est l'inverse de celui noté pour le cannabis. Ainsi, il existe une relation croissante, forte, entre le plaisir relevant de l'interdit et la destruction du capital santé provenant de la consommation de cocaïne.

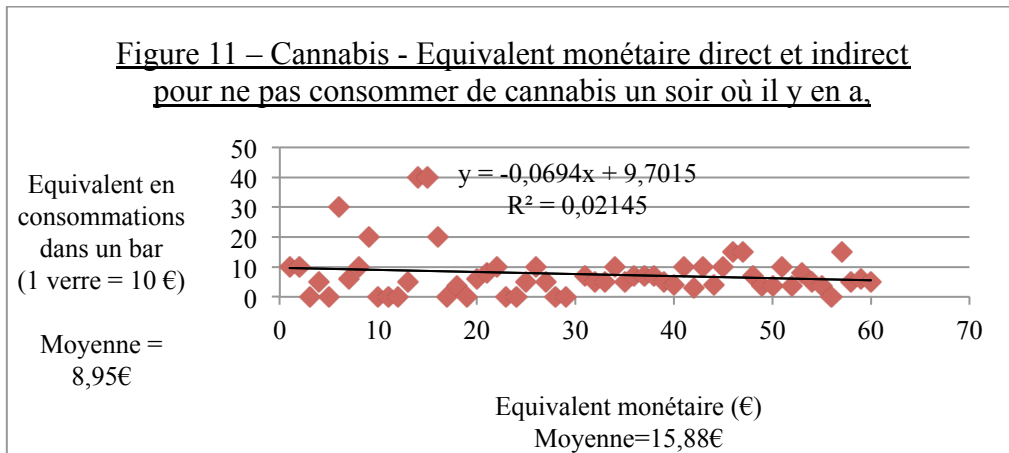
Entre cannabis et cocaïne, il faut noter que le plaisir relevant de l'interdit est, en moyenne, nettement plus fort pour la cocaïne alors que la destruction du capital santé est plus élevée pour le cannabis.



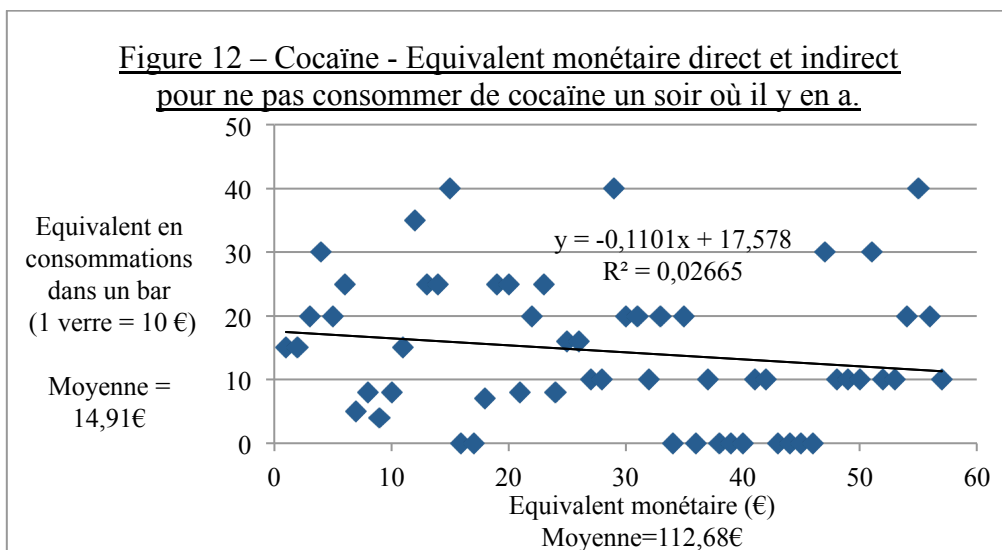
C7/ Est-ce qu'un consommateur de drogue demande la même somme d'argent pour ne pas consommer selon que la question est directe (en euros) ou en nombre de verres d'alcool dans un bar ⁴²?

Pour le cannabis, il existe une relation faiblement décroissante entre l'équivalent monétaire direct et indirect. Un consommateur de cannabis aura tendance à demander une somme monétaire plus élevée que son équivalent dans en termes de consommations dans un bar, pour ne pas consommer de cannabis un soir où il y en a.

⁴² On peut objecter que si les dosages en alcool pur sont les mêmes dans toutes les consommations servies dans un bar, elles diffèrent toutefois dans leur effet selon les habitudes, les goûts, la quantité de sucre, etc.

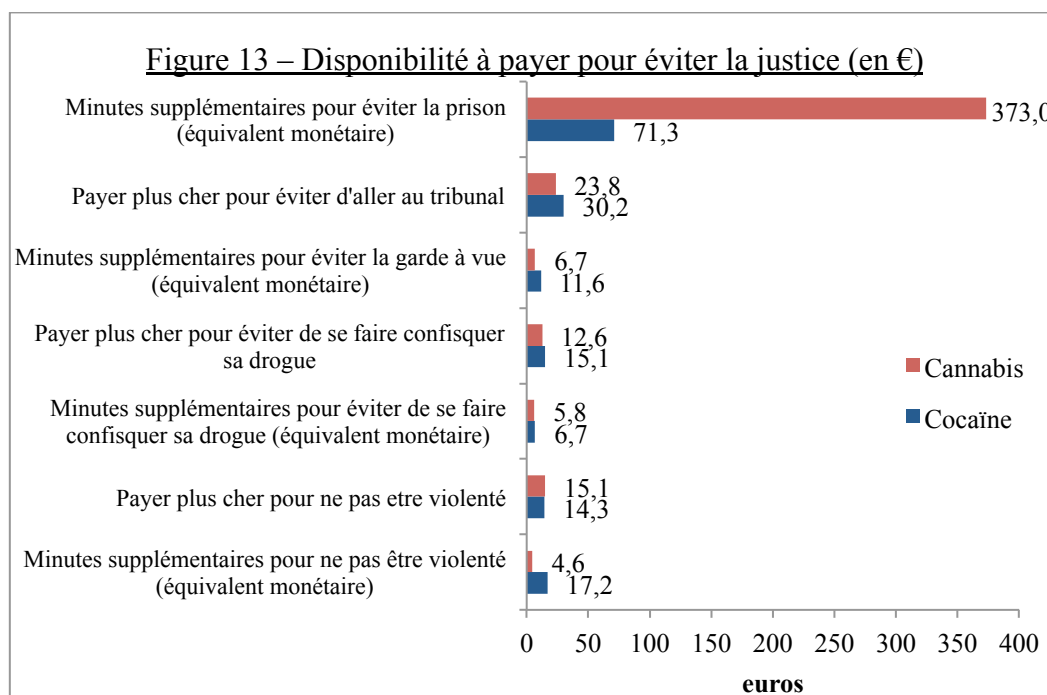


Pour la cocaïne, on observe une corrélation analogue à celle observée pour le cannabis.



En comparant le cannabis et la cocaïne, il est important de souligner que l'équivalent monétaire admet un rapport de 1 à 7 ce qui indique qu'un consommateur de cocaïne demande, en moyenne, 7 fois plus d'argent pour renoncer à sa consommation un soir où il dispose de cocaïne qu'un consommateur de cannabis. En revanche, ses exigences sont plus faibles lorsqu'il les exprime en équivalent de consommations dans un bar. Ce rapport est plus faible et de 1,66.

C8/ Est-ce qu'un consommateur de drogue est prêt à payer plus / se déplacer plus pour ne pas avoir à faire avec la justice ?⁴³



Note : Graphiquement, plus on est haut sur l'échelle des ordonnées et plus la sanction est élevée / plus on est bas et plus la sanction est faible. On commence la lecture du plus haut.

Prison : les consommateurs de cannabis sont prêts à consacrer un temps considérable à leur approvisionnement pour éviter la prison. La valeur du temps est égale à 373 euros. À l'inverse pour la cocaïne les équivalents monétaires pour éviter la prison sont plus faibles (71 euros).

Tribunal : à l'inverse de la prison, pour ne pas se retrouver⁴⁴ devant un tribunal, ce sont cette fois ci les consommateurs de cocaïne qui sont prêts à payer davantage (30,2 euros contre 23,7 euros pour les consommateurs de cannabis). Par rapport à la prison la disponibilité à payer est nettement plus faible

Garde à vue : en équivalent monétaire les consommateurs de cocaïne sont prêts à se déplacer deux fois plus que les consommateurs de cannabis, ce qui donne une disponibilité à payer respectivement de 11,6 euros pour la cocaïne et 6,7 euros pour le cannabis.

Confisquer la drogue : que ce soit pour le fait de payer plus cher la drogue ou pour la valorisation monétaire du temps qu'un consommateur est prêt à effectuer en plus, il s'avère toujours plus élevé pour la cocaïne. Par ailleurs, il est plus faible lorsque l'on regarde l'équivalent monétaire (par rapport au fait de payer directement plus cher).

Ne pas être violenté : la situation est différente selon que l'individu se situe dans le groupe des disponibilités à payer les plus élevées (en moyenne pour la cocaïne : 14,3 euros et en moyenne pour le cannabis : 15 euros ce qui est globalement similaire) ou dans l'équivalent monétaire de la

⁴³ Le nombre de minutes indiquées par l'individu a été monétarisé, en considérant qu'une heure équivaut à 11 euros (Quinet, 2013).

⁴⁴ Nous avons volontairement adopté une terminologie floue car les consommateurs de drogues distinguent mal les différentes étapes d'une procédure judiciaire.

conversion de temps en argent le plus élevé (en moyenne pour la cocaïne : 17,2 euros et en moyenne pour le cannabis : 4,6 euros donc les consommateurs de cocaïne sont prêts à se déplacer trois fois plus que les consommateurs de cannabis qui préfèrent payer plus cher que de se déplacer pour éviter d'être violentés).

Conclusion de la troisième partie

Une fois présentées les statistiques descriptives issues de notre enquête il convient de présenter quelques éléments d'interprétation et de vérifier si ils corroborent, ou non, notre modèle théorique.

Partie 4 – Éléments d'interprétation

Nous proposons dans la présente section de tenter de préciser l'impact du désir de transgression et de la répression qui en est la condition sur le bénéfice et le coût auquel les consommateurs de cannabis et de cocaïne font face.

A – Transgression et répression chez les consommateurs de cannabis

A1/ La consommation de cannabis en présence de répression

Plaçons nous dans la situation réaliste qui correspond à la situation actuelle où la consommation de cannabis est interdite et réprimée et comparons les coûts et les bénéfices des usagers.

Il convient, en premier lieu de construire le coût. Le coût complet de la consommation de cannabis est égal au coût mensuel pour acheter la drogue auquel s'ajoute l'espérance de coût de l'interpellation pour usage simple (ILS) et le coût de la condamnation probabilisé⁴⁵.

L'espérance de coût de l'ILS se calcule à partir des réponses des individus à la question : « Combien de minutes supplémentaires seriez-vous prêt à effectuer, lors de votre achat de drogue, pour éviter de vous faire confisquer le cannabis acheté ? » Le nombre de minutes indiquées par l'individu est ensuite monétarisé, en considérant qu'une heure équivaut à 11 euros (Quinet, 2013). La somme que les individus sont disposés à payer pour éviter une ILS est ensuite multipliée par la probabilité d'être effectivement interpellé, soit 9,6 % dans le cas du cannabis (Kopp, 2006, p. 88).

Le coût de la condamnation se calcule à partir des réponses des individus à la question : « Combien de minutes supplémentaires seriez-vous prêt à effectuer, lors de votre achat de drogue, pour éviter d'aller en prison ? » Le nombre de minutes renseigné par l'individu est ensuite monétarisé, en considérant qu'une heure équivaut à 11 euros. La somme que les individus sont disposés à payer pour éviter d'être condamné est ensuite multipliée par la probabilité d'être effectivement condamné, soit 0,5 % dans le cas du cannabis (Kopp, 2006, p. 88).

On pose :

Coût complet de la consommation du cannabis = coût d'achat + espérance de coût de L'ILS + coût probabilisé de la condamnation.

En second lieu, on calcule le bénéfice tiré de la consommation de drogue. Pour ce faire, nous utilisons la moyenne de l'équivalent monétaire que l'utilisateur demande pour ne pas consommer de cannabis un jour où il y en a et l'équivalent en verres d'alcool demandés pour ne pas consommer de cannabis un jour où il y en a. Cette valeur moyenne est multipliée par la fréquence de consommation des usagers. Ce chiffre traduit les bénéfices que les consommateurs de cannabis retirent de leur consommation, et donc la somme monétaire qu'ils demandent pour s'abstenir de

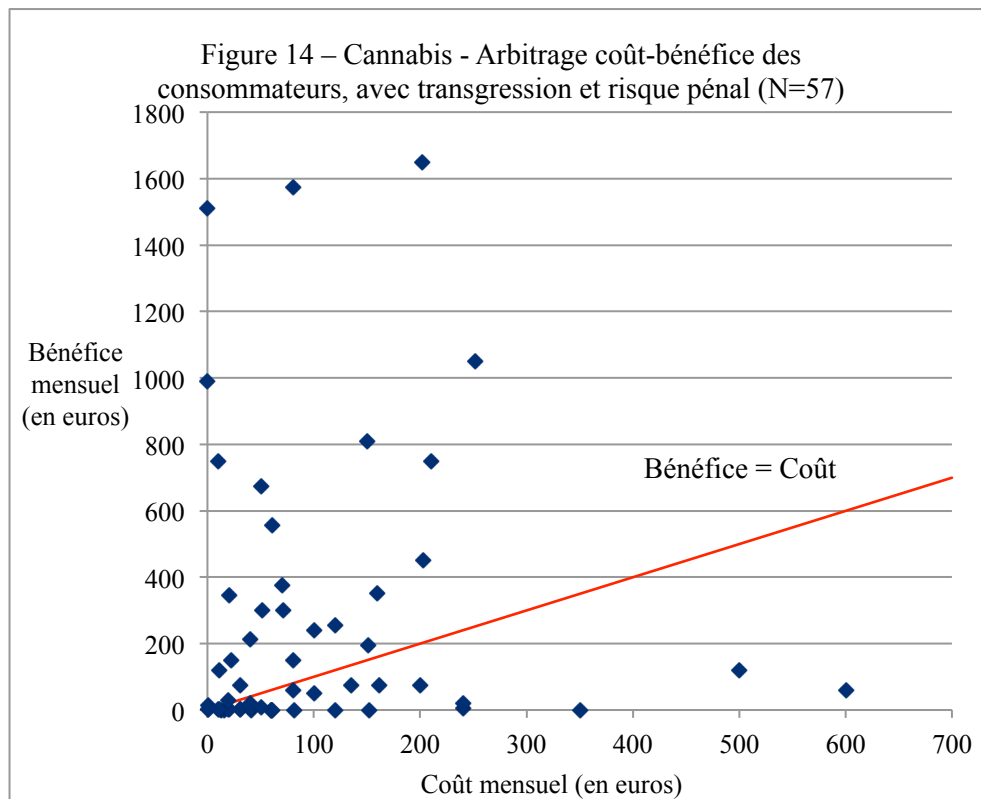
⁴⁵ Nous n'avons pas pris en compte la mesure par les consommateurs du coût que représente, pour eux, le risque de dégradation de la santé. Lors de la constitution du questionnaire nous avons mal anticipé de la pertinence de cette question. En conséquence, nous estimons le coût complet, pour les consommateurs, de la consommation de drogue.

consommer pendant un mois⁴⁶. Dans ce chiffre un pourcentage correspond au plaisir de l'interdit de la consommation de cannabis.

On pose :

*Bénéfice de la consommation de cannabis = [(équivalent monétaire de la non consommation un jour + équivalent en verres d'alcool de la non consommation un jour) / 2] * fréquence de la consommation.*

En appliquant les deux formules on constate que le coût moyen mensuel de consommation de cannabis est de 99,6 euros (le coût médian est de 60 euros). Le bénéfice moyen mensuel est de 254,2 euros (le bénéfice médian est de 60 euros). La différence entre le bénéfice moyen et le bénéfice médian indique que le bénéfice moyen de notre échantillon de consommateurs est tiré vers le haut par quelques consommateurs qui ont des bénéfices très élevés. Pour 51 % des consommateurs, le coût est supérieur au bénéfice.



La figure 14 décrit l'arbitrage mensuel réalisé par les consommateurs de cannabis entre le coût et le bénéfice auxquels ils font face au moment de décider de leur consommation de cannabis. Nous observons que pour une faible majorité des consommateurs, le coût est supérieur au bénéfice (consommateurs qui se situent en dessous de la droite rouge d'égalité entre le coût et le bénéfice). Parmi ces consommateurs, une large partie admet un coût très faible, inférieur à 100 euros par mois. Cependant, le bénéfice qu'ils retirent de leur consommation de cannabis est aussi très faible et ne leur permet pas d'obtenir un bénéfice supérieur au coût. Pour certains des consommateurs de cannabis dont le coût est supérieur au bénéfice, le coût peut atteindre entre 200 euros et 600 euros alors que le bénéfice se situe toujours en dessous de 200 euros. Á

⁴⁶ Il est exact que nous aurions pu également questionner les consommateurs pour savoir combien ils seraient prêts à payer pour consommer le jour où la drogue n'est pas disponible. Ce faisant nous aurions comparé la mesure *du renoncement à consommer* et la *disponibilité à payer* pour consommer.

l'inverse, pour 49 % des consommateurs dont le bénéfice est supérieur au coût, le bénéfice, bien que supérieur au coût, est moins homogène. Pour ces consommateurs, la dispersion du bénéfice se situe entre 0 euros et plus de 1.400 euros pour trois consommateurs. Concernant le coût, certains déclarent un coût de 0 euros tandis que d'autres supportent un coût qui s'élève jusqu'aux alentours de 250 euros mensuels. Toutefois, que les coûts soient faibles ou élevés, tous déclarent des bénéfices qui outrepassent les coûts. Pour ceux qui reportent un coût nul ou très faible, l'arbitrage bénéfice-coût est positif en raison de la présence d'un bénéfice positif. Enfin, pour les consommateurs dont le coût est positif mais dont l'arbitrage bénéfice-coût est positif, le bénéfice déclaré est très élevé, souvent compris aux alentours de 300 euros.

A2/ La consommation sans répression

Imaginons à présent un monde où le cannabis serait une drogue légale. Dans ce cas-là, les consommateurs ne réaliseraient aucune transgression en consommant. D'un côté, le coût complet de la consommation de cannabis baisse, puisque le risque pénal disparaît mais, de l'autre, le bénéfice peut diminuer pour ceux qui attachaient une certaine valeur à consommer un produit interdit.

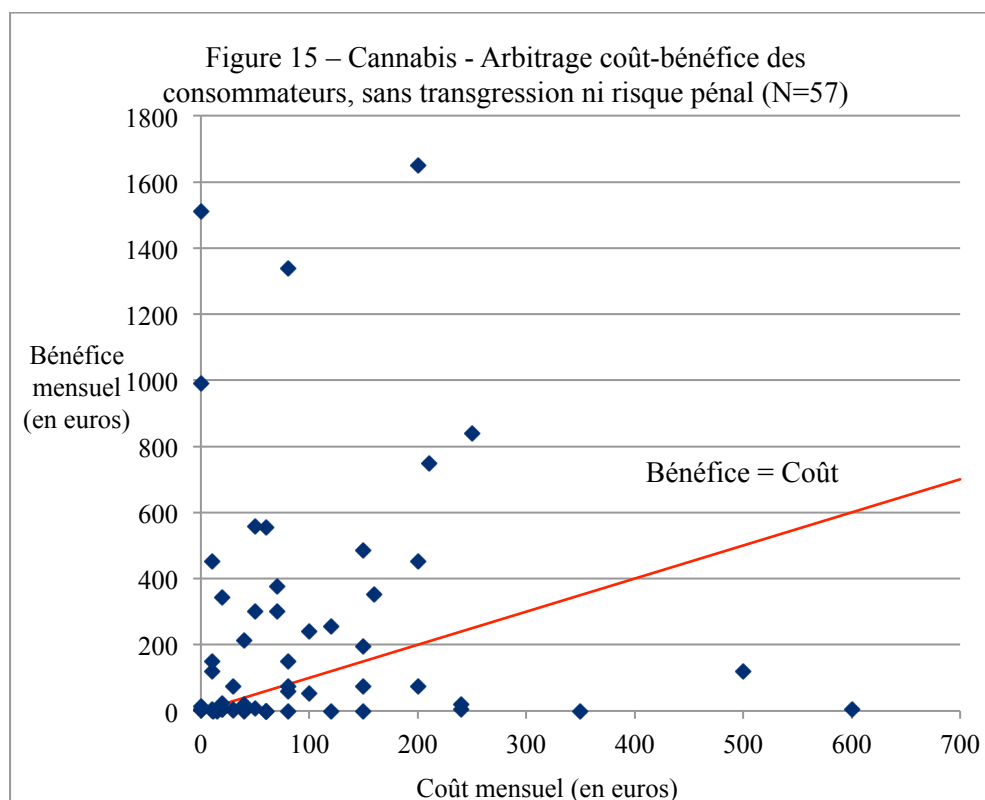
Nous reprenons les calculs précédents en modifiant les formules.

Coût complet de la consommation du cannabis = coût d'achat

*Bénéfice de la consommation de cannabis = [(équivalent de la non consommation un jour + équivalent en verres d'alcool de la non consommation un jour) / 2] * fréquence de la consommation - % du bénéfice attribué à la transgression⁴⁷.*

En appliquant les deux formules on constate que le coût moyen mensuel de consommation du cannabis est de 97,7 euros (coût médian de 60 euros). Le bénéfice moyen mensuel est de 232,2 euros (bénéfice médian de 60 euros). La différence entre le bénéfice moyen et le bénéfice médian indique que le bénéfice moyen de notre échantillon de consommateurs est tiré vers le haut par quelques consommateurs qui ont un bénéfice très élevé. Pour 50,9% des consommateurs, le coût est supérieur au bénéfice.

⁴⁷ Il nous a été fait observer par un lecteur du rapport intermédiaire qu'il est également possible que certains individus tirent un plaisir *expressionniste* à se conformer à la loi.



La figure 15 décrit l’arbitrage mensuel entre le coût et le bénéfice auxquels font face les consommateurs de cannabis lors de leur choix de consommation. Dans ce cas, il n’y a ni risque de sanction ni opportunité de transgression. Nous observons que pour une faible majorité des consommateurs, le coût est supérieur au bénéfice (consommateurs qui se situent en dessous de la droite rouge d’égalité entre le coût et le bénéfice). Parmi ces consommateurs, une majorité fait face à un coût faible, inférieur à 100 euros par mois. Cependant, le bénéfice qu’ils retirent de leur consommation de cannabis est très faible et ne leur permet pas d’obtenir un bénéfice supérieur au coût. Pour certains des consommateurs de cannabis dont le coût est supérieur au bénéfice, le coût se situe entre 200 euros et 600 euros, alors que le bénéfice ne dépasse jamais 200 euros. A l’inverse, pour les 49 % des consommateurs dont le bénéfice est supérieur au coût, les coûts sont moins homogènes : certains déclarent un coût nul tandis que d’autres supportent un coût qui s’élève jusqu’aux alentours de 250 euros mensuels.

D’une manière générale, les consommateurs dont le bénéfice est supérieur au coût ont des coûts faibles, la plupart du temps inférieurs à 150 euros mensuels. Seuls quatre de ces consommateurs ont un coût supérieur ou égal à 200 euros, pour un bénéfice moyen de plus de 900 euros. Toutefois, que le coût soit faible ou élevé, tous déclarent un bénéfice qui outrepassent le coût. Pour ceux qui reportent un coût nul ou très faible, l’arbitrage entre le bénéfice et le coût est positif en raison de la présence d’un bénéfice positif. Enfin, pour les consommateurs dont le coût est positif mais dont l’arbitrage bénéfice-coût est positif, le bénéfice déclaré est très élevé, souvent proche de 450 euros.

A3/ Comparaison des situations « sans risque de sanction et sans transgression » et « avec risque de sanction et transgression » pour les consommateurs de cannabis.

Le tableau ci-dessous résume les principaux enseignements relatifs aux comportements des consommateurs de cannabis.

Tableau 1 – Récapitulatif de l’impact de la transgression et de la répression sur les coûts et les bénéfices des consommateurs de cannabis

		Pas de risque de sanction, pas de transgression	Risque de sanction, transgression	Conséquence de l’ajout de risque de sanction et de transgression
Coût mensuel (en euros)	Moyens	97,7	99,6	↑
	Médians	60	60	→
Bénéfice mensuel (en euros)	Moyens	232,2	254,2	↑
	Médians	60	60	→
Consommateurs pour lesquels le coût est supérieur au bénéfice		50,9%	50,9%	→

A4/ Double effet de la sanction pénale sur les consommateurs de cannabis

On observe un double effet de la mise en œuvre de sanctions pénales. D’une part, elle contribue à augmenter, faiblement, le coût mensuel moyen de la consommation de cannabis, de 98 euros à 100 euros (+1,9 euros⁴⁸) alors que le coût médian reste stable à 60 euros. D’autre part, mettre en œuvre un dispositif de sanctions pénales entraîne l’apparition d’un bénéfice lié, pour certains au plaisir de la transgression des lois. Ce plaisir tient au fait que le cannabis est un produit interdit. L’introduction de la sanction pénale a une conséquence assez inattendue. Le bénéfice mensuel moyen de la consommation augmente avec l’introduction de la répression et passe de 232,2 euros à 254,2 euros (+22 euros), bien que le bénéfice médian soit stable à 60 euros. Simultanément, le coût de consommation complet, n’augmente que de 1,9 euros, du fait de la répression.

Ainsi, l’introduction de la répression a un effet paradoxal. D’une part, aucun consommateur (leur pourcentage dans l’échantillon reste stable à 51 % et il s’agit des mêmes individus) ne voit son coût devenir supérieur à son bénéfice. Mais d’autre part, une grande partie des consommateurs, (49 % ont un bénéfice supérieur au coût), valorisent suffisamment la transgression pour que leur bénéfice qui excédait déjà le coût voit leur solde augmenter encore malgré l’introduction du risque pénal⁴⁹. Le risque pénal d’ILS est présent et positif pour 75 % de l’échantillon et le risque de condamnation pour 60 %. Si la majorité des consommateurs intègre le risque pénal comme un coût, ce dernier est cependant très faible : 0,54 euros pour l’ILS et 1,41 euros pour la condamnation, en moyenne. À l’inverse pour 14 % des consommateurs (soit 8 personnes sur 57, la transgression est bien présente et augmente le bénéfice lié à la consommation de cannabis. En moyenne le bénéfice de la transgression est égal à 21,9 euros, pour une médiane de 0 euros. Ainsi, plus de la moitié des consommateurs de cannabis déclarent ne pas tirer de plaisir du fait de transgresser la loi en consommant ce produit, tandis qu’une fraction admet des valeurs positives de transgression, pour certains élevées (maximum de 324 euros). En comparant l’équivalent monétaire de la transgression à la sanction pénale, on voit bien que le bénéfice est tiré vers le haut alors que le coût reste à peu près stable. Ceci explique qu’aucun des consommateurs ne passent pas d’un groupe à l’autre (de bénéfice supérieur au coût à bénéfice inférieur au coût).

L’introduction de la sanction pénale a donc un effet inattendu dans la mesure où elle augmente le bénéfice des consommateurs et dynamise leur consommation.

⁴⁸ Avec les arrondis.

⁴⁹ On observe que le coût médian ne varie pas. Seul le coût moyen augmente ce qui indique que la majorité des consommateurs ne considère pas que leur coût augmente en présence de la répression.

B – Transgression et répression chez les consommateurs de cocaïne

B1/ La consommation de cocaïne en présence de répression

Plaçons nous dans la situation réaliste qui correspond à la situation actuelle où la consommation de cocaïne est interdite et réprimée et comparons le coût et le bénéfice de chaque usager.

Il convient, en premier lieu de construire le coût. Le coût complet de la consommation de cocaïne est égal au coût mensuel pour acheter la drogue auquel s'ajoute l'espérance de coût de l'interpellation pour usage simple (ILS) et le coût de la condamnation probabilisé.

L'espérance de coût de l'ILS se calcule à partir des réponses des individus à la question : « Combien de minutes supplémentaires seriez-vous prêt à effectuer, lors de votre achat de drogue, pour éviter de vous faire confisquer la cocaïne achetée ? » Le nombre de minutes indiquées par l'individu est ensuite monétarisé, en considérant qu'une heure équivaut à 11 euros (Quinet, 2013). La somme que les individus sont disposés à payer pour éviter une ILS est ensuite multipliée par la probabilité d'être effectivement interpellé, soit 2,5% dans le cas de la cocaïne (Kopp, 2006, p. 88).

Le coût de la condamnation se calcule à partir des réponses des individus à la question : « Combien de minutes supplémentaires seriez-vous prêt à effectuer, lors de votre achat de drogue, pour éviter d'aller en prison ? » Le nombre de minutes renseigné par l'individu est ensuite monétarisé, en considérant qu'une heure équivaut à 11 euros. La somme que les individus sont disposés à payer pour éviter d'être condamné est ensuite multipliée par la probabilité d'être effectivement condamné, soit 0,5% dans le cas de la cocaïne (Kopp, 2006, p. 88).

On pose :

Coût complet de la consommation de cocaïne = coût d'achat + espérance de coût de L'ILS + coût probabilisé de la condamnation.

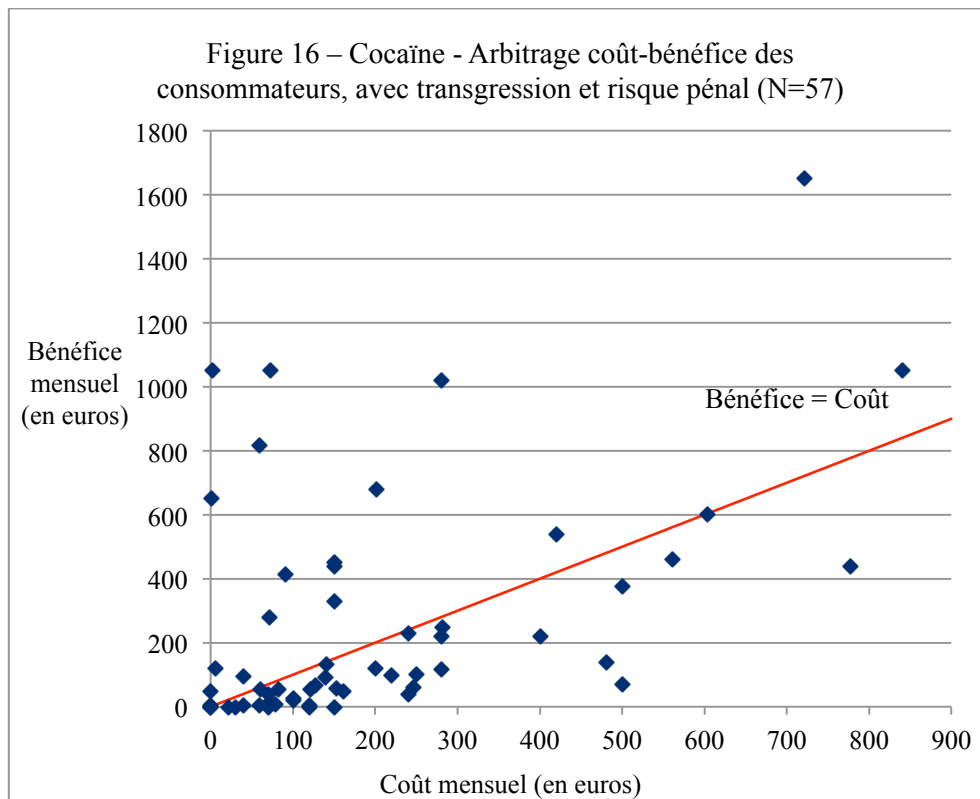
En second lieu, on calcule le bénéfice tiré de la consommation de drogue. Pour ce faire, nous utilisons la moyenne de l'équivalent monétaire que l'usager demande pour ne pas consommer de cocaïne un jour où il y en a et l'équivalent en verres d'alcool demandés pour ne pas consommer de cocaïne un jour où il y en a. Cette valeur moyenne est multipliée par la fréquence de consommation des usagers. Ce chiffre traduit le bénéfice que le consommateur de cocaïne retire de sa consommation, et donc la somme monétaire mensuelle qu'il demande pour s'abstenir de consommer pendant un mois. Dans ce chiffre un pourcentage correspond au plaisir de l'interdit de la consommation de cocaïne.

On pose :

*Bénéfice de la consommation de cocaïne = [(équivalent de la non consommation un jour + équivalent en verres d'alcool de la non consommation un jour) / 2] * fréquence de la consommation.*

En appliquant les deux formules on constate que le coût moyen mensuel de consommation de la cocaïne est de 199 euros (le coût médian est de 140 euros). Le bénéfice moyen mensuel est de 261,6 euros (le bénéfice médian est de 100 euros). L'écart entre le bénéfice moyen et le bénéfice

médian indique que le bénéfice moyen de notre échantillon de consommateurs est tiré vers le haut par quelques consommateurs qui ont un bénéfice très élevé. Pour 65 % des consommateurs, le coût est supérieur au bénéfice.



La figure 16 décrit l'arbitrage mensuel réalisé par les consommateurs de cocaïne entre le coût et le bénéfice auxquels ils font face au moment de décider de leur consommation de cocaïne. Nous observons que pour la majorité des consommateurs, le coût est supérieur au bénéfice (consommateurs qui se situent en dessous de la droite rouge d'égalité entre le coût et le bénéfice). Parmi ces consommateurs, une partie admet un coût faible, inférieur à 300 euros par mois. Cependant, le bénéfice qu'ils retirent de leur consommation de cocaïne est très faible et ne leur permet pas d'obtenir un bénéfice supérieur au coût.

Pour certains des consommateurs de cocaïne dont le coût est supérieur au bénéfice, le coût peut atteindre entre 400 euros et 720 euros alors que le bénéfice se situe globalement en dessous de 400 euros. À l'inverse, pour 36 % des consommateurs dont le bénéfice est supérieur au coût, les coûts sont moins homogènes : certains déclarent un coût de 0 euros tandis que d'autres supportent un coût qui s'élève jusqu'aux alentours de 800 euros mensuels. Toutefois, que le coût soit faible ou élevé, tous déclarent un bénéfice qui outrepassé le coût. Pour ceux qui reportent un coût nul ou très faible, l'arbitrage bénéfice-coût est positif en raison de la présence de bénéfice. Enfin, pour les consommateurs dont le coût est positif mais dont l'arbitrage bénéfice-coût est positif, le bénéfice déclaré est très élevé, souvent compris aux alentours de 800 euros.

B2/La consommation sans répression

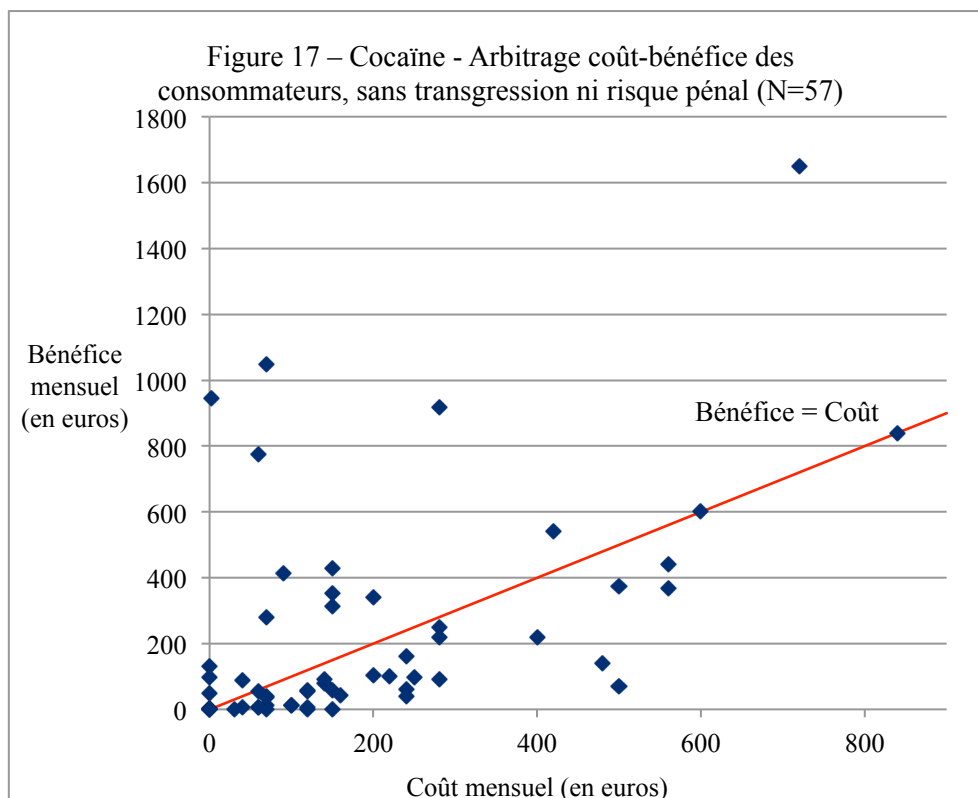
Imaginons à présent un monde où la cocaïne serait une drogue légale. Dans ce cas-là, les consommateurs ne réaliseraient aucune transgression en consommant. D'un côté, le coût complet de la consommation de cocaïne baisse, puisque le risque pénal disparaît mais, de l'autre, le bénéfice peut diminuer pour ceux qui attachaient une certaine valeur à consommer un produit interdit.

Nous reprenons les calculs précédents en modifiant les formules.

Coût complet de la consommation de cocaïne = coût d'achat

*Bénéfice de la consommation de cocaïne = [(équivalent monétaire de la non consommation un jour + équivalent en verres d'alcool de la non consommation un jour) / 2] * fréquence de la consommation - % du bénéfice attribué à la transgression.*

En appliquant les deux formules on constate que le coût moyen mensuel de consommation de la cocaïne est de 193,4 euros (coût médian de 92,4 euros). Le bénéfice moyen mensuel est de 230,2 euros (bénéfice médian de 100 euros). La différence entre le bénéfice moyen et le bénéfice médian indique que le bénéfice moyen de notre échantillon de consommateurs est tiré vers le haut par quelques consommateurs qui ont un bénéfice très élevé. Pour 61,4 % des consommateurs, le coût est supérieur au bénéfice.



trois de ces consommateurs ont un coût supérieur à 200 euros, pour un bénéfice moyen de 1000 euros. Toutefois, que le coût soit faible ou élevé, tous déclarent un bénéfice qui outrepassse le coût. Pour ceux qui reportent un coût nul ou très faible, l'arbitrage entre le bénéfice et le coût est positif, en raison de la présence d'un bénéfice positif. Enfin, pour les consommateurs dont le coût est positif mais dont l'arbitrage bénéfice-coût est positif, le bénéfice déclaré est très élevé, souvent proche de 600 euros.

B3/ Comparaison des situations « sans risque de sanction et sans transgression » et « avec risque de sanction et transgression » pour les consommateurs de cocaïne.

Le tableau ci-dessous résume les principaux enseignements relatifs aux comportements des consommateurs de cocaïne.

Tableau 2 – Récapitulatif de l'impact de la transgression et de la répression sur les coûts et les bénéfices des consommateurs de cocaïne

		Pas de risque de sanction, pas de transgression	Risque de sanction, transgression	Conséquence de l'ajout de risque de sanction et de transgression
Coût mensuel (en euros)	Moyens	193,4	198,9	↑
	Médians	140	140	→
Bénéfice mensuel (en euros)	Moyens	230,2	261,6	↑
	Médians	92,4	100	↑
Consommateurs pour lesquels le coût est supérieur au bénéfice		61,4%	64,9%	↑

B4/ Double effet de la sanction pénale sur les consommateurs de cocaïne

On observe un double effet la mise en œuvre de sanctions pénales. D'une part, elle contribue à augmenter le coût mensuel moyen de la consommation de cocaïne, de 193,4 euros à 198,9 euros (+5,5 euros) alors que le coût médian reste stable à 140 euros. D'autre part, mettre en œuvre un dispositif de sanctions pénales entraîne l'apparition d'un bénéfice liée, pour certains au plaisir de la transgression des lois. Ce plaisir tient au fait que la cocaïne est un produit interdit. L'introduction de la sanction pénale a une conséquence assez inattendue. Le bénéfice mensuel moyen de la consommation augmente avec l'introduction de la répression et passe de 230,2 euros à 261,6 euros (+31,6 euros), tout comme le bénéfice médian qui s'élève de 92,4 euros à 100 euros mensuels (+7,6 euros). Simultanément, le coût de consommation complet, n'augmente que de 5,5 euros, du fait de la répression.

Ainsi, l'introduction de la répression a un effet paradoxal. D'une part, un tout petit nombre de consommateurs (leur pourcentage dans l'échantillon passe de 61,4 % à 65 %, soit une augmentation de 3,5 points⁵⁰) voit leur coût devenir supérieur à leur bénéfice. Mais d'autre part, certains consommateurs, (35,1 % ont un bénéfice supérieur au coût avec la mise en œuvre de sanctions pénales), valorisent suffisamment la transgression pour que leur bénéfice qui excédait déjà le coût voit leur solde augmenter encore malgré l'introduction du risque pénal⁵¹. Le risque pénal d'ILS est présent et positif pour 72 % de l'échantillon et le risque de condamnation pour

⁵⁰ Il s'agit de deux personnes dans l'échantillon de 57 consommateurs.

⁵¹ On observe que le coût médian ne varie pas. Seul le coût moyen augmente ce qui indique que la majorité des consommateurs en ne considère pas que leur coût augmente en présence de la répression.

67 %. Si la majorité des consommateurs intègre le risque pénal comme un coût, ce dernier est cependant très faible : 0,18 euros pour l'ILS et 1 euros pour la condamnation, en moyenne. À l'inverse pour 42 % des consommateurs (soit 24 personnes sur 57, la transgression est bien présente et augmente le bénéfice lié à la consommation de cocaïne. En moyenne le bénéfice de la transgression est égal à 31,4 euros, pour une médiane de 0 euros. Ainsi, plus de la moitié des consommateurs de cocaïne déclarent ne pas tirer de plaisir du fait de transgresser la loi en consommant ce produit, tandis qu'une fraction admet des valeurs positives de transgression, pour certains élevées (maximum de 520 euros). En comparant l'équivalent monétaire de la transgression à la sanction pénale, on constate que le bénéfice est tiré vers le haut en raison de la transgression alors que le coût reste à peu près stable à l'issue de l'introduction de sanctions pénales. Ceci explique que la plupart des consommateurs ne passent pas d'un groupe à l'autre (de bénéfice supérieur au coût à bénéfice inférieur au coût) excepté deux d'entre eux qui sont très averses au risque et ne déclarent pas de transgression élevée.

L'introduction de la sanction pénale a donc un effet paradoxal dans la mesure où elle augmente le bénéfice des consommateurs et dynamise leur consommation.

C – Comparaison des effets de la sanction pénale sur les consommateurs de cannabis et de cocaïne

C1/ Avec risque de sanctions pénales

En présence de risques de sanction pénales et donc de plaisir retiré de la transgression, on constate que le coût moyen mensuel lié à la consommation de cocaïne (194,5 euros) est supérieur à celui du cannabis (99,6 euros). Cette différence entre le coût complet de consommation de la cocaïne et celui de la consommation du cannabis s'explique principalement par le fait que le prix au gramme de la cocaïne est nettement plus élevé que celui du cannabis. En effet, la probabilité d'interpellation et de condamnation sont très faibles et ne contribuent que marginalement à augmenter le coût total de ces deux drogues.

Tableau 3 – Comparaison de l'impact de la transgression et de la répression sur les coûts et les bénéfices des consommateurs de cocaïne et de cannabis (en présence de répression)

		Cannabis	Cocaïne
Coûts mensuels (en euros)	Moyens	99,6	194,5
	- dont ILS	0,51	0,18
	- dont condamnation	1,34	0,99
	Médians	60	140
	- dont ILS	0,35	0,14
	- dont condamnation	0,02	0,04
Bénéfices mensuels (en euros)	Moyens	254,2	261,6
	- dont transgression	21,9	31,4
	Médians	60	100
	- dont transgression	0	0
Consommateurs pour lesquels le coût est supérieur aux bénéfices		50,9 %	64,9 %

L'écart entre les deux drogues est moins net du côté des bénéfiques. En effet, le bénéfice moyen mensuel tiré de la consommation de cannabis (254,3 euros) est similaire à celui lié à la

consommation de cocaïne (261,6 euros), tandis que les bénéfices médians diffèrent davantage (60 euros pour le cannabis contre 100 euros pour la cocaïne). Du côté des bénéficiaires des consommateurs, la transgression représente environ un dixième du bénéfice moyen mensuel : 22 euros pour le cannabis et 31,4 euros pour la cocaïne. Toutefois, en médiane la transgression est égale à 0, ce qui signifie qu'une fraction des consommateurs déclare retirer un plaisir très élevé du fait que la consommation de cannabis ou de cocaïne est interdite. De plus, certains consommateurs de cannabis déclarent des bénéfices très faibles, ce qui explique l'écart constaté entre le bénéfice moyen mensuel et médian.

Lorsque l'on compare le coût et le bénéfice de la consommation de cannabis et de cocaïne, on observe que le coût est supérieur au bénéfice pour 64,9 % des consommateurs de cocaïne contre seulement 50,9 % des consommateurs de cannabis.

C2/ Sans risque de sanctions pénales

Lorsqu'il n'y a pas de risques de sanctions pénales ni de plaisir retiré de la transgression, on constate que le coût moyen mensuel lié à la consommation de cocaïne (193,4 euros) est supérieur à celui du cannabis (97,7 euros). Cette différence de coûts pour les consommateurs de cocaïne et ceux de cannabis s'explique naturellement par le fait que le prix au gramme de la cocaïne est nettement plus élevé que celui du cannabis.

Tableau 4 – Comparaison de l'impact de la transgression et de la répression sur les coûts et les bénéfices des consommateurs de cocaïne et de cannabis (en l'absence de répression)

		Cannabis	Cocaïne
Coûts mensuels (en euros)	Moyens	97,7	193,4
	Médians	60	140
Bénéfices mensuels (en euros)	Moyens	232,2	230,2
	Médians	60	92,4
Consommateurs pour lesquels le coût est supérieur au bénéfice		50,88%	61,4%

Cet écart est moins prononcé du côté des bénéficiaires. En effet, le bénéfice moyen mensuel de la consommation de cannabis (232,2 euros) est similaire à celui de la cocaïne (230,2 euros), tandis que les bénéfices médians diffèrent davantage : 60 euros pour le cannabis contre 92,4 euros pour la cocaïne. Certains consommateurs de cannabis déclarent des bénéfices très faibles, ce qui explique l'écart constaté entre les bénéfices moyens mensuels et médians.

Lorsque l'on compare les coûts et les bénéfices de la consommation de cannabis et de cocaïne, on observe que le coût est supérieur au bénéfice pour 61,4% de consommateurs de cocaïne contre seulement 50,9 % des consommateurs de cannabis.

Conclusion de la quatrième partie

Le lecteur observera que l'analyse de l'impact de l'introduction de la sanction pénale n'exige pas de comparer le coût et le bénéfice complet⁵² ; il suffit de comparer les éléments qui sont supposés varier c'est-à-dire, d'un côté une augmentation du coût lié la probabilité d'être arrêté et, de l'autre, une augmentation du bénéfice du fait de l'attrait de l'interdit. La discussion porte alors sur l'efficacité de l'introduction de la sanction pénale. Cette dernière est inefficace si le risque de sanction est faible et l'attrait pour l'interdit fort⁵³. Pour le cannabis les sanctions pénales actuelles sont inefficaces car elles sont parfaitement contrebalancées par le plaisir que les consommateurs retirent de la transgression. Pour la cocaïne l'efficacité des sanctions pénales actuelles est très limitée : elles tendent à augmenter le coût de la cocaïne et davantage de consommateurs accusent des coûts supérieurs aux bénéfices avec les sanctions pénales (+3,5 points).

⁵² Ce point est important dans la mesure où nous n'avons pas pris en compte le coût sanitaire, notre comparaison n'est toutefois pas invalidée puisque seule compte la variation.

⁵³ Dans quelle mesure la prise en compte des comportements expressifs n'est pas biaisée puisque l'attrait pour l'interdit est pris en compte, mais ne pourrait-on pas aussi envisager un bénéfice que certains consommateurs retireraient du fait d'être en conformité avec la loi ? (ce type de profils n'est peut être très peu répandu chez les consommateurs de drogues). Il faudrait aussi mentionner et discuter les possibles effets de *déplacement* : si l'attrait pour l'interdit est fort et demande à être assouvi quel que soit l'objet sur lequel il se porte, le fait de supprimer les sanctions sur la consommation de cannabis pourrait déplacer l'attrait pour l'interdit vers d'autres substances.

Conclusion

Ce rapport constitue une toute première étude économique du rôle de la transgression dans le comportement des consommateurs de drogues. Nous ne pensons pas être déjà en mesure de prétendre valider ou non la théorie que nous avons exposée dans la première section. Notre travail est plus modeste.

Nous nous contenterons d'affirmer que, sur un échantillon imparfait et avec une méthodologie qui peut être améliorée, on observe que la sanction pénale peine à être efficace, d'une part, car elle ne constitue pas un coût élevé pour le consommateur et d'autre part, parce que certains consommateurs attribuent une valeur à la transgression. Le niveau actuel d'effectivité de la sanction pénale joue alors un rôle ambigu sur la dynamique de la consommation. Cette recherche appelle de nouveaux travaux dans cette direction. Nous nous concentrerons à nouveau sur les *usagers simples* ou les *usagers revendeurs occasionnels*, c'est-à-dire que nous excluons les *dealers* qui peuvent avoir intérêt à gagner un statut (*street reputation*) en mettant en scène leurs démêlés avec la justice.

Nous souhaitons notamment mieux comprendre les réactions à la sanction pénale de deux (ou plusieurs) groupes de consommateurs. Les uns seraient plus sensibles au coût de la sanction pénale qu'au bénéfice d'un comportement transgressif. Les autres, fonctionneraient de manière inverse. Sur la base d'un échantillon plus large et à l'aide d'une étude plus qualitative, cette fois, il serait possible de tester un certain nombre d'hypothèses.

La partition des usagers de drogues en deux catégories (transgressifs et obéissants) dépend probablement de multiples facteurs (revenu, statut social, environnement, âge, etc...). Parmi ceux-ci, nous sommes très intéressés à examiner le rôle de la *stigmatisation sociale* dans la réception de la norme pénale comme un coût. Il est certain qu'une personne disposant d'un métier où la réputation est une question importante prend un risque et donc affronte un coût important lorsqu'il transgresse les lois. Une personne dont la réputation n'est pas décisive dans sa stratégie professionnelle prendra un risque statistiquement identique mais à un coût plus faible. Il convient donc de mieux comprendre comment les stratégies d'insertions sociales et professionnelles peuvent tolérer ou même réclamer des phases de transgression qui sont finalement incorporées comme une valeur positive et à l'inverse comment, pour d'autres, la transgression révélée publiquement est insoutenable⁵⁴.

Les individus consommateurs de drogues régissent différemment, les uns des autres, comme nous venons de l'évoquer. Mais les non consommateurs ont également une opinion sur les drogues. Il convient donc aussi d'étudier comment la société peut voir sa permissivité vis-à-vis des drogues, changer. On a vu, aux Etats-Unis, la très violente hostilité aux drogues de la majorité des citoyens, dans les années soixante, se muer en une plus grande tolérance qui a conduit deux états à légaliser le cannabis. Inversement, les images de l'héroïne et de la cocaïne se sont dégradées, au fur et à mesure que les nouvelles générations ont pu constater sur les précurseurs, les effets ravageurs du crack-cocaïne et de l'héroïne injectée. Alors qu'au début d'une épidémie de drogue, la demande de drogue tient au fait que les consommateurs récents

⁵⁴ Il ne vient généralement pas à l'idée de considérer que la prise de drogues a constitué un frein à la carrière de Mick Jaeger. On oublie sans doute un peu vite que le premier leader du groupe (Brian Jones) est décédé d'une noyade provoquée par une overdose. On ne saura jamais si la carrière musicale de Keith Richards aurait été encore plus brillante sans les drogues. On sait, en revanche, qu'un avocat, bien connu en son temps, dont nous ne rappellerons pas le nom, a perdu à être été radié du Barreau de Paris, après avoir engagé des relations troubles avec un de ses clients, par ailleurs son fournisseur de drogues.

tendent de recruter de nouveaux consommateurs et que le taux d'expérimentation de la drogue dépend alors du niveau de la prévalence. L'effet de feed-back peut également jouer en sens inverse. Lorsqu'une nouvelle génération arrive en âge d'expérimenter la drogue, elle est souvent plus consciente du risque que la génération précédente. Cette lucidité s'explique par la présence de consommateurs endurcis qui constituent un modèle répulsif efficace. Ainsi, un pourcentage important de consommateurs « à problèmes » parmi les consommateurs vient diminuer le taux d'expérimentation. Ce qui joue, cette fois, ce n'est plus l'hétérogénéité des perceptions de l'interdit entre les différents groupes de consommateurs, mais la perception médiane de l'ensemble des citoyens vis-à-vis des drogues.

Afin de prendre en compte ces deux aspects de la consommation de drogues nous souhaitons engager des travaux dans deux directions.

Une première piste consiste à continuer de réfléchir sur les modalités hétérogènes par lesquelles la sanction pénale est perçue par les différents groupes de consommateurs. Mais cette recherche doit déboucher sur des considérations plus appliquées permettant d'améliorer les politiques publiques. L'objectif final étant de mieux calibrer ces dernières afin de prendre en compte les réactions des individus lors des choix en matière de répression. La prise en considération des effets différenciés de la répression sur les individus ne plaide pas directement pour une des deux solutions polaires (répression ou légalisation), en revanche elle devrait conduire à préciser les contours du dispositif légal retenu afin d'anticiper d'éventuelles réactions contre productives de certains groupes de consommateurs.

La seconde piste est plus théorique. Nous poursuivons depuis de longues années l'objectif de proposer une théorie complète de la consommation des drogues addictives. Nous pensons avoir livré dans ce rapport un élément de cette théorie, mais un élément seulement. Le plus délicat reste à faire, c'est-à-dire, intégrer cette connaissance d'un des aspects de la consommation de drogue dans une théorie plus compréhensive.

La cohérence entre ces deux directions de recherche repose sur une conviction ancienne selon laquelle une bonne politique publique doit prendre en compte toutes les facettes complexes des réactions des individus aux incitations que constituent les normes légales.

Références

Akerlof G., Kranton R. (2000), Economics and Identity, *The Quarterly Journal of Economics*, 115, august, 715-753.

Becker G., Grossman M., Murphy K. (2006), The Market for Illegal Goods, *Journal of Political Economy*, Vol. 114, pp. 38-60, February.

Behrens D., Tragler G. (2001), The Dynamic Process of Dynamic Modelling: the Cocaine Epidemic in the United States of America, *Bulletin on Narcotics*, vol. LIII, n° 1, 2.

Boardman A., Greenberg D., Vinning A., Weimer, D. (2006), *Cost-Benefit Analysis*, (3rd. Edition), New Jersey: Prentice Hall.

Chaloupka F. ; The-Wei H. ; Warner K. ; Rowens J. ; Yurekli A. (2002), *The Taxation of Tobacco Products, in Tobacco Control In Developing Countries*, Prabhat J. et Chaloupka F., éditeurs, The World Bank, Oxford University Press.

Corten P.H. (1998), Le concept de qualité de vie vu à travers la littérature anglo-saxonne, *L'Information Psychiatrique* 1998; 9: 922-932.

Gruber J., Koszegi B. (2004), Tax Incidence When Individuals Are Time-Inconsistent: the Case of Cigarette Excise Taxes, *Journal of Public Economics*, 88, 1959-1987.

Hillman A. (2010), Expressive Behavior in Economics and Politics, *European Journal of Political Economy*, 26, 403-418.

Kopp P. (2006), *Économie de la drogue*, Repères, La Découverte.

Kopp P., Fenoglio P. (2011), Les drogues sont-elles bonnes pour la France ?, *Revue Economique*, 62 (5), septembre.

Obradovic I. (2012), La pénalisation de l'usage de stupéfiants en France au miroir des statistiques administratives. Enjeux et controverses. *Déviance et Société*, 36(4), p. 441-469.

Olson M., (1965), *Logic of Collective Action*, Harvard University Press, 1965 (1971 2nd ed.).

Traduction française : *Logique de l'action collective*, préface de Raymond Boudon, PUF, 1978 (2e éd. 1987)

Patrick D.L., Erickson P. (1987) Assessing Health Related Quality of Life for Clinical Decision Making, quality of Life: Assessment & Application, Ed. S.R. Walker & R.M. Rosser. MTP Press Limited, 9-49.

Quinet E. (2013), *L'évaluation socio-économique en période de transition*, Centre d'Analyse Stratégique, mars 2013.

Viscusi K. (2011), Tobacco Regulation through Litigation: The Master Settlement Agreement, with Joni Hersch, in Daniel Kessler, ed., *Regulation versus Litigation: Perspectives from Economics and Law* (Chicago: University of Chicago Press), pp. 71-101.

Annexes

Annexe 1 : Questionnaire

Nom de l'enquêteur

Pseudonyme du répondant

Numéro de téléphone codé (ne pas remplir devant le répondant)

Lieu de l'interview

Date

Heure

Qui a permis d'établir le contact (enquêteur, boule de neige)

Le répondant satisfait au critère d'inclusion, "consommer au moins une drogue illégale au moins une fois par trimestre"

La personne en face de moi semble avoir consommé une drogue illégale

Je n'ai pas payé pour obtenir cet interview (oui, non); si oui questionnaire invalidé

Je n'ai pas consommé de drogues illégales aujourd'hui avec le répondant (remplir à la fin, oui/non). Si oui, questionnaire invalidé

Si vous êtes au café ou au restaurant ou en club, qui a payé les consommations ? Combien ?

Consommation

Vous consommez quoi ?

Cannabis (par jour, par semaine, une fois par mois, une fois par trimestre)

Par jour

Fumez-vous plutôt seul, à deux, en groupe ?

Quantité par produit (joint ou gramme) par période

Dépense par période (par semaine ou par mois, par soirée si je consomme très occasionnellement)

A quel âge avez-vous essayé cette drogue pour la première fois ?

A une période de votre vie avez-vous pris de cette drogue presque tous les jours ? / Si oui : à quel âge et durant combien de mois ou années ?

Cocaïne (par jour, par semaine, une fois par mois, une fois par trimestre)

Comment consommez-vous ? (Snif, shoot, fumer)

Consommez-vous plutôt seul, à deux, en groupe ?

Quantité par produit (en gramme) par période

Dépense par période (par semaine ou par mois, par soirée si je consomme très occasionnellement)

A quel âge avez-vous essayé cette drogue pour la première fois ?

Qui vous a donné (offert) votre première ligne (shoot, fumette) ?

A une période de votre vie, avez-vous pris de cette drogue presque tous les jours ? / Si oui combien de mois ou années ?

A une période de votre vie, avez-vous pris de cette drogue presque tous les jours ? Si oui : à quel âge et durant combien de mois ou années ?

Héroïne (par jour, par semaine, une fois par mois, une fois par trimestre)

Comment consommez-vous ? (Snif, shoot, fumer)

Consommez-vous plutôt seul, à deux, en groupe ?

Quantité par produit (en gramme) par période

Dépense par période (par semaine ou par mois, par soirée si je consomme très occasionnellement)

A quel âge avez-vous essayé cette drogue pour la première fois ?

Qui vous a donné (offert) votre première ligne (shoot, fumette) ?

A une période de votre vie, avez-vous pris de cette drogue presque tous les jours ? / Si oui combien de mois ou années ?

A une période de votre vie, avez-vous pris de cette drogue presque tous les jours ? Si oui : à quel âge et durant combien de mois ou années ?

Autres (ecstasy, Lsd, pollen, opium) (par jour, par semaine, une fois par mois, une fois par trimestre)

Vous consommez plutôt seul, à deux, en groupe

Quantité par produit (en cachet) par période

Dépense par période (par semaine ou par mois, par soirée si je consomme très occasionnellement)

A quel âge avez-vous essayé cette drogue pour la première fois ?

Qui vous a donné (offert) votre premier ecstasy ?

A une période de votre vie, avez-vous pris de cette drogue presque tous les jours ? / Si oui combien de mois ou années ?

A une période de votre vie avez-vous pris de cette drogue presque tous les jours, si oui : À quel âge et combien de mois ou années

Autres drogues

Tabac

Alcool excessif

Temesta, valium, etc.

Avez-vous des conduites à risques lorsque vous consommez (sexe avec partenaire non habituel et non protégé, conduite auto, bagarres) ?

Satisfaction

Qu'attendez-vous de la consommation (question ouverte) ? Enquêteur : noter les mots clefs

Regrettez-vous d'avoir commencé à consommer (par produits) ?

Vous est-il arrivé d'initier quelqu'un ? (par produit)

Le regrettez-vous ? (Par produit)

Consommer de la drogue est-il cohérent avec votre style ?

Vous consommez de la drogue X. Si elle était légale, pensez-vous que sa consommation vous procurerait plus ou moins de satisfaction (en %)

Quelle est la part du plaisir de consommer de la drogue X que vous associez au fait qu'elle est interdite ? (En %)

Combien de consommations dans un bar demanderiez-vous à recevoir en échange du joint de cannabis (de la ligne de cocaïne/héroïne, de l'ecstasy) que vous prenez ?

Quelle somme d'argent demanderiez-vous pour ne pas consommer un soir où il y en a ?

Quelle est la proportion de votre entourage que vous ne verriez presque plus si vous arrêtiez de consommer ? (Par produit) (En %)

Coût

Combien payez-vous le gramme

Cannabis, herbe, pollen

Coke

Héroïne

Autres

Seriez-vous prêt à payer plus cher pour avoir un meilleur produit ? Si oui, combien ?

Cannabis, herbe, pollen

Coke

Héroïne

Ecstasy

Autres

A qualité égale, si la drogue X augmente de Y euros par gramme, diminuerez-vous votre consommation ? De combien en % ?

Cannabis, herbe, pollen : si augmente de 50 cents par gramme

Coke :

Héroïne :

Ecstasy :

Autres

Etes-vous prêt à revendre des petites quantités de drogue pour diminuer vos dépenses de drogues ? (Oui/non)

Etes-vous prêt à avoir un rapport sexuel contre de la drogue ?

Cannabis, herbe, pollen : oui/non

Coke : oui/non

Héroïne : oui/non

Ecstasy : oui/non

Autres : oui/non

Mon dealer (indiquer le produit et ne se concentrer que sur un seul produit dominant)

J'achète toujours à la même personne (faire décrire et noter mots-clefs)

J'achète à plusieurs personnes (faire décrire et noter mots-clefs)

Je n'achète presque jamais, on me donne

Quelle quantité achetez-vous en moyenne (par achat) ?

Quel est le plus gros achat que vous ayez fait ?

Avez-vous déjà été arnaqué sur le prix ? Souvent ?

Avez-vous déjà été arnaqué sur la quantité ? Souvent ?

Avez-vous déjà été exposé à de la violence durant vos achats ? Souvent ?

Avez-vous déjà vu une arme chez un vendeur ? (Quel genre ?)

Avez-vous déjà été arrêté ? (Produits, mots clefs)

Avez-vous été déjà placé en garde à vue ? (Produits, mots clefs)

Avez-vous déjà été condamné ? (Produits, mots clefs)

Avez-vous déjà été forcé à un rapport sexuel durant un achat ?

Police

Avez-vous déjà été incité par les policiers à leur donner un nom de consommateur ou de dealer ?

Avez-vous déjà été dénoncé ? Par qui ?

Avez-vous déjà été victime de brutalités de la part de policiers ?

Etes-vous souvent l'objet de contrôles d'identité ? (Fréquence)

(si oui) Pour quelle raison, d'après vous, êtes-vous ainsi contrôlé ?

(idem) Les policiers ont-ils découvert de la drogue sur vous ?

Cela vous est-il déjà arrivé de vous faire palper avec de la drogue et que les policiers se contentent de détruire ou confisquer le produit ?

Pénal

Combien de minutes supplémentaires êtes-vous prêts à vous déplacer pour faire votre achat de drogue (X) afin d'être certain de n'avoir aucun risque d'être violenté ?

Afin d'éviter les risques d'être violenté, préféreriez-vous payer plus cher et être livré (drogue X) à domicile, plutôt que d'acheter dans la rue ? Si oui, combien ? (en %)

Combien de minutes supplémentaires êtes-vous prêts à vous déplacer pour faire votre achat de drogue (X) afin d'être certain de ne pas vous le faire confisquer ou détruire par la police ?

Afin d'éviter les risques que votre achat soit détruit ou confisqué par la police, préféreriez-vous payer plus cher et être livré à domicile, plutôt que d'acheter dans la rue ? Si oui, combien ? (En %)

Combien de minutes supplémentaires êtes-vous prêts à vous déplacer pour faire votre achat de drogue (X) afin d'être certain de ne pas vous faire placer en garde à vue ?

Afin d'éviter les risques d'être placé en garde à vue, préféreriez-vous payer (drogue X) plus cher et être livré à domicile, plutôt que d'acheter dans la rue ? Si oui, combien ? (En %)

Combien de minutes supplémentaires êtes-vous prêts à vous déplacer pour faire votre achat de drogue X afin d'être certain de ne pas être amené au tribunal ?

Afin d'éviter les risques d'être amené au tribunal, préféreriez-vous payer plus cher et être livré en drogue X à domicile, plutôt que d'acheter dans la rue, si oui combien en %

Combien de minutes supplémentaires êtes-vous prêts à vous déplacer pour faire votre achat de drogue X afin d'être certain de ne pas aller en prison ?

Afin d'éviter les risques d'aller en prison, préféreriez-vous payer plus cher et être livré à domicile, plutôt que d'acheter dans la rue ? Si oui, combien ? (en %)

Idem – ne voit pas la différence – différentes menaces pas vraiment crédibles

Santé

Quel pourcentage de votre capital santé pensez-vous avoir détruit par votre usage de cannabis ?

Quel pourcentage de votre capital santé pensez-vous avoir détruit par votre usage de cocaïne ?

Quel pourcentage de votre capital santé pensez-vous avoir détruit par votre usage de autres drogues illicites ?

Quel pourcentage de votre capital santé pensez-vous avoir détruit par votre usage de alcool ?

Quel pourcentage de votre capital santé pensez-vous avoir détruit par votre usage de tabac ?

Avez-vous déjà consulté un médecin pour un problème de drogue ?

Avez-vous déjà été malade avec une drogue ?

Avez-vous déjà appelé un médecin/ pompier/ ami ou vu un médecin/ pompier/ ami en urgence

Addiction

"On appelle dépendance le fait de ne pas pouvoir se passer de la drogue X". Êtes-vous dépendant ? (De 1 à 5) (Indiquez la drogue)

"On appelle accoutumance, le fait d'avoir besoin de plus en plus de produits pour avoir le même effet". Avez-vous constaté une forme d'accoutumance ? (de 1 à 5) (Indiquez les produits).

Pensez-vous avoir une addiction à la drogue X (de 1 à 5)

Oui ou non, voudriez-vous arrêter de consommer de cette drogue ?

Je ne veux pas arrêter par ce que (j'en prends très peu, j'aime cela.) notez les mots clefs

Je veux arrêter par ce que (j'en prends trop, je ne peux pas m'en passer) notez les mots clefs

J'ai déjà essayé d'arrêter sans succès (quand, pourquoi.) (Mots clefs)

J'ai déjà réussi à arrêter telle drogue (quand, pourquoi, comment, dur ?) notez les mots clefs

Combien d'heures, en dehors de vos heures de travail, accepteriez-vous de consacrer, par semaine à un soin dont vous penseriez qu'il est efficace ?

A combien de jours, semaines, mois de vacances renonceriez-vous pour n'avoir jamais commencé à consommer la drogue X ?

Taux d'actualisation

Si vous avez le choix entre 10 gramme de cannabis maintenant et 11 grammes dans une semaine, vous préférez quoi ? Ensuite faire dire le *trade off* sans énumérer 11, 12, 13 etc.

Si vous avez le choix entre 1 gramme de cocaïne maintenant et 1,1 grammes dans une semaine, vous préférez quoi ? Ensuite faire dire le *trade off* sans énumérer 1,1, 1,2, 1,3 etc.

Vous apprenez que le cannabis que vous allez acheter est passé de 20 euros à 25 euros. Allez-vous quand même acheter ou vous chercher un autre plan ?

Vous apprenez que la coke que vous allez acheter est passée de 70 euros à 80 euros. Allez-vous quand même acheter ou vous chercher un autre plan ?

Une fois arrivé chez le vendeur vous apprenez que le cannabis est passé de 20 euros à 25 euros, vous achetez quand même

Une fois arrivé chez le vendeur vous apprenez que la coke est passée de 70 euros à 80 euros, vous achetez quand même

Vous venez d'acheter pour 20 euros de cannabis, vous rentrez chez vous on vous propose de le revendre pour 21 euros, oui ou non ? (Faire dire le *trade off*)

Vous venez d'acheter pour 70 euros de cocaïne, vous rentrez chez vous on vous propose de le revendre pour 21 euros, oui ou non ? (Faire dire le *trade off*)

Personne interviewée

Sexe

Masculin

Age

Statut familial

Célibataire

Nombre d'enfants (leur âge)

Revenu mensuel traditionnel (famille, travail, etc.)

Revenus mensuels divers (revente, prostitution, vol....)

Niveau de diplôme

Profession du père

Profession de la mère

Pensez-vous que votre père (beau-père) a souvent pris des drogues illégales ?

Pensez-vous que votre mère (belle-mère) a souvent pris des drogues illégales ?

Pensez-vous que vos sœurs frères ont souvent pris des drogues illégales ?

Pensez-vous que vos enfants ont pris souvent des drogues illégales ?

Lieu de vie

Propriétaire ou co-proprio (indiquez le nombre de m2)

Chez les parents

Chez un ou des amis

Chez ma copine, mon copain

Chez mon conjoint

Je vis à l'hôtel

Je vis dans un squat

Je change tout le temps de lieu

Je vis dans la rue

Politique

On appelle "dépénalisation" le fait de ne plus poursuivre la possession d'une quantité de drogue pour usage personnel. Y êtes-vous favorable ? (faire préciser produit par produit)

On appelle "légalisation" le fait de vendre de la drogue comme on vend de l'alcool ou du tabac aujourd'hui. Y êtes-vous favorable ? (faire préciser produit par produit)

Avez-vous voté aux dernières élections présidentielles ? Et aux élections municipales qui ont suivi un an après, en 2008 ?

Pensez-vous que vous irez voter aux élections présidentielles de 2012 ? Pour qui ?

Annexe 2 : Théorie du consommateur

De nombreuses questions renvoient à la théorie du consommateur qui constitue l'un des points forts de la théorie microéconomique.

Lorsqu'un individu consomme une quantité x de cannabis, il en tire une utilité qui est égale à la quantité consommée ox sur le graphique suivant multipliée par le prix oy .

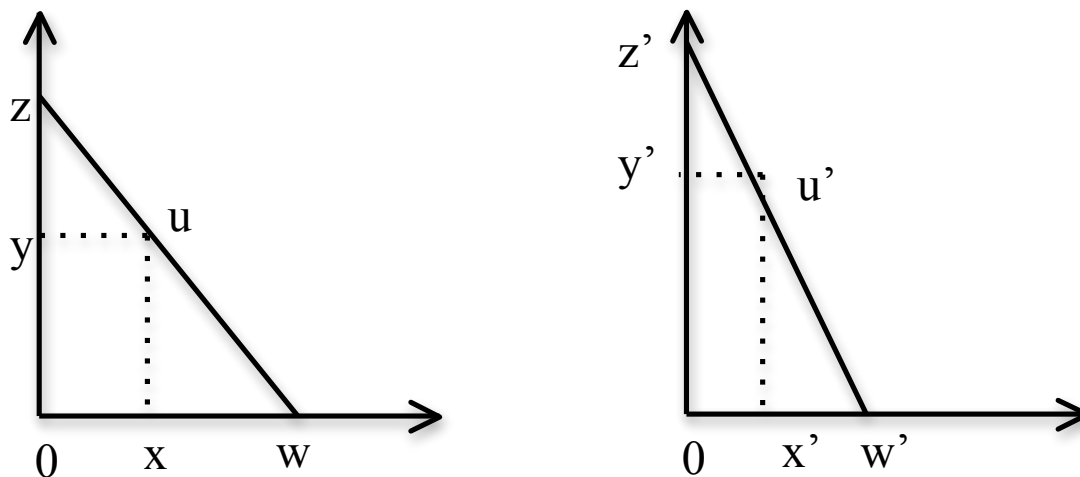
Si il accepte en échange de cette quantité de cannabis, à laquelle il renonce, une quantité d'alcool ox' vendue à un prix oy' (sur le graphique b), c'est qu'il est indifférent entre les deux situations⁵⁵.

Dans la mesure où, quelle que soit la manière dont il dépensera une somme identique la surface représentée dans le graphique a $oyux$, serait égale à la surface $o'y'u'x'$ représentée dans le graphique b. L'utilité mesurée par la dépense est la même quelle que soit le bien auquel la dépense est affectée.

Toutefois, si le consommateur accepte de sacrifier sa consommation de cannabis pour de l'alcool, c'est que le surplus du consommateur est supérieur dans cette seconde situation ($y'z'u' > yzu$), sinon il refuserait l'échange, faute d'y trouver un intérêt.

Lorsqu'on interroge l'individu et qu'on lui propose une enchère descendante pour renoncer à consommer du cannabis, il interrompt l'enchère descendante au moment où le prix qu'il accepte élimine tout le surplus du consommateur.

Figure 1 – Surplus et disposition à payer



En conséquence, lorsque l'individu annonce qu'il renonce à sa consommation de cannabis pour 10 euros, il annonce l'utilité qu'il attribue à la consommation de cannabis.

⁵⁵ Les droites de demande pour le cannabis et l'alcool ne sont pas forcément de même pente. Seule compte les surfaces.