

ATTRACTION - LE MANGA

Outil d'intervention et de prévention du tabagisme auprès des jeunes

Tokyo 2040

Dans un club mystérieux, trois adolescents vont être confrontés à l'univers séduisant du tabac. Pour ne pas succomber, ils devront déjouer les pièges tendus par un personnage mystérieux et charismatique, prendre des initiatives et faire leurs propres choix.

Composé d'un DVD et d'un livret d'accompagnement, cet outil permet aux acteurs du secteur de la jeunesse d'animer une session de prévention du tabagisme auprès des jeunes de 11 à 18 ans à partir du manga interactif *Attraction*.



ATTRACTION - LE MANGA

Outil d'intervention et
de prévention du tabagisme
auprès des jeunes

Manga interactif et livret d'accompagnement
à destination des acteurs du secteur de la jeunesse.

1. Présentation générale de l'outil

Objectifs de l'outil	04
Destinataires de l'outil	05
Contexte de naissance de l'outil	06
L'Institut national de prévention et d'éducation pour la santé	07

2. Quelques éléments de connaissance

Les grandes dates de la lutte contre le tabagisme des jeunes en France	08
Les campagnes de prévention à destination des jeunes	09
Définitions	10
Les conséquences du tabagisme	11
Tabagisme et adolescence	12
Les stratégies de l'industrie du tabac vers les jeunes	13
Les thématiques abordées par le manga <i>Attraction</i>	17
	19

3. Présentation du Manga

Résumé de l'histoire	22
Les personnages	23
Les séquences	24

4. Préparation et animation d'une séance

Préparer la session	28
Animer la séance	29

5. Propositions de débats

Préambule	34
« Tabac et relation aux autres »	35
« Tabac et choix individuels »	36
« Le tabac : savoir l'éviter, savoir arrêter »	38
« Tabac et représentations sociales »	41
	45

6. Ressources & annexes

Pour vous informer et vous documenter	48
Pour monter un projet	49
Pour orienter les jeunes qui souhaiteraient arrêter ou s'informer	49
Autres outils d'intervention à destination des jeunes développés par l'INPES sur le sujet du tabagisme	50
Les compétences psychosociales	51
Questionnaire avant la séance	52
Questionnaire après la séance	54
	56

PRÉSENTATION GÉNÉRALE DE L'OUTIL

1 PRÉSENTATION GÉNÉRALE DE L'OUTIL

Cette première partie présente dans quel contexte et dans quelle perspective la campagne puis l'outil d'intervention *Attraction* ont vu le jour. Sont également indiqués les objectifs poursuivis par l'outil, ainsi que les publics auxquels il s'adresse.

1.1 OBJECTIFS DE L'OUTIL

OBJECTIF GÉNÉRAL

Prévenir la consommation de tabac chez les jeunes de 11 à 18 ans.

OBJECTIFS SPÉCIFIQUES

- Faire prendre conscience aux adolescents des influences dont ils font l'objet sur le tabagisme, en particulier les stratégies de l'industrie du tabac, les représentations sociales, l'influence des pairs et de l'entourage.
- Donner aux jeunes les ressources pour les aider à faire leur propre choix.
- Faire évoluer les représentations individuelles et collectives liées au tabac des adolescents.
- Transmettre aux adolescents des informations sur le produit tabac, les manipulations de son industrie, la dépendance liée à sa consommation, et les sensibiliser à la question de l'arrêt.
- Renforcer l'esprit critique des jeunes et leur capacité à dire non, pour les aider à faire des choix favorables à leur santé.

1.2 DESTINATAIRES DE L'OUTIL

PUBLIC UTILISATEUR

Cet outil s'adresse à tous les adultes, professionnels et bénévoles, du secteur de la jeunesse : acteurs de la prévention, de l'Éducation nationale, de l'animation socioculturelle, des loisirs, du sport, bénévoles associatifs ou professionnels qui encadrent et accompagnent des projets avec des jeunes de 11 à 18 ans.

La problématique du tabagisme, telle qu'elle est ici abordée, doit être considérée comme une question dont tout le monde peut se saisir et qui peut, le cas échéant, être traitée de façon transversale dans les structures qui accueillent des jeunes. En effet, si de multiples facteurs (environnementaux, individuels, sociaux, politiques, économiques, culturels, etc.) ont une influence sur la décision de fumer ou de ne pas fumer, la prévention doit, en regard, s'appuyer sur une réponse globale, c'est-à-dire menée en partenariat, de manière décloisonnée entre les différents professionnels et adultes qui entourent les jeunes. Un projet coordonné aura ainsi davantage d'impact. Il pourra s'inscrire dans la durée et les ressources de chacun pourront, dans ce cadre, être mutualisées.

PUBLIC CIBLÉ PAR L'ACTION

Les adolescents entre 11 et 18 ans sont les premiers publics d'une action réalisée à partir de cet outil.

FOCUS : LA PLACE DES COMPÉTENCES PSYCHOSOCIALES DANS LA PRÉVENTION DU TABAGISME

La démarche d'intervention proposée par l'outil *Attraction* s'appuie sur les recommandations de l'OMS qui préconise la prise en compte et le développement des compétences psychosociales dans les actions de prévention des comportements à risques.

Décrites en 1993 par l'OMS, les compétences psychosociales se définissent comme « la capacité d'une personne à répondre avec efficacité aux exigences et aux épreuves de la vie quotidienne. C'est l'aptitude d'une personne à maintenir l'état de son bien-être mental en adoptant un comportement approprié et positif à l'occasion des relations entretenues avec les autres, sa propre culture et l'environnement ». Pour l'OMS, l'amélioration de ces compétences est un élément important dans la promotion de la santé et du bien-être, puisque les comportements sont de plus en plus impliqués dans l'origine des problèmes de santé. La poursuite de cet objectif suppose une posture empathique de l'éducateur ainsi que l'utilisation de méthodes pédagogiques participatives qui sont celles et ceux proposés dans les pistes d'animation de l'outil d'intervention *Attraction*.

Pour en savoir plus sur le rôle des compétences psychosociales, vous pouvez consulter la page 52 du présent livret.

1.3 CONTEXTE DE NAISSANCE DE L'OUTIL

Pour mieux lutter contre l'expérimentation de la cigarette à l'adolescence et l'installation dans le tabagisme régulier, l'Inpes et le ministère chargé de la Santé ont lancé le 16 novembre 2010 un dispositif inédit de communication à destination des 11-18 ans : un manga interactif intitulé *Attraction*. Accessible uniquement sur internet (à l'adresse attraction-lemanga.fr), cette expérience visait, à travers l'histoire de trois adolescents confrontés à l'univers séduisant du tabac, à mettre en évidence une contradiction qui n'apparaît pas toujours clairement aux yeux des jeunes : bien qu'ils associent cigarette et émancipation, le tabac les prive, en réalité, de leur liberté de choix.

Dans les bas-fonds d'un Tokyo futuriste, le film met ainsi en scène des jeunes qui perdent tout contrôle d'eux-mêmes quand ils pénètrent dans un lieu mystérieux et fascinant : un club caché, dirigé par un personnage intrigant et charismatique, et où le monde du tabac a revêtu ses plus beaux atours : branché, glamour, et de fait, très attirant. Les trois héros, Hiro, Ren et Koichi, vont devoir faire des choix et ainsi déjouer les pièges tendus par le mystérieux patron pour résister à l'attraction du tabac.

Le lancement de cette campagne est intervenu dans un contexte plus général de lutte contre le tabagisme des jeunes. Après une décennie de forte baisse de la prévalence tabagique chez les jeunes liée en particulier aux mesures de dénormalisation de la consommation tournées vers cette population, les dernières données publiées montrent une reprise à la hausse. Cette reprise est d'autant plus inquiétante que la précocité de l'expérimentation est désormais identifiée comme un facteur de risque important pour l'installation durable dans la consommation et la dépendance¹. Hausses des prix, extension de l'interdiction de vente aux moins de 18 ans, interdiction de vente des cigarettes dites « bonbons », mise en place des avertissements graphiques sur les paquets de cigarettes, interdiction de fumer dans les lieux publics dont les établissements scolaires... nombreuses sont les mesures qui visent depuis plusieurs années maintenant à dénormaliser le tabagisme à l'adolescence. Afin de soutenir ces mesures et de les accompagner, la communication a un rôle important à jouer et c'est dans ce contexte que le manga *Attraction*, dans la droite lignée des précédentes campagnes menées par l'Inpes et le ministère chargé de la Santé, a vu le jour.

Afin de sensibiliser de manière nouvelle les adolescents à la problématique du tabagisme, *Attraction* propose une expérience interactive d'une dizaine de minutes, traitée dans les codes du manga japonais.

Plusieurs arguments ont guidé ce choix créatif.

D'une part, la France est un des plus gros consommateurs de mangas illustrés au monde après le Japon et devant les États-Unis. Les 12-20 ans représentent un public qui plébiscite ce genre avec des séries et des thématiques abordées qui leur sont spécifiquement dédiées. Le succès remporté par les films d'animation tant auprès des jeunes que des adultes avec des œuvres telles que *Le Voyage de Chihiro* de Miyazaki ont participé de l'engouement pour ce genre. D'autre part, l'univers du manga se prête particulièrement bien au message appelant à résister contre le tabac. En effet, le manga met traditionnellement en scène des héros qui portent des valeurs positives et se battent dans des univers où bien et mal se confrontent de manière métaphorique. Cette forme de narration et les codes qu'elle utilise permettent d'amener les jeunes à s'interroger sur leur capacité à résister à l'influence de leurs pairs, notamment, et d'incarner la manipulation et les stratégies de l'industrie du tabac sous une forme nouvelle. Pour réaliser cet animé, l'Inpes a fait appel à Koji Morimoto, artiste japonais exerçant au sein du Studio 4 °C à Tokyo, notamment connu pour avoir été co-directeur de l'animation sur le film mythique *Akira*. Le recours à cette figure du manga animé répondait à un souci de qualité et de crédibilité auprès d'une cible aguerrie au style du manga.

Mais en plus d'emprunter les codes du manga, *Attraction* est également une expérience interactive.

À cinq moments clés de l'histoire, l'adolescent va pouvoir incarner chacun des trois héros et prendre ainsi part au déroulement de l'histoire. Il est de fait directement incité à « résister » au tabac. En se mettant à la place des personnages, chaque internaute peut ainsi avoir une vue subjective des plans et agir : secouer la tête pour réveiller un personnage de l'état d'hypnose dans lequel le tabac l'a plongé, présenter des objets de couleur pour composer le code secret du club, couvrir sa webcam pour combattre le patron du club... À la fin de l'expérience, l'internaute trouve de nombreuses informations sur les manipulations de l'industrie du tabac, la dépendance liée au tabac et les aides existantes pour arrêter de fumer. Il pourra, s'il le souhaite, s'inscrire au coaching personnalisé proposé par le site tabac-info-service.fr.

En raison de la popularité de ce média auprès des adolescents, *Attraction* est une expérience uniquement accessible sur Internet. Internet est en effet un espace de liberté, d'émancipation et de divertissement pour les adolescents : 79,1% des 11-15 ans et 87,2% des 16-25 ans utilisent ce média pour se divertir, s'informer, échanger entre eux²... La spécificité de ce média permet par ailleurs la mise en place des interactions nécessaires pour rythmer l'histoire et apporter une plus-value au discours sur le tabagisme.

L'expérience *Attraction* a fait l'objet de deux vastes campagnes de promotion en 2010 et en 2011 :

l'Inpes a ainsi approché des blogueurs appréciés des adolescents ou référents dans le domaine du divertissement et des mangas pour qu'ils puissent être le relais de cette action. Dans le même temps, 350 000 cartes postales reprenant des visuels du manga ont été distribuées dans 1 800 lieux de convivialité (pubs, cafés, cinémas, écoles, cybercafés, etc.). Dans les sept plus grandes villes de France, des projections de la bande-annonce du manga ont eu lieu sur les façades des grandes rues. De la fin des cours au début de la soirée, les collégiens et lycéens des villes pouvaient ainsi découvrir les premières images du manga dans les lieux et les artères qu'ils fréquentaient. Cette bande-annonce a également été diffusée dans les cinémas et plus de 120 000 prospectus ont été distribués à cette occasion à l'entrée des salles partenaires de l'opération. Pour promouvoir le site, une campagne de bannières web était également menée sur les sites et les réseaux sociaux populaires auprès des adolescents. Ces différentes actions de promotion ont permis de réunir un large public autour du manga *Attraction* : avec plus de 450 000 visiteurs, le site attraction-lemanga.fr a connu un beau succès.

Aujourd'hui, afin de prolonger cette action et de lui donner vie en dehors d'Internet, l'Inpes vous propose un nouvel outil d'intervention bâti autour du manga *Attraction*.

Composé d'un support DVD permettant de réaliser l'expérience *Attraction* et d'un livret d'accompagnement, cet outil a pour but d'aider les professionnels du secteur de la jeunesse et tout adulte encadrant des jeunes de 11 à 18 ans à construire et animer une session de prévention du tabagisme autour du manga *Attraction* et de susciter des échanges et des questionnements sur l'expérimentation et la consommation de tabac à l'adolescence.

1.4 L'INSTITUT NATIONAL DE PRÉVENTION ET D'ÉDUCATION POUR LA SANTÉ

L'Institut national de prévention et d'éducation pour la santé (Inpes) est un établissement public administratif créé par la loi du 4 mars 2002 relative aux droits des malades et à la qualité du système de santé. Placé sous la tutelle du ministère chargé de la Santé, l'Institut est un acteur de santé publique ayant pour mission :

- de mettre en œuvre, pour le compte de l'État et de ses établissements publics, les programmes de santé publique ;
- d'exercer une fonction d'expertise et de conseil en matière de prévention et de promotion de la santé ;
- d'assurer le développement de l'éducation pour la santé sur l'ensemble du territoire ;
- de participer, à la demande du ministre chargé de la santé, à la gestion des situations urgentes ou exceptionnelles ayant des conséquences sanitaires collectives, notamment en participant à la diffusion de messages sanitaires en situation d'urgence ;
- d'établir les programmes de formation à l'éducation à la santé, selon des modalités définies par décret.

Dans le cadre de ses actions, l'Inpes produit des outils d'intervention à destination des professionnels de l'éducation, du secteur médico-social et associatif et du champ de la santé de manière plus générale.

Sources :

1. Guignard R., Beck F., « Évolution du tabagisme chez les jeunes et politiques de lutte antitabac », *Agora*, 2013, no 63 (1), p. 61-75, à paraître.
2. Source : Médiamétrie - 1T 2008 Base internautes 11 ans et plus DM (31,9 millions d'individus).



QUELQUES ÉLÉMENTS DE CONNAISSANCE

2 QUELQUES ÉLÉMENTS DE CONNAISSANCE

Dates clés de la lutte anti-tabac, récapitulatif des grandes campagnes de prévention à destination des jeunes, définitions, rappel des stratégies de l'industrie du tabac... À travers des éléments de connaissance simples et synthétiques, cette partie vous donne les moyens de vous forger une culture rapide sur la question du tabagisme. Ces éléments pourront servir pour répondre à d'éventuelles questions du groupe, toutefois ils ne constituent pas une séance pédagogique et n'ont pas vocation à être restitués tels quels.

2.1 LES GRANDES DATES DE LA LUTTE CONTRE LE TABAGISME DES JEUNES EN FRANCE

Depuis plus de 40 ans, la France a fait de la lutte contre le tabagisme une de ses priorités de santé publique. Le tabagisme est en effet, en France, la première cause de mortalité évitable. Mesures d'interdictions, taxes, aides au sevrage, information, recherche, éducation, soutien aux associations..., la politique de prévention s'est appuyée et s'appuie encore aujourd'hui sur de nombreux leviers, qui servent tour à tour, d'élément déclencheur ou d'outil d'accompagnement.

9 juillet 1976

La loi Veil est le premier grand texte visant à lutter explicitement contre le tabagisme. Cette loi s'attaque principalement à la publicité, prévoit des interdictions de fumer dans certains lieux à usage collectif et impose l'inscription de la mention « Abus dangereux » sur les paquets de cigarettes.

10 janvier 1991

La loi Evin vient renforcer le dispositif législatif existant en faisant du tabac un produit socialement « incorrect » contre lequel l'ensemble de la société doit lutter. La loi va ainsi interdire toute publicité directe ou indirecte en faveur du tabac et de ses produits dérivés, la distribution gratuite et les opérations de parrainage. Elle pose également le principe d'interdiction de fumer dans les lieux à usage collectif et érige la hausse des prix du tabac en véritable moyen de prévention. Elle autorise par ailleurs, sous certaines conditions, les associations impliquées dans la lutte contre le tabagisme à se constituer partie civile devant les tribunaux.

1998

La ligne téléphonique d'information et d'aide à l'arrêt **Tabac info service** est créée.

16 juin 1999

Le Plan gouvernemental de lutte contre les drogues et de prévention des dépendances introduit le tabac dans le champ de l'usage des « drogues » au-delà de sa dimension licite. Des actions de lutte contre les dépendances incluant le tabac sont développées et la prévention du tabagisme abordée selon une approche globale des consommations de substances psychoactives.

24 mars 2003

Avec le premier Plan Cancer, la « guerre au tabac » est déclarée et le processus de dénormalisation du produit amorcé. Un des efforts prioritaires porte alors sur la cible des jeunes avec un axe visant à dissuader l'accès au tabac : en 2003, la vente de tabac aux mineurs de moins de 16 ans est interdite, les paquets de moins de 20 cigarettes supprimés car d'un coût inférieur à ceux traditionnels et donc plus accessibles, et de fortes hausses de prix pratiquées. Les avertissements sanitaires (« Fumer tue ») sur les paquets européens sont harmonisés et la place des mentions portée à 30% de la surface de l'avant du paquet de cigarettes. En 2003, les appellations « light », « légères » ou « mild » sont également interdites car ces cigarettes sont en réalité aussi nocives que les « standard ».

15 novembre 2006

Le décret Bertrand modifie la loi Évin pour étendre progressivement l'interdiction de fumer à l'ensemble des lieux à usage collectif (lieux de travail, établissements de santé, transports en commun, établissements d'enseignement). Le décret met donc fin à la coexistence de zones fumeurs et non-fumeurs et change la donne en matière de prise en compte des risques associés au tabagisme passif.

1^{er} janvier 2008

L'interdiction de fumer devient effective pour les lieux de convivialité (débits de boissons, hôtels, restaurants, débits de tabac, casinos, cercles de jeux et discothèques), ce qui représente un des aboutissements majeurs de la dynamique de dénormalisation du tabagisme. Cette mesure a bénéficié d'un soutien très massif de l'opinion publique qui l'a bien accueillie et, dans l'ensemble, bien respectée ce qui conduit de fait à la protection de millions de personnes.

21 juillet 2009

La loi « Hôpital, patients, santé et territoire » prévoit plusieurs mesures importantes en direction des jeunes : interdiction de vente de tabac aux moins de 18 ans, interdiction des cigarettes aromatisées (dites bonbons), et interdiction d'implantation des lieux de vente de tabac dans les zones « protégées », c'est-à-dire autour d'édifices et établissements spécifiques, tels que les établissements scolaires, de santé ou de sport. Par ailleurs, en application de cette même loi, l'arrêté du 15 avril 2010 impose l'apposition d'images chocs sur les paquets de cigarettes. Les paquets vendus chez les buralistes, en plus des mentions connues comme « Fumer tue » ou « Fumer provoque le cancer », comportent désormais l'une des quatorze images chocs sélectionnées par l'Union européenne ainsi que le renvoi vers le dispositif d'aide et d'information Tabac info service.

2.2 LES CAMPAGNES DE PRÉVENTION À DESTINATION DES JEUNES

Parmi les nombreux leviers mis à la disposition des acteurs de la prévention du tabagisme, la communication a toujours occupé une place prépondérante. En complément des actions menées par le terrain et des mesures du législateur, les campagnes de communication du Comité Français d'Éducation pour la Santé (CFES), puis de l'Institut National de Prévention et d'Éducation pour la Santé (Inpes), ont dû relever le challenge périlleux d'élaborer des messages à destination d'une population complexe et peu réceptive à l'argument santé.

Entre 1978 et 1988 : «Le tabac c'est plus ça»

En vue d'accompagner la politique poursuivie par la loi Veil, la communication se centre, dans les années 80, sur le tabagisme des jeunes et privilégie des ressorts auxquels ils sont sensibles, des valeurs qu'ils considèrent essentielles comme la liberté (« Une cigarette écrasée c'est un peu de liberté gagnée » - 1978) ou la séduction (« Le tabac c'est plus ça » - 1988). Plutôt que d'insister sur les risques, les messages entendent dévaloriser l'image de convivialité et de maturité attachée au tabac, rappeler également que sport et cigarette ne font pas bon ménage.

1991 : «Fumer, c'est pas ma nature»

En 1991, l'objectif poursuivi par les campagnes de prévention est de favoriser la modification en profondeur de la norme sociale en matière de tabagisme, objectif relancé par la promulgation de la loi Évin. Avec le slogan « Fumer, c'est pas ma nature » (1991), la communication va donc s'attacher à démythifier le fumeur en s'attaquant à un personnage emblématique: le cowboy de Marlboro (recordman de longévité publicitaire). Le spot et les affiches diffusés pour l'occasion détournent ainsi les visuels publicitaires de Marlboro en mettant en scène les espaces du Grand Canyon parcourus par un beau cow-boy solitaire mais non-fumeur.

C'est la première fois que l'industrie du tabac est explicitement visée par une campagne de prévention et que l'imagerie positive associée au tabac est à ce point mise en cause. Cette campagne a marqué les esprits d'autant plus que l'industrie du tabac a intenté, sans succès, un procès au CFES et à l'Assurance maladie pour dénigrement et détournement de marque.

1993 : «L'énergie, c'est pas fait pour partir en fumée»

Dans les années qui suivent la promulgation de la loi Évin, le CFES va profiter d'un contexte favorable (interdiction de la publicité, hausse des prix...) pour s'engager dans une nouvelle stratégie vis-à-vis des jeunes : revaloriser l'image du non-fumeur mais également aborder la question des risques à court terme. Dans la campagne « L'énergie, c'est pas fait pour partir en fumée » (1993), le jeune non-fumeur est abordé dans sa dimension « normale » : comme la plupart des jeunes, il vit dans un monde différent de celui des adultes, transgresse, aime la musique, le sport, est amoureux... et a déjà fait l'expérience de la cigarette. Mais, c'est en décidant d'arrêter qu'il prouve sa force, son caractère et démontre qu'il est possible de prendre du plaisir, de s'affirmer et de séduire, autrement qu'en fumant. Avec sa tonalité positive, cette campagne vise à faire du non-fumeur un modèle inspirant pour les jeunes générations.

2001 : «Révélation»

Face aux chiffres de la consommation et en préfiguration du lancement du Plan cancer, en 2001, la communication se fait plus offensive. En diffusant à une heure de grande écoute le message suivant : «Avis aux consommateurs : des traces d'acide cyanhydrique, de mercure, d'acétone et d'amoniac ont été décelées dans un produit de consommation courante», la campagne «Révélation» marque un tournant. L'Inpes, tout juste créé y rend concrète la dangerosité du tabac et tente de réveiller la conscience du consommateur quel que soit son âge. À l'instar de la rupture initiée avec la campagne « Révélation », la campagne « Je suis manipulé » prend le relais pour mettre en évidence les manipulations de l'industrie du tabac. Dure et explicite, la campagne n'hésite pas à dénoncer directement la responsabilité de l'industrie du tabac et à investir les nouveaux médias que les jeunes utilisent.

2004 : «Toxic Corp»

Au regard du double constat selon lequel le tabac n'est pas un produit comme les autres mais qu'il obéit, comme tout produit, à une logique commerciale, l'Inpes, en partenariat avec l'Alliance contre le tabac, va produire une fausse campagne de recrutement de l'industrie du tabac intitulée « Toxic Corp ». Outre son ton volontairement cynique et décalé, cette communication va proposer une dialectique nouvelle, basée sur la responsabilisation et la prise de conscience ; la vérité des risques liés à la consommation y est montrée fronta-

lement et la campagne fait appel au sens critique, à l'instinct de défiance et à l'agilité des jeunes pour décoder le second degré. La campagne s'articule autour de la création parodique d'une identité de marque « Toxic Corp » avec ses codes de communication (logo, signature, site institutionnel...), ses valeurs d'entreprise et son produit : la cigarette. Le site internet est la clef de voûte du dispositif : les jeunes y sont invités à découvrir, par eux-mêmes, les stratégies de l'industrie du tabac au travers d'authentiques documents écrits et vidéo des industriels du tabac rendus publics à la suite de procès à la fin des années 1990.

De 2008 à aujourd'hui

Si, avec l'application du décret Bertrand, l'interdiction de fumer est désormais généralisée à l'ensemble des lieux publics, le travail de dénormalisation du tabagisme reste toutefois toujours d'actualité, surtout auprès des jeunes. Afin de leur montrer que fumer n'est pas un acte d'affirmation de sa liberté mais bien une entrée dans la dépendance, guidée par l'industrie, les communications qui les ciblent vont désormais s'inscrire dans une logique proche de la campagne Toxic Corp à savoir dénonciation des manipulations des cigarettiers et dispositifs où la place d'Internet devient de plus en plus centrale.

En 2008, la campagne « Ne laissez pas le tabac décider pour vous » met ainsi en scène un personnage, symbole du tabac et de la manipulation de son industrie, qui guide insidieusement les gestes des jeunes. Sous l'impulsion de ce personnage situé dans l'ombre, les jeunes sont amenés à allumer une cigarette, sans qu'ils en aient conscience, de manière machinale. Attaché à la campagne, le site vous-decidez.fr prolonge le message diffusé à la télévision et au cinéma.

En 2010 et 2011, la campagne Attraction approfondit ce message tout en utilisant une nouvelle forme, celle du manga, et en exploitant, encore un peu plus en avant, les technologies offertes par Internet.

2.3 DÉFINITIONS

◆ TABAC

Originaire d'Amérique du Sud, le tabac est une plante dont on fume les feuilles séchées puis fermentées. Il en existe plusieurs types (blond, brun ou clair) et sous plusieurs formes (cigarettes, cigares, en vrac ou à rouler, à chiquer ou à priser). Quelle que soit sa forme, le tabac est nocif pour la santé de par la présence de goudrons et de monoxyde de carbone généré lors de sa combustion. Le tabac contient également de la nicotine dont l'usage prolongé provoque une forte dépendance.

◆ DÉPENDANCE

Fumer du tabac entraîne trois types de dépendance qui s'entremêlent et tiennent une part importante dans la vie du fumeur :

- La dépendance physique : essentiellement provoquée par la nicotine, elle se traduit, lorsque l'on ne fume pas, par une sensation de manque (irritation, anxiété, tristesse, perte du sommeil, besoin physique d'allumer une autre cigarette). La dépendance physique au tabac peut s'installer très rapidement, même chez des petits fumeurs.
- La dépendance environnementale ou comportementale : l'envie de fumer est associée à des circonstances, des personnes ou des lieux. Par exemple, le fait de fumer en buvant un café ou après les cours.
- La dépendance psychologique : cette dépendance est liée à la recherche des effets psychoactifs de la cigarette (sentiment de plaisir, de détente, de stimulation, etc.). La cigarette devient un moyen de gérer son stress, de se concentrer, de contrôler ses émotions.

◆ NICOTINE

La nicotine est une molécule présente dans les feuilles de tabac. Lorsque le tabac est fumé, la nicotine se fixe aux récepteurs du système nerveux, y compris le cerveau et provoque une dépendance physique en libérant de la dopamine. Si la nicotine n'est pas neurotoxique (c'est-à-dire qu'elle n'agit pas comme un poison sur le système nerveux), elle a des effets psychoactifs (stimulant, antidépresseur, coupe-faim) et agit sur la respiration, la pression artérielle ou le rythme cardiaque. Pour aider à lutter contre la dépendance physique au moment de l'arrêt, des substituts nicotiniques (gommes à mâcher, patches, etc.) peuvent être administrés à partir de 15 ans. Ceux-ci diffusent de la nicotine de manière lente et régulière, contrairement aux pics rapides que procure la cigarette, afin d'aider le fumeur à se libérer progressivement de sa dépendance physique.

◆ FUMÉE DE TABAC

La combustion du tabac provoque la formation de nombreuses substances toxiques que l'on retrouve dans la fumée quels que soient les produits consommés (cigarette, tabac à rouler, chicha, cigare, etc.). Les substances les plus connues sont la nicotine, les goudrons et les agents de saveur, mais il en existe beaucoup d'autres, telles que des gaz toxiques (monoxyde de carbone, oxyde d'azote, acide cyanhydrique, ammoniac) et des métaux lourds (cadmium, mercure, plomb, chrome, mercure). Parmi les 4 000 substances présentes dans la fumée de tabac, 64 cancérigènes ont été identifiés. Comme la fumée se refroidit très rapidement, avant d'atteindre la bouche du fumeur, sa composition n'est pas constante. De plus, sa nature varie en fonction du type de tabac, de son mode de séchage, des différents traitements appliqués, des additifs utilisés, etc.

◆ TABAC À ROULER

Particulièrement prisé par les jeunes du fait de son prix plus attractif, le tabac à rouler se présente sous forme de feuilles de tabac brisées qu'il faut ensuite rouler dans du papier à cigarettes. Son rendement en nicotine et en goudron est trois fois plus élevé que dans les cigarettes manufacturées sans compter que les cigarettes roulées ne contiennent généralement pas de filtre.

◆ CHICHA OU NARGUILÉ

Il s'agit d'une pipe à eau dans laquelle est chauffé un mélange de tabac (30 %) et de mélasse (70 %), d'agents de textures, de conservateurs et d'arômes variés (pomme, fraise, rose, etc.). Cet usage a beaucoup séduit les jeunes, attirés par son goût aromatisé et son caractère convivial, mais la fumée de la chicha est aussi nocive que celle du tabac et contient, en plus, des métaux provenant du tuyau, du charbon, de la feuille d'aluminium et du revêtement de la colonne et du fourneau.

◆ CIGARETTES « BONBONS »

Ce sont des cigarettes aromatisées au chocolat, à la vanille, aux fleurs ou aux saveurs d'alcool... qui attirent d'autant plus les jeunes qu'elles sont associées à un packaging souvent très attractif amoindrissant leur lien avec le produit tabac et son image dangereuse. Ces produits contiennent pourtant des taux de nicotine et de goudron aussi élevés que les autres cigarettes. Depuis 2009, les cigarettes « bonbons » sont interdites en France si elles ont un taux d'aromatisant et de sucre supérieur à la réglementation. Mais, pour contourner la loi, les fabricants ont recours à des aromatisants n'ayant pas encore fait l'objet d'une réglementation ou proposent des cigarettes ayant des taux d'aromatisant et de sucre inférieurs à la réglementation.

2.4 LES CONSÉQUENCES DU TABAGISME

La cigarette est souvent synonyme pour le fumeur de plaisir, de convivialité et de bons moments. Ces sensations positives sont en grande partie dues aux effets psychoactifs de la nicotine contenue dans le tabac. Mais si la consommation de tabac procure un plaisir à court terme, elle entraîne surtout de nombreux effets néfastes pour la santé et la qualité de vie du fumeur, mais aussi celle de son entourage.

RISQUES SANITAIRES

On estime aujourd'hui, qu'en France, 73 000 personnes meurent chaque année de leur tabagisme¹. Il est en effet désormais démontré que le tabagisme multiplie les risques de survenue d'un grand nombre de pathologies.

Un cancer sur trois est dû au tabagisme². Si le risque de cancer du poumon est souvent bien identifié par les fumeurs, il est important de savoir que le tabac attaque l'ensemble du corps et peut être à l'origine d'autres cancers tels que celui de la gorge, de la bouche, du pancréas, des reins ou de la vessie. Associé à l'alcool, le tabac est également responsable du cancer de l'œsophage.

Le tabagisme peut également être à l'origine de maladies cardio-vasculaires : c'est un des principaux facteurs de risque d'infarctus du myocarde. Les accidents vasculaires cérébraux, l'artérite des membres inférieurs, les anévrismes, l'hypertension artérielle et les troubles de l'érection sont également liés, en partie, à la consommation de tabac.

Fumer provoque des bronchites chroniques, voire des insuffisances respiratoires. De même, cela augmente l'intensité, la durée et la fréquence des crises d'asthme et peut provoquer l'emphysème.

D'autres pathologies ont un lien ou sont aggravées par le tabagisme : les gastrites, les ulcères, le diabète de type II, l'hypercholestérolémie, l'hypertriglycéridémie, l'eczéma, le psoriasis, le lupus, les infections ORL (nez, gorge, oreilles) et dentaires, la cataracte, sans oublier la parodontite, maladie des gencives qui provoque le déchaussement et la perte des dents.

Le tabagisme a aussi des effets indésirables sur la grossesse (risque aggravé de fausse couche, de grossesse extra-utérine, retard de développement du fœtus, petit poids à la naissance).

Face aux risques liés au tabagisme, il n'existe pas de « petit fumeur ». Les personnes fumant quelques cigarettes par jour ne sont pas à l'abri de conséquences néfastes sur leur santé. La durée de consommation étant un des principaux facteurs de risque, plus on arrête jeune, plus on met de chances de son côté pour réduire l'exposition au risque.

EFFETS NÉFASTES

Outre les effets sur la santé, le tabagisme comporte de nombreux désagréments : il fait vieillir la peau, jaunit les dents et les ongles, donne une mauvaise haleine et altère la voix. Le tabac laisse aussi une odeur désagréable sur les cheveux et les vêtements. Être fumeur coûte également cher ; lorsque l'on arrête de fumer, les économies réalisées sont en moyenne de 1 800 euros par an.

LE TABAGISME PASSIF

On désigne par tabagisme passif le fait pour un non-fumeur de respirer involontairement la fumée dégagée par un ou plusieurs fumeurs. Or, la fumée de tabac contient plus de 4 000 produits chimiques qui sont toxiques et irritants (ammoniac, monoxyde de carbone, etc.) et dont certains sont cancérigènes (arsenic, benzène, etc.). La fumée issue de la combustion d'une cigarette est plus toxique que celle directement inhalée par le fumeur.

Le tabagisme passif n'est donc pas seulement une gêne occasionnelle, il peut aggraver des pathologies et en provoquer de nouvelles. Chez les jeunes enfants, le tabagisme passif, irrite les yeux, le nez, la gorge, augmente les rhinopharyngites et les otites, accroît le risque de crises d'asthme et d'infections respiratoires et augmente les risques de mort subite du nourrisson. Chez l'adulte non-fumeur, l'exposition à la fumée de cigarette augmente de 50 % le risque d'avoir une crise cardiaque, de 25 % celui de développer un cancer du poumon si le conjoint fume, double le risque d'accident vasculaire cérébral et des cancers des sinus de la face.

2.5 TABAGISME ET ADOLESCENCE

L'adolescence est une période propice à l'émergence de pratiques à risques et de conduites addictives comme le tabagisme. L'industrie du tabac l'a bien compris et a de fait très tôt entrepris de recruter ses futurs fumeurs chez les adolescents. Afin de comprendre la place que peut occuper le tabac à cet âge, vous trouverez ici des éléments de connaissance faisant le point sur les spécificités du tabagisme à l'adolescence, les facteurs de risque et de protection, mais également les stratégies développées par l'industrie du tabac.

DE QUELLE(S) ADOLESCENCE(S) PARLE-T-ON ?

On parle souvent des adolescents comme d'une masse uniforme, comme si tous appartenaient à une identité universelle. Or ceux-ci composent une population complexe car hétérogène, à la fois « tribale et universelle, individualiste et fusionnelle, égoïste et solidaire, autonome et dépendante à l'égard du monde des adultes, transgressive et respectueuse des normes, voire même demandeuse de normes³ ». Chaque adolescent est donc un individu unique, avec ses caractéristiques propres, son histoire de vie, sa sensibilité et ses projets personnels. Face à ce constat, voici quelques guides pour mieux cerner les enjeux de cet âge.

L'adolescence est définie comme la période qui succède à l'enfance et précède l'âge adulte. **C'est donc une période de transition, de passage** où l'enfant se détache progressivement de l'autorité parentale et cherche à gagner en autonomie. Mais l'entrée dans la vie adulte ne s'effectue plus comme pour les générations précédentes (on reste plus longtemps chez ses parents et on est donc plus dépendant d'eux). On constate donc aujourd'hui un étirement de la période de transition, ce qui pose le problème du statut de l'individu au cours de celle-ci et de sa reconnaissance, plus complexe, par le monde adulte.

C'est aussi une période d'orientation scolaire, professionnelle, où se dessinent les choix de la vie d'adulte. Alors qu'ils deviennent majeurs, qu'ils peuvent enfin aspirer à cette liberté tant désirée, de nombreux jeunes s'aperçoivent que ce n'est pas si simple et qu'ils ont encore besoin de protection et d'affection. Cette contradiction entre désir de liberté et attachement affectif, entre nostalgie de l'enfance et impatience d'être adulte, peut se traduire par des comportements eux aussi contradictoires, oscillant entre soumission et révolte.

L'adolescence est également une période de transformation physique accélérée : croissance rapide et puberté bouleversent le corps. Selon les cas, l'adolescent peut avoir du mal à accepter sa nouvelle image. Il peut se sentir trop gros, trop maigre, trop petit, etc., ce qui se traduit par un investissement important de son image dans une certaine recherche vestimentaire, le « look ». Que le style adopté soit branché ou négligé, les adolescents cherchent souvent à se conformer à un modèle, en particulier au collège où l'influence des pairs et l'image de soi sont primordiales. Les marques du corps (tatouages, piercings) peuvent ainsi faire partie de ces façons d'affirmer sa personnalité. La puberté s'accompagne également de la découverte de la vie amoureuse. La sexualité s'épanouit, chacun se pose des questions, vit de nouvelles expériences, parfois positives, parfois douloureuses.

Cette transition et cette transformation influencent les adolescents qui, en retour, se questionnent sur leur identité. Cette identité se construit notamment à travers les rapports aux autres. Les relations entres amis, amoureuses, scolaires ou professionnelles déterminent l'image que l'on a de soi et, par là même, l'estime de soi. L'identité se construit également dans la société où chacun tente de trouver une place ce qui est difficile quand la société elle-même semble offrir un avenir pessimiste.

Enfin, l'adolescence est l'âge où tout est possible. Les jeunes ont de l'énergie et l'envie d'en profiter, de vivre le moment présent, d'expérimenter, sans trop se soucier du lendemain. Au final, l'adolescence peut se définir comme « une période de travail intensif, faite d'essais, d'erreurs, d'avancées, de renoncements, de conquêtes, comme toute aventure humaine⁴ »...

LA PLACE DU TABAC À L'ADOLESCENCE

De manière générale, avant l'adolescence, les enfants (âgés entre 8 et 12 ans) ont tendance à diaboliser les fumeurs. Ils peuvent adopter une posture moralisante et condamner de manière très radicale la consommation de tabac (de même que celle d'alcool), d'autant qu'ils sont persuadés de ne jamais « tomber dans le panneau ».

Mais au-delà de 12 ans, les jeunes s'éloignent du mode de vie de l'enfance et affirment leur individualité. Cette affirmation passe souvent et, paradoxalement, par l'imitation des conduites des adultes mais également par des prises de risques de degré divers. Le tabagisme trouve ici sa valeur de rite d'initiation vers un monde plus adulte, valeur rituelle renforcée par le travail mené depuis de nombreuses années par l'industrie du tabac.

L'âge de la première cigarette se situe aujourd'hui, en France, en moyenne entre 15 et 16 ans⁵.

Curiosité, envie de faire comme les autres, désir de se prouver quelque chose ou d'aller contre l'interdit éventuel des parents... les motivations pour cette première cigarette sont diverses, souvent complexes et sont toujours intéressantes à interroger. Souvent peu appréciée sur le coup, la première cigarette possède le plus souvent une symbolique forte. L'installation dans le tabagisme régulier dépend, elle aussi, de divers éléments. Toutefois, la précocité dans l'expérimentation est désormais identifiée comme un facteur de risque important⁶. Par ailleurs, les individus qui ne commencent pas à fumer pendant l'adolescence présentent un risque plus faible de devenir fumeurs dépendants. Parmi les adolescents qui expérimentent le tabac, 30 à 50 % deviennent des fumeurs quotidiens dont une grande partie développera une dépendance qui contribuera à les rendre réfractaires aux différentes interventions encourageant à cesser de fumer⁷.

Il est impossible de dresser le profil type de l'adolescent fumeur.

En effet, cet exercice reviendrait à gommer toutes les diversités de cette population et à tracer une ligne claire entre adolescent fumeur et adolescent non-fumeur. Or il existe autant de motivations à fumer que de personnes, de même que les modes de consommation et les sentiments vis-à-vis de l'arrêt diffèrent d'un adolescent à l'autre. Une étude qualitative, menée par l'Inpes en 2005⁸, a d'ailleurs montré que les col-

égiens et les lycéens refusent de voir la personnalité d'un jeune réduite à un statut stigmatisant de fumeur ou de non-fumeur, car ils considèrent qu'il existe une grande diversité de types de fumeurs.

Les études statistiques permettent malgré tout de comparer le tabagisme de différents groupes de populations. En 2010, 41,2 % des jeunes de 15 à 25 ans déclaraient fumer au moins de temps en temps : 32,1 % chez les 15-19 ans et 48,7 % chez les 20-25 ans. Les fumeurs réguliers représentaient 74 % des fumeurs de 15-19 ans et 84 % des fumeurs de 20-25 ans⁹. En 2005, on constatait que les adolescentes de 12-14 ans déclaraient fumer plus fréquemment (3,5 %) que les garçons du même âge (1,8 %). Mais en 2010, entre 15 et 19 ans, les garçons sont plus nombreux à fumer que les filles : 34,5 % contre 29,6 % (p=0,06). Cette tendance se confirme chez les 20-25 ans : 51,9 % chez les garçons contre 45,7 % chez les filles¹⁰.

Il est important de prendre en compte que l'image de la cigarette reste la plupart du temps négative chez les adolescents et ce, même chez les fumeurs : 23 % d'entre eux pensent d'ailleurs qu'on devient rapidement accro (vs 8 % chez les non-fumeurs), et 41 % considèrent que fumer n'apporte rien (vs 85 % des non-fumeurs)¹¹. **Toutefois, si l'image du produit en tant que tel est négative, il reste associé à des valeurs positives.**

En effet, les désagréments associés au tabagisme (baisse de la vitalité, maux de gorge, essoufflement, mauvaise haleine, doigts jaunis, etc.) sont, tout au moins pour certains, soit plus théoriques que réellement vécus, soit partiellement vécus mais contrés par différentes stratégies (parfum, consommation de chewing-gum...).

Ainsi, La cigarette n'est pas acceptée pour elle-même (elle n'est pas bonne, elle fait tousser), mais pour ce qu'elle représente dans la socialisation adolescente. Les bénéfices retirés du fait de fumer (plaisir, détente, effet psychotrope, image d'assurance, séduction) sont le plus souvent supérieurs aux inconvénients (notamment sanitaires ou financiers). D'ailleurs, certains adolescents pensent que les bénéfices qu'ils retireraient de l'arrêt ne seraient pas à la hauteur de ce qu'ils perdraient. Pour les autres, la difficulté du passage à l'acte est déjà évidente, du fait de l'ancrage du tabagisme dans leur quotidien, de la dépendance ressentie et d'un environnement fumeur peu aidant...

De plus, dans le cas du tabac, la notion de risque est d'autant plus diluée qu'elle n'est pas immédiate et ne concerne que « les vieux ». En effet, les jeunes sont peu sensibles à l'argument santé dans la mesure où ils se sentent, pour la plupart d'entre eux, immortels et invincibles. Ils ont un sentiment d'omnipotence, d'autonomie, de liberté (« je ne suis pas accro ») par rapport au tabac et pensent qu'ils peuvent arrêter de fumer quand ils le veulent.

ENTRÉE ET INSTALLATION DANS LE TABAGISME : FACTEURS DE RISQUE ET DE PROTECTION

Si fumer semble avant tout relever d'un choix, l'entrée dans le tabagisme répond à un processus complexe et multifactoriel. Facteurs personnels ou contextuels (liés à l'environnement), qui interagissent entre eux, influencent ce choix, et leur emprise évolue avec l'âge et en fonction des individus.

Les facteurs influençant l'initiation et l'installation dans le tabagisme sont majoritairement sociaux et psychosociaux. Le plus puissant d'entre eux est sans doute l'entourage, que ce soit les amis, les pairs ou la famille. En effet d'après de nombreuses études, les adolescents expérimentent le tabagisme avec des membres de leur fratrie ou avec des amis (60 % des collégiens se sont vu offrir la première cigarette qu'ils ont fumée, et dans 3 cas sur 4, c'était par un copain ou un autre jeune du même âge¹²). Le tabagisme des parents, l'envie de s'intégrer dans la bande de copains et la recherche de plaisir immédiat, partagé et valorisé par les groupes de pairs, sont aussi des facteurs très influents dans l'expérimentation du tabagisme.

On retrouve également des facteurs tels que l'acceptation sociale du tabagisme chez les proches, l'accès à cigarette, qu'il soit matériel ou financier, ou encore le rôle très important du marketing (création de nouveaux produits, packaging...), du cinéma (marketing indirect) et des leaders d'opinion.

Ont également été décrits l'influence de la structure familiale, de l'échec scolaire et du milieu socio-économique et socioculturel. Parmi les facteurs propres à l'adolescent, sont généralement cités la

personnalité (troubles du comportement) ou encore l'histoire de vie, notamment la survenue d'événements indésirables pendant l'enfance.

Ces facteurs peuvent revêtir un caractère particulier chez les jeunes filles chez qui peuvent se surimposer des motivations ou des facteurs spécifiques ; elles seraient ainsi plus sensibles à l'influence de leur cercle d'amis ainsi qu'aux comportements des personnalités. La volonté de séduire semble, chez elles, plus marquée que chez les garçons d'autant que la communication des cigarettiers renforce l'image du tabac-séduction. La volonté de contrôler son poids paraît là aussi plus évidente que chez les garçons.


Parmi les facteurs réduisant l'entrée dans le tabagisme, l'influence parentale est importante.

En effet, à l'adolescence, l'envie de braver les interdits, de s'émanciper des règles familiales est une vraie motivation à fumer. Fumer en cachette de ses parents, devant les copains en plus, est une preuve d'émancipation. Quand l'interdiction de fumer frappe les enfants alors même que les parents sont fumeurs, la contradiction peut, par ailleurs, justifier encore davantage la consommation. Les familles qui proposent des règles claires concernant l'usage du tabac, qui discutent ouvertement de ce sujet avec leurs enfants et les écoutent, semblent limiter l'attrait du tabac.

Bien sûr, **les amis comptent aussi.** Si les copains sont fumeurs, l'envie de fumer est plus forte. La cigarette facilite les contacts, aide à s'intégrer dans un groupe. Pour un quart des fumeurs réguliers, il suffirait que les copains arrêtent de fumer pour qu'ils aient aussi envie d'essayer. Les atouts de socialisation, le plaisir de la détente et de séduction de la cigarette sont largement perçus comme positifs par les jeunes qui en tirent des bénéfices immédiats. Au contraire, les messages sur les méfaits du tabac restent éloignés des préoccupations des jeunes, peu concernés par la maladie ou la mort.

Des facteurs personnels comme la capacité à dire non, l'esprit critique, la gestion du stress sont des atouts qui aident les jeunes à mieux résister aux stratégies de l'industrie du tabac mais également à mieux se situer par rapport à la pression du groupe. L'Organisation Mondiale de la Santé recommande ainsi aux programmes de prévention de viser le développement des compétences psychosociales, pour aider chacun à faire des choix favorables à sa santé. Ces dix compétences sont classées par paires (*cf. Annexes et ressources, p.52*) : savoir résoudre les problèmes, savoir prendre des décisions, avoir une pensée créative et critique, savoir communiquer efficacement, être habile dans ses relations interpersonnelles, avoir conscience de soi, avoir de l'empathie pour les autres, savoir gérer son stress et ses émotions.

L'estime de soi fait également partie des facteurs protecteurs face au tabagisme. On peut la définir comme le sentiment, la valeur plus ou moins positive qu'un individu porte sur lui-même. C'est également un miroir social, la perception que l'on a de l'opinion d'autrui sur soi. Plus une personne est valorisée dès la petite enfance, plus son entourage est à l'écoute, plus on lui aura confié de responsabilités, plus elle est encouragée, ses erreurs acceptées, meilleure sera son estime de soi... et moins la tentation de fumer sera grande. Souvent travaillée dans les actions d'éducation pour la santé, une bonne estime de soi aide à mieux se respecter, à s'accepter tel qu'on est, à se fixer un but dans la vie.

 **Les facteurs de risque et de protection face au tabagisme sont ici énumérés à titre indicatif et non limitatif** afin de vous donner de grands repères. Chaque problématique étant personnelle, cette liste ne doit pas amener à catégoriser les adolescents en groupes « à risques » et « non à risques ».

En effet, si les ressorts de la consommation de tabac précoce ou l'installation dans un tabagisme plus régulier peuvent dépendre de facteurs psychosociaux, cela ne veut pas dire que tout adolescent qui fume est forcément un adolescent « à problèmes ». La capacité des adolescents à adopter des comportements protecteurs pour eux-mêmes et pour autrui, à reconsidérer leurs habitudes de vie, à identifier des confidents doit être davantage prise en considération par les adultes pour que leurs actions d'éducation pour la santé gagnent en pertinence et en efficacité.

Enfin, les actions d'éducation pour la santé peuvent se fixer pour objectif de contribuer à développer chez les adolescents les facteurs de protection tels que l'amélioration de l'image de soi, l'accroissement du sentiment d'avoir un contrôle sur sa vie, le développement de l'implication dans la vie sociale. Parmi les facteurs liés à l'environnement, le sentiment d'appartenance à une communauté ou à un réseau informel semble pouvoir être suscité dans le cadre d'une action d'éducation pour la santé ; pour ce qui concerne les enfants et les adolescents, l'établissement d'un lien privilégié avec un adulte en qui l'on a confiance devrait être une composante centrale de la relation éducative pour les questions relatives à la santé.

TABAGISME ADOLESCENT ET INÉGALITÉS SOCIALES DE SANTÉ

La prise en compte des inégalités sociales de santé est devenue un enjeu majeur pour l'ensemble des acteurs de prévention. Le niveau socio-professionnel, le mode et les conditions de vie peuvent en effet être à l'origine, dès le plus jeune âge, de grandes disparités de santé. Le tabagisme n'échappe pas à la règle rendant les populations les plus démunies plus fragiles face aux effets néfastes du tabac.

Parmi les facteurs ayant une influence sur la santé d'un individu (ou déterminants de santé), on peut citer :

- ceux propres à l'individu, à savoir les facteurs biologiques, l'estime de soi, la capacité à dire non, etc. ;
- des facteurs plus externes tels que l'environnement familial, la culture, le niveau d'éducation, les conditions de vie et de travail, la catégorie socio-professionnelle, l'offre de soins et de services, etc. ;
- et enfin, des facteurs plus larges, liés à l'environnement politique, social et économique.

L'ensemble de ces déterminants agissent de fait sur les comportements liés au tabac. C'est pourquoi la loi de santé publique 2004 préconise une réduction des inégalités sociales de santé, y compris concernant la répartition du tabagisme au sein de la population.

Mais depuis quelques années, la différenciation sociale du tabagisme s'est accrue. En effet, selon les enquêtes de l'Inpes, entre 2000 et 2008, le tabagisme a nettement reculé parmi les cadres, mais à peine parmi les ouvriers, et pas du tout parmi les chômeurs. Les cadres arrêtent de fumer de plus en plus tôt, ce qui n'est pas le cas des ouvriers. Par ailleurs, les importantes augmentations de prix menées notamment en 2003 et 2004 ont pesé plus lourd dans le budget des fumeurs les plus pauvres qui y ont consacré un tiers de leurs revenus en 2005 contre un quart en 2000. Entre ces deux dates, la proportion de fumeurs qui dépensent au moins 20 % de leurs revenus à l'achat de cigarettes est passée de 5 % à 15 %¹³.

Si la réduction des inégalités sociales de santé est au cœur des problématiques de prévention du tabagisme, c'est parce qu'au-delà de la problématique de l'arrêt du tabac, elle peut avoir une véritable influence sur le tabagisme des adolescents. Des études mettent en effet en évidence des écarts significatifs de consommation de tabac en fonction du niveau d'études des jeunes, mais aussi en fonction du milieu social des parents et de leur statut de fumeur ou non-fumeur¹⁴. À âge égal, les jeunes les plus diplômés fument moins. La prévalence du tabagisme a diminué chez les diplômés de niveau bac + 2 et plus, alors qu'elle augmente chez les jeunes de niveau inférieur au bac ou sans diplôme¹⁵.

Ces données sur les différences de comportement de santé en fonction des catégories sociales sont toutefois à exploiter avec prudence : la stigmatisation des catégories les plus démunies est facile. Le discours peut les culpabiliser, renvoyer l'idée que s'ils fument plus, c'est de leur faute ; une sorte de choix culturel. Or, ce que montrent les études sur les inégalités sociales de santé, c'est justement que ces choix de santé sont très influencés par la pression professionnelle, les conditions de vie, le stress, etc.

Les actions de prévention, bien que centrées sur le renforcement des ressources personnelles, doivent donc s'inscrire dans cette perspective de prise en compte des inégalités sociales, afin de ne pas stigmatiser les publics fumeurs. Pour délivrer un message acceptable et pas seulement accessible, elles doivent intégrer la diversité de la population, prendre en compte les caractéristiques socio-économiques, les représentations, les perceptions des catégories moyennes à faiblement élevées, et ce dès l'adolescence.

2.6 LES STRATÉGIES DE L'INDUSTRIE DU TABAC VERS LES JEUNES

L'industrie du tabac a toujours utilisé la communication, le marketing et le lobbying pour faire la promotion de ses produits. En France, si sa marge de manœuvre dans ce domaine s'est considérablement réduite avec la loi Évin et l'interdiction de la publicité, les fabricants ont néanmoins su s'adapter en élaborant des stratégies d'influence moins visibles mais toujours efficaces auprès des adolescents. Voici quelques exemples que la loi s'est toujours efforcée de contrer.

LANCER DE NOUVEAUX GOÛTS

Afin de séduire les plus jeunes et de contrer l'inconvénient du goût âpre des premières cigarettes, les industriels du tabac ont lancé de nouvelles cigarettes aromatisées dont les parfums évoquent les sucreries (chocolat, cerise, vanille, citron, mandarine, jasmin...). Tout aussi nocives que les autres, ces cigarettes dites « bonbons » semblent plus inoffensives pour les adolescents, plus faciles à fumer et attirent notamment les jeunes filles. Depuis la loi HPST (Hôpital, Patients, Santé et Territoires) de 2009, ces cigarettes sont interdites en France.

TRAVAILLER LE DESIGN ET LE PACKAGING

Le paquet de cigarettes sert à attirer, positionner et renforcer l'image d'une marque et surtout à séduire. Dans un contexte de restriction publicitaire, les fabricants, plus que jamais, utilisent ce vecteur pour attirer les jeunes consommateurs. Les paquets sont donc créés en parfait accord avec les tendances de la mode, inscrivant le tabac dans un univers ludique et banalisé. Avec des paquets de cigarettes amusants, colorés, des éditions limitées et/ou spéciales, ils font oublier aux consommateurs qu'ils achètent un produit du tabac.

Le design de la cigarette aussi est étudié : papier teinté, forme slim... Toutefois, ces stratégies sont depuis quelques années remises en question avec l'obligation faite aux cigarettiers d'apposer sur les paquets des avertissements sanitaires écrits

(« Fumer tue », « Fumer provoque le cancer mortel du poumon ») puis graphiques (images chocs), et par la montée de la réflexion sur l'introduction des paquets neutres standardisés (c'est-à-dire dénué de logo ou d'iconographie propres à la marque, et avec une forme et une couleur de paquet imposée à tous les fabricants).

ACCENTUER LE CARACTÈRE TRANSGRESSIF DE LA CIGARETTE

Depuis quelques années, l'industrie développe des programmes de prévention du tabagisme à destination des jeunes accompagnés de campagnes de lancement (affichage, slogans...). Philip Morris développe ainsi le programme Youth Smoking Prevention et a également participé à de nombreux programmes en partenariat avec les pouvoirs publics, par exemple, au Portugal. British American Tobacco et Japan Tobacco International ont développé le même type de programmes, par exemple en Roumanie ; JTI a lancé en mai 2001 une campagne avec le slogan « Be cool, be yourself » (« Sois cool, sois toi-même »). Outre le fait que ces campagnes et programmes renforcent la position de l'industrie dans le débat public en lui donnant une image éthique et responsable, cette stratégie permet à l'industrie de renforcer le caractère transgressif de la cigarette auprès des jeunes. En effet, en inscrivant l'acte de fumer dans l'univers de l'adulte et de l'interdit, l'industrie renforce le pouvoir d'attraction subversif du tabagisme. Ces campagnes et programmes ont donc un effet contre-productif par rapport aux objectifs affichés.

CRÉER DES PRODUITS ADAPTÉS AU POUVOIR D'ACHAT DES JEUNES

Face à la hausse des prix du tabac, les fabricants avaient dans un premier temps inventé les paquets de 10 cigarettes, mettant ainsi à la portée de tous, et notamment des jeunes, un conditionnement apparemment moins coûteux. La loi du 31 juillet 2003 a mis un terme à cette pratique en interdisant les paquets de moins de 19 cigarettes.

UTILISER DES STARS

L'industrie du tabac a très tôt pris en compte l'influence que pouvaient avoir le cinéma et la télévision sur leur audience. La présence de la cigarette dans les films la normalise, l'esthétise et la rend d'autant plus désirable. C'est donc un support stratégique de promotion pour les industriels. L'analyse des rapports marketing des fabricants de tabac, au moment des grands procès des années 90, a mis au jour leurs pratiques de valorisation.

Certains acteurs ont été rémunérés pour fumer dans leurs films. C'est le cas de Sylvester Stallone qui, dans une lettre du 28 avril 1983, indique « je garantis que j'utiliserai les produits du tabac Brown & Williamson dans pas moins de cinq de mes films. J'ai bien compris que Brown et Williamson me paiera un droit de 500 000 dollars ». D'autres acteurs ont également agi ainsi dans les films tels que le Parrain III, Chérie j'ai rétréci les gosses ou Apocalypse Now.

Certaines marques de cigarettes ont également placé leurs produits au sein de films grand public. Une lettre datée de 1979 « confirme l'accord qui a été conclu entre nos 2 compagnies selon lequel nous exposons la marque Marlboro dans le film Superman II. [...] contre 20 000 livres... » (Philip Morris). En France, ces pratiques sont interdites par la loi Évin. Pour autant, la présence de la cigarette reste toujours importante sur les écrans de cinéma sans que de tels agissements puissent être mis au jour.

COMMUNIQUER DE MANIÈRE ALTERNATIVE

Pour contourner la législation interdisant la publicité, l'industrie a commencé par créer des produits dérivés (marques de vêtements comme Marlboro Classics) ou des événements sportifs (Camel Trophy, Raid Gauloises,...). L'industrie a également longtemps parrainé un nombre important d'événements sportifs et culturels en lien avec les jeunes (la marque Gauloises organisait des soirées pour les jeunes et les étudiants appelées les « Nuits bleues ») distribuant à cette occasion de nombreux échantillons gratuits, jeux-concours, goodies...

Si cette pratique est maintenant interdite, les marques contournent cette interdiction via le lancement de produits ou bien l'utilisation des réseaux sociaux. Le recours à Internet permet en effet à l'industrie de communiquer en dehors de l'interdiction de publicité qui est, par nature, limitée au territoire français. Les publicités créées pour d'autres pays sont visibles sur Internet et la création de groupes ou de pages facebook en lien avec les marques des cigarettiers font indirectement la promotion du tabac en France.

L'industrie profite également de la vitrine offerte par Internet pour véhiculer, sur ses sites Internet institutionnels, l'image d'une entreprise « responsable », prenant en compte les problématiques modernes de développement durable, d'aide aux pays pauvres...

LES THÉMATIQUES ABORDÉES PAR LE MANGA ATTRACTION

Comme nous l'avons vu, les adolescents sont sensibles à l'image de liberté et à la promesse d'émancipation véhiculées par le produit tabac. Mais ils rejettent dans le même temps et de manière massive tout sentiment de dépendance à un produit et de soumission à la pression des pairs. C'est sur la révélation de cette ambivalence, particulièrement sensible à l'adolescence, que le manga *Attraction* repose. En cela, cette expérience met en avant une contradiction qui n'apparaît pas toujours clairement aux yeux des jeunes : bien qu'ils pensent que le tabac est le symbole de leur émancipation, il les prive de leur libre arbitre.

À travers l'histoire vécue par ses trois héros, le manga *Attraction* interroge plusieurs thèmes en lien avec le tabagisme adolescent :

- la place du tabac dans la relation aux autres ;
- le poids des représentations sociales liées au tabac ;
- les choix individuels face au tabagisme ;
- et la prévention de l'expérimentation et de l'installation dans le tabagisme régulier.

Ces thématiques permettent d'aborder avec les jeunes les principaux facteurs qui influencent leur consommation de tabac, de questionner les motivations à fumer et de mieux comprendre les influences et les pressions qui s'exercent sur eux mais également leur position par rapport à l'arrêt du tabac.

Les différentes séquences du manga sont conçues de manière à faire prendre conscience aux adolescents que l'attractivité de la cigarette est liée à des stratégies marketing jouant sur la séduction, la transgression, la promesse de l'accès à un monde plus mature, entretenues par l'industrie du tabac, mais également pour les amener à s'interroger sur leur capacité à résister à l'influence des pairs et aux représentations collectives de la cigarette.

Si chacun de ces thèmes est abordé de manière ludique par le manga, l'outil d'intervention *Attraction* vous offre la possibilité de les développer avec un groupe de manière plus approfondie afin d'initier un dialogue autour de ces questions.

Sources :

1. Hill, C., « Épidémiologie du tabagisme » *In La Revue du Praticien*, 20 mars 2012.
2. IARC. « Attributable causes of cancer in France in the year 2000 ». IARC Working Groups Reports Volume 3, IARC 2007, p. 29.
3. *La communication sur la santé auprès des jeunes – Analyses et orientations stratégiques*, « dossiers techniques CFES ».
4. Jeammet P., *L'adolescence*. Paris, Solar, 2002, p. 35.
5. Chez les 15-25 ans ayant expérimenté le tabac entre 2000 et 2010. Guignard R., Beck F., « Évolution du tabagisme chez les jeunes et politiques de lutte anti-tabac », *Agora n° 63 (1)*, 2013, p. 61-75, à paraître.
6. Beck F., Godeau E., Legleye S., Spilka S., « Les usages de drogues des plus jeunes adolescents : données épidémiologiques » *Médecine/science*, 23 (12), 2007, p. 1162-1168.
7. « Tabac - Comprendre la dépendance pour agir », Expertise collective de l'Inserm, 2004, p. 185.
8. « Les jeunes et le tabac », étude qualitative *Inpes-Louis Harris*, 2005. (14 réunions de groupes).
9. Beck F., Guignard R., Richard JB., Wilquin JL., Peretti-Watel P., « Augmentation récente du tabagisme en France : principaux résultats du Baromètre Santé », France 2010. *In BEH*, n° 20-21, numéro spécial, *Journée mondiale sans tabac*, 31 mai 2011, p. 230-233.
10. « Baromètre santé 2010 » - Inpes.
11. et 12. « Jamais la première cigarette », étude 2011-2012 auprès des collégiens, Fédération française de cardiologie.
13. « Regard Santé » n° 20 – Observatoire Régional de la Santé Provence-Alpes-Côte d'Azur, 2009.
14. Bricard D., Jusot F., Tubeuf S., « L'influence à long terme du milieu social d'origine et du tabagisme des parents sur le tabagisme en France : les résultats de l'enquête Santé et protection sociale 2006 », *In BEH* du 8 mars 2011, n° 8-9.
15. Beck F., Guignard R., Richard JB., Wilquin JL., Peretti-Watel P., « Augmentation récente du tabagisme en France : principaux résultats du Baromètre Santé », France 2010. *In BEH*, n° 20-21, numéro spécial *Journée mondiale sans tabac*, 31 mai 2011, p. 230-233.

Cette partie vous permet d'appréhender rapidement l'histoire racontée par le manga *Attraction* et de comprendre quels en sont les personnages principaux. Si le manga *Attraction* déroule une histoire linéaire, cinq grandes séquences peuvent être distinguées. Chaque séquence s'articule autour d'une interaction réalisable avec une webcam ou une souris.

3.1 RÉSUMÉ DE L'HISTOIRE

Tokyo 2040

Dans un Tokyo imaginaire et futuriste, trois adolescents prénommés Hiro, Ren et Koichi, vont, grâce à un mystérieux briquet, pouvoir pénétrer dans le très sélectif club *Attraction*. Abreuvés par les publicités à l'égérie féminine fascinante qui envahissent la ville, ils ne se doutent pas que le briquet leur fera découvrir une réalité plus inquiétante que prévu.

Après avoir exploré les bas-fonds de la ville et réussi à composer le code secret ouvrant les portes du club, les trois héros vont tout d'abord découvrir un lieu à l'ambiance hypnotisante : dans un décor branché, et au rythme d'une musique enivrante, une foule de jeunes fume, s'amuse, danse et se séduit. Hiro, Ren et Koichi y distinguent des visages qu'ils connaissent mais surtout découvrent, au centre du club, un personnage intrigant et charismatique, dénommé le boss. Ce dernier est le chef d'orchestre de la soirée. Comme pour chaque nouvel entrant, il invite chaleureusement les trois adolescents à se joindre à la foule. Entraînés par la présence

de la jeune fille des publicités *Attraction*, Hiro, Ren et Koichi se laissent peu à peu happer par l'ambiance glamour et festive qui règne dans le club.

Mais rapidement, Ren se rend compte que quelque chose sonne faux. Le libre arbitre de ses amis semble mis à l'épreuve et le recours à la cigarette inéluctable pour pleinement participer à la fête. Elle va par là même découvrir que la fascination exercée par le club est due à la mystérieuse fumée que le boss souffle insidieusement à la figure de ses clients et aux cigarettes que ceux-ci consomment sans arrière-pensées. Grâce à la cigarette, le boss entretient l'hypnose et tient la foule sous sa coupe. Réveillés par Ren, Hiro et Koichi décident d'échapper à cette emprise. Mais pour cela, ils doivent combattre le boss et détruire la pyramide d'où il tire son énergie. Un combat difficile qui, s'il permettra de ramener Hiro, Ren et Koichi à la lumière du jour et de libérer les jeunes du club, ne sera pas complètement fini pour autant...

PRÉSENTATION DU MANGA

3.2 LES PERSONNAGES



◆ HIRO

Curieux, séducteur et populaire, Hiro est toujours prêt à partir à l'aventure. Mais son goût du risque et son assurance peuvent parfois l'amener à vivre des situations compliquées.

Tombé sous le charme

de la mystérieuse jeune fille du club, c'est lui qui entraînera ses amis tout droit dans le piège du tabac en acceptant le mystérieux briquet. Mais face au danger, il saura défendre ses amis et reconnaître ses erreurs.



◆ LA JEUNE FILLE DU CLUB

Égérie des publicités pour le club *Attraction*, sa beauté, son élégance et sa douce voix inspirent confiance et admiration. Les jeunes filles aimeraient lui ressembler et les garçons rêvent de

la séduire. Mais cette aura mystérieuse lui sert avant tout à manipuler les gens pour le compte du patron du club. En donnant le briquet à Hiro, elle va délibérément l'attirer dans le club, elle n'hésitera pas non plus à inviter Koichi à fumer une cigarette quand elle le sentira vulnérable.



◆ REN

Raisonnée et intelligente, Ren aime rappeler à ses amis ce qu'il faut faire ou ne pas faire, au risque de paraître donneuse de leçons. Elle leur permet ainsi souvent d'éviter de gros ennuis...

s'ils se décident à l'écouter.

Toujours accompagnée de son animal de compagnie Lampin, elle va rapidement déceler le piège qui se cache derrière le club. Mais, sous son apparente force de caractère, Ren reste vulnérable et aura besoin de ses amis pour révéler l'envers du décor.



◆ LE BOSS

À la fois attirant et inquiétant, le patron du club *Attraction* sait jouer de son charisme pour obtenir ce qu'il veut de ses clients sans qu'ils aient conscience des dangers auxquels ils s'exposent.

Sous son apparence

branchée, son club lui permet, en réalité, de rendre dépendants au tabac des milliers d'adolescents et de vendre ainsi une grande quantité de cigarettes. Avidé, il n'a aucun scrupule à exploiter les rêves et les attentes des jeunes pour s'enrichir en leur faisant de fausses promesses.



◆ KOICHI

Koichi est un garçon passionné d'informatique et de jeux vidéo. Des passions qui ne le rendent pas spécialement très populaire auprès des autres et des filles en particulier... Enthousiaste, il est toujours prêt à suivre son

meilleur ami Hiro dans toutes ses aventures afin d'expérimenter de nouvelles choses. Mais si son objectif est souvent de paraître plus cool, il est toujours là pour défendre ses amis, quoiqu'il lui en coûte.



◆ LAMPIN

Lampin est l'animal de compagnie de Ren. C'est une petite créature digitale à l'allure phosphorescente ne parlant pas, mais qui va pourtant jouer un rôle déterminant pour révéler l'envers du décor du club *Attraction*.

3.3 LES SÉQUENCES

INTRODUCTION

LA PUBLICITÉ POUR LE CLUB *Attraction*.

Le film s'ouvre sur une publicité pour le club *Attraction*. On y voit une belle jeune femme à l'allure élégante fumer une cigarette dans une ambiance énigmatique et cinématographique. Le film se termine sur les mots suivants : *Attraction* – Londres, Paris, Tokyo. Par un effet de décadage, on se rend compte que cette publicité est diffusée sur des écrans géants dans la ville de Tokyo, en 2040, où se déroule l'histoire.

SÉQUENCE 1

LE BRIQUET MYSTÉRIEUX



Une fin d'après-midi. Accompagnés de leur petite créature Lampin, Hiro, Ren et Koichi discutent assis sur une plate-forme qui domine la ville. Hiro a mystérieusement manqué les cours de l'après-midi. Pour expliquer son absence, ce dernier leur présente un objet fascinant : un briquet en forme de diamant dont les facettes miroitent au gré de la lumière. Présent dans les publicités du club *Attraction*, ce briquet semble être le sésame nécessaire pour y pénétrer. Alors qu'Hiro se demande quoi faire de cet objet, Ren et Koichi donnent successivement leur avis.

INTERACTION

En passant en vue subjective, l'interaction permet de se mettre à la place de Hiro et d'écouter les conseils de chacun.

Avec la webcam : penchez la tête à droite puis à gauche et inversement.

Avec la souris : pointez la souris à gauche et à droite et inversement. Si l'on reste longtemps sur le personnage de Koichi, le briquet se déclenche, car c'est lui qui incite Hiro à essayer de l'ouvrir.

SÉQUENCE 2

LA PORTE FERMÉE



Hiro, Ren et Koichi ont réussi à activer le briquet. Après une course folle dans les entrailles de la ville, celui-ci va les guider jusqu'à une porte monumentale dont l'ouverture dépend d'un code couleur secret que les trois héros vont devoir composer.

INTERACTION

En haut de la porte, trois signaux font défiler les couleurs qui composent le code. Au centre de la porte, des couleurs successives apparaissent. Lorsque la couleur signalée en haut apparaît au centre :

Avec la webcam : présentez un objet de la couleur indiquée devant la webcam. Pour pouvoir préparer cette interaction, il est important de prévoir quatre objets à dominante verte, rouge, jaune et bleue pour pouvoir présenter ces quatre couleurs facilement et rapidement. Avertissement : il est possible que les couleurs soient identifiées très rapidement en fonction de la luminosité et de la couleur de la pièce dans laquelle vous effectuez la session (notamment sur les jaunes).

Avec la souris : cliquez sur le centre de la porte pour sélectionner la couleur qui apparaît.

SÉQUENCE 3

PREMIERS PAS DANS LE CLUB



En composant le bon code, la plate-forme sur laquelle se trouvent les trois adolescents s'active. Il s'agit en réalité d'un ascenseur qui les mena au cœur du club *Attraction*. Au fur et à mesure de la descente, la silhouette d'un être à la taille impressionnante se dessine. Une fois arrivés à destination, les portes de l'ascenseur s'ouvrent sur une piste où des centaines de jeunes s'amuse, fument et dansent. Alors qu'ils déambulent fascinés dans le club, la jeune fille aperçue dans la publicité s'approche de Koichi et lui murmure quelque chose à l'oreille. En désignant le patron du club, elle indique à Koichi qu'il est celui qui peut réaliser ses rêves de popularité, de succès auprès des filles et que pour cela il lui suffit de prendre une cigarette. Dans le même temps, Ren s'aperçoit tout à coup qu'elle est seule. Inquiète, elle voit Koichi au milieu de la foule. Il a une cigarette entre les mains qu'il s'apprête à allumer et semble hypnotisé par l'ambiance du lieu.

INTERACTION

Comme Ren, vous devez délivrer Koichi de son état d'hypnose.

Avec la webcam : secouez votre tête de gauche à droite.

Avec la souris : bougez rapidement votre souris de gauche à droite.

SÉQUENCE 4

À LA RECHERCHE DE HIRO



Une fois réveillé, Koichi se met à chercher Hiro avec Ren. Tandis que le patron enjoint la foule à s'amuser, Hiro, insouciant, danse sur la piste. Il rencontre alors la jeune fille du club et l'on comprend que c'est elle qui lui a donné le briquet qui les a guidés jusqu'au club. Dans la pénombre du lieu, Ren et Koichi ne parviennent pas à voir où est Hiro, ils décident donc d'envoyer Lampin en éclaireur. En se déplaçant, Lampin émet de la lumière et ainsi éclaire les visages des jeunes présents dans le club. Ces adolescents à l'apparence physique si normale et cool vont ainsi révéler leurs vrais visages : abîmés et inquiétants. En s'approchant de Hiro, Lampin touche la jeune fille et dévoile son apparence monstrueuse. Hiro, surpris et apeuré rejoint ses amis. Ensemble, ils décident de fuir.

INTERACTION

Vous devez vous faufiler dans la foule du club à la recherche d'une sortie, il faut donc aller dans les endroits où la foule est plus dispersée.

Avec la webcam : inclinez votre tête à gauche ou à droite pour aller dans la direction que vous souhaitez.

Avec la souris : pointez votre souris dans la direction où vous souhaitez aller.

SÉQUENCE 5

LE COMBAT CONTRE LE BOSS



Voyant les trois amis s'échapper, le patron tente de les retenir avec un discours rassurant. Mais rapidement, son attitude change. Soufflant une fumée dense et hypnotisante sur l'ensemble du club, il les menace. Prise dans la fumée, Ren éternue et tombe au sol avec Lampin ; alors qu'Hiro tente de l'aider, il écrase Lampin. Sous l'effet du choc, Lampin s'illumine et laisse échapper un très fort rayon de lumière qui frappe la pyramide sur laquelle le patron prend appui. Les trois amis se rendent compte que cette pyramide de lumière émet en réalité l'image en hologramme du patron. C'est en détruisant cette pyramide qu'ils pourront vaincre le maître des lieux.

INTERACTION

Lorsque la pyramide apparaît à l'écran :

Avec la webcam : vous devez couvrir votre webcam avec votre main aussi longtemps que nécessaire.

Avec la souris : cliquez sur la pyramide et maintenez le clic aussi longtemps que nécessaire.

SÉQUENCE 6

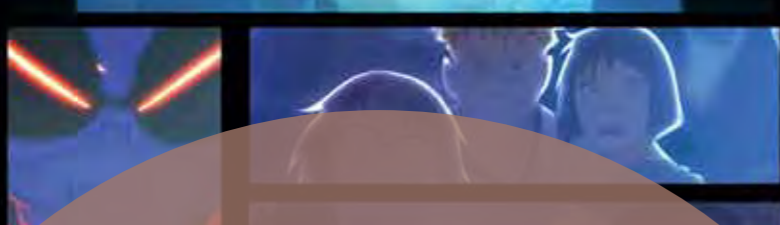
FINAL



Le patron se désintègre dans une explosion de lumière en poussant des cris stridents. Alors que le club est en pleine lumière, la foule des adolescents sort de son hypnose et chacun prend conscience de sa véritable apparence physique. On retrouve quelques instants plus tard, Hiro, Ren et Koichi marchant sur un pont qui surplombe la ville. Ils essaient de comprendre ce qui leur est arrivé mais n'y parviennent pas. Ailleurs dans la ville, on trouve le diamant-briquet qui flotte dans l'air et semble plus vivace que jamais. Une main s'en empare avec douceur. Il s'agit de la jeune fille du club qui s'éloigne peu à peu sans doute vers un nouveau lieu à conquérir.



À la fin du film, un message apparaît : « Chaque année, le tabac attire des centaines de milliers de nouveaux consommateurs. Ne vous laissez pas piéger. » Il est alors possible de s'informer sur la dépendance au tabac, les manipulations des cigarettiers et les méthodes pour arrêter de fumer. On peut également se renseigner sur le dispositif Tabac info service (par téléphone au 39 89 – 0,15 euro/min depuis un poste fixe – ou via le coaching personnalisé de Tabac-info-service.fr).



PRÉPARATION ET ANIMATION D'UNE SÉANCE

Cette partie vous permet de comprendre comment, concrètement, animer une séance de prévention du tabagisme autour du manga *Attraction*. En plus de conseils pratiques, cette partie précise également comment logistiquement et intellectuellement préparer la séance, en rappelant le temps et le matériel à prévoir, mais également quelques préalables à réaliser. Un second chapitre fait le point sur les techniques d'animation de groupe afin de vous donner des repères simples si cet exercice est nouveau pour vous.

4.1 PRÉPARER LA SESSION

L'animation d'une session de prévention du tabagisme quelle qu'elle soit nécessite quelques prérequis. Prendre le temps, avant la séance, de faire le point sur vos connaissances et vos représentations sur le tabagisme tout en clarifiant vos intentions pédagogiques, cela est indispensable pour mener à bien ce projet.

La qualité de l'animation et la motivation des jeunes à participer sont deux facteurs importants pour le bon déroulé d'une session de prévention et ce, quel que soit le thème abordé. Afin de mener à bien votre projet de session, la préparation est donc une étape essentielle.

La connaissance préalable des données sur le tabac, de la législation et des modes de consommation des adolescents vous permettra d'animer les débats en vous appuyant sur des données concrètes et validées. L'essentiel de ces données sont décrites dans les premières pages de ce guide. Vous trouverez également des éléments complémentaires dans la partie ressources. Ce temps d'auto-documentation est d'autant plus conseillé pour les intervenants ayant peu de formation ou d'expérience sur la thématique du tabagisme.

Il est important de mettre en adéquation vos représentations sur le tabagisme des adolescents avec les connaissances qui leur seront transmises. Réfléchir à vos représentations entraîne une prise de conscience de votre vision du tabagisme et de l'adolescence et vous aide, quand c'est nécessaire, à lutter contre vos préjugés. Cela vous permet d'être plus ouvert envers l'adolescent et de l'aborder tel qu'il est réellement. Cela vous permet également d'éviter d'enfermer le jeune dans un stéréotype. L'analyse de vos représentations vous rend plus libre et plus ouvert, donc plus disponible pour entendre l'adolescent. Or les jeunes seront particulièrement sensibles à la cohérence de vos propos et à la qualité de votre écoute. Si l'animation se déroule dans un établissement type collège ou lycée, la politique de la structure en matière de tabac peut être discutée avec les jeunes. Cette étape est importante car

les adolescents peuvent s'identifier aux modèles adultes qui les entourent. L'absence de jugement à cette étape est fondamentale.


Le choix de vos intentions pédagogiques déterminera le type d'animations, leur degré d'interactivité avec les jeunes, les thèmes abordés et la durée de l'ensemble des animations. Il est important de situer le ton de votre discours et de votre posture d'animateur. Une simple information n'a pas le même impact qu'un conseil et ne sera pas délivrée de la même façon. En fonction de vos intentions éducatives, vous pourrez choisir les séances d'animation adaptées en vous aidant du rappel systématique des objectifs pour chaque séance décrite dans le présent livret.

Prenez le temps de bien connaître le manga *Attraction* ainsi que le présent livret : visionnez le manga au préalable dans son intégralité et réalisez l'ensemble des interactions que ce soit via la souris ou via la webcam. Vous pourrez ainsi faire le choix du mode interactif avec lequel vous serez le plus à l'aise (souris ou webcam, projection en groupe ou projections individuelles) en fonction du nombre de participants et du matériel dont vous disposez.

Si le manga peut être découpé en plusieurs séquences, il est fortement recommandé lors de la session de le projeter dans son intégralité. Ce manga permet en effet d'introduire un temps consacré au dialogue et au débat. Il est un point de départ pour susciter la réflexion des jeunes et les inciter à exprimer ce qui les concerne et les préoccupe au sujet du tabagisme.

Il est également conseillé de vous approprier les quatre thèmes qui se dégagent de l'histoire ainsi que les pistes d'animation suggérées dans la cinquième partie de ce livret. Cette partie identifie en effet des thèmes présents dans le manga autour desquels orienter les débats. Pour chaque thème, deux temps sont proposés : un premier temps, pour évoquer le sujet, décrire comment il est abordé dans le manga ; un second temps permet d'élargir la réflexion pour aboutir à un questionnaire plus général autour du tabagisme à l'adolescence. Toutes les questions proposées sont des pistes qu'il ne s'agit en aucun cas de poser de manière exhaustive. D'autres peuvent également être envisagées. Vous pourrez utiliser ces pistes en fonction de votre expérience, de vos objectifs et du public que vous visez. Ce travail préparatoire vous permettra de vous adapter aux adolescents, à leurs premières réactions et de proposer des activités qui répondent autant à leurs demandes qu'à vos objectifs.


Pour compléter cette préparation, vous pouvez également discuter avec le groupe de votre intention afin de recueillir ses attentes, ses questionnements et ses représentations. Ce travail préparatoire vous aidera à choisir les sujets et débats les mieux adaptés.

 Les animations proposées dans ce guide s'appuient toutes sur une dynamique interactive, qui laisse la place à la parole des jeunes et au débat. Toutefois, il peut paraître parfois compliqué de prendre en charge ce travail seul. Pour les mener à bien, n'hésitez pas à travailler en équipe. D'autres intervenants issus de votre structure ou de l'extérieur peuvent apporter un éclairage supplémentaire et complémentaire sur le thème que vous avez choisi ou vous aider à animer la session le jour venu.

ORGANISER LA SESSION

Selon vos disponibilités et les ponts que vous souhaitez faire avec d'autres intervenants, vous pouvez organiser cette session sur une ou deux séances de 55 minutes chacune.

Dans le cas où l'animation s'articule autour d'une seule séance d'une durée de 55 minutes, vous pouvez suivre le déroulé suivant :

	
5 min.	Accueil des participants dans la salle.
5 min.	Présentation des objectifs de la session.
10 min.	Visionnage du manga.
5 min.	Rappel des consignes et des règles de débat.
20 min.	Lancement et animation du débat dont apport de connaissances.
10 min.	Synthèse et conclusion.

Dans le cas où vous prévoyez une animation sur deux séances, vous pouvez, en introduction, adresser un rapide questionnaire anonyme aux jeunes participants pour recueillir leurs impressions et représentations a priori sur le sujet du tabac. Le même questionnaire pourra être proposé à la fin de la session afin de mesurer l'évolution des représentations et attitudes suite à cette intervention (cf. Annexe - Questionnaires avant et après la séance. p.54 et 56).



LOGISTIQUE À PRÉVOIR

La logistique étant en partie garante du bon déroulement de l'animation, voici quelques conseils pour vous aider à mettre en place les conditions pour bien utiliser le manga *Attraction* avec le groupe :

- La salle doit être réservée et prête à accueillir le groupe. Si nécessaire, une signalétique peut aider les jeunes à s'orienter.
- Le matériel nécessaire à la projection du manga doit être prêt et en état de fonctionnement.
- La salle doit être organisée de manière à permettre à tous un bon visionnage du manga. En fonction du nombre d'ordinateurs dont vous disposez, vous pouvez :
 - Réaliser une projection collective sur un seul écran. Dans ce cas, il faut s'assurer que la taille de l'écran puisse permettre le bon visionnage par l'ensemble des jeunes. Par ailleurs, afin de faire participer le groupe, nous vous conseillons de demander ou de désigner cinq jeunes pour réaliser les cinq interactions.
 - Organiser une projection plus individualisée. Réunissez alors les jeunes par petits groupes. Chaque groupe dispose d'un ordinateur et peut visionner le manga à son rythme. Dans ce cas, soyez attentif au son afin que chaque groupe puisse travailler sans être dérangé.
- Pour le débat qui suit, disposez chaises et tables de façon à favoriser le débat. Une disposition en cercle facilite l'expression et l'écoute.
- Si vous souhaitez donner des documents ou distribuer un questionnaire, prévoyez vos photocopies à l'avance.
- En fonction des animations choisies, vous pouvez prévoir des marqueurs et des feuilles de grand format pour noter les idées fortes ou permettre aux jeunes de restituer certaines discussions en petits groupes.
- Si vous utilisez la webcam pour les interactions, prévoyez le matériel nécessaire notamment pour la séquence du code couleur à composer (cf. p.25).

RECOMMANDATIONS D'UTILISATION DU DVD

Matériel et technologie requis

- Logiciels : Windows  , iOS 
- Sortie son

Comment visionner le manga ?

- Insérer le DVD dans le lecteur DVD de votre ordinateur.
- Si le manga ne se lance pas automatiquement, vous devez ouvrir le DVD depuis votre poste de travail. Pour cela, sélectionner le fichier *Attraction.exe*.
- Le manga se lance, vous pouvez le passer en plein écran et suivre ensuite les consignes pour mettre en place les interactions.

Conditions de visionnage optimisé du DVD

Afin d'assurer une projection dans de bonnes conditions du manga *Attraction*, nous vous conseillons, dans la mesure du possible :

- de ne pas plonger la salle totalement dans le noir. L'utilisation de sources de lumières secondaires peut être recommandée ;
- de modérer la luminosité de l'écran sur lequel le manga est projeté.

Le manga comporte une courte séquence avec une succession d'images où l'effet de saccade est soutenu (passage précédant le combat contre le boss). Face à cette séquence, certaines personnes présentant ou ayant déjà présenté des symptômes liés à l'épilepsie (vertige, trouble de la vision, contraction des yeux ou des muscles, trouble de l'orientation, mouvement involontaire ou convulsion, perte momentanée de conscience) peuvent éprouver une gêne. Nous vous conseillons d'en discuter le cas échéant avec l'infirmière ou le médecin scolaire.

4.2 ANIMER LA SÉANCE

Afin de donner des repères aux personnes qui n'ont pas ou peu l'habitude d'endosser le rôle d'animateur, voici quelques notions essentielles à connaître. Pour les enseignants et les animateurs rôlés à cet exercice, cette partie permet de rappeler l'importance de la qualité de la relation entre l'animateur et les jeunes pour la réussite de la démarche.

LA POSTURE DE L'ANIMATEUR

Le rôle de l'animateur dans un débat est essentiel pour percevoir et réguler la dynamique du groupe, apaiser les tensions éventuelles. L'animateur est garant du bon fonctionnement de l'animation, rappelle les règles de communication, impulse la démarche tout en veillant à lui donner du sens, en rappelant les objectifs, en donnant des informations validées, en reformulant et en synthétisant les échanges.

L'animateur doit percevoir les besoins des individus qui constituent le groupe et favoriser la prise de parole de tous. Il devra donc repérer les personnalités et les différentes attitudes pendant le débat.auprès des jeunes les plus réservés, il devra être rassurant, les encourager à s'exprimer en confiant, par exemple, une responsabilité à certains des jeunes afin de les associer activement au débat. Inversement, il devra soit canaliser les jeunes les plus dynamiques, soit s'appuyer sur eux pour maintenir une bonne dynamique de débat.

Il est essentiel pour l'animateur de créer les conditions favorables au débat, de proposer un cadre convivial, favorable aux échanges. **Il ne s'agit pas de tester les connaissances des participants ou de noter leurs réponses.** C'est d'ailleurs une information indispensable à transmettre au groupe pour que chacun comprenne qu'il peut s'exprimer librement, sans jugement, sans bonne ou mauvaise réponse. L'attitude positive et la posture d'écoute bienveillante de l'animateur sont donc essentielles.

Le temps des séances de prévention doit être isolé des autres activités menées avec les jeunes. Si vous êtes enseignant, et que vous en avez la possibilité, il est préférable que le lieu de l'animation soit différent de la classe habituelle. C'est dans un environnement convivial qu'une relation de confiance et un vrai dialogue peuvent s'établir. Il s'agit donc pour l'animateur d'être attentif aux parcours et aux représentations des adolescents participant à la séance, de les aider à identifier des stratégies personnelles, en leur renvoyant une image positive d'eux-mêmes.

LES ÉCUEILS À ÉVITER

En matière de santé et plus particulièrement lorsqu'il est question de tabagisme, les jeunes rejettent les discours stigmatisants. L'animateur doit **éviter les stéréotypes ou les généralisations sur les fumeurs et les non-fumeurs**, mais il devra également veiller à ce que le débat ne se transforme pas en querelle entre fumeurs et non-fumeurs. Les consignes d'écoute, de respect de la parole des uns et des autres sont donc essentielles.

S'il est primordial d'informer les jeunes sur les risques liés au tabagisme, **l'animateur devra veiller à ne pas adopter d'approches culpabilisantes.** En effet, en matière de prévention, ces approches s'avèrent contre-productives. Loin d'inciter les jeunes à ne pas fumer, elles peuvent accentuer le sentiment de faible estime de soi, facteur reconnu comme potentiel déclencheur du tabagisme. De même, une approche centrée sur la peur risque d'entraîner un réflexe de protection de soi, une incapacité à s'identifier aux risques encourus. Une information sur les risques fondée sur les représentations des jeunes et sur le renforcement de leurs connaissances objectives sera donc plus efficace.

Parmi les thématiques abordées par le manga, la question de la place du tabac dans le groupe et dans le rapport aux autres est centrale. L'animateur va donc être amené à faire réagir le groupe sur cette question pour mettre en évidence l'importance de ces relations, du regard des autres et de sa place dans les choix de chacun. À cet égard, **il est important que l'animateur ne porte pas de jugement sur l'influence du groupe ou sur l'importance du clan à cet âge.**

Le fait d'être fumeur ne prive en aucun cas l'animateur de sa légitimité à intervenir. Il peut d'ailleurs utiliser son statut de fumeur pour rappeler l'importance du non-jugement. Il peut témoigner du fait que si fumer n'est pas interdit, il est important de connaître objectivement les risques auxquels on s'expose. Il peut éventuellement évoquer ses difficultés à arrêter, son rapport au tabac et l'intérêt pour lui aussi d'échanger avec le groupe sur ce sujet.

LES RÈGLES DU GROUPE ET DU DÉBAT

Le rappel des consignes en début de séance est important, mais l'attitude générale de l'animateur, ses déplacements dans la salle, ses gestes et postures le sont également. Les relances et les reformulations permettent de maintenir l'attention du groupe sur le sujet. Inversement, si le groupe est tendu, l'animateur pourra profiter des moments de décharge de cette tension (fous rires, agression d'un bouc émissaire, agitation générale, etc.), pour analyser avec le groupe ce qui s'est passé et chercher à déterminer l'origine du malaise.

Les règles de fonctionnement du débat doivent être clairement posées :

- Respect de la parole de chacun : chacun écoute lorsque quelqu'un s'exprime.
- Respect des différences de point de vue.
- Confidentialité des échanges.
- Absence de jugement de valeur, de stigmatisation, de moqueries, sur ce qui a été vu dans le manga ou ce qui se dit au cours du débat.
- Durée du débat limitée, heures de début et de fin du débat définies par l'animateur.
- Chacun a le droit de prendre la parole. Si nécessaire, celui qui souhaite s'exprimer doit lever la main pour demander à parler. Le temps de parole peut être limité pour éviter que les plus bavards ne dominent la séance.
- Chaque question est bonne à poser ; chaque idée, opinion est bonne à partager, dans le respect des autres règles.

L'animateur peut citer ces règles au groupe, leur demander de les approuver ou leur demander de les définir eux-mêmes. Ils se les approprieront d'autant mieux. Cette discussion autour des règles du débat peut constituer un temps pendant lequel les rires (gêne par rapport au débat) pourront être évacués.

Si, pendant le débat, certains commentaires s'écartent des règles énoncées, l'animateur peut recadrer le débat en s'appuyant sur ces commentaires : « Comment définirais-tu le mot que tu viens d'utiliser ? » ou « Qu'est-ce qui te fait penser que... ? »

La synthèse des échanges : pour que les échanges ayant eu lieu pendant le débat soient constructifs, l'animateur peut terminer la séance en demandant au groupe de résumer ce qui a été dit. Il peut reprendre ensuite les idées principales, leur donner, si besoin, du sens au regard d'un message de prévention du tabagisme. Il rappelle l'importance de la liberté de choix et le respect de ce qui a été dit pendant l'intervention. Si d'autres séances sont prévues, il invite le groupe au prochain rendez-vous en précisant le thème de la séance.



PROPOSITIONS DE DÉBATS

5 PROPOSITIONS DE DÉBATS

Pour aborder le tabac avec des adolescents, nous avons extrait quatre thématiques abordées dans le manga *Attraction*. En fonction de vos objectifs de prévention, de vos moyens, de vos disponibilités mais également des attentes des jeunes, vous pouvez choisir de développer votre séance de prévention autour d'un ou plusieurs de ces thèmes.

PRÉAMBULE

Quel que soit le thème choisi, l'animation est construite de manière à susciter un débat. Débat au sein duquel, les jeunes pourront exprimer leurs opinions, sans être jugés ni stigmatisés. Cette règle de non-jugement est essentielle et devra être rappelée en préambule afin de dédramatiser les enjeux de la séance et d'aider les participants à s'enrichir du point de vue des uns et des autres.

Pour chacun des thèmes donnés, une rapide introduction résume les grandes lignes du sujet pour l'animateur. Si vous le souhaitez, vous pouvez également vous référer au chapitre 2 du présent livret qui rassemble les éléments de connaissance essentiels sur le tabagisme. Cela vous permettra de bien cerner les notions abordées dans cette thématique et de ne pas être mis en difficulté.


Puis, nous vous proposons plusieurs pistes de questionnements permettant d'alimenter le débat qui sera organisé en deux temps.

- Un premier temps de discussion vise à faire réagir le groupe sur ce qui se passe effectivement dans le manga. Le manga, avec les expériences vécues par ses héros, sert en effet de support au dialogue, et permet de poser le cadre général de la discussion. Pour vous aider, les séquences du manga en rapport avec le thème sont énoncées dans chaque piste de débat.
- Ensuite, un deuxième temps de discussion a lieu afin d'approfondir la discussion et l'orienter vers un ou deux thèmes choisis. Les participants peuvent alors s'exprimer, parler de leur vécu, et écouter les points de vue des autres.

LES QUATRE THÈMES ABORDÉS DANS LE MANGA *ATTRACTION*

- Le tabac et la relation aux autres
- Le tabac et les choix individuels
- Le tabac, savoir l'éviter, savoir arrêter
- Le tabac et les représentations sociales

Les pistes de débats et de questions proposées ne sont ni exhaustives ni incontournables. Vous pouvez, éventuellement avec l'aide du groupe, inventer de nouveaux débats, bousculer l'ordre des questions, en trouver de nouvelles ou les reformuler. L'important étant avant tout d'être à l'aise avec ces questions et ces sujets, de vous sentir libre dans la manière de mener l'animation, dans le respect, bien sûr, des grands principes d'animation énoncés dans la partie 4 du présent livret. En complément, pour chaque débat, nous vous proposons des activités pour approfondir le sujet ainsi que des outils auxquels vous référer pour aller plus loin avec les jeunes.

 La question de l'arrêt du tabac peut être abordée dans le cadre du débat afin d'amener les jeunes à réfléchir sur leur propre consommation. Mais si l'objectif est bien de les sensibiliser et de les motiver à l'arrêt, le rôle de l'animateur n'est pas d'accompagner concrètement les jeunes dans cette démarche. En cas de volonté d'arrêt, l'animateur pourra orienter le jeune concerné vers des personnes ou structures relais dont la prise en charge du sevrage tabagique est le métier. S'ils sont présents, les relais internes (infirmière scolaire par exemple) seront privilégiés.


PISTE DE DÉBAT

TABAC ET RELATION AUX AUTRES

Le tabagisme à l'adolescence est fortement lié à la sociabilité, les jeunes le considèrent comme un élément qui facilite le contact. Fumer permet d'aborder l'autre avec un prétexte. Fort de l'image de séduction attachée à la cigarette, le jeune fumeur ose engager la discussion. En son absence, quelle excuse utiliser? Quelle attitude adopter pour paraître à l'aise?

La cigarette permet aussi d'intégrer le groupe. Fumer ensemble entraîne une complicité et une solidarité entre amis. L'environnement immédiat de l'adolescent a donc une influence importante. À cette période de construction identitaire, le regard des autres compte, contribue à définir l'image de soi et peut influencer certains comportements. D'ailleurs, un quart des jeunes fumeurs déclare qu'il envisagerait d'arrêter de fumer si un copain le lui demandait.

D'une manière générale, l'adolescence est une période où les risques de dévalorisation personnelle peuvent être importants et l'estime de soi, qu'elle soit physique, psychologique ou sociale, fragilisée. La cigarette semble apporter une réponse aux adolescents car elle permet de cacher leurs craintes, donne un sentiment d'assurance, renvoie à une image de soi plus positive. Or les données sur le tabagisme à l'adolescence et sur les facteurs de protection montrent que la relation à soi à cet âge joue un rôle prépondérant dans la décision de fumer ou non. Le renforcement de la confiance en soi et de l'estime de soi est donc un des enjeux essentiels des stratégies de prévention du tabagisme auprès des adolescents.

 Vous trouverez des éléments de connaissance complémentaires dans la deuxième partie, chapitres « Le tabagisme à l'adolescence » et « De quelle(s) adolescence(s) parle-t-on? ».

LES ENJEUX DU DÉBAT

- Montrer l'influence du groupe sur certains comportements, en particulier les comportements à risque, dont le tabagisme.
- Aider les jeunes à prendre conscience du rôle de la cigarette dans leur relation aux autres.
- Aider les jeunes à prendre conscience des limites de leur liberté de choix, à respecter les choix des autres.
- Aider les jeunes à repérer leurs propres ressources et fragilités, à identifier ce qui les influence dans le regard des autres.

DVD

LES SCÈNES FAISANT ÉCHO À CETTE PROBLÉMATIQUE

Après la projection du manga dans son intégralité, vous pouvez revenir sur ces séquences et vous en servir pour ouvrir le dialogue avec votre groupe. Les séquences sont décrites plus en détail dans la troisième partie, pages 23 à 25.


Séquence 1 - Les adolescents et le briquet : discussion entre les trois adolescents au sujet du briquet et conseils de Koichi et Ren.

Séquence 3 - Premiers pas dans le club : la boîte de nuit, les réactions des adolescents face à l'ambiance, les lumières, la foule du club.

Séquence 4 - À la recherche de Hiro : comment Koichi puis Hiro sont séduits par la jeune femme qui cherche à les amener à fumer.

1. AUTOUR DU MANGA

- Rappeler aux jeunes les scènes dans lesquelles le sujet est abordé. Avant de démarrer le débat, leur demander de décrire ce dont ils se souviennent au sujet de ces scènes :
 - Qu'est-ce qui se passe dans la scène projetée?
 - Qui en sont les personnages?
 - Que leur arrive-t-il et pourquoi? Comment chacun réagit-il?
- Leur demander ensuite ce qu'ils en pensent et quelles questions cela leur pose :
 - Que pensez-vous de cette situation?
 - Qu'est-ce qui vous paraît intéressant dans cette scène? Pourquoi, quelle(s) question(s) cela pose-t-il?

 Il est préférable d'éviter à ce niveau les questions renvoyant à des choix personnels. Elles seront le cas échéant évoquées au cours du débat. Les questions du groupe sont notées au tableau. L'animateur peut ensuite revenir dessus, les regrouper et dégager ainsi les thèmes de débat.

2. LES IDÉES EN DÉBAT

◆ Est-il plus facile de faire la fête avec des amis quand on est fumeur?

La séquence en boîte de nuit montre un univers festif. Les jeunes s'y amusent, en dansant, en fumant...

Comment Hiro, Koichi et Ren réagissent-ils en entrant dans le club? Qu'ont-ils l'air de penser? Et vous, quelles impressions vous ferait un tel endroit? Cela donne-t-il envie de fumer, pourquoi? Qu'apporte le fait de fumer dans cette situation? Cela aide-t-il à s'amuser? Pour vous, fumer est-il un moyen de mieux faire la fête? Le fumeur paraît-il plus branché ou plus cool?

◆ Êtes-vous influencés par l'opinion des amis?

Dans la séquence du briquet Koichi et Ren donnent chacun des conseils différents sur ce qu'il faut en faire. Bien que Ren soit la plus prudente, elle finira par suivre ses deux amis dans le club.

Hiro attache-t-il de l'importance à leurs opinions? Et vous, qu'auriez-vous fait? Pour vous, les conseils des amis sont-ils importants? Si oui, pourquoi? Le fait que Hiro possède cet objet mystérieux change-t-il le regard que ses amis portent sur lui? Dans quelle autre situation le regard des amis compte-t-il pour vous? Pourquoi Ren finit-elle par les suivre dans le club? Et vous, auriez-vous refusé de les suivre si vous sentiez un danger? Si non, comment l'auriez-vous dit?

◆ La cigarette est-elle un objet de séduction?

Hiro est subjugué par la jeune fille de la publicité. On ne sait plus s'il est charmé par elle ou par les cigarettes qu'elle fume...

Quels arguments utilise-t-elle? Pensez-vous que la cigarette aide à séduire? Pourquoi? Et vous, qu'auriez-vous fait? Qu'est-ce que la cigarette apporte à Hiro? Quels sont les autres atouts de la séduction?

◆ L'adolescence, âge de toutes les expérimentations?

La découverte du briquet et du club témoigne que, pour les trois héros, l'envie de savoir ce qui se cache derrière tout ça est la plus forte...

Pensez-vous que ces adolescents sont attirés par la nouveauté ou par l'interdit? Pourquoi? Quelles sont les expérimentations de l'adolescence? Quels bénéfices apportent-elles? Quels risques apportent-elles? Et vous, trouvez-vous plus d'attraits que de défauts à la cigarette? Pourquoi le tabac est-il interdit à la vente pour les moins de 18 ans? Braver les interdits est-il un signe d'indépendance et de liberté?

◆ Les amis peuvent-ils nous aider à arrêter de fumer?

Finalement, Koichi convainc Ren et Hiro de s'enfuir de la boîte.

Quelles sont leurs motivations pour prendre cette décision? Et vous, qu'est-ce qui vous paraît motivant pour arrêter de fumer? Pensez-vous que les copains pourraient vous aider à arrêter ou, au contraire, incitent-ils à fumer? Comment peut-on aider un ami à arrêter de fumer? Y a-t-il des moyens pour se faire aider? Si oui, lesquels connaissez-vous?

PISTES D'ACTIVITÉS

• **Proposer aux jeunes de réaliser une exposition** sur un thème choisi ensemble à partir du débat comme : les relations de séduction à l'adolescence ; vivre au sein d'un clan, ça veut dire quoi ; la place de la cigarette dans les relations.

• **Si les jeunes sont prêts à se mettre en scène, vous pouvez leur proposer d'écrire et de jouer des saynètes.** Vous pouvez laisser le groupe improviser ou proposer des sujets : « Lors d'un repas avec des amis, un copain dit que la fumée à table le gêne et demande à son voisin de fumer ailleurs. Racontez comment le copain le demande et la réaction du fumeur et des autres copains de table », « Vous sortez en groupe et vous êtes le seul non-fumeur. Les autres se moquent gentiment de vous, prétextant que vous avez peur de fumer, que vous ne savez pas, etc. Comment répondez-vous à leurs arguments? » Une fois la scène finie, donner la parole aux acteurs en premier pour qu'ils puissent exprimer comment ils ont vécu la scène. Le reste du groupe peut ensuite s'exprimer, en respectant les points de vue de chacun.

• **Organiser un jeu basé sur la confiance en autrui** : certains jeunes ont les yeux bandés. Tous sont liés à un binôme qui doit les guider au milieu des uns et des autres par la voix. Ils peuvent ensuite s'exprimer sur leur ressenti.



PISTE DE DÉBAT TABAC ET CHOIX INDIVIDUELS

Comme nous l'avons déjà évoqué, l'adolescence est une période de transition pendant laquelle les jeunes éprouvent le besoin de mener leurs propres expériences, de se détacher de l'opinion des adultes et d'assumer leurs propres choix. La confiance en soi et l'estime de soi font partie des déterminants de la capacité d'un individu à assumer ses propres choix. Plus la confiance en soi est grande, plus la liberté de choix est grande car elle est moins restreinte par la peur de ne pas y arriver ou de ne pas le mériter. Il est donc essentiel de veiller à renforcer la confiance en soi et l'estime de soi des adolescents pour leur permettre de faire des choix favorables à leur santé, mais aussi à leur vie sociale et professionnelle.

Beaucoup de facteurs influencent les choix d'un individu face au tabac. Nous vous proposons d'axer la réflexion autour de deux déterminants : la connaissance ainsi que les représentations sociales du tabac. Vous pouvez bien sûr traiter cette thématique sous un autre angle.

Pour choisir leur orientation professionnelle, les adolescents s'informent sur les avantages et inconvénients de chaque métier, sur les études à suivre, le marché de l'emploi, etc. En ce qui concerne le choix de fumer ou de ne pas fumer, si la connaissance objective n'est pas le seul facteur protecteur, elle a toutefois un rôle à jouer. La prise de conscience des risques encourus ou des difficultés d'arrêt rencontrés par des proches pourra aider certains à ne pas s'installer dans un tabagisme plus régulier ou à prendre du recul par rapport à leur consommation. Vous pouvez mener une

réflexion avec les jeunes sur la balance qui s'opère, lorsque l'on fume, entre les bénéfices liés au tabagisme (intégration, convivialité, combler l'ennui...) et les effets néfastes du tabac. Les jeunes ont souvent tendance à mettre à distance les effets néfastes pour la santé car ils apparaissent majoritairement à long terme (maladies cardiovasculaires, cancers, etc.). Mais les inconvénients du tabagisme au quotidien (mauvaise haleine, teint gris, ongles jaunis, coût, etc.) sont des freins qui comptent pour un public jeune, sensible à son image et à sa capacité de séduction.

Le poids des représentations sociales liées au tabac est également important dans l'entrée dans la consommation, et ce, de manière plus inconsciente. La valeur attribuée au tabac dans la socialisation adolescente, l'image investie du fumeur et du non-fumeur sont largement influencées par l'environnement de l'adolescent qu'il soit social, économique, culturel, etc. Il est donc important de donner aux jeunes le temps de réfléchir plus largement aux facteurs individuels et collectifs qui influencent leurs choix face au tabac, mais aussi face aux autres décisions de la vie quotidienne.



Si vous le souhaitez, vous trouverez des éléments de connaissance générale complémentaires dans la deuxième partie, chapitres « Le tabagisme à l'adolescence », « De quelle(s) adolescence(s) parle-t-on ? », « Les conséquences du tabagisme ».

LES ENJEUX DU DÉBAT

- Réfléchir aux facteurs individuels et collectifs qui influencent les choix.
- Prendre conscience du lien entre ces influences et les addictions.
- Prendre conscience des risques et des bénéfices liés au tabac.
- Identifier des ressources personnelles pour faire face à l'envie de fumer.

DVD



LES SCÈNES FAISANT ÉCHO À CETTE PROBLÉMATIQUE

Après la projection du manga dans son intégralité, vous pouvez revenir sur ces séquences et vous en servir pour ouvrir le dialogue avec votre groupe. Les séquences sont décrites plus en détail dans la troisième partie, pages 23 à 25.

Séquence 1 – Les adolescents et le briquet : l'attitude de Hiro lorsqu'il présente le briquet aux deux jeunes et les conseils qu'ils lui prodiguent ensuite.

Séquence 3 – Premiers pas dans le club : le patron essaie de convaincre les jeunes gens des bienfaits du tabac... Ils sont tous les trois attirés bien qu'ils en connaissent les méfaits.

par la jeune femme qui cherche à les amener à fumer. Les réactions de Hiro, puis la découverte du vrai visage des fumeurs. L'évanouissement de Ren.

Séquence 2 – La porte fermée : vont-ils décider d'entrer ou de partir ?

Séquence 4 – À la recherche de Hiro : comment Koichi puis Hiro sont séduits

Séquence 5 – Le combat : les réactions des jeunes gens quand ils réalisent ce qu'il se passe dans le club.

1. AUTOUR DU MANGA

- Rappeler aux jeunes les scènes dans lesquelles le sujet est abordé. Avant de démarrer le débat, leur demander de décrire ce dont ils se souviennent au sujet de ces scènes :
 - Qu'est-ce qui se passe dans la scène abordée ?
 - Qui en sont les personnages ?
 - Que leur arrive-t-il et pourquoi ? Comment chacun réagit-il ?
- Leur demander ensuite ce qu'ils en pensent et quelles questions cela leur pose :
 - Que pensez-vous de cette situation ?
 - Qu'est-ce qui vous paraît intéressant dans cette scène ? Pourquoi, quelle(s) question(s) cela vous pose-t-il ?



Il est préférable d'éviter à ce niveau les questions qui renvoient aux choix personnels des jeunes. Elles seront le cas échéant évoquées au cours du débat proprement dit. Les questions posées par le groupe sont notées au tableau. L'animateur peut ensuite revenir dessus, les regrouper et dégager ainsi les thèmes de débat.

2. LES IDÉES EN DÉBAT

Préalable : il ne faut ni ridiculiser ni stigmatiser le choix des fumeurs au risque de les culpabiliser d'avoir fait ce choix. Plus les personnes ont une faible estime d'elles-mêmes plus elles risquent de se sentir honteuses de ne pas savoir dire non.

Il ne faut pas oublier que seules les aptitudes individuelles ne sont pas suffisantes pour expliquer les choix de chacun. Les facteurs environnementaux, la pression sociale, le niveau socioéconomique, le niveau de formation, la qualité de vie, etc., sont autant de facteurs qui interagissent et influencent nos choix. Un travail sur les représentations sociales du fumeur et du non-fumeur ainsi que sur la pression sociale et la relation aux autres est indispensable en complément d'une approche individuelle.

Pour aider les jeunes à faire leur choix, un travail sur l'équilibre entre les risques encourus et les bienfaits apportés par le tabac aidera les jeunes à faire leur choix en toute connaissance. C'est aussi lorsque les risques sont abordés que l'animateur doit être vigilant et à éviter la stigmatisation, la caricature des comportements ou la dramatisation visant la peur. Pour ne pas nuire aux jeunes ayant une faible estime d'eux-mêmes, la démarche et le discours doivent être positifs.

L'animateur qui aborde ce chapitre n'est pas un psychologue. Il faut éviter d'aller trop loin et de chercher à résoudre les fragilités psychologiques de chaque jeune. Si un jeune évoque ou montre des difficultés personnelles importantes, l'animateur peut se tourner vers l'infirmière scolaire (pour les établissements scolaires), ou orienter le jeune vers une structure d'écoute, type Point Accueil Écoute Jeunes (PAEJ).



PISTE DE DÉBAT

LE TABAC : SAVOIR L'ÉVITER, SAVOIR ARRÊTER

En plus d'aggraver le risque de survenue de nombreuses pathologies, fumer rend dépendant. Cette dépendance se manifeste avant tout physiquement par le biais de la nicotine présente dans le tabac, mais, très vite, elle prend de nouvelles formes, psychologique, comportementale, en s'insérant dans les habitudes de vie... La cigarette devient alors un élément indissociable de certaines situations. La dépendance au tabac peut s'installer rapidement avec seulement quelques cigarettes consommées sur une base régulière.

Beaucoup d'adolescents ne perçoivent pas le risque de dépendance au tabac. Les jeunes fumeurs pensent en effet avoir une maîtrise de leur consommation et pouvoir arrêter facilement, quand ils le veulent. Or une fois que la dépendance est installée, même pour un jeune, arrêter de fumer peut s'avérer plus difficile que prévu.

Tous les adolescents ne sont toutefois pas égaux face à l'installation dans le tabagisme régulier : précocité de l'expérimentation, situation familiale, psychologique et sociale, accessibilité du produit... de nombreux facteurs interviennent pour protéger ou favoriser l'installation dans une consommation plus régulière. Par ailleurs, les liens entre faible estime de soi et tabagisme sont montrés par de nombreuses études. Chez les jeunes filles, cette influence est renforcée par une image du corps souvent négative.

Les industriels du tabac ont bien identifié la grande vulnérabilité des adolescents face à la cigarette. Ils savent qu'une fois le premier pas franchi, nombreux sont ceux qui deviendront dépendants. Les industriels utilisent différentes techniques, plus ou moins visibles, pour rendre le tabac encore plus attractif. Afin de lutter contre ces stratégies, les campagnes de prévention à destination des jeunes cherchent à développer leur esprit critique et à

renforcer leur capacité à dire non ou à interroger l'installation dans le tabagisme. En dénonçant les stratégies marketing de l'industrie du tabac, elles valorisent la liberté de choix, pour ne pas tomber dans le piège de la dépendance. Un travail sur les compétences psychosociales est également recommandé pour prévenir les comportements à risque des adolescents. Ce travail permet aux personnes de développer des compétences qui les aideront à faire des choix favorables à leur santé (cf. *Partie 6, p.52*).

C'est dans cet esprit que ce chapitre invite à travailler avec le groupe autour de deux axes : le renforcement des compétences psychosociales et plus particulièrement l'estime de soi, mais également l'information sur les risques liés au tabagisme, afin d'aider les adolescents à trouver des ressources positives ailleurs que dans la cigarette. Ce travail leur permettra aussi de réfléchir à l'éventualité d'arrêter de fumer s'ils sont déjà fumeurs.



Si vous le souhaitez, vous trouverez des éléments de connaissance générale complémentaires dans la deuxième partie « Éléments de connaissance », chapitres « Le tabagisme à l'adolescence » et « De quelle(s) adolescence(s) parle-t-on ? », « Inégalités sociales de santé » et « Risques et méfaits du tabac ».



Une telle démarche doit s'inscrire dans la perspective des inégalités sociales de santé : les jeunes des milieux défavorisés développeront leur estime d'eux-mêmes et leurs compétences psychosociales à condition que l'approche éducative soit adaptée et que le discours ne les stigmatise pas (cf. *Partie 2, p.18*).

LES ENJEUX DU DÉBAT

- S'appuyer sur les compétences psychosociales des jeunes, en particulier savoir prendre des décisions, avoir un esprit critique, avoir conscience de soi, pour aider les jeunes à identifier leurs propres stratégies pour ne pas commencer à fumer ou pour arrêter.

- Apprendre aux jeunes à dire non.
- Aider les jeunes à repérer leur estime d'eux-mêmes et l'image du corps.
- Aider les jeunes à repérer les ressources pour arrêter de fumer.

◆ Confiance en soi, estime de soi et envie de fumer

Dans la première séquence, lorsque Hiro sort son briquet, il devient très mystérieux. On sent qu'il est fier de capter l'attention de ses amis.

Pensez-vous que son briquet lui donne de l'assurance? Choisir de fumer est-il pour vous révélateur d'un manque de confiance en soi? Quels autres facteurs peuvent influencer sur la décision de commencer à fumer? À quels autres moments de la vie a-t-on besoin d'avoir une bonne confiance en soi pour réussir? Qu'est-ce qui peut aider à retrouver ou développer sa confiance en soi?

◆ Par quoi sont influencés nos choix quotidiens?

Dans la deuxième séquence, les trois jeunes gens décident d'aller voir ce qui se cache derrière la porte. De même, les garçons laissent le patron de la boîte les séduire avec ses discours sur les bienfaits du tabac. Ils prennent un risque. Au contraire, Ren reste lucide.

Qu'est-ce qui les motive à prendre ce risque? Pourquoi Ren ne se laisse pas tenter? Dans la vie de tous les jours, à quels choix êtes-vous confrontés? Sont-ils durs à prendre? Qu'est-ce qui vous pousse à prendre des risques? Dans quelles situations ces risques ont-ils des répercussions positives pour vous? Dans quelles situations ces risques ont-ils des répercussions néfastes pour vous? Comment évaluez-vous la balance entre les avantages et les inconvénients de ces choix? Les conseils des amis sont-ils importants? Ceux de la famille?

◆ Le tabac : un risque à prendre?

Hiro et Koichi se sont laissé attirer par l'envie de fumer. Seule Ren persiste dans son choix de ne pas accepter de cigarette. Pourtant, les fumeurs autour d'elle semblent bien s'amuser.

Qu'est-ce qui a influencé les deux garçons? Quels sont les plaisirs apportés par la cigarette? Pourquoi Ren empêche-t-elle Koichi de fumer? Pourquoi doit-elle le secouer? Que se passe-t-il dès la première cigarette? Quels sont les risques provoqués par le tabagisme à long terme? Quels autres effets négatifs du tabac connaissez-vous? Pourquoi Ren s'effondre-t-elle alors qu'elle n'a pas fumé? Si le tabac est dangereux pour la santé, pourquoi décide-t-on de fumer? Qu'est-ce qui rend difficile l'arrêt du tabac?

◆ La liberté, c'est avec ou sans le tabac?

Quand les jeunes gens décident de partir, ils doivent éviter les autres fumeurs, combattre le patron de la boîte et détruire la pyramide. Ils finissent par gagner et retrouver leur liberté.

Est-il difficile de refuser de fumer quand on est adolescent? Quels sont les facteurs qui incitent à fumer? Quels sont, au contraire, les soutiens que l'on peut trouver? Pensez-vous que fumer ou ne pas fumer relève d'un libre choix ou d'un comportement sous influence? Quels sont les autres choix de la vie où vous êtes confrontés à des points de vue différents? Comment faites-vous pour choisir? De nombreux fumeurs disent vouloir arrêter mais n'y arrivent pas, pourquoi?

PISTES D'ACTIVITÉS

- **L'animateur anime un brainstorming pour identifier les prises de risques dans la vie de tous les jours.** Puis, les jeunes listent les avantages et inconvénients à choisir le risque. Discussion sur ce qui pousse chacun à faire ses choix, la place du libre arbitre, l'influence des autres, des médias, de la publicité.

- **Libre arbitre et choix de l'orientation scolaire et professionnelle :** travail avec les jeunes pour les aider à faire leur choix, recherche d'informations sur les filières, mais aussi faire le point sur leurs capacités, leurs envies, leurs motivations, quelle est la part des conseils de la famille, des amis, des animateurs. Un parallèle peut être fait avec les autres choix de la vie.

- **L'animateur anime une réflexion sur les dépendances liées au tabac :** qu'est-ce qui provoque la dépendance dans la cigarette? Dans quelle situation se rend-on compte que l'on est dépendant? Que font les industries du tabac pour accroître cette dépendance? Comparaison de la composition de cigarettes et tabac à rouler : que signifie tabac « naturel », « saveurs ajoutées »?

DVD

LES SCÈNES FAISANT ÉCHO À CETTE PROBLÉMATIQUE

Après la projection du manga dans son intégralité, vous pouvez revenir sur ces séquences et vous en servir pour ouvrir le dialogue avec votre groupe. Les séquences sont décrites plus en détail dans la troisième partie, pages 23 à 25.

Séquence 1 – Les adolescents et le briquet : l'attitude de Hiro lorsqu'il présente le briquet aux deux jeunes et les conseils qu'ils lui prodiguent ensuite.


Séquence 3 – Premiers pas dans le club : le patron essaie de convaincre les jeunes gens des bienfaits du tabac... Ils sont tous les trois attirés bien qu'ils en connaissent les méfaits.

Séquence 5 – Le combat : les réactions des jeunes gens quand ils réalisent ce qu'il se passe dans le club.

Séquence 2 – La porte fermée : vont-ils décider d'entrer ou de partir ?

1. AUTOUR DU MANGA

- Rappeler aux jeunes les scènes dans lesquelles le sujet est abordé. Avant de démarrer le débat, leur demander de décrire ce dont ils se souviennent au sujet de ces scènes :
 - Qu'est-ce qui se passe dans la scène abordée ?
 - Qui en sont les personnages ?
 - Que leur arrive-t-il et pourquoi ? Comment chacun réagit-il ?
- Leur demander ensuite ce qu'ils en pensent et quelles questions cela leur pose :
 - Que pensez-vous de cette situation ?
 - Qu'est-ce qui vous paraît intéressant dans cette scène ? Pourquoi, quelle(s) question(s) cela vous pose-t-il ?

 Il est préférable d'éviter à ce niveau les questions qui renvoient aux choix personnels des jeunes. Elles seront le cas échéant évoquées au cours du débat proprement dit. Les questions posées par le groupe sont notées au tableau. L'animateur peut ensuite revenir dessus, les regrouper et dégager ainsi les thèmes de débat.

2. LES IDÉES EN DÉBAT

Préalable : la question de l'arrêt du tabac peut être abordée pour amener les jeunes à réfléchir sur leur propre consommation, mais **le rôle de l'animateur n'est pas d'accompagner les jeunes dans cette démarche d'arrêt**. L'infirmière scolaire et/ou des structures de prise en charge pourront être les relais de cette démarche (cf p.50).

Les approches culpabilisantes sont contre-productives avec le public jeune. Loin de les inciter à ne pas fumer, ces approches risquent d'accentuer le sentiment de faible estime de soi des jeunes, reconnu comme un des facteurs déclencheur du tabagisme. Une approche centrée sur la peur risque d'entraîner un réflexe de protection de soi, une incapacité à s'identifier aux risques encourus. Une information sur les risques liés au tabac fondée sur leurs représentations sera donc plus efficace.

L'animateur qui aborde ce chapitre n'est pas un psychologue. Il n'est pas chargé de résoudre les fragilités psychologiques de chaque jeune. Si l'un d'entre eux évoque ou montre des difficultés personnelles importantes, l'animateur peut se tourner vers l'infirmière scolaire ou orienter le jeune vers une structure d'aide (cf p. 50).

Valoriser la capacité à dire non des jeunes ne veut pas dire qu'il faut stigmatiser ceux qui ont dit oui au tabac en les identifiant à des personnes de faible caractère. Au contraire, il faut montrer que tout le monde peut être tenté, faire la part entre ce qui relève des choix personnels et la pression sociale et aider les jeunes à trouver de bonnes raisons de dire non.

Il ne faut pas oublier que le tabagisme fait partie des comportements de santé porteurs d'inégalités sociales. En matière de tabagisme, l'interrelation entre facteurs individuels et environnement socio-économique est forte. Mais s'il n'y a pas de déterminisme social (un enfant d'ouvrier ne deviendra pas nécessairement fumeur), la pression de son environnement lui rendra plus difficile l'évitement et l'arrêt du tabac.

◆ Savoir dire non, facile ou pas facile ?

Ren est la seule des trois héros du manga à ne pas se laisser tenter par la cigarette.

Pourquoi Hiro et Koichi se sont-ils laissé tenter ? Ren a, comme les autres, été attirée par le mystérieux club, pourtant elle n'a pas fumé. À votre avis, pour quelles raisons a-t-elle refusé de fumer ? Qu'est-ce qui fait que l'on peut dire non au tabac ? Est-ce un choix facile à faire ? Dans quelles circonstances refuser de fumer est-il difficile ? Dans quelles circonstances est-ce plus facile ? Dans quelles autres situations est-il difficile de dire non ? Pourquoi n'ose-t-on pas toujours dire non aux propositions des copains ou des copines ?

◆ Commencer à fumer, c'est adopter le style des jeunes branchés ?

Dans la première séquence, lorsque Hiro sort son briquet, il devient très mystérieux. On sent qu'il est fier de capter l'attention de ses amis. Les danseurs de la boîte de nuit fument tous...

La cigarette leur donne-t-elle un style cool, branché ? L'image que Hiro renvoie à ces amis change-t-elle quand il apporte son briquet ? Pensez-vous que son briquet lui donne de l'assurance ? Quelle image les fumeurs renvoient-ils ? Et vous, pensez-vous que fumer vous aiderait dans vos relations avec les autres jeunes ? En quoi, la cigarette aide-t-elle à se sentir mieux ?

◆ Commencer à fumer, c'est prendre un risque ?

Quand Ren secoue Hiro, il a du mal à réagir et à comprendre ce qu'il se passe.

Que signifie cette scène ? Pourquoi dit-on qu'il vaut mieux ne jamais commencer à fumer ? À votre avis, combien de temps faut-il pour avoir du mal à arrêter de fumer ? Pourquoi est-il difficile de dire non à la première cigarette alors que les risques pour la santé sont connus ? Trouvez-vous plus d'avantages ou d'inconvénients à commencer à fumer ? Selon vous, quels arguments peut-on trouver pour dire non à la cigarette ?

◆ Commencer à fumer, c'est s'affirmer en tant qu'adulte ?

Les trois héros du manga sont attirés par le briquet et veulent savoir ce qui se cache derrière son mystère apparent. Ne pas y aller reviendrait à montrer qu'ils sont peu aventureux, qu'ils ont peur...

À votre avis, le fait de fumer est-il une question de maturité ? Accepter de prendre une cigarette, montre-t-il que l'on décide seul de ces choix ? Fumer est-il un moyen de braver les interdits ? Est-ce que c'est un passage obligé pour devenir adulte ?

◆ Arrêter de fumer, un défi accessible ?

Les trois héros réussissent à s'enfuir du club. Mais leur chemin vers la sortie est semé d'obstacles.

Qu'est-ce qui les a fait changer d'avis ? Pourquoi les autres fumeurs ne suivent-ils pas ? Pourquoi est-il si difficile d'arrêter de fumer ? Est-ce que c'est plus difficile pour ceux qui viennent juste de commencer ? Quels sont les avantages à arrêter de fumer quand on est jeune ? Pourquoi ne pas attendre plus tard et profiter des plaisirs de la cigarette en attendant ? Quelles peuvent être les craintes des fumeurs liées à l'arrêt du tabac ? Comment peuvent-ils les surmonter ? Y a-t-il des moyens pour se faire aider ? Si oui, lesquels connaissez-vous ?

◆ Comment se motiver pour arrêter ?

Ren, Hiro et Koichi ont finalement décidé de fuir la boîte.

Quelles sont leurs motivations pour prendre cette décision ? Et vous, qu'est-ce qui vous motiverait pour arrêter de fumer ? Au contraire, quelles peuvent-être les motivations des fumeurs ? Quelles autres alternatives peut-on proposer ? Comment se motiver à arrêter ? Comment peut-on aider un ami à arrêter de fumer ? Y a-t-il des moyens pour se faire aider ? Si oui, lesquels connaissez-vous ?



PISTE DE DÉBAT TABAC ET REPRÉSENTATIONS SOCIALES

Les représentations des adolescents vis-à-vis du tabac consistent en ce qu'ils ressentent et perçoivent de ce produit, la perception qu'ils en ont. Ces représentations comportent des éléments de savoir scientifique, d'information générale, des opinions, des images, des normes, des croyances, des valeurs, des modèles de comportement mais font également intervenir les émotions liées au tabac et aux relations avec celui-ci. Les représentations sociales du tabac sont donc complexes. Même si ces représentations sont personnelles, elles ont aussi un caractère social, car, dans certains contextes, elles se construisent au sein d'un groupe, d'une communauté, qui va définir une partie de ces savoirs. Enfin, ces représentations peuvent être intimement liées à d'autres représentations dont il faut tenir compte. Bien qu'il n'existe pas nécessairement de relation directe de cause à effet entre les représentations sociales et la façon dont les adolescents agissent, ces dernières teintent leurs comportements et leurs prises de position, elles ont donc une influence sur la décision de fumer ou de ne pas fumer.

Les industriels du tabac connaissent bien l'impact des représentations sociales du tabac et les utilisent largement auprès des adolescents. Leurs stratégies en témoignent : produits dérivés, utilisation de stars, publicités valorisant le lien entre tabac et séduction, maturité et liberté, etc. Si ces stratégies sont désormais mises à mal en France par l'interdiction de la publicité et du parrainage, elles ont encore une prégnance importante dans l'imaginaire collectif et prennent aujourd'hui de nouvelles formes, plus insidieuses (financement de programmes de prévention, design des paquets, etc.).

Le travail sur les représentations sociales des adolescents les aide à mieux comprendre et interpréter leur attitude face au tabac. C'est également pour vous, l'opportunité d'identifier les freins et les leviers sur lesquels agir dans une démarche de prévention. Travailler autour de ces représentations revient à mettre en avant les images qui sont associées au tabac afin de mieux comprendre ce qui pousse à prendre une première cigarette ou à consommer de manière plus régulière. Plus particulièrement, il peut être intéressant d'aborder les représentations en jeu dans deux des facteurs clés du tabagisme adolescent :

- Les modèles aspirationnels : à qui les jeunes ont-ils envie de ressembler et pourquoi ? En fumant sa première cigarette, l'adolescent peut chercher à ressembler à d'autres fumeurs, pas seulement pour être acceptés par les autres, mais aussi pour construire sa propre identité.
- La question de l'expérimentation et de la maturité : faut-il passer des rites d'initiation ou tout essayer pour se sentir adulte ? L'envie de devenir fumeur peut être motivée par le désir de sortir du monde de l'enfance pour entrer dans celui des adultes. Devenir fumeur devient un rite d'initiation, une preuve que l'on peut braver l'interdit parental, que l'on devient libre et que l'on décide seul de ses choix d'adulte...



Si vous le souhaitez, vous trouverez des éléments de connaissance générale complémentaires dans la deuxième partie, chapitre « Le tabagisme à l'adolescence » et « De quelle(s) adolescence(s) parle-t-on ? ».

LES ENJEUX DU DÉBAT

- Identifier ses propres représentations et les liens avec ses choix par rapport au tabac.
- Prendre conscience des pressions sociales relatives au tabac.
- Prendre conscience des stratégies de l'industrie du tabac pour construire ces représentations notamment auprès des jeunes.

PISTES D'ACTIVITÉS

• **Si les jeunes sont prêts à se mettre en scène, vous pouvez leur proposer d'écrire et de jouer des saynètes.** Vous pouvez les laisser improviser ou leur proposer des sujets : « Vous êtes dans une soirée avec des copains. Tout le monde fume, sauf vous. Des amis essaient de vous convaincre d'essayer. Vous défendez votre point de vue. », « À la fin d'une soirée, deux amis vous proposent de vous accompagner en voiture pour vous ramener chez vous. Ils ont tous les deux bu trop d'alcool. Vous refusez de les suivre. Ils insistent... », « Tu es seul à la maison. Tu as l'interdiction de sortir. Un ami vient te chercher et insiste pour aller avec toi au supermarché. Il minimise ton interdiction et ce que tu risques en désobéissant à tes parents. Il va même jusqu'à te menacer de ne plus être son ami. Tu maintiens ta position en lui expliquant ta décision. »

Attention, les jeux de rôle sont souvent riches en émotion ! Celui qui joue est sous le regard des autres et il faut accorder une attention particulière à ce que chaque acteur exprime. Une fois la scène finie, donner la parole aux acteurs en premier pour qu'ils puissent exprimer comment ils ont vécu la scène. Le reste du groupe peut ensuite s'exprimer, en respectant les points de vue de chacun.

• **Vous pouvez leur faire analyser l'image de l'adolescence et du fumeur à travers les media.** L'animateur répartit les jeunes en groupes, distri-

bue des magazines destinés aux adolescents et des magazines de mode et de musique et leur demande de décrire les modèles de jeunes hommes et de jeunes femmes. Chaque groupe présente ensuite les modèles qu'il a identifiés et l'image que cela leur renvoie. Tout le groupe débat ensuite sur l'image de soi, l'image du corps et l'exigence imposée par la norme (style vestimentaire, beauté, attitudes, langage, etc.). Le lien avec le débat doit ensuite être réalisé par une discussion sur l'image du fumeur, en quoi fumer permet d'améliorer l'image de soi.

• **Vous pouvez proposer aux jeunes d'identifier les lieux ressources** présents sur votre territoire, ainsi que les dispositifs d'aide nationaux ou locaux (lignes téléphoniques et sites internet) qui peuvent les aider s'ils souhaitent arrêter de fumer. En petits groupes, ils commencent par faire un brainstorming de toutes les structures qu'ils connaissent et qui sont en lien avec l'arrêt du tabac. Puis, ils répartissent les réponses en leur attribuant une fonction (écoute, aide médicale, échange d'expériences, etc.). Ils dessinent ensuite une « carte » des réponses identifiées en plaçant chaque groupe fonctionnel autour du mot « arrêter de fumer ».

Après la présentation du travail des jeunes, vous pouvez compléter leurs réponses et mettre à leur disposition des brochures sur les lieux et dispositifs d'écoute et de prise en charge.

DVD

LES SCÈNES FAISANT ÉCHO À CETTE PROBLÉMATIQUE

Après la projection du manga dans son intégralité, vous pouvez revenir sur ces séquences et vous en servir pour ouvrir le dialogue avec votre groupe. Les séquences sont décrites plus en détail dans la troisième partie, pages 23 à 25.

Introduction – la jeune femme de la publicité qui fume avec élégance.

Séquence 3 – Premiers pas dans le club : l'image renvoyée par l'ambiance de la boîte de nuit, le charme du patron, son discours de séduction ; le style de la clientèle, le lien entre la fête et le tabac.


Séquence 4 – À la recherche de Hiro : comment Koichi puis Hiro sont séduits par la jeune femme qui cherche à les amener à fumer. Le vrai visage des clients fumeurs révélés par Lampin.

Séquence 5 – Le combat : le patron de la boîte tente de séduire les trois jeunes qui veulent fuir. Les réactions des jeunes gens quand ils réalisent ce qui se passe.

Séquence finale – La jeune femme de la publicité réapparaît et repart vers d'autres lieux à conquérir, emportant avec elle son briquet mystérieux.

1. AUTOUR DU MANGA

- Rappeler aux jeunes les scènes dans lesquelles le sujet est abordé. Avant de démarrer le débat, leur demander de décrire ce dont ils se souviennent au sujet de ces scènes :
 - Qu'est-ce qui se passe dans les scènes évoquées ?
 - Qui en sont les personnages ?
 - Que leur arrive-t-il et pourquoi ? Comment chacun réagit-il ?
- Leur demander ensuite ce qu'ils en pensent et quelles questions cela leur pose :
 - Que pensez-vous de cette situation ?
 - Qu'est-ce qui vous paraît intéressant dans cette scène ? Pourquoi, quelle(s) question(s) cela vous pose-t-il ?

 Il est préférable d'éviter à ce niveau les questions qui renvoient aux choix personnels des jeunes. Elles seront le cas échéant évoquées au cours du débat proprement dit. Les questions posées par le groupe sont notées au tableau. L'animateur peut ensuite revenir dessus, les regrouper et dégager ainsi les thèmes de débat.

2. LES IDÉES EN DÉBAT

Préalable : il est important de ne pas juger les représentations qui seront mises en évidence lors de l'intervention, mais, au contraire, montrer qu'elles divergent d'un jeune à l'autre et réfléchir sur leur influence dans nos choix quotidiens. Aucune représentation ne peut être considérée comme fautive au profit d'une autre, jugée plus juste par la majorité du groupe. Les apports d'informations scientifiques sur les risques liés au tabac et les données sur la consommation ou l'épidémiologie liée au tabagisme peuvent être confrontés aux représentations. Les sources devront alors être précisées afin d'objectiver l'information.

♦ Selon vous, la cigarette est-elle un objet glamour ?

La jeune fille de la publicité fume avec une élégance calculée. Elle joue avec sa cigarette pour paraître plus glamour.

Pensez-vous que la cigarette soit un atout de séduction, chez les filles et chez les garçons ? Pourquoi ? Est-ce pour vous un argument qui pourrait vous inciter à fumer ? Comment peut-on être glamour sans être fumeuse ? Si elle ne fumait pas, vous paraîtrait-elle plus jeune, plus accessible ? Peut-on être séduisant sans être fumeur ? Si oui, comment ?

♦ Selon vous, la cigarette est-elle un objet de la cool attitude ? Quelle image les fumeurs renvoient-ils ? et les non-fumeurs ?

Les jeunes fumeurs de la boîte de nuit ont l'air décontractés, joyeux, dynamiques.

Quelle image des fumeurs le manga montre-t-il à ces différents moments ? Que se passe-t-il lorsque les trois jeunes découvrent une autre réalité ? Selon vous, quelle est l'image des fumeurs ? Celle des non-fumeurs ? Cette image a-t-elle selon vous une importance dans la décision de fumer ?

♦ Selon vous, la cigarette donne-t-elle une impression de maturité ?

Hiro est très fier de montrer son briquet, il préserve le mystère en taisant d'où il le tient. Après avoir tous les trois été éblouis par la mise en scène de l'entrée dans la boîte, Hiro, Ren et Koichi changent d'attitude lorsqu'ils réalisent ce qu'il se passe réellement.

Quelles sont les attitudes de chacun des personnages au cours de l'histoire ? Quels sont les moments dans lesquels vous trouvez les jeunes gens plus matures ? Que signifie pour vous la maturité ? Pensez-vous que la cigarette soit un signe de maturité ?

♦ Selon vous, quelles sont les stratégies que les industriels du tabac utilisent pour attirer le public jeune ? Quelle image de la cigarette et du fumeur essaient-ils de promouvoir ?

Le briquet, la pyramide, les paroles de séduction de la femme et du patron de la boîte sont autant d'exemples de stratégies et de messages de promotion du tabagisme. À la fin du manga, la jeune femme de la publicité revient. Elle est toujours aussi séduisante. Elle récupère le briquet et s'éloigne.

Qu'en pensez-vous ? Quelles sont les stratégies que les industriels du tabac utilisent en France pour attirer le public jeune ? Lesquelles vous séduisent le plus/le moins ? Pourquoi l'industrie vise-t-elle particulièrement les adolescents ? Que provoque en vous l'idée d'être une cible commerciale pour l'industrie du tabac ? Au contraire, quelles sont les stratégies utilisées en prévention ? Qu'en pensez-vous ?

PISTES D'ACTIVITÉS

• **Lancer une réflexion sur les stratégies marketing des industriels du tabac** et sur les stratégies de prévention du tabagisme chez les jeunes en leur proposant d'écrire et jouer les scénarios suivants : « Vous êtes directeur de marketing d'une marque de cigarettes et vous souhaitez élargir votre clientèle en touchant les jeunes. Vous réunissez vos meilleurs collaborateurs et, ensemble vous proposez des moyens pour attirer votre cible. » ; « Vous êtes en charge de la prévention dans un collège ou un lycée, quels moyens utiliserez-vous pour inciter les jeunes à ne pas fumer ? Quels messages aimeriez-vous faire passer ? »

• **Réaliser une analyse de l'évolution des stratégies de l'industrie du tabac à travers l'étude du design des paquets et des campagnes de publicité associées.** Les jeunes peuvent aussi analyser l'évolution des campagnes de prévention dans le temps. Puis, ils peuvent réaliser une exposition et la commenter : Quelles images les paquets de cigarettes évoquent-ils ? À qui sont-ils destinés ? Qu'est-ce qui les différencie ? En quoi peuvent-ils davantage plaire à un public jeune ? Quel est le message des publicités ? Sur quel levier cherchent-elles à agir ? Comment réagissez-vous ? Pourquoi parle-t-on de manipulation de l'industrie du tabac ?

• **Réaliser une analyse des représentations de l'adolescence dans les médias et la publicité.** Au sein de plusieurs groupes, les jeunes analysent des magazines destinés aux jeunes : à quelle image des femmes et des hommes renvoient-ils (beauté, style vestimentaire, niveau social, bonheur, etc.) ? Ces images correspondent-elles à la réalité des jeunes en France ? Voyez-vous une différence d'image entre les reportages et les publicités ? Quelle influence ont ces images sur vos choix ? Ces images influencent-elles le regard que vous portez sur les autres ? Est-ce que ce sont des modèles obligatoires ?

RESSOURCES & ANNEXES

POUR VOUS INFORMER ET VOUS DOCUMENTER

- Institut national de prévention et d'éducation pour la santé (Inpes)**
 42 boulevard de la Libération
 93203 Saint-Denis Cedex
 Tél. : 01 49 33 22 22 // Fax : 01 49 33 23 90
www.inpes.sante.fr
 Publics : professionnels de la santé, du social et de l'éducation, étudiants. Produits gratuits : études, ouvrages, brochures, DVD, dépliants, périodiques, affiches, coffrets pédagogiques, outils méthodologiques.
 Espace thématique tabac : www.inpes.sante.fr/10000/themes/tabac/index.asp
 Catalogue des documents et outils : www.inpes.sante.fr/cfesbases/catalogue/rech_doc.asp
 La Santé en action : revue bimestrielle gratuite et entièrement consacrée à la prévention, l'éducation pour la santé et la promotion de la santé. C'est à la fois un outil d'information, de réflexion et d'aide à l'action.
www.inpes.sante.fr/SLH/default.asp
- Institut national du cancer (INCa)**
 52, avenue André-Morizet
 92513 Boulogne-Billancourt Cedex
 Tél. : 01 41 10 50 00 // Fax : 01 41 10 50 20
www.e-cancer.fr
- Ligue nationale contre le cancer (LNC)**
 14, rue Corvisart 75013 Paris
 Tél. : 01 53 55 24 00 // Fax : 01 43 36 91 10
www.ligue-cancer.net
- Alliance contre le tabac**
 14, rue Corvisart 75013 Paris
 Tél. : 01 43 37 91 51 // Fax : 01 43 36 91 49
www.alliancecontreletabac.org
- Comité national contre les maladies respiratoires (CNMR)/ Fondation du souffle contre les maladies respiratoires**
 66 boulevard Saint-Michel 75006 Paris
 Tél. : 01 46 34 58 80
 Fax : 01 43 29 06 58
www.lesouffle.org
- Comité national contre le tabagisme (CNCT)**
 68 boulevard Saint-Michel 75006 Paris
 Tél. : 01 55 78 85 10
www.cnct.fr
- Office français de prévention du tabagisme (OFT)**
 66, boulevard Saint-Michel 75006 Paris
 Tél. : 01 43 25 19 65
www.oft-asso.fr
- Mission interministérielle de lutte contre la drogue et la toxicomanie (MILDT)**
 35, rue Saint-Dominique 75007 Paris
 Tél. : 01 42 75 80 00
www.drogues.gouv.fr

POUR MONTER UN PROJET

- Les pôles régionaux de compétence en éducation pour la santé et promotion de la santé**

Les pôles régionaux de compétences en éducation pour la santé et promotion de la santé (PRC EPS/PS) sont des plateformes de ressources et de services à disposition des acteurs de la région et notamment des porteurs de projets. Il en existe 27 (26 régions et Mayotte). Ils fédèrent les compétences et ressources en EPS / PS présentes dans la région et constituent un carrefour d'échanges entre tous les acteurs impliqués (institutions, associations, professionnels du secteur public ou privé, etc.). Ils proposent des ressources documentaires et des bases de données, des formations, des conseils méthodologiques individualisés et adaptés à votre projet, ainsi que des espaces d'échanges de pratiques.
www.inpes.sante.fr/espace-reseau/poles-regionaux.asp

- Les Instances régionales d'éducation et de promotion de la santé (IREPS)**

Les Instances régionales d'éducation et de promotion de la santé (Ireps) ont été créées en 2008 afin de soutenir la politique de régionalisation de la santé. Elles sont rattachées au réseau de la Fédération nationale d'éducation et de promotion de la santé (Fnes), partenaire traditionnel de l'Inpes, qui réunit tous les comités d'éducation pour la santé. Les Ireps fédèrent ou fusionnent les 117 acteurs historiques de ce réseau (Cres, Cores, Fres, Codes, Ades, etc.). Leur mission est de développer des activités de formation, de soutien méthodologique, de documentation et de communication dans le domaine de la prévention et de la promotion de la santé au niveau régional. Les Ireps peuvent aussi développer des interventions sur des thématiques ou des territoires spécifiques. Coordonnées disponibles sur le site de l'Inpes (www.inpes.sante.fr/CFESBases/comites/reseau_recherche_com.asp) et sur le site de la Fnes : (www.fnes.fr).

- **Le Dispositif d'Appui Drogues et Dépendances**

Ce dispositif est un outil au service des acteurs qui participent à la mise en œuvre de la politique interministérielle : les chefs de projets départementaux « drogues et dépendances », élus, responsables et techniciens des services déconcentrés de l'État et des collectivités territoriales, professionnels des secteurs éducatifs, sociaux, de la santé et de la sécurité publique. Son champ de compétences recouvre les drogues licites et illicites sur les trois volets du plan gouvernemental : prévention, soin, application de la loi et lutte contre le trafic. Ses missions, définies par un cahier des charges national, sont :

- le soutien technique aux décideurs pour l'élaboration, la mise en œuvre et l'évaluation des plans départementaux de lutte contre les drogues illicites, le tabac et l'alcool ;
- le conseil méthodologique et la formation des professionnels ;
- l'observation des consommations, des actions ;
- l'information.

- **Les Agences régionales de santé (ARS)**

Les ARS ont en charge la déclinaison et la mise en œuvre régionale de la politique nationale de santé dans les domaines des soins, de l'offre médico-sociale, de la veille et de la sécurité sanitaire, ainsi que de la prévention. Les ARS regroupent en leur sein plusieurs missions exercées avant 2010 par les ARH, les directions régionales et départementales des affaires sanitaires et sociales (Drass et Ddass), les Urcam, les groupements régionaux de santé publique (GRSP), les missions régionales de santé, ainsi que le pôle sanitaire des Caisses régionales d'Assurance maladie

(Cram). Définissant l'organisation des services dans le champ de la prévention, le schéma régional de prévention (SRP) s'inscrit dans le Projet régional de santé (PRS) définissant la stratégie d'une ARS pour 5 ans. Pour connaître les priorités régionales de prévention, n'hésitez pas à consulter ces schémas disponibles sur les sites des ARS.

Pour en savoir plus :
www.ars.sante.fr/portail.0.html

- **Les Caisses primaires d'Assurance maladie**

Les CPAM en France métropolitaine et les Caisses générales de sécurité sociale (CGSS) dans les départements d'outre-mer, 16 Caisses régionales d'Assurance maladie (CRAM), 22 Unions régionales de caisses d'assurance maladie exercent un rôle de prévention, notamment en matière de tabagisme.

Coordonnées, horaires et liens sur le site :
www.ameli.fr

- **Les comités locaux de la Ligue contre le cancer**

Chaque comité départemental comprend des structures d'information, de soutien et de coordination indispensables à ceux qui luttent contre le cancer et ceux qui le vivent au quotidien.

Coordonnées sur le site :
www.ligue-cancer.net/carte

- **Les comités départementaux ou régionaux contre les maladies respiratoires au sein de la Fondation du souffle**

Ils ont pour missions de prévenir et éduquer, former et informer, aider les malades.

Coordonnées sur le site de la Fondation du souffle :
www.lesouffle.org/nos-comites

POUR ORIENTER LES JEUNES QUI SOUHAITERAIENT ARRÊTER OU S'INFORMER

- **Tabac info service**

Tabac info service est un service d'information et d'aide à l'arrêt pour le grand public accessible à la fois par téléphone au 39 89 et sur Internet sur www.tabac-info-service.fr.

La ligne téléphonique 39 89 est accessible du lundi au samedi de 8 h à 20 h (0,15 euro/min depuis un poste fixe, hors surcoût éventuel de l'opérateur). Un premier niveau d'accueil est assuré par une équipe de téléconseillers. Ceux-ci fournissent des réponses à des questions simples sur le tabagisme, envoient de la documentation, proposent des rendez-vous avec le second niveau d'accueil constitué d'une équipe de

tabacologues. Ces derniers proposent un accompagnement personnalisé au sevrage tabagique, de la prise de décision à la prévention de la rechute et permettent un suivi sur plusieurs entretiens. Ce suivi peut être complété par des conseils nutritionnels. Ce service est gratuit pour l'appelant.

Le site [tabac-info-service.fr](http://www.tabac-info-service.fr) : outre des informations sur le tabac, ses méfaits, les solutions pour arrêter, le site contient des outils et exercices interactifs spécifiquement développés par une équipe d'experts en tabacologie. Grâce à eux, l'internaute peut faire le point pas à pas sur sa dépendance, ses craintes, ses motivations, etc. [Tabac-info-service.fr](http://www.tabac-info-service.fr) propose également

un coaching interactif par e-mail, auquel l'internaute peut s'inscrire pour recevoir des e-mails personnalisés de soutien, de conseils, des exercices tout au long de sa démarche d'arrêt. Le site permet également de retrouver les coordonnées de l'ensemble des consultations de tabacologie.

- **Fil Santé Jeunes**

Accessible par téléphone au 3224 (gratuit depuis un poste fixe) ou au 01 44 93 30 74 (depuis un forfait mobile) **et sur internet** (www.filsantejeunes.com), Fil Santé Jeunes est un dispositif d'écoute destiné aux jeunes. Anonyme et gratuite, la ligne fonctionne 7 jours sur 7, de 8 h à minuit et les jeunes peuvent y aborder tous les sujets relatifs à la santé. Fil Santé Jeunes propose également sur son site internet des brèves, des dossiers, un forum et des sessions de chat sur différents sujets.

AUTRES OUTILS D'INTERVENTION À DESTINATION DES JEUNES DÉVELOPPÉS PAR L'Inpes SUR LE SUJET DU TABAGISME

- **À destination des primaires (CM1-CM2)**

Léa et l'air : Coffret d'intervention en éducation pour la santé « Léa et l'air » (Collection « Les chemins de la santé ») : construit autour de cinq chapitres : « De l'air sur la terre », « De l'air pour vivre », « De l'air pour s'amuser », « De l'air pour voyager », « De l'air à partager », cet outil est destiné aux professionnels scolaires et périscolaires (cycle III de l'école primaire). Il est composé d'un livret pédagogique à l'usage de l'enseignant, de 28 livrets et 28 carnets personnels pour les enfants, d'un jeu collectif, d'une frise de 5 panneaux et de fiches d'évaluation.

Livrets pour enfants « Léa et l'air » (Collection « Les chemins de la santé ») : lot de 10 livrets pour enfants issus de l'outil d'intervention en éducation pour la santé « Léa et l'air ».

- **À destination des collégiens et lycéens**

Coffret d'intervention en éducation pour la santé « Libre comme l'air » : destiné aux classes de collège, ce coffret cherche à développer une approche globale et positive de la santé des jeunes autour des questions liées au tabagisme, et plus largement aux dépendances. Il comprend 1 livret pédagogique, 7 fiches d'animation, 16 cartes de mise en situation, 1 CD-Rom, 2 affiches d'information et 30 brochures pour les élèves.

- **Les Consultations Jeunes Consommateurs (CJC)**

Sur l'ensemble du territoire national, les CJC accueillent toute personne, mineure ou majeure, qui se présente pour un usage de tabac, d'alcool, de cannabis, de cocaïne ou autre produit, ou pour une pratique addictive sans substance (jeu vidéo, hasard ou argent etc.). Il s'agit d'un réseau de consultations spécifiques gratuites et confidentielles pour les jeunes et leur entourage, à la fois espace d'écoute, d'information et d'échange.

Liste des consultations disponible sur :
www.drogues-info-service.fr

- **Brochure à destination des adolescents « Comment ça va ? »**

lot de 10 livrets pour enfants issus de l'outil d'intervention en éducation pour la santé « Libre comme l'air ». Personnelles, confidentielles, et ne faisant pas l'objet d'une évaluation au collège, elles constituent un support qui permet de prolonger individuellement et plus librement la réflexion de l'adolescent sur les thèmes déjà abordés au collège à travers le coffret (hors de leur contexte, ces brochures sont moins pertinentes). Elles permettent également aux élèves de porter les interrogations et les discussions développées au sein du collège dans d'autres lieux et de favoriser les échanges du jeune avec ses pairs, sa famille, et s'il en ressent le besoin, des professionnels à même de l'orienter.

Ces outils peuvent être obtenus en s'adressant aux pôles régionaux de compétences et aux Ireps ainsi que par commande en ligne auprès de l'Inpes (www.inpes.sante.fr). Ils sont également téléchargeables sur le site de l'Inpes.

LES COMPÉTENCES PSYCHOSOCIALES

L'évolution des questions de santé dans les pays post-industriels a mis en avant le rôle des comportements individuels et collectifs dans la survenue de maladies, dans les processus d'évolution et de guérison, ainsi que dans le maintien d'une bonne santé. Le développement des recherches a permis dans le même temps de mieux appréhender la complexité des processus qui déterminent ces comportements. Processus parmi lesquels les compétences tiennent une place importante. En 1993, l'OMS a défini les compétences psychosociales comme « la capacité d'une personne à répondre avec efficacité aux exigences et aux épreuves de la vie quotidienne.

C'est l'aptitude d'une personne à maintenir un état de bien-être mental, en adaptant un comportement approprié et positif, à l'occasion des relations entretenues avec les autres, sa propre culture et son environnement. Les compétences psychosociales ont un rôle important à jouer dans la promotion de la santé dans son sens le plus large, en termes de bien-être physique, mental et social ».

Le renforcement des compétences psychosociales est un objectif prioritaire, notamment quand il faut agir sur des comportements sensibles aux facteurs socioculturels et à la pression sociale et médiatique, comme le tabagisme des 11-18 ans. Ces compétences sont au nombre de dix et se présentent par deux :

◆ Savoir résoudre les problèmes – Savoir prendre des décisions

« Apprendre à résoudre les problèmes nous aide à faire face à ceux que nous rencontrerons inévitablement tout au long de notre vie. Des problèmes personnels importants, laissés sans solution, peuvent à la longue maintenir un stress mental et entraîner une fatigue physique [...]. Apprendre à décider nous aide à faire des choix de façon constructive. Cela peut avoir des conséquences favorables sur la santé, si les décisions sont prises de façon active, en évaluant les différentes options et les effets de chacune d'entre-elles. »

Les programmes réalisés à partir de ces compétences consistent souvent à inviter les personnes concernées à identifier les situations stressantes pour eux, à prendre conscience de leurs réactions physiques et émotionnelles et à trouver les étapes nécessaires à une résolution idéale. Certains programmes proposent même un « entraînement » à la résolution de problème en suivant une stratégie en six étapes : Se calmer, réfléchir avant d'agir / Exprimer le problème et ce qui est ressenti / Choisir un but positif / Imaginer toutes les solutions possibles / Évaluer les conséquences / Essayer le meilleur plan.

◆ Avoir une pensée créative – Avoir une pensée critique

« La pensée créative contribue à la fois à la prise de décision et à la résolution de problèmes en nous permettant d'explorer les alternatives possibles et les diverses conséquences de nos actions ou de notre refus d'action. Cela nous aide à regarder au-delà de nos propres expériences. [...] La pensée créative peut nous aider à répondre de façon adaptative et avec souplesse aux situations de la vie quotidienne. La pensée (ou l'esprit) critique est la capacité à analyser les informations et les expériences de façon objective. Elle peut contribuer à la santé en nous aidant à reconnaître et à évaluer les facteurs qui influencent nos attitudes et nos comportements, comme les médias et les pressions de nos pairs. »

◆ Savoir communiquer efficacement – Être habile dans les relations interpersonnelles

« La communication efficace signifie que nous soyons capables de nous exprimer à la fois verbalement, de façon appropriée à notre culture et aux situations. Cela peut signifier être capable d'exprimer nos désirs à propos d'une action dans laquelle on nous demande de nous impliquer. Cela peut également signifier être capable de demander des conseils quand cela s'avère nécessaire. Les aptitudes relationnelles nous aident à établir des rapports de façon positive avec les gens que nous côtoyons. Cela signifie être capable de lier et de conserver des relations amicales, ce qui peut être

d'une grande importance pour notre bien-être social et mental. Cela signifie également garder de bonnes relations avec les membres de notre famille, source importante de soutien social. Il s'agit aussi de savoir interrompre des relations d'une manière constructive. » Les programmes travaillant sur ces compétences s'articulent autour de l'affirmation de soi (assertivité) et de la résistance aux pressions et à la persuasion.

Comme pour la recherche de solutions précédemment citée, certains programmes ont établi des listes de stratégies utilisées pour persuader quelqu'un et les actions possibles pour résister aux influences ou aux pressions. Les programmes proposent aux bénéficiaires d'en prendre conscience et de savoir comment se situer par rapport à la gestion des relations interpersonnelles. Par ailleurs, ces programmes vont aider les individus à savoir disposer d'une aide quand cela est nécessaire, que ce soit sur le plan affectif, informatif ou économique. Le réseau social sera identifié pour chaque personne.

◆ Avoir conscience de soi – Avoir de l'empathie pour les autres

« Avoir conscience de soi-même, c'est connaître son propre caractère, ses forces et ses faiblesses, ses désirs et ses aversions. Cela nous aide à reconnaître les situations dans lesquelles nous sommes stressés ou sous pression. C'est indispensable aussi pour établir une communication efficace, des relations interpersonnelles constructives et pour développer notre sens du partage d'opinions avec les autres. Avoir de l'empathie pour les autres signifie qu'il s'agit d'imaginer ce que la vie peut être pour une autre personne même, dans une situation familière. Cela peut nous aider à accepter les autres qui sont différents de nous et à améliorer nos relations sociales, par exemple dans le cas de diversité ethnique ».

Deux éléments de travail dominant dans les programmes qui traitent de cette problématique :

- La croyance en son efficacité personnelle, suivant les travaux de A. Bandura, qui a développé la théorie que le sentiment d'être efficace est prédictif de la persévérance et finalement du succès face à une situation. Il s'agira donc de donner au bénéficiaire des programmes le temps d'élaborer

son rapport à soi notamment en lui offrant les moyens de se percevoir comme un être unique, de découvrir ses points forts, ses points faibles et ses aptitudes, enfin, de renforcer sa confiance en lui en reconnaissant ce qu'il est capable de faire.

- La conviction intime que l'autre, même différent, a aussi des sentiments. Les séances proposées sur ce thème relèvent le plus souvent des techniques de négociation ou l'on va apprendre à défendre son opinion tout autant que l'on accepte d'entendre celle de l'autre. La valeur sous-jacente est la tolérance.

◆ Savoir gérer son stress – Savoir gérer ses émotions

« Faire face à son stress suppose d'en reconnaître les sources et les effets et de savoir en contrôler le niveau. Nous pouvons alors agir de façon à réduire les sources de stress, par exemple, en modifiant notre environnement physique ou notre style de vie. Nous pouvons également apprendre à nous relaxer pour que les tensions créées par un stress inévitable ne donnent pas naissance à des problèmes de santé. Pour faire face aux émotions, il faut savoir reconnaître les siennes et celles des autres. Il faut être conscient de leur influence sur les comportements et savoir quelles réactions adopter. Les émotions intenses comme la colère ou la tristesse peuvent avoir des effets négatifs sur notre santé si nous ne réagissons pas de façon appropriée. »

QUESTIONNAIRE AVANT LA SÉANCE

N'écris pas ton nom sur le questionnaire.

Date :/...../.....

Es-tu fumeur ou non-fumeur : Oui Non

Fumer te fait-il envie ? Oui Non

Pourquoi?

.....

.....

Quels motifs pourraient te donner envie de fumer?

.....

.....

Quels motifs ne te donnent pas envie de fumer ou te donnent envie d'arrêter de fumer?

.....

.....

Comment réagis-tu par rapport à ces affirmations? Coche la réponse qui correspond le mieux à ce que tu ressens.

	Pas d'accord	D'accord	Ne sait pas
1. Fumer est un plaisir			
2. Fumer des cigarettes légères est moins grave pour la santé			
3. Fumer donne de l'assurance			
4. Une fois que l'on a commencé, c'est difficile d'arrêter de fumer			
5. Le non-fumeur ne profite pas des plaisirs de la vie			
6. Le non-fumeur ne se laisse pas influencer			
7. L'ex-fumeur est plus mûr que le fumeur			
8. Le fumeur est plus séduisant que le non-fumeur			
9. Fumer permet de lutter contre ses inquiétudes, contre le stress			
10. Grâce à la cigarette, le fumeur garde la ligne			
11. La cigarette permet de faire des rencontres			
12. C'est difficile d'être amis entre fumeurs et non-fumeurs			
13. Les jeunes sont une cible privilégiée pour l'industrie du tabac			
14. Fumer, c'est savoir braver les interdits			
15. Fumer n'est pas compatible avec le sport			

Qu'attends-tu de cette animation?

En savoir plus sur le tabac. J'aimerais savoir

.....

.....

En savoir plus sur le tabac et les autres addictions (cannabis, alcool, cocaïne, etc). J'aimerais savoir

.....

.....

Y trouver des arguments pour ne pas fumer

Connaître des endroits pour arrêter de fumer

Trouver des solutions pour ne pas fumer

Pouvoir parler du tabac entre fumeurs et non-fumeurs

Autres attentes :

.....

.....

QUESTIONNAIRE APRÈS LA SÉANCE

N'écris pas ton nom sur le questionnaire.

Date :/...../.....

Es-tu fumeur ou non-fumeur : Oui Non

Fumer te fait-il envie ? Oui Non

Pourquoi?

.....

.....

Quels motifs pourraient te donner envie de fumer?

.....

.....

Quels motifs ne te donnent pas envie de fumer ou te donnent envie d'arrêter de fumer?

.....

.....

Comment réagis-tu par rapport à ces affirmations? Coche la réponse qui correspond le mieux à ce que tu ressens.

	Pas d'accord	D'accord	Ne sait pas
1. Fumer est un plaisir			
2. Fumer des cigarettes légères est moins grave pour la santé			
3. Fumer donne de l'assurance			
4. Une fois que l'on a commencé, c'est difficile d'arrêter de fumer			
5. Le non-fumeur ne profite pas des plaisirs de la vie			
6. Le non-fumeur ne se laisse pas influencer			
7. L'ex-fumeur est plus mûr que le fumeur			
8. Le fumeur est plus séduisant que le non-fumeur			
9. Fumer permet de lutter contre ses inquiétudes, contre le stress			
10. Grâce à la cigarette, le fumeur garde la ligne			
11. La cigarette permet de faire des rencontres			
12. C'est difficile d'être amis entre fumeur et non-fumeur			
13. Les jeunes sont une cible privilégiée pour l'industrie du tabac			
14. Fumer, c'est savoir braver les interdits			
15. Fumer n'est pas compatible avec le sport			

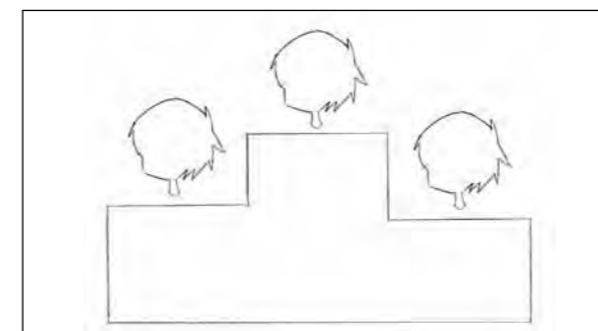
Comment te sens-tu à la fin de cette intervention ?

Mets sur le podium le numéro des avatars qui correspondent le mieux à ton état d'esprit à la suite de cette séance.

1 2 3 4

5 6 7 8

9 10 11 12



Pourquoi?

.....

.....

.....

.....

Tes attentes par rapport à cette séance ont-elles été satisfaites ?

	Pas du tout	Pas trop	Plus ou moins	Un peu	Tout à fait
En savoir plus sur le tabac					
En savoir plus sur le tabac et les autres addictions (cannabis, alcool, cocaïne, etc.)					
Trouver des arguments pour ne pas fumer					
Connaître des endroits pour arrêter de fumer					
Trouver des solutions pour ne pas fumer					
Pouvoir parler du tabac entre fumeurs et non-fumeurs					
Autres attentes (précisez) :					

Institut national de prévention et d'éducation pour la santé (Inpes) 42 boulevard de la Libération
93203 Saint-Denis Cedex • **Directrice de la publication** : Thanh Le Luong, directrice générale de
l'Inpes. • **Coordination et suivi de projet** : Julie-Mattéa Fourès, chargée de mission (Inpes) •
Conception et réalisation : Julie-Mattéa Fourès, chargée de mission (Inpes) ; Antonia Dandé,
consultante en promotion de la santé • **Relecture** : Jocelyne Boudot, directrice générale adjointe
(Inpes) ; Sandrine Broussouloux, chargée d'expertise (Inpes) ; Antoine Deutsch, chargé de projets
(Inca) ; Annick Gardies, directrice de la communication (Inpes) ; Romain Guignard, chargé d'études
(Inpes) ; David Heard, chef du département campagnes (Inpes) ; Nathalie Joannard (DGS, Ministère
chargé de la santé) ; Françoise Marchand-Buttin, médecin de santé publique (DPJJ) ; Nathalie Mariage,
enseignante en SVT (Collège A. Debeyre de Beuvry, Académie de Lille) ; Claire Pailharey, médecin
de santé publique, chargée de mission santé (Bureau de la vie scolaire, étudiante et de l'insertion ;
Ministère de l'agriculture) ; Florence Rostan, chargée de mission (Inpes) ; Sylvie Vella, coordinatrice
de la commission de validation des outils de prévention, chargée de mission prévention justice (Mildt) ;
Jean-Louis Wilquin, chargé d'études (Inpes) • **Suivi de la réalisation technique** : DDB ; Vincent
Fournier, chargé d'édition (Inpes) ; Jean-Marc Piton, chef du département éditions (Inpes) • **Crédits
images** : Koji Morimoto, Studio 4C • **Illustrations** : Olivier le Discot • **Impression** : août 2013.