

# Evaluation du jeu sérieux de prévention du tabagisme SplashPub

en contexte scolaire et en centre de loisirs



Rapport rédigé par Florence Quinche, Prof. Associée, UER Arts et technologies, HEP-Vaud  
pour le Centre de médecine générale et santé publique (Unisanté) –  
Département promotion de la santé et prévention (DPSP)

juillet 2019-version 2

## Table des matières

<b>RESUME</b>	<b>4</b>
<b>GLOSSAIRE</b>	<b>7</b>
<b>I INTRODUCTION</b>	<b>8</b>
PRÉSENTATION DU JEU, CONTEXTE DE L'ENQUÊTE	8
<b>II METHODOLOGIE</b>	<b>12</b>
PROBLEMATIQUE - LES QUESTIONS DE RECHERCHE	12
PRISE DE DONNEES	13
RECRUTEMENT DES PARTICIPANT.E.S	17
CARACTERISTIQUES DES JEUNES AYANT PARTICIPE A L'ENQUETE	19
ELEVES	19
JEUNES DES CENTRES DE LOISIRS	20
MODALITES DES TESTS REALISES	21
EN MILIEU SCOLAIRE	21
EN CENTRE DE LOISIRS	25
<b>III RESULTATS- CONTEXTE SCOLAIRE</b>	<b>27</b>
<b>PREMIER QUESTIONNAIRE (ÉLÈVES)</b>	<b>27</b>
PERCEPTION DES JEUX VIDEO	27
CONNAISSANCE DES STRATEGIES MARKETING	30
RELATION AU TABAC	34
JEUNES FUMEURS DE NOTRE ECHANTILLON	34
PERCEPTION DE LA PREVENTION DU TABAGISME	35
APPRECIATIONS DU JEU SPLASHPUB	35
<b>SECOND QUESTIONNAIRE (ELEVES)</b>	<b>40</b>
<b>AVIS DES ENSEIGNANT.E.S ET EQUIPES PSPS</b>	<b>54</b>
DIFFICULTES ET FREINS EVOQUES	56
ASPECTS POSITIFS DU JEU ET DE LA DISCUSSION	61
CONDITIONS POUR UNE INTEGRATION EN CONTEXTE SCOLAIRE DE SPLASHPUB	63
<b>CONCLUSIONS POUR LE CONTEXTE SCOLAIRE</b>	<b>66</b>

<b>IV RESULTATS -CENTRES DE LOISIRS</b>	<b>67</b>
REPNSES AU QUESTIONNAIRE (JEUNES)	67
AVIS DES ANIMATEURS SOCIOCULTURELS EN CENTRE DE LOISIRS	73
CONCLUSIONS POUR LES CENTRES DE LOISIRS	76
<b>IV ASPECTS PRATIQUES : ACCES AUX ECOLES ET CENTRES DE LOISIRS</b>	<b>77</b>
<b>V INTEGRATION DANS LES PRESTATIONS DU PROGRAMME DE PREVENTION EN MILIEU SCOLAIRE</b>	<b>79</b>
<b>VI EVALUATION TECHNIQUE DU JEU PAR DES EXPERTS</b>	<b>81</b>
<b>VII LIMITES ET BIAIS DE L'ENQUETE</b>	<b>85</b>
<b>VIII CONCLUSION</b>	<b>86</b>
RECOMMANDATIONS POUR LE CONTEXTE SCOLAIRE	86
RECOMMANDATIONS POUR LES CENTRES DE LOISIRS	87
RECOMMANDATIONS GENERALES	88
<b>ANNEXES</b>	<b>89</b>
PLANNING DETAILLE DE L'ENQUETE	89
PREMIER QUESTIONNAIRE (ELÈVES ET JEUNES DES CENTRES DE LOISIRS)	92
SECOND QUESTIONNAIRE (ELEVES)	94
QUESTIONNAIRE ANIMATRICES-TEURS DE CENTRES DE LOISIRS	96
QUESTIONNAIRE ENSEIGNANT.E.S	100

## Evaluation d'un serious game de prévention sur le thème de la publicité pour le tabac (SplashPub)

### Présentation de l'enquête :

Notre enquête d'évaluation de la séance pédagogique intégrant le jeu de prévention tabac SplashPub a été menée de juillet 2018 à avril 2019 dans le canton de Vaud (Suisse). 209 jeunes du canton de 10 à 19 ans ont participé à cette enquête : 157 en contexte scolaire et 52 en centres de loisirs. Cette enquête a été mandatée par le CIPRET-Vaud, rattaché depuis 2019 à Unisanté, Département de promotion de la santé et prévention.

La séquence totale durait dans les classes en moyenne 45 minutes, dont 10 minutes pour le questionnaire, 5-10 minutes de jeu avec 20-30 minutes d'échange avec les élèves sur le contenu du jeu et leur compréhension des mécanismes publicitaires. Dans les centres de loisirs, elle a parfois duré plus longtemps, de 45min à 1h30. Des questionnaires et de tests du jeu et de la séquence pédagogique ont permis d'évaluer l'impact de SplashPub dans différents contextes.

13 enseignant.e.s DGEO (enseignement obligatoire) et éducation spécialisée ont également participé, ainsi que 11 animatrices-teurs de centres de loisirs. Des focus groups ont été menés avec 2 équipes PSPS (équipes santé des établissements scolaires du secondaire 1), un groupe des personnes ressources Mitic (Médias, image et TIC), et un groupe d'enseignant.es et éducatrices-teurs spécialisés. Des entretiens ont également été réalisés avec deux experts des Mitic : le responsable de la Cellcips (Centre de compétences pour l'éducation numérique, outil d'aide et d'accessibilité) et un membre de l'entreprise de création de jeux vidéo Digital kingdom.

**Intentions :** Par cette recherche nous cherchions à évaluer l'impact du jeu vidéo SplashPub et de la séquence de questions et discussion qui l'accompagne sur

-les apprentissages effectués au sujet des stratégies publicitaires des industriels du tabac (méthodes, publics visés)

-la perception de la prévention via un nouvel outil numérique (cet outil améliore-t-il la perception de la prévention chez les jeunes ?)

Nous voulions également vérifier si il y avait des différences de réception du jeu selon les publics et les contextes (scolaire, loisirs). Nous cherchions aussi à évaluer l'acceptabilité de ce type d'outil (jeu vidéo) par les adultes encadrants (enseignant.es, éducatrices-teurs, pressmitics, équipes PSPS), afin de déterminer quel serait le contexte le plus approprié pour ce type de prévention (scolaire, parascolaire, loisirs etc.). Une évaluation technique (ergonomie, accessibilité, jouabilité) du jeu a également été réalisée par des experts et par les usagers (jeunes et adultes). Dans l'évaluation des TIC dans les domaines de l'apprentissage et de l'enseignement, ce n'est jamais seulement un objet technique qui est évalué, mais également son usage dans un contexte précis et ses modalités d'utilisation (le dispositif mis en place). En effet, une même technologie (ici, le jeu vidéo), utilisée de façon différente et dans d'autres contextes, pourra produire des effets différents.

## Résultats

### Effets du jeu et de la séquence sur les apprentissages

Ces effets ont été évalués par des questionnaires de post-test (136 retours) passés plusieurs semaines après la séquence de prévention. On constate que la connaissance des élèves à propos des stratégies publicitaires s'est nettement améliorée (lors du premier questionnaire, 44% des élèves interrogé.e.s affirmaient ne pas savoir quelles étaient les stratégies des industriels du tabac, contre seulement 14 % après le jeu, lors du second questionnaire), et qu'ils identifient mieux les public visés (les jeunes, les enfants). Après le jeu, 49 % identifient la publicité comme un moyen d'inciter à la consommation de tabac (contre seulement 17,5% avant d'avoir joué). Ils/elles comprennent davantage les moyens utilisés pour inciter à fumer. En effet, après le jeu, 86 % des élèves sont capables de mentionner une ou plusieurs stratégies des industriels du tabac (contre seulement 56 % avant la séquence de jeu).

Du point de vue de la perception de la prévention par les jeunes, on ne constate pas de changement après avoir joué à SplashPub, car la perception de la prévention était déjà très positive chez une majorité de jeunes et elle le reste après le test du jeu.

**Concernant les contextes** les plus propices pour ce type de prévention au moyen d'un jeu vidéo : des obstacles et aspects positifs ont été identifiés selon les deux contextes étudiés :

**Le contexte des centres de loisirs** s'est avéré particulièrement propice, du fait de la présence et participation des éducatrices et animateurs, très intéressé.e.s par ce sujet, mais également car elles sont des personnes de confiance pour les jeunes. Les obstacles rencontrés dans le contexte de loisirs étaient liés à l'organisation des groupes et à la captation de l'attention des jeunes pour une activité de prévention tabac. Le jeu vidéo sur tablette a grandement facilité cette captation de l'attention des jeunes et a fonctionné comme une amorce ludique pour initier une discussion de groupe. Le contexte des afterschool (dans notre cas, accueil des jeunes à la pause de midi), réunissant des jeunes dès 10 ans a également été très propice à l'utilisation du jeu. Mais le temps limité (1h-1h30 environ) a rendu la discussion moins fournie que dans les animations qui ont eu lieu le soir ou le week-end. La majorité des éducateurs-trices ont également manifesté un fort intérêt à participer activement à ce type d'activités.

**Le contexte scolaire** s'est avéré plus difficile d'accès pour l'organisation de ce type d'activités, du fait d'un programme très chargé au secondaire 1 et de périodes de cours limitées à 45 minutes, mais également de par les thèmes du jeu (prévention tabac et publicité), qui intéressait peu d'enseignant.e.s, qui voyaient souvent peu de lien avec leurs disciplines. L'implication des enseignant.e.s dans les séances a également été moindre (parfois une appréhension à tester un jeu vidéo ou à aborder le sujet du tabac). Les enseignant.e.s étaient en majorité peu habitué.e.s à l'usage de jeux vidéo et des tablettes en classe. Les équipes PSPS (équipes prévention santé) ont témoigné d'intérêts très divers pour cette thématique et pour l'usage d'un jeu vidéo, selon les établissements et leur perception des besoins en prévention tabac. Les pressmitics (personnes ressources Médias et Tic) interrogé.e.s dans le cadre de l'association Carambar'sTic se sont en revanche montré.e.s très intéressé.e.s par cet outil et par le contenu de la séquence sur la publicité et prêt.e.s à mener des séquences de prévention avec cet outil (ils voyaient un lien fort avec l'éducation aux médias). Les

enseignant.e.s du spécialisé se sont également montré.e.s très intéressé.e.s par cet outil et par la séquence d'échanges avec les élèves, car elle permettait des apprentissages par des moyens inhabituels (analyse de l'image, expérimentation, jeu, débat).

**Evaluation technique :** les deux experts (un créateur de jeux vidéo et un expert des Mitic dans l'enseignement spécialisé) ayant testé le jeu vidéo ont relevé certains points à améliorer : l'introduction devrait être plus explicite afin que la mission du joueur soit claire dès le début, la maniabilité et les déplacements dans l'espace facilités, des aspects ludiques et des feed-backs pourraient être ajoutés, le réalisme de certains éléments du décor amélioré (ombres, textures). Le message de prévention à la fin du jeu devrait être doublé d'images ou de texte, pour faciliter sa compréhension dans un contexte bruyant notamment.

### Recommandations pour l'usage d'un serious game de prévention du type SplashPub

-L'association du jeu comme amorce *et* d'une séquence de discussion-question a été plébiscitée par tous les adultes (enseignant.e.s., éducateurs-trices). Le jeu seul ne suffirait pas à générer une réflexion, ni à vérifier la compréhension des jeunes. Il serait même important de proposer davantage d'outils sur le plan pédagogique : exercices complémentaires, autres exemples de publicités dans d'autres contextes, travaux pratiques d'analyse de publicités, observation par l'élève de son environnement, et des éléments pour faciliter la discussion (questions, éléments factuels) etc. Ceci favoriserait la participation des adultes encadrants à la séquence de prévention.

-L'association du jeu à une ou plusieurs séances de travail sur d'autres supports après le jeu serait utile pour consolider les connaissances et élargir la réflexion sur d'autres types de publicités visant les jeunes (alcool, alimentation, etc.), ainsi que le transfert des connaissances acquises dans la vie de tous les jours.

-Proposer une formation préalable aux enseignant.e.s ou éducateurs-trices qui le souhaitent (usage de la tablette, d'un jeu vidéo et/ou contenus de prévention) ou un dossier pédagogique d'information sur le sujet serait utile pour favoriser l'intérêt pour ce sujet et rassurer les adultes encadrants qui se sentiraient davantage habilités à parler de ce sujet et à utiliser un jeu vidéo.

- Ajouter au jeu et à la séquence des éléments de questionnement sur *les besoins qui poussent à fumer* (ou à développer d'autres comportements addictifs), et sur la réflexion quant à d'autres moyens de répondre à ces besoins. Que peut-on faire d'autre pour répondre au stress, à l'angoisse, au mal-être, ou pour se sentir mieux dans sa peau quand on est adolescent ?

## GLOSSAIRE

Cellcips : cellule de coordination en informatique pédagogique spécialisée de l'Etat de Vaud

DGEO : Direction générale de l'enseignement obligatoire (en Suisse 11 année d'école sont obligatoires)

FPT : Fonds de prévention du tabagisme

Mitic : Médias, images et technologies de l'information et de la communication

PER : plan d'études romand (il s'agit du programme scolaire de l'école obligatoire en Suisse romande et au Tessin)

Point and click : type de jeu vidéo où l'on doit cliquer sur des images ou du texte

PressMitic : Personnes ressources médias et Technologies de l'information et de la communication (dans les établissements scolaires).

PSPS : promotion de la santé et prévention en milieu scolaire

PS : pédagogie spécialisée

RV : réalité virtuelle

Serious game : jeux sérieux, visant à permettre des apprentissages

SESAF : service de l'enseignement spécialisé et de l'appui à la formation

VG : voie générale (au secondaire 1)

VP : voie pré-gymnasiale (au secondaire 1)

## I INTRODUCTION

### PRÉSENTATION DU JEU, CONTEXTE DE L'ENQUÊTE

La création du jeu vidéo SplashPub se situe dans le prolongement de l'enquête « Observatoire des stratégies marketing pour les produits du tabac en Suisse romande »<sup>1</sup>, conduite en 2013-2014 par le Centre universitaire de médecine générale et santé publique (Unisanté). Cette étude a documenté sur le territoire de la Suisse Romande, les différents types de publicités et d'incitation à la consommation de tabac (promotion, parrainage).

Le jeu vidéo SplashPub a été développé dans l'objectif de proposer un outil de prévention destiné aux jeunes (13-15 ans) qui soit motivant ludique et innovant (sur l'aspect motivationnel des serious games, Wouters, van Nimwegen, Oostendrop, & van der Spek, 2013). Le jeu a été conçu pour la réalité virtuelle (RV) et pour tablettes, mais l'installation de la RV, et son mode d'utilisation (une seule personne pouvant jouer à la fois) ne s'avérait pas compatible avec les conditions d'utilisations possibles dans une classe ou un centre de loisirs. Par ailleurs l'installation de réalité virtuelle s'est avérée fragile dans un contexte d'utilisation répétée.

Le contenu du jeu se base sur les résultats de l'Observatoire : à savoir que les publicités de l'industrie du tabac visent en priorité les jeunes et qu'elles se trouvent de façon massive dans les lieux publics fréquentés par ces derniers. Le jeu a été développé en 2016 en réalité virtuelle spécifiquement pour Promotion santé Vaud, puis en 2017 en version pour tablettes (android).<sup>2</sup> Il est actuellement dans une version provisoire. La responsable de projet était Karin Zürcher et la chargée de projet Vanessa Prince (promotion santé Vaud). Une des pistes de développement de ce jeu était l'ajout de niveaux et de thématiques supplémentaires (notamment le thème de l'alcool). Mais avant d'engager des développements supplémentaires, une évaluation de ce type d'outil et de ses usages possibles s'est avérée nécessaire. C'est pourquoi a débuté en 2018 un projet d'évaluation du jeu SplashPub. Cette recherche exploratoire a été financée par le Fonds de prévention du tabagisme (FPT)<sup>3</sup>. Cette recherche comporte trois parties :

-Une revue de littérature sur l'usage des jeux vidéo dans le domaine de la santé et de la prévention, réalisée en 2018 par Aude Gendre, collaboratrice Promotion santé Vaud.

-Un rapport d'analyse de l'utilisation du jeu SplashPub dans deux contextes différents : écoles et centres de loisirs (le présent document). Ce rapport vise à documenter les tests de ce jeu vidéo auprès de jeunes et de professionnels encadrant.e.s (enseignant.es et animateurs) dans deux contextes : scolaire et centres de loisirs. Ces tests visent à évaluer de manière exploratoire l'intérêt de ce type d'outil pour la prévention du tabagisme.

-Les conclusions d'un groupe d'experts de la prévention et des serious games sur les good practice à

---

<sup>1</sup> <http://www.observatoire-marketing-tabac.ch/>

<sup>2</sup> <https://tabagisme.promotionsantevaud.ch/jeu-video-splash-pub/>

<sup>3</sup> <https://www.tpf.admin.ch/tpf/fr/home.html>

proposer à partir de ce rapport en matière d'utilisations des serious games dans le domaine de la prévention du tabagisme.

L'utilisation de *serious games* et de jeux vidéo pour la prévention du tabagisme est encore très peu développée et peu de projets de création de jeux ont abouti à la réalisation et à l'évaluation de ces jeux auprès des utilisateurs. Si différents projets de jeux ont été annoncés, par exemple *Smokitten* en 2016 (<https://cocy.fr/2016/06/10/soutien-smokitten-le-jeu-anti-tabac/>) pour aider les fumeurs à arrêter de fumer en passant par des activités ludiques, rares sont ceux dont l'efficacité, en matière d'apprentissage de contenus liés à la prévention a été évaluée. Dans cette étude un jeu réalisé par le Centre de médecine générale et santé publique (Unisanté) (pour tablette et réalité virtuelle), SplashPub<sup>4</sup>, a été testé auprès de jeunes et d'adultes, les apprentissages effectués grâce au jeu et à la séquence qui l'accompagne ont été évalués au moyen de questionnaires. La spécificité de ce jeu est qu'il vise à sensibiliser les jeunes (fumeurs ou non) à l'omniprésence dans certains lieux de la publicité pour les cigarettes. L'approche se centre sur la compréhension par les jeunes des stratégies des publicitaires, et non, comme les approches classiques sur les risques engendrés par le tabagisme.

Dans cette enquête nous cherchons à savoir si ce petit jeu vidéo sur tablette (durée 5-7 minutes) pourrait être utilisé comme élément dans une séquence de prévention auprès des jeunes. Le jeu est destiné aux jeunes de 13-15 ans, mais l'évaluation visait également à vérifier l'adéquation du jeu à cette tranche d'âge. L'objectif était de renouveler l'image de la prévention tabac (par l'usage d'un jeu vidéo), en proposant une activité ludique et motivante pour des jeunes, qui ne se basait pas sur un discours normatif ou moralisateur. En effet, le jeu ne dénonce pas les dangers du tabac pour la santé, mais pointe les stratégies de l'industrie du tabac, plus précisément celles qui visent les jeunes et les enfants.

Il s'agit d'un jeu hybride entre le point and click (un type de jeu où l'on doit cliquer sur l'écran pour trouver des objets cachés, ou des objets à sélectionner) et le FPS (*First person shooter*, jeu de tir en perspective subjective) où le joueur doit trouver et repeindre des publicités pour le tabac dans un kiosque. 26 publicités sont à trouver, elles sont plus ou moins difficiles à localiser (affiches publicitaires, paquets de cigarettes, poubelle avec le logo d'une marque, papier au sol, autocollant sur le sol, affichettes sur le comptoir, etc.).

Le kiosque est basé sur le modèle de ceux que l'on trouve en Suisse romande, des indicateurs de lieux sont présents (affiches mentionnant Ouchy, Lausanne, manchette de journaux locaux etc.).

---

<sup>4</sup>Lien vers la vidéo de présentation du jeu (2:35):

[https://www.youtube.com/watch?v=ITCE0u\\_KitQ&list=PLNYX6c5XwOZ4-P1z\\_wF-71NuZHabmKj1X&index=1](https://www.youtube.com/watch?v=ITCE0u_KitQ&list=PLNYX6c5XwOZ4-P1z_wF-71NuZHabmKj1X&index=1)



Image 1. SplashPub, L'entrée du kiosque, version tablette

En fin de jeu, le kiosque apparaît grisé et les publicités pour le tabac en violet.



A la fin du jeu, un message audio d'une minute est diffusé. Il explique brièvement que les jeunes sont visés par les publicités, dont le style est fait pour leur plaire et leur donner envie de ressembler aux fumeurs :

« Ta mission est terminée, regarde toutes les publicités pour le tabac que tu as repérées. Lors de ta mission tu as détecté des publicités dans les moindres recoins du kiosque, maintenant toutes les publicités sont peintes. Comme tu peux le voir, la publicité pour le tabac est massive, c'est la réalité dans tous les kiosques dans lesquels tu as déjà pu rentrer. Ces publicités sont très belles, sophistiquées, colorées. Elles mettent aussi en avant des éléments qui sont importants pour toi : comme la cool attitude, l'amitié, le fun, la fête et la liberté. Pourquoi ? Parce que tu es

jeune et que les cigarettiers te ciblent pour trouver chaque jour de nouveaux fumeurs. Sois plus malin qu'eux ! Ne te laisse pas influencer par leurs publicités ! »

Il est possible techniquement de limiter le temps de jeu, mais cela n'a pas été nécessaire dans nos tests, car la plupart des jeunes l'ont terminé en 3-7 minutes. Lors de tous les tests avec des jeunes, le jeu a été suivi d'un moment de discussion. En effet, SplashPub n'était pas conçu pour être utilisé comme un outil auto-suffisant, mais simplement comme une *amorce* pour lancer la *discussion collective* à propos des stratégies publicitaires des industries du tabac envers les jeunes. Comme l'indique Aude Gendre dans sa revue de littérature sur les serious games :

« Les *serious games* ont également tendance à être plus efficaces pour le rappel de ces apprentissages sur le long terme que les méthodes conventionnelles. Cependant, Sitzman (2011) a démontré que *cet effet est modéré par les méthodes d'instruction accompagnant le jeu*. Par exemple, le fait de verbaliser ces apprentissages après avoir joué à un jeu vidéo permet d'obtenir de meilleurs taux de rappel et un meilleur transfert des apprentissages (Wouters, Paas, & van Merriënboer, 2008). », Revue de littérature pour l'enquête SplashPub, Promotion santé Vaud, 2018, p. 8

## II METHODOLOGIE

### PROBLEMATIQUE - LES QUESTIONS DE RECHERCHE

Voici les questions de recherche auxquelles cette enquête exploratoire propose de donner des pistes de réponses. Nous cherchons dans cette enquête qualitative essentiellement à percevoir des tendances et ne prétendons pas à une représentativité statistique des résultats, mais à identifier des pistes d'actions.

Q1. Est-ce que le serious game *Splash Pub* pourrait figurer parmi la liste des prestations du Programme vaudois de prévention en milieu scolaire « Comportements problématiques en lien avec les substances ou avec les écrans » ?

Q2. Quel est le type de professionnels au sein de l'école le plus à même de s'approprier et d'utiliser un tel outil de prévention du tabagisme (enseignant.e.s et/ou équipe PSPS) ?

Q3. Quels sont les lieux et les intervenant.e.s les plus propices à mettre en place ou à collaborer à la mise en place de ce type d'action de prévention du tabagisme (écoles, centres de loisirs, équipes PSPS, enseignant.e.s, animateurs socioculturels) ?

Pour les questions 2 et 3, nous comparerons les réponses des élèves et des jeunes des centres de loisirs, nous prendrons également en compte les avis des enseignant.e.s, des équipes PSPS et des animateurs-trices de centres de loisirs.

Q4. Quels sont les types de scénarios pédagogiques/éducatifs privilégiés par ces différents acteurs pour l'intégration de ce type de jeu ?

Q5. Quels sont les effets du jeu *SplashPub* sur l'image que se font les 13-15 ans de la prévention du tabagisme ?

Q6. Quels sont les impacts du jeu *SplashPub* sur son public-cible (les 13-15 ans) en matière de connaissances des stratégies marketing de l'industrie du tabac (domaine Mitic et Formation générale du PER) ?

Q7. Quels sont les éléments du jeu à modifier (graphisme, ergonomie, jouabilité) pour optimiser son effet sur le public-cible ou mieux correspondre aux besoins des utilisateurs ?

## PRISE DE DONNEES

L'enquête de terrain s'est déroulée dans des établissements scolaires du canton de Vaud (Suisse romande) de décembre 2018 à mars 2019 et dans des centres de loisirs de la région lausannoise, de décembre 2018 à avril 2019. Un prétest du jeu et des questionnaires pour les centres de loisirs a été réalisé en juillet 2018 dans le centre de loisirs d'Ecublens où les jeunes avaient pu tester le jeu sur tablette et en réalité augmentée.

Les questionnaires pour les animatrices et animateurs de centre ont aussi été testés lors de cette séance. Suite à cette séance, les questionnaires pour les jeunes ont été simplifiés et ceux pour les animatrices-teurs ont été raccourcis. Il a également été décidé de ne proposer en test que le jeu sur tablette, pour des questions d'organisation matérielle et de gestion des groupes. En effet, même si l'intérêt des jeunes pour la réalité virtuelle était fort, cela générerait une longue attente (un seul joueur par installation), la fragilité du dispositif de réalité virtuelle et sa diffusion difficile en contexte scolaire nous ont fait abandonner cette option, pourtant très appréciée des jeunes.

Suite aux prétests en centre culturel, et aux échanges avec le responsable des PSPS du canton de Vaud, Olivier Duperrex, nous avons décidé de modifier l'âge des jeunes qui testeront le jeu SplashPub, en élargissant aux jeunes dès 12 ans et en intégrant dans l'échantillons des élèves en éducation spécialisée.

Deux questionnaires (papier) ont été proposés aux élèves du secondaire 1 et de l'enseignement spécialisé. Le premier questionnaire a été proposé dès le début de la séquence en classe, avant le test du jeu, une dernière question du questionnaire n'était distribuée qu'*après* le test du jeu, mais avant la séquence de discussion qui suivait le jeu. Il s'agissait d'une question ouverte sur l'appréciation du jeu. Le second questionnaire a été distribué plusieurs semaines après le test du jeu (au minimum 4 semaines). Les questionnaires étaient anonymes. La chercheuse de la HEP Vaud (Florence Quinche) était présente lors de tous les tests du jeu et de la passation des questionnaires n°1. Vanessa Prince de promotion santé Vaud était présente lors de quelques séances de test.

Le second questionnaire a été passé par les enseignant.e.s des classes qui avaient testé le jeu quelques semaines auparavant. A l'exception de deux classes où c'est la chercheuse de la HEP-Vaud qui est venue en classe pour distribuer ce second questionnaire.

Dans les centres de loisirs, seul le premier questionnaire a été distribué (avec la question ouverte d'appréciation à compléter après le jeu, comme dans les écoles). Il n'était pas possible de faire passer le second questionnaire, car il était impossible de réunir à nouveau exactement le même groupe de jeunes (présence libre dans les centres de loisirs et questionnaire également anonyme). Il n'était donc pas possible de retrouver les mêmes jeunes que ceux qui avaient participé au premier questionnaire. La chercheuse de la HEP-Vaud était présente dans toutes les séances organisées dans les centres de loisirs. Trois membres de promotion santé Vaud ont également participé à certaines de ces séances.

### **Les adultes interrogés :**

Enseignant.es : les enseignant.es qui ont testé le jeu en classe ont reçu un questionnaire anonyme (en ligne) à compléter après la séquence en classe.

Le même questionnaire a également été proposé aux membres du groupe d'enseignant.e.s « Carambar's Tic » qui ont testé le jeu lors d'une réunion de cette association.

Nous avons également souhaité inclure dans la population de référence, les personnes-relais, qui seront potentiellement amenées à utiliser SplashPub (éducateurs et animateurs en centres socio-culturels, équipes santé des écoles, Pressmitcs). En effet, l'objectif de l'activité incluant le jeu Splash Pub, est d'être intégré de manière simple et accessible par les enseignant.es et équipes santé des établissements scolaires / ou centres culturels. En effet, ces personnes seront des relais nécessaires, voire des personnes ressources pour la réalisation de l'activité avec les jeunes sur le terrain.

**Deux équipes PSPS** ont été interrogées au moyen d'entretiens de groupe (enregistrés), avec un canevas de questions. Nous étions deux personnes à animer ces discussions, Florence Quinche, professeur et chercheuses à la HEP-Vaud ainsi que Vanessa Prince de Promotion santé Vaud.

La première équipe se trouvait dans un établissement primaire et secondaire du Nord vaudois. Elle était constituée de l'infirmière scolaire, de 4 enseignant.e.s (trois au secondaire et un au primaire) dont un délégué PSPS et un ancien délégué, du directeur et d'une responsable de la formation continue. Un des membres du groupe avait eu l'activité avec SplashPub dans sa classe. L'activité a été conduite avant la rencontre dans trois classes de cet établissement.

La seconde équipe, dans un établissement primaire et secondaire du centre-ville de Lausanne était constitué de deux enseignant.es et une doyenne. Parmi les deux enseignantes l'une était la responsable PSPS actuelle et l'autre l'ancienne responsable. Les tests n'ont pas été réalisés dans cet établissement.

### **Animatrices et animateurs, monitrices et moniteurs de centres de loisirs**

Les éducateurs et éducatrices, ainsi que les monitrices et moniteurs présents lors des tests ont reçu des questionnaires papier à compléter par écrit (anonyme). Ils/elles avaient presque tous/toutes joué au jeu et observé la séquence de test avec les jeunes. La plupart avaient également participé à la discussion après le jeu.

Lors des tests dans les centres, la chercheuse de la HEP-Vaud était soit seule (deux centres), soit accompagnée par une personne de Promotion santé Vaud (dans 3 centres). Ceci en fonction des disponibilités des membres de Promotion santé Vaud. Ces différences d'accompagnement changent certainement la dynamique de groupe lors des tests, il est en effet plus facile de mobiliser et interagir avec un groupe lorsqu'il y a plusieurs intervenant.e.s.

Un entretien avec une animatrice, responsable de centre, a été réalisé quelques semaines après le test du jeu dans le centre de loisirs (Chavannes).

### **Enseignant.e.s du spécialisé**

Notre étude incluant des élèves du spécialisé, nous avons organisé un groupe de discussion avec les enseignant.e.s et éducatrices-teurs d'un des établissements d'éducation spécialisée dans lequel nous avons testé le jeu SplashPub (Pré-de-Vert). Les 5 participant.e.s ont testé le jeu puis nous avons échangé sur les aspects techniques et pédagogiques du jeu, ainsi que sur la prévention du tabagisme. Deux membres du groupe étaient enseignant.e.s et avaient participé à l'activité SplashPub avec leur classe, une troisième enseignante n'avait pas participé à l'animation en classe. Deux autres membres étaient éducatrices-teurs.

### **Association Carambar's Tic**

Une rencontre avec les membres de l'association Carambars' TIC a été organisée (10 personnes présentes). Ce groupe d'enseignant.e.s, composé originellement de pressmitics (personnes ressources médias et TIC) est ouvert actuellement à tout enseignant.e intéressé.e par l'intégration du numérique et des médias en classe. Il se réunit plusieurs fois par an pour partager sur le numérique en classe. Les

participant.e.s se connaissent et s'apprécient, l'ambiance est conviviale et collaborative. Certains membres de ce groupe font partie de la Cellcips, certain.e.s travaillent dans des établissements DGEO, d'autres dans le spécialisé.

### **Experts du numérique**

Des entretiens avec deux experts ont été réalisés : O. Reutenauer, membre d'une entreprise locale de création de jeux vidéo et de serious games (Digital Kingdom) et Elvio Fisler, responsable de la Cellcips (cellule de coordination en informatique pédagogique spécialisée de l'Etat de Vaud) spécialiste de l'intégration des Médias et technologies dans l'enseignement spécialisé. Les éléments évalués par les deux experts étaient : la qualité technique de réalisation du jeu, l'ergonomie, l'accessibilité, la jouabilité, le graphisme, les contenus. La durée des entretiens a varié entre 30 et 50 minutes selon la disponibilité des experts.

Voici un récapitulatif des types de personnes interrogées pour l'enquête (le détail des dates et des interventions se trouve en annexe).

	<b>Questionnaires reçus</b>
Elèves, Questionnaire 1 et test du jeu	157
Elèves, Questionnaire 2	136
Enseignant.e.s, test du jeu et questionnaire	13
Animateurs-trices/moniteurs-trices centre loisirs -Test du jeu et questionnaires -1 entretien	11
Jeunes centres de loisirs, Test du jeu et questionnaire	52
	<b>Entretiens réalisés</b>
Experts individuels, entretiens	2 : -E. Fisler, responsable Cellcips -O.Reutenauer, manager Digital Kindgom (entreprise serious game)
Groupes de discussion	4 : -enseignant.e.s et éducateurs-trices, Pédagogie spécialisée, Pré-de-Vert -2 équipes PSPS -association d'enseignant.e.s intéressé.es par les Mitic : Carambars'Tic (personnes ressources médias et TIC)

## RECRUTEMENT DES PARTICIPANT.E.S

L'accès aux écoles s'est avéré particulièrement difficile. Nous avons lancé une première série de mails à des infirmiers scolaires, mais sans succès. Les classes et les enseignants recrutés l'ont été souvent après un parcours assez complexe de renvois de mails, par exemple contact avec un infirmier scolaire, qui nous renvoie à un doyen, qui retransmet le message à d'autres collègues etc. Souvent le recrutement a été possible dans les établissements grâce à l'intermédiaire d'un.e enseignant.e qui a transmis la demande à d'autres collègues. En effet, il est difficile de contraindre un.e enseignant.e à accepter une activité de recherche dans sa classe dont il/elles ne voit pas le lien avec ses activités scolaires. Le passage par des messages aux directions n'aurait sans doute pas facilité la chose.

Le fait que le passage en classe était suivi d'un questionnaire à faire passer quelques semaines après aux mêmes élèves a compliqué également les choses. En effet, certains enseignant.e.s ne se voyaient pas faire passer un questionnaire à leurs élèves sur un sujet qu'ils ne connaissaient pas (la prévention du tabac), nous avons donc dû aller dans deux classes pour faire passer le second questionnaire.

Les enseignant.e.s de l'établissement du Nord vaudois ont été recruté.e.s via le contact avec un membre de l'équipes PSPS, qui a organisé le passage des chercheurs dans les différentes classes, il s'est également occupé par la suite de distribuer les seconds questionnaires à ses collègues et de nous les renvoyer. Pour les établissements DGEO, il a fallu souvent entre 4 et 6 semaines pour organiser un test en classe, avec de nombreuses relances. Sans l'aide de certaines personnes sur place, l'organisation de ces tests n'aurait pas été possible. En effet, certains enseignant.e.s (doyens, équipes PSPS) ont fait le relai pour trouver et motiver des collègues à participer à l'enquête avec leur classe. Pour la classe de Renens, nous sommes passés par un enseignant que nous connaissions. Nous avons ainsi pu constater qu'il est difficile pour les enseignant.e.s d'ouvrir leur classes à des personnes externes, si aucun lien de confiance n'était préétabli.

Les établissements en éducation spécialisée qui ont répondu à nos demandes sont ceux avec lesquels nous avons déjà organisé des activités avec les enseignant.e.e ou avec les élèves dans les années précédentes. Dans l'établissement du Châtelard, c'est grâce à un doyen qui a organisé la présence des élèves de plusieurs classes lors d'une même matinée et l'accompagnement par des enseignant.e.s que les tests ont pu être possibles. Dans l'établissement spécialisé de Pré-de Vert, c'est la responsable pédagogique qui nous a donné accès à sa classe et organisé le rassemblement de deux classes pour permettre un test commun avec suffisamment d'élèves pour qu'une discussion puisse avoir lieu. Ces personnes ont également organisé l'aspect technique : réservation de salles ou de beamers (pour la projection du film à la fin du jeu, qui n'était pas encore implémenté dans le jeu).

Par ailleurs dans de nombreuses classes en Suisse romande il y a encore peu d'équipements techniques, les beamers ne sont pas la norme, et il a fallu parfois changer de salle pour y accéder. En éducation spécialisée, les classes sont peu nombreuses et il a fallu rassembler plusieurs classes pour organiser une discussion après le jeu.

Ce type d'accès aux établissements scolaires n'est évidemment pas idéal et peut générer des biais, mais cela reflète bien les difficultés d'accès aux établissements scolaires pour des activités de recherche. Ces activités sont souvent perçues par les enseignant.e.s comme se rajoutant au programme scolaire et n'ayant pas d'intérêt direct pour les élèves. Sans relation de confiance avec un ou des membres de l'établissement, il est difficile d'y avoir accès et ceci d'autant plus dans l'enseignement spécialisé, où les enseignant.e.s et éducatrices-teurs veillent tout particulièrement à ce que leur élèves ne soient pas instrumentalisés.e.s au motif de recherche scientifique.

Concernant les centres de loisirs, une liste de centres qui s'étaient annoncés en 2018 comme intéressés par le test d'une activité de prévention tabac avec jeu vidéo nous a été transmise par V. Prince (Promotion santé Vaud), mais il s'est avéré qu'aucun de ces centres n'a par la suite répondu à nos demandes. Hormis celui où a eu lieu le prétest (Ecublens) en juillet 2018. Suite à une nouvelle recherche de centres, 4 centres de loisirs de la région lausannoise ont répondu positivement : Bourdonnette (Lausanne), Chavannes, Prilly Carrefour-Sud, Prilly centre (afterschool). Nous étions particulièrement intéressés à proposer le test de SplashPub dans des centres de quartiers populaires, où le nombre de jeunes fumeurs-fumeuses est souvent plus élevé.

Certains centres n'ont pas répondu ou seulement après la fin de l'étude, pour d'autres leurs disponibilités ne correspondaient pas à notre calendrier (ils avaient déjà trop d'activités prévues à ces périodes). Le contact avec les centres s'est avéré difficile au premier abord, car la plupart n'ont pas de réel secrétariat, et le mail ne constitue pas un moyen de communication utilisé quotidiennement. En effet, la plupart des éducatrices et éducateurs travaillent sur le terrain et non dans des bureaux et la plupart du personnel des centres est à temps partiel. Cependant une fois le contact établi directement (et par téléphone) avec les éducateurs-trices l'accès et les échanges se sont avérés nettement plus aisés. Mais il fallait parfois 2 à 3 semaines avant d'obtenir les noms et contact des éducatrices et éducateurs qui pourraient être intéressés.e.s. Même si les animateurs-trices étaient peu disponibles pour des réunions de groupe (horaires très différents entre les membres des équipes), nous avons cependant pu échanger avec elles/eus lors des séances de tests, après ces séances, et lors d'un entretien individuel avec une éducatrice (Chavannes).

Le nombre de jeunes qui ont testé le jeu SplashPub dans les centres de loisirs est nettement inférieur au nombre d'élèves des classes. En effet, il était difficilement possible de prévoir combien de jeunes allaient participer à l'activité dans les centres de loisirs, vu que les jeunes pouvaient choisir si ils souhaitaient y participer et qu'il était difficile de prévoir le nombre de jeunes qui seraient présents. Les jeunes fréquentent ces centres dans le cadre de leurs loisirs (soirs-week-ends, après-midi de congé, pause de midi). Seuls les afterschool (pause de midi) ont un nombre à peu près fixe de participant.e.s, car les parents inscrivent leurs enfants sur l'année. Dans certains centres presque tous les jeunes présents ont participé au test du jeu (Chavannes, Prilly-Centre, Prilly carrefour-Sud), dans d'autres seulement une petite partie (Bourdonnette, Ecublens). Dans les centres de loisirs les plus jeunes (11-13 ans) étaient davantage intéressés à participer que les plus âgés.

## CARACTERISTIQUES DES JEUNES AYANT PARTICIPE A L'ENQUETE

### ELEVES

Les classes choisies se situent dans des régions différentes (nord vaudois pour 3 classes), environs de Lausanne pour 3 autres classes. Pour les classes du spécialisé : deux classes de la Côte (établissement sous contrat de prestations avec le SPJ) et trois groupes d'élèves d'un établissement lausannois. Dans cet échantillon, nous avons également cherché à représenter les différentes voies scolaires (VG, VP et enseignement spécialisé), mais il n'a pas été possible d'intégrer autant d'élèves du spécialisé que nous le souhaitions, l'organisation des tests était plus complexe et demandait des regroupements de classes (nb total : 157 élèves) :

42 % sont en Voie Générale (VG) : 66 élèves (48 La Sarraz, 18 Ecublens)

39% sont en Voie Prégymnasiale (VP) : 61 élèves (22 La Sarraz, 20 Ecublens, 19 collège du Léman à Renens)

19 % sont en Pédagogie spécialisée : 30 élèves (18 Châtelard, 12 Pré-de-Vert)  
ces deux établissements sont rattachés au service de protection de la jeunesse.

Du point de vue de la représentation des sexes, notre échantillon est équilibré avec 49% de filles et 51% de garçons (N=156).

Voici les âges des élèves ayant répondu au premier questionnaire (N= 157) :

4 % avaient 16 ans et plus,  
14% 15 ans,  
28,5% 14 ans,  
39 % 13 ans,  
10% 12 ans,  
4,5% 11 ans et moins.

Plus des 2/3 des élèves interrogé.e.s ont de 13 à 14 ans (67,5 %), ce qui correspond aux âges des élèves de 9 et 10 ème années Harmos (secondaire 1). La proportion des 15 ans et plus (18 %) correspond aux élèves de la seule classe de 11<sup>ème</sup> qui a été intégrée dans l'échantillon. Notre public-cible était les élèves de 9-10 ème Harmos, notre échantillon correspond donc majoritairement à ce public-cible. Quelques élèves plus jeunes de 12 ans et moins faisaient partie des classes de l'enseignement spécialisé.

Lors du passage du second test, nous avons vérifié à nouveau la composition du groupe, pour voir si elle était identique à celui de premier questionnaire (car un certain nombre de questionnaire n'avaient pas été renvoyés). En effet, le nombre de répondant.e.s au second questionnaire était de 136 soit, 21 de moins que pour le premier questionnaire (157 retours). Les non-retours de questionnaires sont dûs aux absences des élèves lors du second questionnaire (dont 9 non-retours en pédagogie spécialisée), ce qui change un peu la proportion entre les différentes voies scolaires (+ 1% VG, + 3% VP, -4% Autre (PS)). Malgré la perte de 21 réponses (de 157 répondant.e.s à 136), les âges correspondent en majorité aux 9H et 10 harmos (73 % entre 13 et 14 ans). La proportion garçons-filles reste identique (49 % de filles, 51 % de garçons). Le % de jeunes indiquant être fumeurs a quant à lui légèrement diminué dans le second échantillon (N= 133) : Non fumeurs (88%, pour 86 % dans le premier échantillon), fumeurs

occasionnels : 7 % (identique au premier questionnaire 1), fumeurs réguliers 5 % (questionnaire 1 : 7%).

Concernant le nombre de jeunes qui se disent fumeurs, il est difficile de vérifier la véracité de leurs affirmations, certains pouvant avoir eu peur de se déclarer fumeurs sur un questionnaire passé en classe (même si le questionnaire était anonyme), un certain nombre de réponses peuvent aussi avoir été biaisées dans l'autre sens, à savoir, les jeunes peuvent répondre par vantardise ou provocation qu'ils sont fumeurs, alors que ce n'est pas le cas.

## JEUNES DES CENTRES DE LOISIRS

Dans les centres de loisirs, les tranches d'âges varient selon les périodes : durant l'accueil parascolaire de midi, il s'agit de jeunes entre 10 et 14 ans, mais les week-ends et lors des autres moments d'ouverture des centres, notamment en soirée, ou durant les vacances scolaires, des jeunes plus âgés fréquentent les centres. Le tableau suivant montre la répartition des âges de notre échantillon, qui va de moins de 11 ans (10 ans) à plus de 18 ans. Pour rappel, l'échantillon de jeunes dans les centres de loisirs est bien inférieur à celui du nombre de jeunes ayant répondu aux questionnaire 1 et joué au jeu dans le contexte scolaire, ce qui rend la comparaison des deux groupes difficile.

Ages	Secondaire 1 (N=157)	Centres de loisirs (N= 52)
16 ans et plus	4%	25%
15	14%	13,5 %
14	28,5%	21,5%
13	39%	9,6%
12	10%	11,5%
11 et moins	4,5 %	19%

### Répartition des sexes :

Dans les centres de loisirs 42% de filles et 58 % de garçons ont participé à notre enquête (N= 52). On constate une proportion plus élevée (+16%) de garçons dans les centres de loisirs que dans les classes. C'est surtout le cas pour les ouvertures des centres le soir et le week-end. Ceci confirme en partie les remarques de certains animateurs-trices mentionnant que les filles sont moins présentes dans les centres de loisirs que les garçons. Certains nous ont également expliqué faire des efforts pour faciliter la venue des filles, notamment en travaillant sur le respect mutuel entre les jeunes.

## MODALITES DES TESTS REALISES

### EN MILIEU SCOLAIRE

#### Test du jeu avec les élèves

En milieu scolaire les élèves commencent par répondre à un questionnaire écrit (5-10 min), puis jouent au jeu (5-10 min). Ce premier questionnaire était anonyme comportait des questions sur leur appréciation des jeux vidéo en général et leur perception de la publicité, leur compréhension des stratégies publicitaires des fabricants de tabac et leur rapport au tabac (consommation, entourage). Puis suivait une phase de jeu d'environ 10 minutes. Le jeu se joue en solo (un seul joueur, pas de mode collaboratif), mais pour des raisons de matériel (nous n'avions que 10 tablettes), les élèves ont joué à deux, en alternant les temps de jeu entre les deux joueurs-joueuses. Ceci a également permis à celles/ceux qui ne souhaitaient pas jouer de tout de même observer une partie.

Les élèves ayant terminé le jeu répondaient par écrit à une dernière question du questionnaire sur leur perception du jeu (Qu'as-tu pensé du jeu SplashPub ?). Ils pouvaient faire des remarques aussi bien sur les aspects techniques, graphiques, que sur les contenus.

Puis une discussion de groupe est menée avec l'ensemble de la classe (20-30 min). Les questions posées aux élèves visaient d'une part à lancer une discussion sur le sujet de la publicité et du tabac, mais aussi à vérifier la compréhension du jeu par les élèves et à les faire réfléchir sur le sens de certains éléments qui n'étaient pas explicités dans le jeu vidéo. Un des objectifs de cette discussion était d'aller plus loin que la simple compréhension de l'omniprésence des publicités, en discutant leur placement stratégique : au sol, pour ceux qui attendent devant la caisse et consultent leur smartphone, et surtout les placements de publicités visant spécifiquement les enfants notamment celles à faible hauteur et parfois mélangées aux bonbons et chocolats du comptoir. Leur aspect : couleurs attrayantes, images de bande dessinées, représentations de jeunes « cool ». Le jeu était ainsi toujours associé à une séance de discussion d'environ 20-30 minutes, parfois plus. L'ensemble de la séquence était prévu pour durer un maximum de 45 minutes, sauf une exception, où elle s'est prolongée sur 1h30 (établissement spécialisé), du fait de l'intérêt particulièrement fort des élèves et de leur participation très active à la discussion.

Après quatre à six semaines, un second questionnaire était envoyé aux élèves, pour vérifier si ils avaient gardé en mémoire des éléments du jeu et de la discussion et modifié leur compréhension des stratégies marketing des industries du tabac. Ce sont les enseignant.e.s qui ont fait passer ce questionnaire (sauf pour 2 classes où c'est la chercheuse qui est venue faire passer le second questionnaire, l'enseignante ne se voyait pas faire passer ce type de questionnaire seule dans sa classe). L'objectif de ce second questionnaire était de vérifier ce que les élèves avaient retenu du jeu et de la discussion menée après le jeu. L'objectif était également de voir si leur compréhension des stratégies publicitaires de l'industrie du tabac avait changé depuis le premier questionnaire. Dans tous les cas, une période de vacances avait eu lieu entre les deux questionnaires.

Voici le canevas de questions proposées aux élèves lors de la discussion (bien entendu, les élèves pouvaient également poser leurs propres questions) :

- D'après-vous est-ce que le nombre de publicités pour le tabac (dans le jeu) était réaliste (26) ? Par rapport à un vrai kiosque ?
- Quelles sont les publicités que vous avez remarquées ? Où se situaient-elles dans le kiosque ?
- Comment étaient-elles (apparence) ?
- Pourquoi d'après-vous pourquoi y a-t-il des publicités par terre (grand autocollant à l'entrée, papier par terre ?)
- Pourquoi y a-t-il des publicités à 50 cm du sol ? Quel est le public visé ?
- Avez-vous remarqué les publicités sur le comptoir et la devanture du comptoir ?
- Pourquoi à votre avis sont-elles placées à ces endroits ? (lieu de passage de tous les clients, visible par les enfants, et par ceux qui achètent de chocolats, bonbons, chewing-gums etc.).
- Pourquoi à votre avis ces publicités visent-elles les enfants, alors qu'ils n'ont pas l'âge pour acheter des cigarettes ? (pour banaliser la cigarette, au même titre que les sucreries et chewing-gums et qu'on l'associe de manière inconsciente à ces produits « agréables » et cela dès le plus jeune âge).
- Avec quels produits sont-elles présentées ?
- Quelle est l'apparence de ces publicités (couleurs ? style ? personnes représentées sur les pubs)
- Quelles impressions donnent ces images /couleurs (style, fun, produits attractifs, à la mode, personnages cools, sympathiques beaux, jeunes..)
- Quelles publicités avez-vous trouvées à l'extérieur du kiosque (poubelle avec logo et papier de paquet de cigarette au sol).
- Avez-vous déjà reçu des cadeaux publicitaires ? Des objets avec des logos ou couleurs de marques ? Si oui, quels étaient ces objets ? (casquettes, lunettes de soleil, tee-shirts, cendrier portables etc.), où les avez-vous reçus ? (festivals de musique, fêtes, bars, etc. )
- Saviez-vous que c'était une manière de faire de la publicité ?
- Y a-t- il d'autres lieux dans lesquels vous avez remarqué des publicités pour le tabac ?  
(bars, cafés, centres commerciaux, émissions TV, films, youtube, festivals, événements sportifs, etc.)

## Rencontres avec les groupes d'enseignant.es

Toutes les réunions de groupe ont eu lieu dans les établissements scolaires dans lesquels ces groupes se réunissent habituellement. Les groupes n'ont pas été constitués spécifiquement pour l'enquête, ils préexistaient. En ce sens, ce ne sont pas des « Focus groups » constitués artificiellement pour les besoins d'une enquête, mais des groupes réels, qui ont l'habitude de travailler et de fonctionner ensemble. Il était en effet important pour nous de se rapprocher le plus possible de la réalité du monde scolaire et du fonctionnement en établissement. Tous les membres des groupes interrogés ont pu tester le jeu SplashPub dans sa version sur tablette. Quatre groupes de discussion ont été menés. La durée des réunions a varié de 45 minutes à 60 minutes.

Les enseignant.e.s. qui ont eu l'activité en classe ont reçu un questionnaire en ligne après l'activité (nous avons reçu 3 questionnaires en retour, ce qui s'explique sans doute par le fait que certains enseignants ne se sont pas du tout impliqués dans la séquence, voire n'ont même pas souhaité tester le jeu). Les enseignant.e.s du groupe Carambar'sTic ont complété le questionnaire juste après l'avoir testé (10 réponses).

La rencontre avec les enseignant.e.s du groupe Carambar's Tic ne s'est pas passée comme prévu, du fait de l'arrivée échelonnée (et tardive) des différents membres du groupe (10 personnes ce jour-là). Nous avons débuté la séance par le test du jeu en individuel, suivi d'un questionnaire par écrit. Puis d'une présentation de documentation sur la prévention tabac à destination des jeunes (fiches e-media<sup>5</sup> sur la publicité et le tabac) et d'une discussion de groupe sur le jeu SplashPub et son intégration possible en classe. La discussion de groupe a été reportée en fin de séance, afin d'attendre que tous les retardataires arrivent. Elle a duré ensuite environ 20 minutes et avait pour but de sonder l'acceptabilité pour ces enseignant.e.s d'un jeu vidéo et d'une thématique en lien avec l'éducation aux médias et la prévention du tabagisme. Ces enseignant.e.s (9 femmes et un homme) sont spécialisé.e.s dans l'intégration des Mitic (Médias, images et technologies de l'information et de la communication) en classe (pour certaines dans le spécialisé et pour d'autres dans des établissements DGEO). La rencontre a eu lieu dans un établissement d'enseignement spécialisé du Nord vaudois.

### Canevas de questions utilisé lors des discussions de groupes (enseignant.es et PSPS) :

-Avez-vous déjà utilisé des jeux vidéo en classe ? Si oui, dans quel contexte ?

-Seriez-vous intéressé à intégrer un serious game de prévention tabac (du type SplashPub) dans votre établissement ? ou dans votre classe ?

-Avec quelles modalités ? Quels seraient vos besoins pour une intégration de cet outil ?

-Voyez-vous des freins à cette intégration d'un jeu vidéo de prévention tabac en classe ? (contenu, forme, matériel, réception par les enseignants de l'établissement ? etc.)

-Comment pensez-vous que l'on pourrait surmonter ces difficultés ?

-Pensez-vous pouvoir intégrer la question de la prévention du tabagisme, via SplashPub dans votre enseignement /votre établissement ?

---

<sup>5</sup> <https://www.e-media.ch/events/Manipub-le-tabac-mis-en-scene>

-Si vous ne voyez pas une intégration possible dans les cours, pensez-vous que cette activité soit intégrable dans un autre contexte de l'école (semaine spéciale, journée de prévention, pause de midi etc.)

-Pensez-vous pouvoir animer cette activité sans aide ? Si non, de quel type d'aide auriez-vous besoin (formation, fiches de questions, infos, documents, matériel, tablettes etc.)

-Quels liens avec des disciplines scolaires verriez-vous pour ce type d'activité sur le tabac ?

**Contexte :**

Les centres de loisir accueillent des jeunes d'âges très variables : de 10 ans à plus de 20 ans. On y rencontre aussi bien des écoliers (en afterschool) que des jeunes qui travaillent, en apprentissage, des jeunes déscolarisés, ou au post obligatoire ou écoles de transition. Dans certains centres les plus de 18 ans ne sont pas admis, dans d'autres ils peuvent venir à certaines conditions et sont même encouragés à avoir certaines activités. C'est le contexte dans lequel nous avons rencontré le plus de jeunes fumeurs quotidiens. Dans certains centres quasiment tous les jeunes de plus de 15 ans fument. On peut en déduire que ce public est particulièrement intéressant pour notre étude et pour la prévention du tabagisme. Dans tous les centres il est interdit de fumer à l'intérieur des locaux. Parfois les animateurs fument avec les jeunes devant les centres. Dans d'autres centres, fumer n'est pas toléré, même à l'extérieur du centre. Les discours des animateurs, ou personnel des centres sur le tabac sont très différents selon les personnes, certains minimisent le problème (ce n'est pas si dangereux), d'autres ont des discours plus attentifs (même si ils fument, cherchent à ne pas donner l'exemple).

Aucune précision n'a été donnée aux animateurs-trices sur ce qui était attendu du rôle des animateurs-trices durant l'activité, car nous souhaitions voir quelles serait leur implication spontanée. Dans les questionnaires est d'ailleurs ressorti le désir d'être davantage impliqué.e.s dans la préparation ou le suivi des animations, voire d'être formé.e.s sur le sujet. Dans certains centres l'intérêt pour ce sujet était fort, dans d'autres moins. En général l'attitude était plus positive de la part des animateurs-trices qui pratiquent les jeux vidéo, ils se sont davantage impliqués, ont testé le jeu et discuté avec les jeunes et les chercheurs. Pour ceux qui ne pratiquent pas du tout les jeux vidéo et n'ont pas testé le jeu, il y a été plus difficile de s'impliquer dans l'activité (sauf lors de la discussion finale, lorsqu'elle a pu avoir lieu).

L'intégration d'activités de prévention organisées et explicites et formalisées est peu courant dans les centres de loisirs. Certains centres n'avaient jamais fait de prévention santé explicite, d'autres mettaient à disposition des flyers sur le tabac et d'autres domaines de la santé.

Les animateurs-trices avaient quasiment tous/toutes présupposé que ce sujet de la prévention tabac n'intéresserait pas les jeunes. Dans certains centres les jeunes avaient exprimé des opinions défavorables quant à la tenue de cette activité, mais au final ils/elles ont tout de même apprécié l'activité, notamment du fait qu'il s'agissait d'un jeu sur tablette ou en RV. La plupart des animatrices-teurs ont été surpris de l'attitude des jeunes et de leur implication dans l'activité.

**Déroulement des tests dans les centres :**

Un prétest a eu lieu dans les environs de Lausanne (Ecublens) durant les vacances d'été (juillet 2018), en fin d'après-midi. Les tablettes étaient à l'extérieur, sur des petites tables, ce qui permettait de jouer en échangeant avec les autres autour de la même table. Une chercheuse échangeait avec les jeunes qui répondaient à une première version du questionnaire, et testaient ensuite le jeu sur tablette. En extérieur se trouvait aussi une exposition de kakemonos sur le thème du tabac. Les jeunes étaient très peu intéressés par l'exposition. Le jeu en réalité virtuelle était installé à l'intérieur près de la cafétéria. Les jeunes répondaient d'abord au questionnaire, puis ils jouaient soit à la tablette soit avec le jeu en réalité virtuelle. Comme un seul joueur peut utiliser la RV à la fois, cela a généré passablement d'attente. D'autres jeunes observaient quand un jeune jouait à la RV, ils faisaient des remarques, donnaient des encouragements etc. L'activité a généré beaucoup d'intérêt, surtout la RV. Les jeunes ont appelé des amis via What's app pour venir tester le jeu. Les questionnaires (pour les jeunes et pour les animateurs), trop longs et trop complexes ont été révisés par la suite.

A Chavannes au centre de loisir CP 22, l'activité a eu lieu en intérieur, lors de l'ouverture habituelle le vendredi soir. Les tablettes étaient disposées sur une grande table au centre de la salle.

A Prilly, carrefour Sud, le test a eu lieu dans la cafétéria au premier étage, le dimanche après-midi. Les tablettes étaient posées sur une table ronde, à côté du bar, très peu de jeunes de l'âge visé étaient présents, la plupart avaient plus de 16 ans. A Prilly-centre, le jeu a été proposé sur la pause de midi (12h-13h45) en afterschool, de nombreux jeunes (dont de très jeunes dès 10 ans) étaient présents, presque tous ont voulu jouer et répondre au questionnaire. Les discussions après le jeu ont eu lieu en petits groupes, car les jeunes arrivaient à des moments différents. A la Bourdonnette (Lausanne) : le test a eu lieu en soirée, en intérieur dans le hall central (niveau -1), à côté de la cafétéria, les tablettes posées sur une table ronde. Un concours a été proposé, malgré cela le nombre de participant.es était relativement faible (une dizaine). Il y a des nombreuses autres salles dans le centre, il était donc plus difficile de faire venir jouer les jeunes qui sont dispersés dans tout le centre.

Quelques difficultés rencontrées dans certains centres : les jeunes ne sont pas tous présents au même moment (en dehors des afterschool), et il est parfois difficile de constituer un groupe pour mener une discussion. L'influence des plus âgés (plus de 17 ans) et des fumeurs réguliers qui refusent de jouer ou de participer aux activités, voire dénigrent les activités de prévention, jugées « pour les petits » peut avoir un effet démotivant sur les plus jeunes, qui renoncent alors à participer, pour faire « comme les grands ».

C'est pourquoi, pour favoriser la participation, nous avons dans certains centres organisé un concours autour du jeu, ce qui a généré une forte émulation. Mais la motivation s'est limitée aux scores (temps et points) et ne concernait pas ou peu le contenu des jeux et la discussion. Dans le second essai avec un concours, nous avons ajouté des questions sur les stratégies publicitaires, pour éviter que le concours ne favorise que les joueurs-euses les plus rapides ou les plus habiles. Mais malgré ces adaptations, cela a créé dans certains contextes des conflits entre jeunes. Organiser un concours peut créer une logique de compétition et focaliser l'intérêt non sur le contenu du jeu et de la discussion, mais uniquement sur les résultats du concours, ce qui génère de la frustration pour ceux qui ne gagnent pas et rend l'échange avec les jeunes plus difficile. C'est pourquoi nous n'avons pas continué à organiser de concours dans les autres centres.

Seul le premier questionnaire a été proposé aux centres de loisirs, car il était difficile de retrouver les jeunes (le questionnaire étant anonyme) un mois plus tard pour un second questionnaire (les jeunes présents ne sont pas toujours les mêmes).

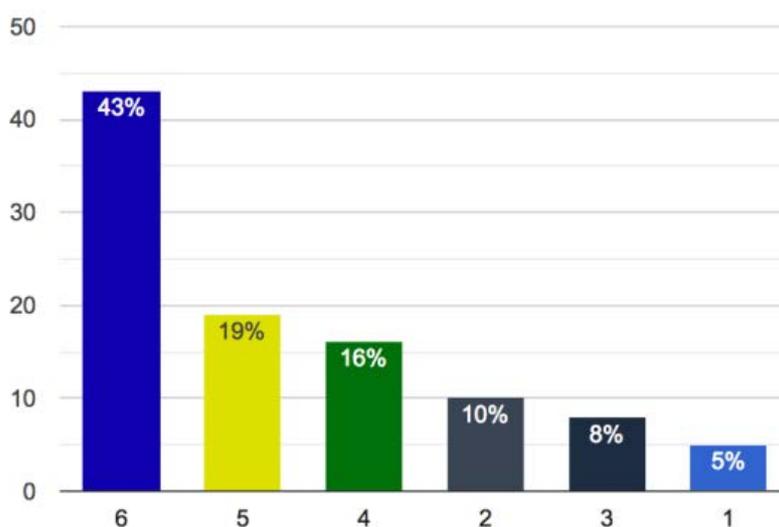
### III RESULTATS- CONTEXTE SCOLAIRE

premier questionnaire (élèves)

#### PERCEPTION DES JEUX VIDEO

Notre questionnaire intégrait une série de questions sur la perception des jeux vidéo par les jeunes. En effet, il nous semblait important de vérifier dans quelle proportion les jeunes de notre échantillon apprécient les jeux vidéo, et si ceux qui ne les apprécient pas ont tout de même pu apprendre quelque chose de l'activité proposée avec SplashPub.

#### 9. Aimes-tu les jeux vidéo ?



Dans tous nos questionnaires une échelle de 1 à 6 a été choisie, le 1 étant le minimum (réponses négatives) et le 6 les réponses maximum (positives). Les 3 et 4 sont considérés comme des réponses intermédiaires. Dans les graphiques, les éléments de cette échelle figurent sur l'axe des X (horizontal), les % de réponses ou le nombre brut de réponse figurent sur l'axe des Y (vertical). Le « N » indique le nombre de répondant.es *pour la question concernée* (comme nous avons utilisé des questionnaires papier, il était possible de ne pas répondre à toutes les questions).

Pour rendre plus lisible ces résultats, nous proposons en complément au graphique détaillé une présentation simplifiée en tableau qui rassemble les réponses données sur une échelle de 6, en les réduisant à une échelle de 3 (positif (+), intermédiaire (0), négatif (-)). Bien sûr cette présentation n'a pas la rigueur scientifique habituelle, mais elle permet de lire plus facilement certains résultats :

Avis positifs et très positifs, 5 et 6	62 %	+
Intermédiaires : 3 et 4	24 %	0
Avis négatifs et très négatifs : 1 et 2	15%	-

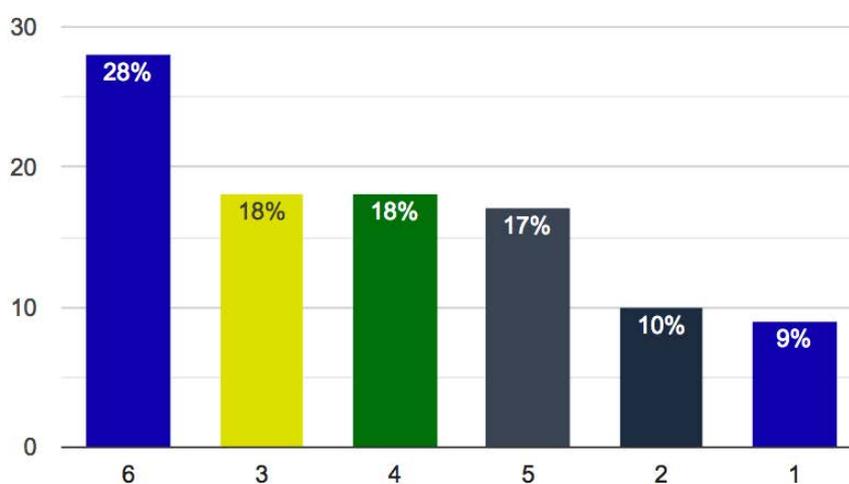
(N=153)

L'élément surprenant dans les réponses à la question « Aimes-tu les jeux vidéo ? », est qu'il y a tout de même dans notre échantillon 15 % des jeunes qui affirment ne pas aimer ou peu aimer les jeux vidéo en général, soit environ 3 élèves pour une classe de 20. Un quart des élèves exprime un avis intermédiaire sur les jeux vidéo (24 %). Le média jeux vidéo n'est donc pas unanimement plébiscité par les jeunes de la tranche d'âge visée et cela malgré les statistiques de l'enquête James 2018<sup>7</sup> sur les usages des médias par les jeunes en Suisse (qui indiquent que 70% des jeunes suisses de 12-19 ans jouent aux jeux vidéo, avec un pic pour les 12-13 ans à 81 %) <sup>8</sup>. Ce point à prendre en compte si l'on escompte générer un intérêt chez les élèves par l'usage d'un jeu vidéo. Il faudra encore vérifier quelle est la perception de SplashPub par ces différents types de jeunes (qui apprécient ou non les jeux vidéo). En effet, on ne peut pas conclure que d'un intérêt *a priori* pour les jeux vidéo, les jeunes porteront le même intérêt à SplashPub, qui ne ressemble guère à la plupart des jeux vidéo utilisés par les adolescent.es. On cherchera également à savoir si les élèves qui indiquent ne pas apprécier les jeux vidéo ont tout de même apprécié l'activité avec SplashPub ou si ce désintérêt s'est reporté sur la séquence de prévention avec SplashPub.

En effet, une vision générale positive des jeux vidéo chez les jeunes n'implique pas nécessairement qu'ils aient une attitude favorable par rapport à un jeu de vidéo de *prévention sur le tabac* dont la thématique et le style de jeu sont très différent de ceux des jeux vidéo joués par les jeunes. Actuellement les jeux préférés des jeunes suisses sont Fortnite, FIFA, GTA et Call of duty (enquête James, 2019, p. 61).

C'est ce que l'on souhaite vérifier au moyen des réponses à la question suivante.

#### 10. Aimerais-tu jouer à un jeu vidéo sur tablette à propos de la publicité pour le tabac ?



<sup>7</sup> <https://www.swisscom.ch/fr/about/entreprise/durabilite/objectifs-cr-et-resultats/james.html>, p. 59

<sup>8</sup> « ...il n'y a pratiquement aucune différence entre les régions géographiques, l'origine, le type d'établissement scolaire fréquenté et le domicile. Cependant, plus ils avancent en âge, moins les jeunes jouent, et, comme dans les enquêtes précédentes, celle-ci montre que les garçons jouent beaucoup plus que les filles. Les jeunes au statut socioéconomique (SSE) moyen ont tendance à jouer plus que ceux au statut économique inférieur ou supérieur. », Rapport James 2018, p.59, online :

<https://www.swisscom.ch/fr/about/entreprise/durabilite/objectifs-cr-et-resultats/james.html>

Réponse positive : 5 et 6 = 45 %

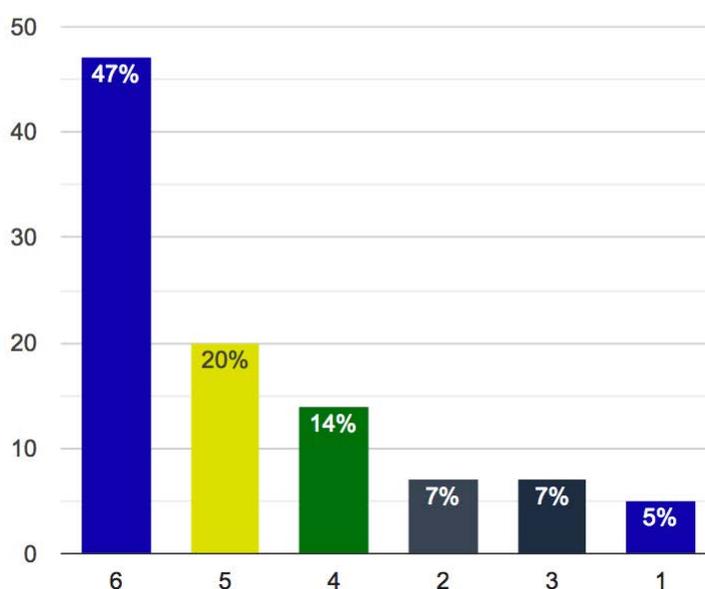
Intermédiaire : 3 et 4 = 36 %

Négative : 1 et 2 = 19 %

Cette question nous permet d'évaluer le % d'élèves qui sont motivé.e.s à tester le jeu SplashPub, sur le support proposé et compte tenu du sujet (prévention tabac). L'intérêt est de 17 % inférieur à celui du jeu vidéo en général. Les réponses intermédiaires ont également augmenté (de 24 à 36 %). Les réponses négatives également (de 15 à 19 %).

Mais la même question posée à propos d'un jeu vidéo de prévention du tabac en RV (réalité virtuelle, en immersion dans le jeu avec un casque) donne des résultats différents, ce qui nous fait penser que le support (tablette ou RV influe passablement sur les réponses) :

11. Aimerais-tu jouer à un jeu vidéo en 3D (avec casque de réalité virtuelle) à propos de la publicité sur le tabac ?



Réponses positives : 5 et 6 = 67 %

Intermédiaires : 3 et 4 = 21 %

Négative : 1 et 2 = 12 %

(N= 154)

Si nous comparons les réponses pour la tablette, le jeu en réalité virtuelle (RV) et le jeu en général :

Appréciation	Tablette	RV	Jeu vidéo en général (Question 9)
+	45 %	67 %	62%
0	36 %	21 %	24%
-	19 %	12 %	15%

Le taux de réponses positives est nettement plus élevé pour la RV (+ 22%), que pour la tablette et le jeu vidéo en général. Il y a également moins de réponses négatives pour la RV.

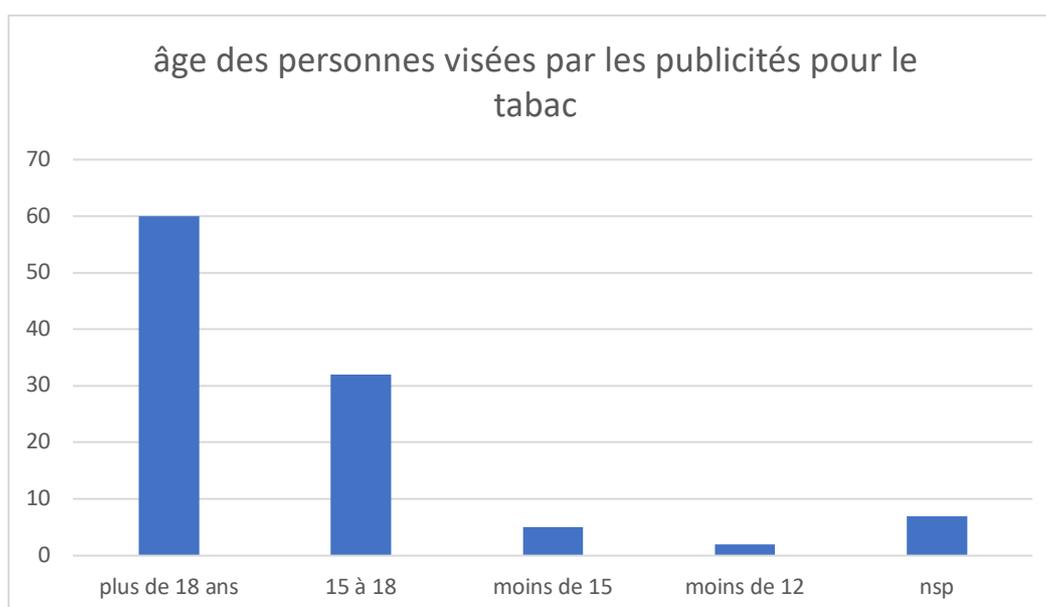
Il semblerait donc que la RV ait encore un fort attrait sur les jeunes de la tranche d'âge visée par notre enquête. En effet, même si quelques jeunes avaient déjà testé de la RV, les dispositifs performants sont encore peu répandus et coûteux, ce qui génère un intérêt pour tester cette technologie (intérêt qui est même plus élevé que celui pour les jeux vidéo en général : 67 % d'avis positifs contre 62 %).

En revanche les tablettes sont très répandues dans la population en Suisse romande, souvent plus grand public que les ordinateurs ou les consoles. Les jeux sur tablettes sont parfois associés à des jeux pour enfants (car les applications sur tablettes requièrent moins de carte graphique et de mémoire vive que les ordinateurs ou consoles, elles sont souvent des applications simplifiées par rapport à celles accessibles sur consoles ou ordinateurs).

## CONNAISSANCE DES STRATEGIES MARKETING

Ce thème renvoie à notre question de recherche n° 6 : « Q.6. Quels sont les impacts du jeu *Splash Pub* sur son public-cible (les 13-15 ans) en matière de *connaissances des stratégies marketing* de l'industrie du tabac ? ». Pour répondre à cette question, nous comparons les réponses aux questions du test n° 1 (avant le jeu) et du questionnaire n° 2 (qui a été distribué au moins un mois après le premier test). Nous cherchons notamment à savoir quelle est la connaissance préalable des jeunes en matière de publicité du tabac.

### Question n° 6. Les publicités pour les cigarettes s'adressent à des personnes de quel âge à ton avis ?



Remarque : **plusieurs réponses** étaient possibles (total de cases cochées : 216), (Répondants : N = 157)

Plus de 18 ans : 60 % des répondants

15-18 ans : 32 %

Moins de 15 ans : 5 %

Moins de 12 ans : 2%

Ne sais pas : 7 %

Très peu de jeunes (7 %) ont conscience que les pubs pour le tabac visent les enfants. Seulement 3 élèves savaient que les pubs visent aussi les moins de 12 ans et 8 ont identifié que les moins de 15 ans étaient également visés par la publicité. 32 % des répondant.e.s ont conscience que les adolescent.e.s sont visé.e.s par les publicités (les 15-18 ans). Mais la majorité pense que ce sont surtout les plus de 18 ans qui sont visés. 86 élèves sur 157, soit plus de la moitié n'identifient comme cible des publicités *que* les plus de 18 ans. Et 8 élèves seulement identifient les jeunes à partir de 15 ans comme étant des cibles des publicités.

Ce résultat s'avère déjà en soi très intéressant, il montre que dans notre échantillon, la connaissance des publics visés par les publicités pour le tabac est peu répandue, et que seul un tiers d'entre eux se rend compte qu'ils sont visés par ces publicités. Une large majorité pense que ces publicités visent les plus de 18 ans.

### Question 7

#### « D'après-toi comment les fabricants de cigarettes donnent-ils envie de fumer ? (N= 142)

Dans cette question ouverte, 63 jeunes sur 142 répondants (soit 44%) affirment ne pas savoir quelles sont les stratégies des cigarettiers pour donner envie de fumer (15 n'ont rien répondu). Ce pourcentage est élevé il revient à près de la moitié des élèves interrogés qui ne savent pas quelles sont les stratégies marketing des fabricants de cigarettes (alors que le thème de la publicité a été mentionné dans la question précédente).

Voici un classement des réponses des autres jeunes. Dans une même réponse plusieurs thèmes peuvent apparaître. Souvent les réponses contiennent deux ou trois éléments.

Thèmes	Nb de mentions	exemples
Publicité (explicitée clairement)	25	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Des pubs.</li> <li>-Grâce aux photos et aux publicités.</li> <li>-Avec les emballages.</li> <li>-Avec toutes les vidéos où nous pouvons trouver sur site internet les cigarettes.</li> <li>-Dans les films les acteurs fument.</li> <li>-En faisant des pubs qui donnent envie.</li> <li>-En voyant d'autres personnes, par rapport aux célébrités et aux pubs.</li> <li>-Ils donnent envie de fumer en montrant la satisfaction d'un consommateur.</li> <li>-Font parfois un beau packaging.</li> <li>-La marque.</li> <li>-Une super publicité et un bel emballage.</li> <li>-Montrer des gens heureux en train de fumer</li> </ul>
Nicotine, produits addictifs	18	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Addictif, avec des produits chimiques ?</li> </ul>

		-Avec la nicotine qui rend accro. -En mettant des ajouts qui rendent addictifs les personnes. -Ils mettent quelque chose qui rend les fumeurs accro. -Je ne sais pas du tout ce que c'est.
Goût, odeur, des cigarettes	7	-En inventant différents goûts.
Expression de manipulation ou de mensonge	7	-En disant que c'est bon pour la santé. Car on dit que ça déstresse et ça te rends joyeux, <i>mais non</i> . - <i>En faisant croire</i> que c'est classe. - <i>Sont fourbes</i> et incitent les jeunes assez fragiles mentalement à fumer. -Ils font des <i>publicités mensongères</i> etc. -Ils <i>montrent pas</i> le mauvais côté de la cigarette.
L'effet de la cigarette : déstressant, relaxant	7	-Mais pour d'autres personnes, c'est juste pour calmer des crises d'anxiété. Car d'après plein de gens ce serait un moyen d'"oublier" et de déstresser. -Les cigarettes peuvent nous aider à se calmer. -Pour les gens qui ne se sentent pas bien dans leur peau en leur disant que ça les détend.
Style donné par les fumeurs, attitude	7	-Cela donne un style. -Ils sont devenus fumeurs juste pour se faire un genre. Ils donnent l'impression que c'est cool. -Ils mettent au point l'attitude et la popularité
Baisses de prix, actions	3	-Ils font des offres ou font moins cher. -Les cigarettiers vendent des packs de plusieurs boîtes et pour pas super cher.
Plaisir de faire de la fumée	2	-Peut-être l'envie de cracher de la fumée.
En proposant des nouveautés	2	-Ils inventent de nouveaux trucs, nouvelle cigarette électronique.

On trouve 25 jeunes mentionnant la publicité de façon non-négative (sur 79 réponses autres que « je ne sais pas »). Soit seulement 32 % de ceux qui ont répondu savoir quelque chose ou seulement 17 % des répondants (N= 142). (15 jeunes n'ont rien répondu à cette question).

On ne dénote que 7 occurrences de la mention explicite de *manipulations* ou mensonges.

Aucune mention de la publicité ne précise qu'elle vise les enfants. Seules trois mentions des jeunes comme cibles apparaissent : « les jeunes adultes ont envie d'essayer », et « incitent les jeunes assez fragiles mentalement.. », « en faisant de la publicité et en vendant aux jeunes ».

Une seule mention des publicités dans les kiosques apparaît.

Le second élément mentionné concerne la composition des cigarettes et les addictions qu'elle génère (18 occurrences). 15 mentions dénie le fait que ce soient les cigarettiers qui donnent envie de fumer. En effet, certains jeunes répondent que ce ne sont pas les fabricants qui donnent envie de fumer, mais les personnes de leur entourage, ou la réaction à des interdictions :

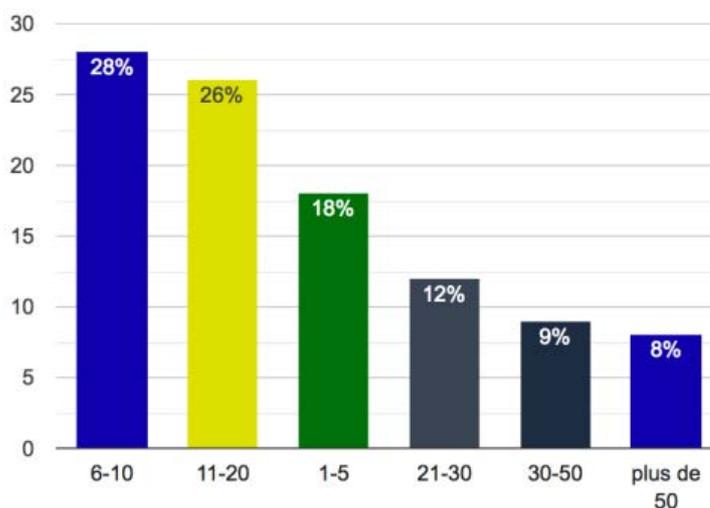
Par imitation d'autres personnes	8	-En voyant d'autres personnes. -Et je pense que c'est plutôt l'environnement de la personne qui pousse à fumer, son entourage. -Je pense que c'est plutôt prendre exemple sur quelqu'un, par exemple notre meilleur ami, ou la famille.
----------------------------------	---	---

Effet incitatif de l'interdiction. Effet inversé de la prévention, volonté de transgression	7	<p>-C'est pas les fabricants qui donnent envie, c'est plus le fait que ce soit interdit qui est important pour certaines personnes, mais pour d'autres personnes, c'est juste pour calmer des crises d'anxiété.</p> <p>-Car c'est interdit.</p> <p>-En leur disant que fumer tue.</p> <p>-Ils disent que fumer tue et bizarrement tout le monde a envie.</p> <p>-Ils interdisent de fumer et tout ce qui est interdit attire toujours plus d'attention.</p> <p>-Le fait que les cigarettes soient illégales pour les mineurs donne envie d'être un hors-la-loi.</p>
---	---	---

2 répondants mentionnent que les fabricants de cigarettes ne donnent pas du tout envie de fumer.

### Q.13 Combien de publicités pour le tabac trouve-t-on en moyenne dans un kiosque en suisse à ton avis ?

13. Combien de publicités pour le tabac trouve-t-on en moyenne dans un kiosque en Suisse à ton avis ?  
Choisis une réponse



Remarque : 72 % des élèves sous-estiment le nb de publicités (de 1-20 pubs) dans les kiosques (alors qu'il y en a dans la réalité, pour un kiosque de cette taille on a observé en Suisse romande jusqu'à 27 publicités).

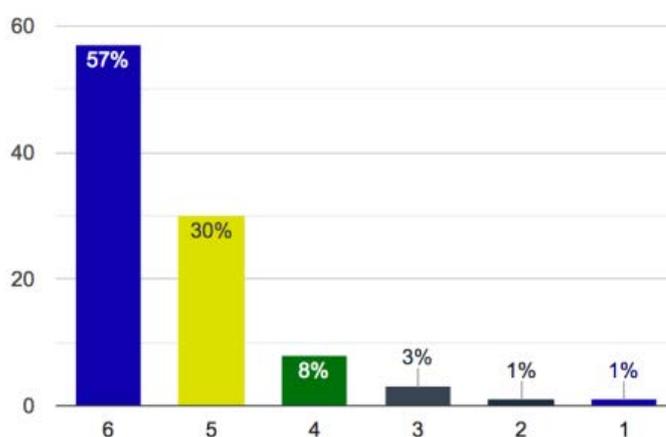
On remarque d'ailleurs que c'est un des points qui sera le plus relevé par les jeunes dans ce qu'ils affirment avoir appris du jeu : le caractère massif de la publicité pour le tabac.

## RELATION AU TABAC

(N=154)

**Perception de la dangerosité du tabac**

12. Est-ce que le tabac est dangereux pour la santé selon toi ?

**Dangereux et très dangereux : 87 %**

Moyennement dangereux : 11%

Pas dangereux : 3 %

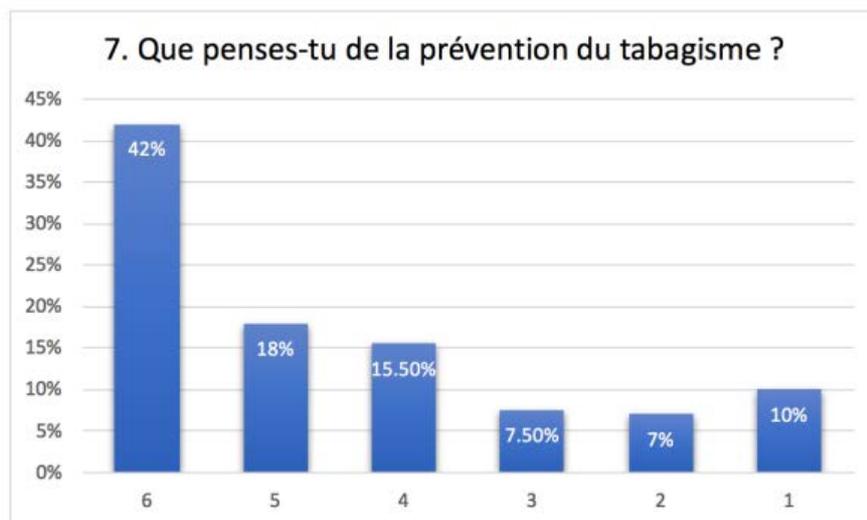
On constate que dans notre échantillon, plus des 4/5 des jeunes considèrent le tabac comme très dangereux ou dangereux. Ce qui nous confirme dans l'idée qu'une prévention informant sur la dangerosité du tabac n'est pas prioritaire avec ce type de jeunes qui sont déjà bien conscients de la dangerosité du tabac. Mais on peut se demander si il y a toutefois une différence entre jeunes fumeurs-fumeuses et non-fumeurs ?

## Jeunes fumeurs de notre échantillon

On constate que dans l'ensemble de l'échantillon des élèves (contexte scolaire), il y a 14 % de plus de filles qui affirment fumer de manière régulière. Mais dans notre échantillon le nombre de fumeurs-fumeuses reste faible (20 élèves sur 157). Il est difficile d'en conclure quelque chose. Le nombre de jeunes étant très faible. Il est d'ailleurs difficile de vérifier si ces jeunes fument réellement de manière régulière ou si il s'agit d'une provocation dans la réponse au questionnaire.

## PERCEPTION DE LA PREVENTION DU TABAGISME

Une de nos questions de recherche concernait l'impact de l'utilisation d'un jeu vidéo comme SplashPub sur la perception de la prévention du tabagisme par les jeunes. Un des objectifs de SplashPub étant qu'il permette d'améliorer la perception de la prévention auprès des jeunes, nous voulions vérifier si après avoir joué à SplashPub, les jeunes avaient une meilleure image de la prévention. Cette question présupposait que les jeunes aient au préalable une *mauvaise* image de la prévention.



(N = 147)

5 et 6 : positive et très positive : 60 %

3 et 4 : intermédiaire : 23 %

1 et 2 : négative et très négative : 17 %

Les résultats obtenus à cette question ainsi que les commentaires rédigés par les répondant.e.s ne montrent pas une image négative de la prévention. Bien au contraire, l'opinion exprimée est majoritairement positive (60 %), seule une minorité exprime une vision négative de la prévention (17%). Ce qui est surprenant et qui ne correspond pas aux réponses des adultes (enseignant.e.s et animateurs-trices de centres de loisirs) quand on leur demande, d'après eux-elles quelles est l'image de la prévention auprès des jeunes ? La plupart pensent que les jeunes ont une image très négative de la prévention. Les quelques remarques négatives des jeunes concernent l'inutilité de la prévention, considérée comme peu efficace.

On peut se demander si l'image de la prévention est aussi positive auprès des jeunes fumeurs. On peut donc comparer les réponses des groupes d'élèves fumeurs et non-fumeurs.

## APPRECIATIONS DU JEU SPLASHPUB

Ces appréciations du jeu SplashPub ont été recueillies après le test du jeu vidéo par les élèves mais *avant* la discussion en collectif (qui a eu après ce questionnaire).

Concernant les jeunes non-fumeurs, voici un résumé de leurs remarques (130 commentaires). La plupart des commentaires mentionnent à la fois des aspects positifs et négatifs. Les aspects négatifs sont essentiellement les problèmes techniques (maniabilité du jeu, temps à disposition). Il y a très peu

de commentaires entièrement négatifs (5 commentaires) ou qui considèrent le jeu comme inutile pour la prévention (2). Très peu de problèmes de compréhension sont mentionnés (3). Plus de la moitié des commentaires (71/131) mentionnent des difficultés techniques. Les aspects positifs concernent le thème du jeu, son graphisme et le fait de jouer en classe. Trois quarts des commentaires comportent des éléments positifs (103/131), mais il y a très peu d'avis entièrement positifs.

Voici des exemples de commentaires négatifs :

Manque d'intérêt du jeu	-J'ai trouvé ennuyeux. -Bof. -Le jeu n'est pas très bon.
Manque d'utilité du jeu pour la prévention	-Je n'ai pas aimé car je trouve que ça n'a pas aidé les jeunes à ne pas fumer, mais au contraire à les faire fumer. (..) les personnes qui y jouent ne font pas forcément attention au fait qu'il a été fait contre le tabagisme. Sinon c'est bien. -Je trouve qu'il n'est pas très utile contre le tabagisme.
Difficultés techniques	-Ca bugue un peu le joystick de droite, difficile de manier pour aller où on veut. -Il a beaucoup de sensibilité. -Au début on a du mal à cibler les pubs avec le joystick. -Je trouve que le hit box est trop petit et que le personnage est lent. -On perd beaucoup de temps pour peindre, on doit tout le temps s'approcher. -Publicité trop petite dure à attraper. -Il y a pas assez de temps pour tout trouver toutes les publicités pour le tabac. Plutôt 6 minutes que 5 minutes. -Le personnage marche pas assez vite.
Problèmes de compréhension	-Par rapport à la vidéo, il a dit que la pub nous fait croire qu'on est jeune, cool. Je n'ai pas vraiment compris car il y a que des images style avec un paquet de cigarette et non des personnes qui s'amusent. -Il y a juste des pubs que je n'ai pas très bien compris, par exemple la poubelle. On ne comprend pas tout de suite le jeu. -Le titre ne correspond pas à l'objectif. SplashPub n'a pas trop de rapport avec la cigarette.

Face à ces difficultés les élèves proposent de nombreuses idées de modifications :

#### **Maniement du jeu :**

- Il faudrait baisser la sensibilité du jeu.
- Il faudrait que ce soit plus simple pour repeindre les affiches et que l'on puisse le faire de plus loin. Joystick trop lent.
- Il faudrait que ça soit plus facile pour tirer que quand on appuie sur un tric ça tire.
- Que le joystick pour regarder autour de nous ne soit pas immobile.
- Le robot pourrait avancer plus lentement.

Concernant la maniabilité du jeu, certains aimeraient que le jeu soit plus réactif et plus rapide, d'autres le trouvent trop lent. C'est sans doute en lien avec leurs habitudes des jeux vidéo. Mais une critique récurrente concerne la difficulté à peindre les affiches si l'on n'est pas exactement et face et très proche.

#### **Difficulté**

Les avis sur le niveau de difficulté sont assez variables (certains le trouvent trop facile et d'autres difficile, d'autres adapté). Ces différences sans doute en partie de l'habitude des jeunes à jouer à ce type de jeu. Certains jeunes considèrent que « facile » est positif et d'autres non (selon leur habitude

des jeux vidéo). Les difficultés mentionnées sont essentiellement liées aux aspects techniques (maniabilité) et au manque de temps pour jouer :

- Il faudrait qu'il y ait des niveaux de plus en plus difficiles.
- C'est pas très compliqué du coup ça serait bien éventuellement si il y avait plusieurs niveaux.
- Le fait qu'il n'y ait qu'un seul niveau cela peut lasser les joueurs.
- C'est un jeu intéressant, mais je pense qu'après une partie, on s'en lasse.
- Un peu trop simple.
- Pas compliqué. C'est un jeu simple et on peut vite comprendre comment il se joue.
- La difficulté est bien, le temps aussi.

### **Éléments du jeu**

- Le titre devrait être plus ciblé sur les cigarettes.
- Rajouter plein de pancartes, des personnes avec les affiches.
- Une petite musique de fond pendant le jeu
- Je trouve dommage qu'il n'y ait pas de personnage qui voyage dans le kiosque pour faire plus vivant.
- Je pense que le robot devrait être remplacé par un enfant.
- Il faut juste mettre un casier qui te parle ou qu'on puisse aller plus loin dans la map et voir des gens, des voitures pour pouvoir les peindre.
- Il faudrait plus de map et des pinces différents qui peignent plus vite. Mais sont lourds donc ralentissent.

### **Aspects graphiques**

- Le menu est pas terrible (texture). Trop de pixel.
- Faire un kiosque plus réel.
- Le graphisme à améliorer. On pourrait l'améliorer : on pourrait nous voir.
- Les graphismes sont bien.
- J'aime bien le fait que ce soit en 3D. Mais sinon le principe est super.
- A part ça c'est très bien, le graphisme est bien fait en 3D.
- Un jeu tout en couleur, beau en soi.
- C'est bien représenté. La couleur violette est bien.
- Le jeu est réussi. Bien fait, assez réaliste.

Les exigences de jeunes en matière de graphisme sont visiblement très différentes, probablement selon leur habitude des jeux vidéo.

### **Message de prévention à la fin du jeu**

- La voix de la « personne » est pas très encourageante.
- Que la voix soit plus motivante.
- J'ai trouvé le jeu bien, mais je ne suis pas d'accord avec la voix à la fin. Car ma maman travaille chez Philip Morris et icos sur lequel il y avait une pub et une cigarette moins dangereuse et la compagnie Philip Morris va aider ses utilisateurs à arrêter.
- C'était génial. Ce qu'elle a dit, c'était intéressant.
- La vidéo explique bien.
- C'est pas mal et le petit message à la fin est très bien.

Le contenu du message semble en général apprécié, mais pas la tonalité de la voix. C'est probablement en lien aussi avec le fait que le message était peu audible dans un contexte bruyant.

Quelques commentaires mentionnent l'intérêt d'un jeu en classe :

- Mais pratique pour rendre le cours moins ennuyeux.

- En plus c'est la première fois que je peux jouer à l'école.

Quelques commentaires mentionnent le type de jeu proposé :

- Le même jeu avec casque VR serait parfait. Ce serait bien que le jeu soit en réalité virtuelle. Le style était orienté pour la RV

- J'aime bien jouer à ce genre de jeu où on doit chercher des choses dans des moindre recoins.

### Compréhension du but du jeu

Une dizaine de commentaires (17) concernent le but du jeu (préventif) et l'intérêt des jeunes pour ce sujet :

-Je trouve que ce jeu est une bonne manière de montrer qu'il y a beaucoup de publicité pour les cigarettes et donc pour montrer aux jeunes que fumer n'est pas bon pour la santé.

-C'est aussi bien pour montrer que si nos amis fument il n'est pas bien de se faire influencer.

-Le jeu avait l'air d'avoir raison sur la propagande du tabac.

-Ce jeu nous fait rendre compte du nombre de publicités présentes dans un seul kiosque. Je trouve que c'est bien de montrer le nombre de pubs qu'il y a grâce à un jeu.

-Je dirais que ce jeu est pour les enfants pour les responsabiliser.

-J'ai trouvé ça bien pour nous faire réaliser que à certains endroits, il y en a vraiment partout et qu'il faut pas se faire influencer.

-Je pense que ça reflète la réalité. Fumer tue et il faut que ça s'arrête. Ca ne sert à rien à part faire du mal aux poumons et à notre organisme.

-Ce jeu montre que les cigarettes ont pris beaucoup d'ampleur. C'est une mauvaise habitude. Je pensais qu'il est interdit de promouvoir des cigarettes ou de l'alcool, apparemment non.

Il est super pour nous faire remarquer qu'il y a beaucoup de publicité avec le tabac.

-Ce n'est pas un jeu que j'aime particulièrement. Mais le point positif, c'est qu'il nous fait prendre conscience qu'il y a vraiment beaucoup de publicité pour le tabac.

-C'est bien parce que ça permet de voir qu'il y a beaucoup de pub sur ça et ça peut nous influencer parce que les pubs sont bien faites.

-Je ne me rendais pas compte qu'il y avait autant de pubs. Merci !

-Il permet de faire retenir aux jeunes de ne pas se faire influencer par les pubs de tabac.

-J'ai trouvé amusant et intéressant et c'est là qu'on se rend compte du nombre. Moi je pensais qu'il y en avait pas beaucoup mais je me suis trompé. Le jeu est cool.

Plusieurs jeunes mentionnent ne pas apprécier les jeux vidéo, mais tout de même avoir trouvé de l'intérêt à SplashPub du fait de son contenu : « Style est bien, c'est dans l'actualité, c'est comme les jeux de maintenant, mais en tant que fille qui joue pas à ce genre de jeux, c'est difficile de se déplacer. Mais le jeu est très intéressant, car je pensais pas qu'il y avait autant de pubs dans un kiosque, elle passe très inaperçue. »

Mais y a-t il une différence d'appréciation du jeu entre les jeunes fumeurs-fumeuses et les non-fumeurs-fumeuses ? Quelles sont les appréciations de SplashPub par les jeunes fumeurs-fumeuses. Même si leur nombre est très faible, il était intéressant de vérifier comment ils avaient perçu le jeu et la discussion qui l'accompagne.

### Q.16 Qu'as-tu pensé du jeu SplashPub ?

	(10 commentaires)	Nb de jeunes
<b>Manque d'intérêt du jeu lui-même</b>	ennuyeux, je ne vois pas l'intérêt, facile, nom qui ne donne pas envie (pub pas intéressant. J'aime pas vraiment, je trouve ça nul.	5

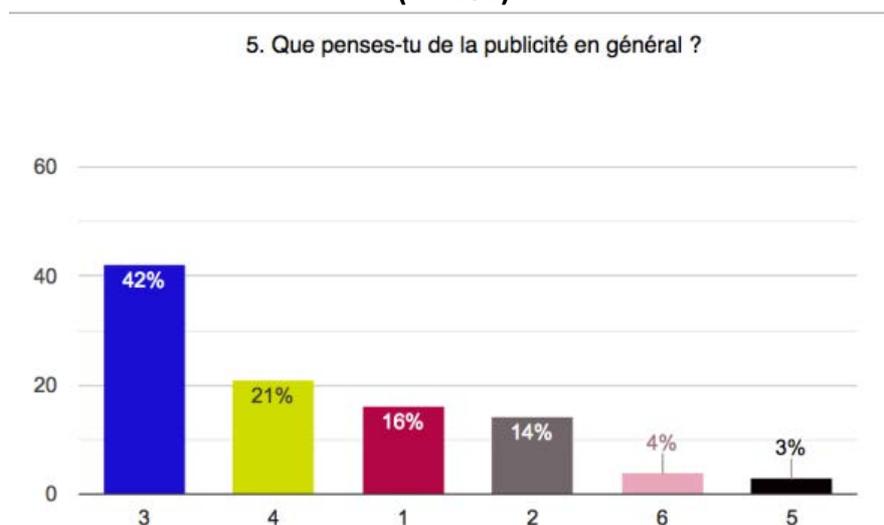
<b>Manque d'utilité du jeu pour la prévention</b>	ça ne sert à rien, je trouve pas qu'il y a une grande utilité car les publicités on les voit dehors et ça nous donne pas envie d'arrêter de fumer, ça influence encore plus de voir tout ça, je ne trouve pas très utile contre le tabagisme	<b>4</b>
<b>Difficultés techniques</b>	déplacement du personnage est mauvais, le personnage peut avancer un peu plus lentement, déplacement mauvais on n'arrive pas à tourner ni à gauche ni à droite, c'est lent, ça beug, un petit peu difficile	<b>6</b>
<b>Appréciation positive</b>	sympa, bien fait, style le jeu, je changerais rien !	<b>4</b>
<b>Suggestions de modifications</b>	Ça serait mieux de mettre plusieurs niveaux et plusieurs kiosques.	<b>2</b>

On constate dans les réponses à la question ouverte « Qu'as-tu pensé du jeu SplashPub ? », la plupart des commentaires des jeunes fumeurs-fumeuses sont négatifs (manque d'intérêt du jeu, inutilité de la prévention de ce type, critiques sur la maniabilité du jeu), mais certaines remarques sont tout de même positives (4 sur 10 commentaires). Il semblerait donc, que ces derniers aient moins apprécié le jeu que les autres jeunes. Mais le très petit nombre de jeunes « fumeurs » dans cette étude ne permet pas de conclure réellement à partir de ces résultats.

## SECOND QUESTIONNAIRE (ELEVES)

Ce second questionnaire a été proposé aux élèves quelques semaines après le test du jeu et la séance de discussion qui a suivi. Il visait à vérifier ce que les élèves avaient retenu du jeu et de la séance de discussion après un certain laps de temps. Nous avons également voulu voir si les avis des élèves avaient changé suite au jeu et à la discussion, notamment à propos de la publicité et de la prévention.

### Quest.5. Que penses-tu de la publicité en général ? (N= 131)



1 et 2 = 30 %  
3 et 4 = 63 %  
5 et 6 = 7 %

Publicité	Questionnaire 1 (N=155)	Questionnaire 2 (N=131)
Perception positive (5 et 6)	3%	7%
Perception intermédiaire (2 et 3)	59,5%	63 %
Perception négative (1et 2)	37,5 %	30 %

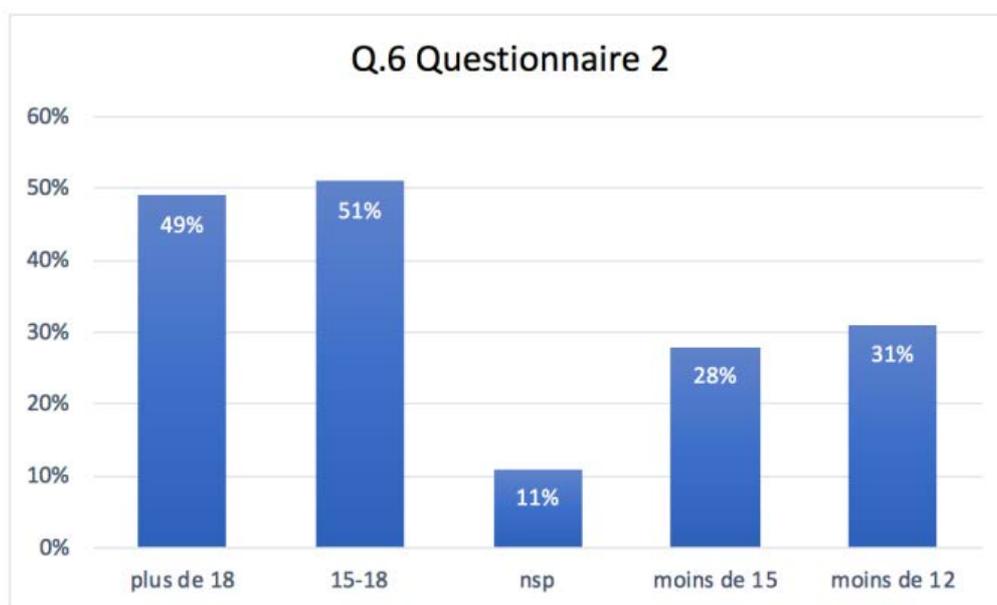
La perception de la publicité par les jeunes, telles qu'ils l'expriment dans ces deux questionnaires est passablement négative. Ceci est relativement surprenant, mais dans leurs usages des médias, (vidéo sur internet, télévision), la publicité est souvent un frein à l'accès (il faut attendre la fin de la pub pour voir le clip ou la vidéo qui les intéresse, les spectacles sportifs ou séries TV sont interrompus à de nombreuses reprises). C'est plus le mode d'apparition des publicités qui est décrié que leur contenu. Les aspects manipulateurs ne sont que peu mentionnés.

Ces réponses négatives ont aussi un impact sur l'interprétation d'une des questions suivantes, car en effet, lorsque l'on demande si la perception de la publicité pour le tabac a évolué après le jeu (Questionnaire 2, Q 11 : Est-ce que ta vision de la publicité pour le tabac a changé depuis que tu as joué à SplashPub ?), parmi ceux qui répondent « Non », on pourrait comprendre, que vu que leur vision de la publicité en général était déjà très négative, c'était également déjà valable pour la publicité en

lien avec le tabac. Mais on ne peut pas conclure que l'activité SplashPub a renforcé une image négative de la publicité en général.

### Quest 6. Les publicités pour les cigarettes s'adressent à des personnes de quel âge à ton avis ?

(N=135)



Si l'on compare ces réponses avec celles du questionnaire 1, on constate une nette diminution des âges estimés pour les personnes visées par la publicité pour le tabac :

Les catégories des moins de 15 ans et des moins de 12 ans qui n'étaient quasiment pas mentionnées (seulement par 7 % et 2% des répondant.e.s), le sont dans le second questionnaire par près d'un tiers des répondant.e.s. Il y a également quasiment 20 % de répondant.e.s supplémentaires qui mentionnent la catégorie des 15-18 ans. La mention de la catégorie des plus de 18 ans diminue. On peut donc dire que dans le second questionnaire, les répondant.e.s ont davantage mentionné que les publicités pour le tabac visent les jeunes et même les enfants (les moins de 12 ans).

Âges des personnes visées par la publicité pour le tabac	Questionnaire 1 (N=157)	Questionnaire 2 (N=135)
Plus de 18 ans	60 %	49%
15-18 ans	32%	51%
Moins de 15 ans	5%	28%
Moins de 12 ans	2%	31%
Ne sais pas	7%	11%

Comme il s'agissait d'un des contenus centraux de la discussion qui accompagne le jeu SplashPub, on peut penser que le fait d'avoir retenu cette information est un des effets positifs du jeu et de la séquence qui a suivi. Les seuls contenus inclus dans le jeu étant le nombre élevé de publicités, l'emplacement de ces publicités (sans explication), et les couleurs, le style des publicités. Tous les autres contenus liés aux âges des personnes visées par les publicités n'ont été présentés que dans la discussion qui a suivi le jeu.

**Quest.7. D'après-toi, comment les fabricant.e.s de cigarettes donnent-ils envie de fumer ?**

<b>Thèmes</b>	<b>Mentions Q2 N= 122</b>	<b>Exemples</b>
<b>Ne sait pas</b>	17	
<b>Publicité (explicitée clairement)</b>	60	-en nous harcelant avec les publicités cigarettes -en mettant les affiches partout -en mettant des pubs à côté des bonbons -en exposant le produit un peu partout -en mettant leurs pubs entre les bonbons. En mettant des mascottes mignonnes
<b>Nicotine, produits addictifs</b>	11	-la nicotine -dans le produit il y a des addictifs.
<b>Goût, odeur, des cigarettes</b>	7	-en testant des goûts nouveaux -en donnant plusieurs goûts aux cigarettes
<b>Expression de manipulation ou de mensonge</b>	8	-ils disent des choses à moitié vraies sur la cigarette, mais ne disent pas les choses négatives -ils mettent que c'est bon et que c'est bon pour le corps
<b>L'effet de la cigarette : déstressant, relaxant</b>	3	-en disant que si on fume, on oublie tous les problèmes. -c'est pour ne pas être stressé -car il dit que ça nous détend
<b>Style donné par les fumeurs, attitude</b>	13	-ils donnent envie de fumer en prétendant avoir une vie libre - en faisant passer la cigarette comme qqch de cool, à la mode -en faisant passer ça pour un truc cool - les pubs comme ils fument ils sont toujours beaux et en bonne santé
<b>Baisses de prix, actions</b>	3	-ils mettent les cigarettes pas cher -les vendeurs qui rabaisent les prix des paquets de cigarettes pour que les gens achètent
<b>Plaisir de faire de la fumée</b>	1	-en crachant de la fumée en donnant envie aux autres
<b>En proposant des nouveautés</b>	2	-avec leurs nouvelles choses ça donne envie aux personnes d'essayer -avec de nouveaux produits attirants et innovants
<b>Cadeaux/concours</b>	2	-des objets que l'on donne aux gens - avec des concours à gagner
<b>Couleurs vives, paquets colorés</b>	15	-ils mettent de jolies couleurs sur les paquets -les emballages qui sont de plus en plus attirants
<b>Exemples donnés par d'autres jeunes</b>	6	-avec ses amis -l'influence des personnes qui fument pour se donner un genre
<b>En visant les enfants, les jeunes</b>	10	-ils mettent les cigarettes à la hauteur des jeunes à la caisse du magasin -ils les mettent à côté des bonbons comme ça après les enfants ils sont petit ils ont envie, mais ils sont trop petit du coup une fois l'âge ils commencent. -il met la pub à la hauteur des enfants -en montrant plein de pubs aux enfants

Comparons les réponses du premier et du second questionnaire :

Thèmes	Mentions Quest 1 (N= 143)	Mentions Quest 2 (N= 122)
Ne sait pas	44%	14%
Publicité (explicitée clairement)	17,5%	49%
Nicotine, produits addictifs	12,5%	9%
Goût, odeur, des cigarettes	5%	3,5 %
Expression de manipulation ou de mensonge	5%	6,5 %
L'effet de la cigarette : déstressant, relaxant	6%	2,4 %
Style donnée par les fumeurs, attitude	5%	10,5 %
Baisses de prix, actions	2%	2,5 %
Plaisir de faire de la fumée	1%	1 %
En proposant des nouveautés	1%	1 %
Cadeaux/concours	0%	1,5 %
Couleurs vives (paquets)	0%	12%
Exemples donnés par d'autres jeunes/l'entourage	4%	5%
les enfants, les jeunes sont visés	0%	8%

Les grandes différences que l'on constate entre le premier et le second questionnaire :

- La diminution de la proportion d'élèves qui répondent ne pas savoir quelles sont les stratégies des industries du tabac : on passe de 44% à 14 %.
- Une augmentation de ceux-celles qui mentionnent la publicité comme une des stratégies pour inciter à fumer.

La mention de l'utilisation des couleurs vives apparaît également (à propos de différents supports), elle est sans doute en lien avec le jeu lui-même dont les couleurs sont très vives, mais c'est aussi un élément abordé dans les discussions après le jeu. En revanche la mention de la nicotine diminue (de 12,5 % à 4% de mentions).

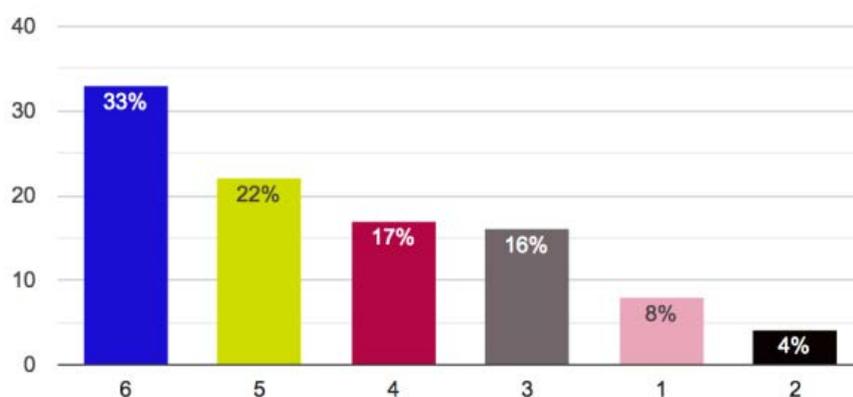
La mention que les publicités visent les jeunes et les enfants apparaît aussi chez 8% des répondants avec des éléments précis (association avec les bonbons, mascottes mignonnes, hauteurs des produits etc.) tous ces éléments ont été abordés dans les discussions après le jeu.

Après avoir joué à SplashPub et participé à la séance de discussion, les jeunes sont plus nombreux à répondre à la question « D'après-toi, comment les fabricant.e.s de cigarettes donnent-ils envie de fumer ? » Ce qui laisse suggérer que le jeu les rend davantage conscients des efforts de manipulation faits par l'industrie du tabac.

Après avoir joué et participé à la séquence, seuls 14% des jeunes affirment ne pas savoir quelles sont les stratégies des publicitaires. 86% des répondant.e.s mentionnent une et souvent plusieurs stratégies de l'industrie du tabac pour inciter à fumer. Dans le premier questionnaire, seulement 56 % des répondant.e.s citaient une ou plusieurs stratégies.

**Quest.8. Que penses-tu de la prévention du tabagisme ?**  
(N = 135)

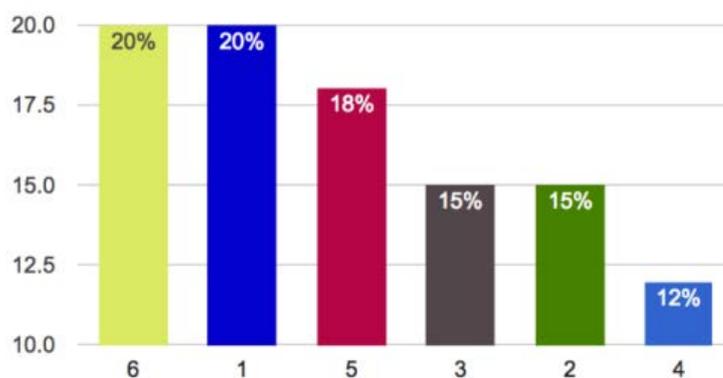
8. Que penses-tu de la prévention du tabagisme ?



Si l'on compare le premier et le second questionnaire, on constate une légère diminution des appréciations positives de la prévention (-5%), une augmentation des avis intermédiaires (+7%) et une diminution des avis négatifs (-5%). On ne peut donc pas affirmer que l'activité du jeu SplashPub a amélioré l'image de la prévention du tabagisme chez les élèves qui ont testé le jeu. Mais la perception de la prévention reste largement positive auprès de notre échantillon.

	Q1 (N= 147)	Q2 (N=135)
+	60%	55%
0	23 %	30%
-	17 %	12 %

**Quest.9 Depuis que tu as testé le jeu SplashPub, est ce que tu as davantage remarqué de pubs pour le tabac dans ton environnement ?**  
(N= 134)



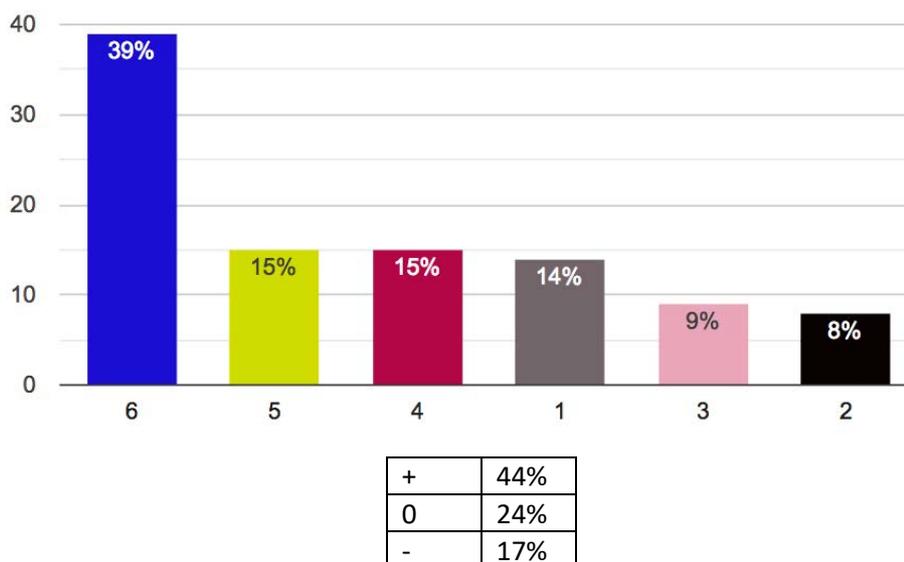
38 % des jeunes répondent oui et plutôt oui (5 et 6)  
27 % ont des réponses intermédiaires (3 et 4)  
35 % ont des réponses négatives (1 et 2)

Plus d'un tiers des jeunes indique être davantage conscient des publicités dans son environnement depuis qu'il a joué à SplashPub. C'est un résultat assez intéressant, car la prise de conscience de la présence de publicités dans son quotidien est un des facteurs qui contribuent au développement de l'esprit critique vis-à-vis de la publicité.

### Quest. 13. Aimerais-tu rejouer à un jeu comme SplashPub ? (N= 132)

Cette question permet de vérifier si l'activité a été plaisante ou intéressante pour les élèves dans le cadre scolaire. Mais une des limites est que le jeu SplashPub n'est pas vraiment fait pour être joué plusieurs fois, en effet, il ne comporte qu'un seul niveau. Donc une partie des réponses négatives pourraient être en lien avec cet aspect limité du jeu.

#### 13. Aimerais-tu rejouer à un jeu comme Splash pub en classe ?



44% d'élèves aimeraient rejouer à un jeu du type SplashPub dans le cadre scolaire, cette réponse est assez positive (vu le nombre élevé de remarques sur les difficultés techniques à jouer). On peut considérer ce résultat comme relativement positif, vu qu'il s'agit d'un jeu qui n'est pas encore dans sa version finale et compte tenu du nombre de jeunes de notre échantillon qui indiquent ne pas apprécier les jeux vidéo en général.

### Question 10 Qu'est-ce que tu as appris dans le jeu SplashPub ?

N =125

S'agissant d'une question ouverte, les textes de réponses abordent parfois plusieurs thèmes. Des éléments d'une même réponse peuvent donc figurer à différents endroits du tableau. Un extrait des éléments de réponse est proposé dans la colonne « exemples ». On constate que de nombreuses réponses mentionnent des éléments figurant uniquement dans la discussion qui a suivi et pas dans le jeu lui-même.

Thèmes	Mentions	Exemples de réponses
<b>Omniprésence et nombre de publicités pour le tabac</b>	75	<ul style="list-style-type: none"> <li>-j'ai pas vraiment appris, mais j'ai pu remarquer la quantité de pub sur le tabac</li> <li>-qu'il y avait énormément de pub pour le tabac autour de nous</li> <li>-qu'il y avait beaucoup de pub de tabac dans les kiosques</li> <li>-qu'il y a quand même beaucoup de pubs en lien avec le tabac</li> <li>-à reconnaître et voir toutes les pubs dans les magasins où l'on vend des cigarettes, je ne savais pas et je n'avais pas remarqué qu'il y avait autant de pubs</li> </ul>
<b>Les enfants sont visés les publicités pour le tabac</b>	18	<ul style="list-style-type: none"> <li>-c'est qu'ils mettent des pubs partout même à l'usage des enfants</li> <li>-que les enfants étaient visés par les pubs</li> <li>-que les pubs pour le tabac sont partout et qu'elles sont souvent destinées aux jeunes enfants</li> <li>-qu'il y avait énormément de pubs que dans un seul kiosque</li> <li>-ça donne envie de fumer tôt</li> <li>-les vendeurs de tabac attirent les personnes comme les enfants</li> <li>-que les pubs c'est pour les tout petits</li> <li>que les commerçants mettent les paquets de cigarette près des bonbons pour que les jeunes s'habituent à les voir et les voient comme des choses bien, cool</li> </ul>
<b>Affirmation d'une plus grande plus attention aux stratégies publicitaires</b>	8	<ul style="list-style-type: none"> <li>-il faut se méfier car il y a trop de pubs qu'on voit et cela nous incite à regarder</li> <li>-j'ai appris pourquoi il y a tellement de publicités pour le tabac</li> <li>-qu'il y a beaucoup de pubs colorées et car ça attire plus souvent l'œil</li> <li>-on peut se faire piéger facilement</li> <li>-A faire attention de ne pas se faire influencer par la publicité sur le tabac</li> <li>-tout est fait pour vendre, les emplacements, les couleurs etc.</li> </ul>
<b>Messages de prévention classique</b>	3	<ul style="list-style-type: none"> <li>-fumer c'est mal</li> <li>-qu'il ne faut jamais fumer de sa vie</li> <li>-que la pub pour le tabac c'est mal</li> </ul>

<b>Eléments liés au jeu vidéo SP (réponse littérale)</b>	5	-que le jeu SplashPub existait -qu'on devait peindre toutes les pubs dans le kiosque -qu'il est cool -d'éliminer les pubs -à tirer sur des pubs
<b>Ne se souvient pas, n'a rien appris</b>	9	-rien -je ne m'en souviens pas
<b>Autre</b>	3	-qu'il ne faut pas s'inquiéter en voyant des pubs - qu'il y des pubs -que je n'aurai jamais envie de fumer

Le contenu du jeu SplashPub est essentiellement visuel et il ne comporte aucun message explicite, à part le message de fin (oral) qui dure une minute. C'est sans doute pourquoi certains jeunes peuvent affirmer n'avoir rien appris dans le jeu SplashPub lui-même. Le seul contenu qu'on peut déduire directement du jeu est le nombre important de publicités figurant dans le jeu (puisque'il est indiqué dans le score à atteindre, soit 26).

Un nombre très élevé de réponses mentionnent le nombre élevé de publicités pour le tabac (75 / 125 réponses), soit 60 % des réponses.

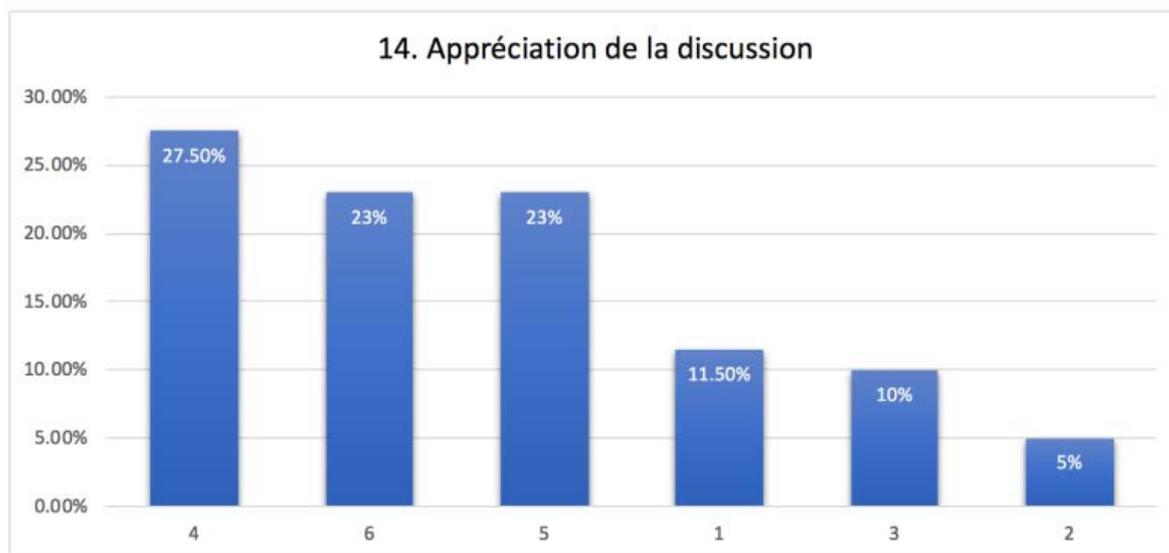
14,5 % des réponses mentionnent le fait que les enfants sont visés par la publicité du tabac, et 6,5 % mentionnent explicitement qu'il faut faire attention à la manipulation par les publicités (se méfier, se faire piéger, faire attention, influencer, ça attire).

Le contenu indiquant les enfants comme cibles des publicitaires n'était pas présent dans le message de prévention à la fin du jeu (qui ne mentionne que « parce que tu es jeune »), les éléments sur la manipulation sont abordés verbalement dans le message de fin du jeu et au cours de la discussion qui suit.

On peut considérer que le message visuel principal du jeu (le nombre élevé de publicités) a laissé des traces dans la mémoire des jeunes. En revanche très peu mentionnent l'aspect très coloré et plaisant des publicités, c'est peut-être dû au fait que l'ensemble du kiosque est très coloré et pas seulement les publicités pour le tabac.

L'élément lié au public-cible (enfants et jeunes) réapparaît dans les réponses à d'autres questions, car cette question portait exclusivement sur le jeu lui-même et pas sur la discussion qui a suivi, ni sur l'ensemble de la séquence (même si un grand nombre de répondant.es mélangent des contenus présents dans le jeu avec ceux de la discussion qui a suivi).

**Quest.14. As-tu apprécié la discussion après le jeu ?  
(N = 131)**

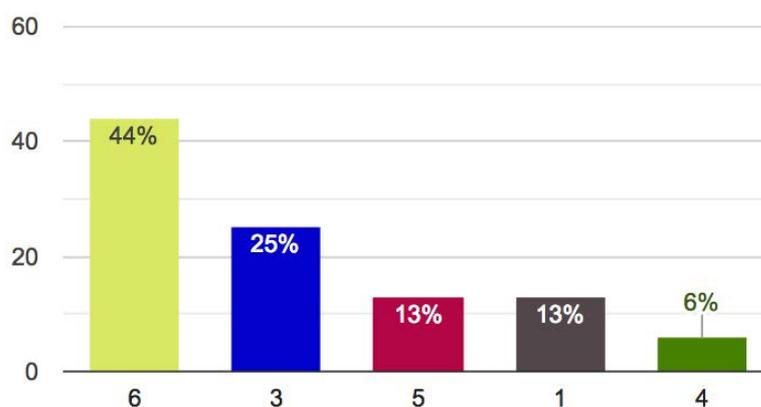


+	46 %
0	37,5%
-	16,6 %

Concernant la discussion, 46 % des élèves ont répondu positivement ou très positivement, 16,6 % de manière négative ou très négative et 37,5 % de façon intermédiaire (dont 73 % entre 4 et 6). On peut s'interroger sur quels-elles sont les élèves qui ont le moins apprécié la discussion après le jeu et sur le pourquoi de ces réponses. On peut se demander si les jeunes fumeurs-fumeuses ont moins apprécié la discussion. Mais après vérification, il n'y a que très peu de différences avec les élèves non-fumeurs.

**Elèves fumeurs (N=16)**

**14. As-tu apprécié la discussion après le jeu ?**



	NF (115)	F (N=16)
+	44,3%	57 %
0	38,4%	29%
-	17,3%	13%

Non fumeurs (N= 115) : 1 : 11,3%, : 2 : 6%, 3 : 8%, 4 : 30,4 %, 5 : 24,3 %, 6 : 20 %

Le nombre de fumeurs étant très faible, on ne peut en tirer de conclusions généralisables.

On constate même que la proportion de fumeurs-fumeuses ayant apprécié la discussion est supérieure à celle des non-fumeurs. Cela permet de vérifier si la discussion a posé problème aux fumeurs présents. Il semble que ce ne soit pas le cas pour une majorité des élèves.

Mais le nombre d'élèves n'ayant pas apprécié la discussion reste tout de même élevé (16,6 % pour l'ensemble du groupe), soit environ 3 élèves par classe. C'est pourquoi on peut s'interroger sur ce qui pourrait améliorer ce format de discussion (très informel et purement oral, basé uniquement sur une série de questions posées aux élèves). On pourrait imaginer d'accompagner la discussion d'un support visuel. L'oralité simple laisse peu de traces, l'expression devant l'ensemble de la classe n'est pas toujours aisée pour tous-toutes non plus. Un grand nombre a pourtant retenu des éléments de la discussion (comme on les retrouve dans d'autres réponses aux questions, par ex. la question « Qu'as-tu appris ? » Ou que l'on retrouve dans la question 7, à propos des stratégies des publicitaires. En effet, ces éléments ne figuraient pas dans le jeu, mais uniquement dans la discussion.

#### Q.15. Qu'est-ce qui t'as marqué dans la discussion après le jeu ?

A la question 15. « Qu'est-ce qui t'as marqué dans la discussion après le jeu ? », seulement 57 % des élèves ont répondu (N=78). Dans une même réponse, parfois plusieurs éléments sont mentionnés, c'est pourquoi il y a plus de « mentions » que de nb de réponses (N). Parmi les réponses, on constate 28 mentions d'éléments centraux de la discussion (15 mentions de la publicité massive (19%) et 13 mentions (16%) indiquant qu'ils ont été marqués par le fait que les jeunes ou les enfants sont visés par cette publicité).

On constate aussi quelques incompréhensions (2), ou la mention de messages de prévention plus classiques sur la dangerosité du tabac, qui n'ont pas ou très peu été évoqués durant les discussions. 22 mentions indiquent n'avoir rien retenu ou que rien ne les a marquées dans cette discussion.

Mentions des éléments liés à la discussion		
<b>Le public visé par les publicités pour le tabac</b>	13	Exemples : -Que tout était fait pour viser les jeunes. -Que la pub ciblait les enfants. Le nombre de pub qui attire les enfants. -Que les personnes visées ont entre 10 et 15 ans. -Que les enfants pouvaient atteindre les cigarettes dans les kiosques. -Comment les commerçants visent les enfants comme des futurs fumeurs. -Que les pubs visent les plus jeunes. -Ce qui m'a marquée c'est que cette pub était destinée à des mineurs, pas forcément à des gens de plus de 18 ans. -Que ça touche beaucoup les enfants.

		<ul style="list-style-type: none"> <li>-D'apprendre que l'on est exposé aux publicités dès le plus jeune âge.</li> <li>-Le public visé par les pubs.</li> <li>-Que ceux qui vendent le tabac ne font pas trop attention aux gens à qui ils les vendent, ils vérifient pas forcément si les acheteurs sont mineurs ou pas.</li> </ul>
<b>Le grand nombre de publicités pour le tabac</b>	15	<ul style="list-style-type: none"> <li>-J'ai trouvé ça intéressant de voir toutes les pubs qu'on peut trouver dans un kiosque.</li> <li>-Qu'il y ait autant de publicités dans notre environnement.</li> <li>-La quantité de publicité que l'on peut trouver sur le tabac.</li> <li>-Le nombre de pub qui attire les enfants.</li> <li>-Le nombre de publicité est beaucoup trop grand.</li> <li>-Qu'il y avait autant de pubs pour le tabac.</li> <li>-Je pensais que c'était exagéré les pubs qu'il y avait dans le jeu, mais en fait non.</li> <li>-Le nombre de pubs pour cigarette qu'il y a dans les kiosques. -</li> <li>-Le nombre de pub qui attire les enfants.</li> <li>-Qu'il y a beaucoup de pub dans le kiosque mais que presque personne y fait attention. Le nombre de pubs dans un kiosque.</li> <li>-J'ai appris combien il y avait de pubs dans un kiosque, il y en a trop. L'abus de la pub.</li> <li>-La quantité de publicité que l'on peut trouver sur le tabac.</li> </ul>
<b>Infos générales</b>	2	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Que certains remarquaient les pubs et d'autres pas.</li> <li>-Il parle de tabac et de pub de tabac.</li> </ul>
<b>Ont commenté le type d'échange</b>	10	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Que l'on doit en parler sans gêne.</li> <li>-Je trouve qu'il y a pas eu assez de discussion.</li> <li>-Pour moi cela ne change rien car ce n'est pas parce qu'on parle que ça va changer les envies de quelqu'un.</li> <li>-Tout le monde dit qu'il faut arrêter de fumer, mais si on n'arrive pas ça sert à rien.</li> <li>-La discussion était bonne et tout le monde connaissait la mauvaise influence des publicités.</li> <li>-Ce jeu est une prévention avant tout et nous fait passer un message.</li> <li>-Tout le monde a trouvé ça "choquant".</li> <li>-Ils expliquent un peu plus en détail.</li> <li>-Que tout le monde s'est exprimé.</li> <li>-On a appris plus de choses et éclairci.</li> <li>-Marqué rien, mais appris oui.</li> </ul>
<b>Mentions de messages qui n'étaient pas présents dans cette discussion ou pas directement affirmés.</b>	13	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Que fumer c'est bien.</li> <li>-Que fumer ce n'est pas bien. Que c'est très mal.</li> <li>-Ca peut donner aussi des maladies.</li> <li>-Mauvais exemple pour les jeunes.</li> <li>-Que (le tabac) c'était pas bien du tout.</li> <li>-Que beaucoup de monde détestait le tabac.</li> <li>-Qu'il ne faut pas fumer. Fumer tue. Que beaucoup d'enfants fumaient.</li> </ul>

		-Le tabac est dangereux. -Que le tabac est vraiment dangereux. -Que de plus en plus de jeunes commencent à fumer.
<b>Incompréhension quant à la discussion</b>	2	J'ai pas compris comment on peut donner envie de fumer. J'ai absolument rien compris.
<b>Pas de souvenir de la discussion, ou rien ne les a marqués</b>	22	Je ne me souviens pas. Je ne sais plus. Rien ne m'a marqué. Pas grand chose.

Face à ces nombreuses mentions que rien ne les a marqués dans cette discussion (28 % de ceux qui ont répondu), on peut proposer plusieurs pistes d'explications. Un discours sans aucun support visuel, après un jeu vidéo, très coloré, visuel et assez ludique peut paraître, par comparaison, une activité assez fade et plus classique (potentiellement plus ennuyeuse que le jeu lui-même). Soutenir la discussion avec des supports visuels serait sans doute utile (images, pictogrammes), comme le mentionne également O. Reutenauer à propos du message de prévention à la fin du jeu (purement sonore), montrer d'autres exemples de publicités ou de contextes où les enfants et les jeunes sont clairement visés (vidéos de lieux réels), et peut-être proposer un petit questionnaire à propos de ce qu'ils ont vu dans le jeu (comme cela été fait dans un des centres de loisirs), leur demander comment ils interprètent certains éléments du jeu (publicités au sol, sur le comptoir, à 60 cm du sol etc.) et se baser sur ce petit questionnaire pour lancer le débat. Car la prise de parole devant le groupe classe n'était pas facile pour tous-toutes. Il serait aussi possible d'organiser une sorte de quizz, avec un système de vote à main levée pour choisir entre plusieurs réponses.

Un élève mentionne : « marqué rien, mais appris oui », c'est là peut être un élément important, c'est que pour *marquer* les esprits, un élément *émotionnel* ou affectif est nécessaire, pour aller au-delà du simple apprentissage scolaire (que semblent vouloir singer ceux qui répondent simplement « fumer tue ») qui ne garantit aucun transfert dans la vie quotidienne, comme le mentionnent d'autres commentaires : « Pour moi cela ne change rien car ce n'est pas parce qu'on parle que ça va changer les envies de quelqu'un », « Tout le monde dit qu'il faut arrêter de fumer, mais si on n'arrive pas ça sert à rien. ».

Ces commentaires soulignent les limites de ce type de prévention (primaire), qui n'offre pas d'outils pour ceux-celles qui sont déjà dépendant.e.s du tabac, ce qui peut s'avérer frustrant, car donnant l'impression qu'on peut quitter une dépendance, simplement en reconnaissant l'impact de la publicité.

Sur ce point, d'autres messages, destinés aux élèves *déjà fumeurs* et qui souhaiteraient arrêter de fumer ou réduire leur consommation seraient également utiles dans ce type de prévention.

**Quest.11**

**« A la question : Est-ce que ta vision de la publicité pour le tabac a changé ?  
Si tu as répondu « Oui »,  
peux-tu expliquer ce qui a changé ? »**

Cette question vise à vérifier si les élèves ont conscience d'avoir changé quelque chose (dans leur perception, leur comportement) depuis la séquence avec le jeu SplashPub.

(N = 133) 40 % ont répondu « je ne sais pas », 36 % « Non ». 24 % ont répondu « Oui », soit 32 jeunes. Pour ceux qui ont répondu « Oui », voici les thèmes abordés dans leurs réponses :

Thèmes	Mentions	Exemples
<b>Compréhension que les pubs visent les enfants</b>	4	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Je me rends compte qu'il y en a énormément (des pubs) et qu'elle est davantage dédiée aux adolescents, pré-adolescents.</li> <li>-Oui, la cible a changé. J'ai sû que c'étaient les enfants qui étaient visés.</li> <li>-Le fait que les enfants soient aussi visés et que toutes les personnes qui n'ont pas l'âge aussi.</li> <li>-Je trouvais le tabac et leur pub vraiment pas bien mais si en plus ils s'attaquent aux enfants, c'est pire.</li> </ul>
<b>Meilleure compréhension du fonctionnement de la publicité.</b>	29	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Avant je pensais que c'étaient de simples publicités, maintenant je sais qu'elles servent à attirer les gens à acheter du tabac.</li> <li>-Je vois qu'ils manipulent les gens ; car on sait qu'ils mentent.</li> <li>-Je sais maintenant à quoi ça sert de faire de la pub.</li> <li>-Je comprends comment les pubs nous influencent.</li> <li>-Le nombre de pubs sur les cigarettes.</li> <li>-J'y fais plus attention.</li> <li>-Ma vision de la pub.</li> <li>-J'y fais plus attention, je remarque qu'il y en a beaucoup.</li> <li>-Je le (la pub) remarque plus qu'avant.</li> <li>-On remarque plus facilement les pubs.</li> <li>-Je ne me rendais pas compte du nombre qu'il y a</li> <li>-Je pensais que les pubs pour le tabac étaient interdites.</li> <li>-Je fais plus attention aux pubs en compagnie d'enfants et j'évite de les emmener au kiosque.</li> <li>-Je me rends compte de leur nombre.</li> <li>-Qu'il y en a beaucoup plus que je pensais.</li> <li>-Qu'il y a plein de pub.</li> <li>-J'ai remarqué que les pubs on voyait pas beaucoup</li> <li>-Et grâce au jeu j'ai vu qu'elles sont partout.</li> <li>-Je pensais pas qu'il y avait autant de réflexion sur l'emplacement.</li> <li>-J'ai remarqué qu'il y en avait beaucoup.</li> <li>-Je remarque plus les pubs alors qu'avant je n'y prêtais pas garde.</li> <li>-Je remarque beaucoup plus ce genre de produit et de pub.</li> <li>-J'ai remarqué qu'il y avait vraiment beaucoup de publicités.</li> <li>-Je vois tout.</li> <li>-J'en vois beaucoup plus.</li> <li>-Je ne savais pas qu'il y avait beaucoup de pub dans les kiosques.</li> <li>-Je trouve que c'est n'importe quoi mettre des fausses cigarettes.</li> </ul>

		-Qu'il faut être bien plus vigilant car j'ai l'impression que chaque seconde je peux me faire de mauvais amis qui me pousseront à fumer ou que la cigarette me serait plus intéressante.
--	--	--

De nombreuses réponses témoignent d'un changement au niveau des connaissances et de la compréhension des stratégies publicitaires :

« Je sais maintenant, je ne savais pas que, je pensais pas que », « Je me rends compte, j'ai remarqué, je vois, je fais plus attention. ». On constate aussi des positionnements : « je trouve que c'est n'importe quoi, qu'il faut être vigilant. ». D'autres (moins nombreux) témoignent d'un changement de comportement : J'évite de...

Pour ce résultat il faut tenir compte du biais qu'il s'agissait de questions ouvertes, demandant un effort de rédaction, la rédaction, au secondaire 1 n'est pas quelque chose d'aisé pour une bonne partie des élèves).

**Question de recherche 2.**

**Quel est le type de professionnels au sein de l'école le plus à même de s'approprier et d'utiliser un tel outil de prévention du tabagisme (enseignants vs équipe PSPS) ?**

**Personnes les plus à mêmes d'intégrer l'activité dans l'établissement scolaire  
Points de vue des participant.e.s aux groupes de discussion**

(L) = Lausanne, (NV) = Nord vaudois

	Arguments pour	Arguments contre, difficultés
<b>Infirmières scolaires</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-La prévention fait partie de leur mandat (L)</li> <li>- C'est elle qui a la formation. Elle est censée avoir le temps, mais elle en a pas beaucoup.. Mais il y a peut-être des choix à faire., Doyenne (L)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Leur emploi du temps trop chargé, et déplacements entre plusieurs établissements scolaires. Elles ne font pour la plupart pas d'interventions auprès des classes, mais des interventions individuelles. L'infirmière pourrait être un appui, ou aider au lancement de l'activité, mais pas la mener elle-même. (NV)</li> </ul>
<b>Équipes PSPS</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-L'équipe PSPS est intéressée par ce genre de prévention, perçue comme très utile dans le contexte de l'établissement, où des très jeunes commencent à fumer dès 13-14 ans (NV).</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-L'équipe PSPS ne voit pas le besoin de ce type de prévention tabac dans leur établissement. Peu intéressé.e.s par de la prévention globale (« arrosoir ») (L).</li> </ul>
<b>Enseignant.es</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-C'est le meilleur moyen de toucher le plus d'élèves et d'associer la prévention à des contenus scolaires. Mais l'activité serait à rendre obligatoire par la direction. Directeur (NV)</li> <li>-Les profs de français pourraient être intéressés par l'analyse des publicités. (C'est dans dans le PER) (NV)</li> <li>-Peut-être que les enseignant.e.s de sciences pourraient être intéressé.e.s (aspects santé, corps humain) (L)</li> <li>- Resp. PSPS voit peu de liens avec sa discipline (AVI), ou alors sur le thème général de la publicité, mais pas spécifiquement sur le tabac. (L)</li> <li>- Le français est considéré comme étant la discipline plus facile pour intégrer le thème de la pub (argumentation,</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-On déjà énormément d'éléments extrascolaires à intégrer dans leurs cours (L)</li> <li>-Cela semble difficile à intégrer pour des enseignants dans des disciplines avec peu d'heures au secondaire comme la géo, l'économie, les AVI, l'histoire, le droit et l'interdisciplinaire est très difficile à organiser au secondaire. (L)</li> </ul>

	<p>publicité), car de nombreuses heures dans la semaine (6 au secondaire). Mais tous les élèves d'une même classe ne sont pas forcément dans le même cours de français, car il y a des niveaux différents selon la classe.</p> <p>Les enseignants en OCOM français renforcé sont évoqués. (NV)</p>	
<b>Intervenants externes</b>	<p>-Une prévention qui vient de leur prof..le prof, il représente le vieux, le moralisateur, le « pas fun ». Si c'est un intervenant externe ils projettent autre chose dessus. (..) venant de l'école et de l'enseignant, ça casse un peu le truc.. C'est dommage de passer à côté si le messenger casse le truc. Un intervenant externe est venu pour l'écologie, tout ce qu'il y dit, j'aurais dit les mêmes choses ça n'aurait pas eu le même impact.. On représente des choses qu'ils rejettent...(..) Je verrais plus une personne extérieure. Les collègues pourraient lui faire appel. Doyenne (L)</p> <p>-Ca doit être une personne extérieure qui vienne dans mon cours une heure et qui revienne après 3 semaines une heure., Resp. PSPS (L)</p>	<p>-C'est vrai que chaque fois des personnes extérieures ça coûte énormément d'argent et si on peut compter sur les enseignant.e.s, c'est intéressant au niveau pratique, mais.. si ça a pas d'intérêt ni d'impact, ben c'est quand même des centaines d'heures prises.., Doyenne (L)</p>

On constate que le rôle des enseignant.e.s est perçu de manière très différente selon les établissements et les équipes PSPS interrogées. Pour certains établissements, la prévention fait partie des activités « normales » des enseignant.e.s, pour d'autres elle est considérée comme ne faisant pas partie du métier d'enseignant. Sur ce point, on peut se référer aux déclarations de la CIIP (conférence intercantonale de l'instruction publique de la Suisse romande et du Tessin) relative aux finalités et objectifs de l'école publique (2003)<sup>9</sup>, qui indique clairement que le rôle de l'école publique ne se limite pas à l'instruction, mais comprend des aspects éducatifs. Cependant la Déclaration ne précise pas quels sont les rôles de chacun dans un établissement scolaire.

<sup>9</sup> <http://www.ciip.ch/La-CIIP/Documents-officiels/Declarations-politiques> « ..de connaissances et de comportements assurant l'épanouissement de comportements corporels et la préservation de sa propre santé. (..) développement de la faculté de discernement et d'indépendance de jugement »

Ceci montre que dans l'acceptabilité d'une activité de prévention santé, prendre en compte l'histoire et la « culture » spécifique de l'établissement s'avère nécessaire et qu'il n'est pas possible d'imaginer une unique possibilité d'intégration d'une activité de prévention, qui fonctionnerait pour tous les établissements de la même manière. Une diversité d'options devrait pouvoir être proposée.

## DIFFICULTES ET FREINS EVOQUES

(« L » pour l'équipe PSPS dans un établissement scolaire Lausannois, « NV » pour l'établissement du nord vaudois, « C » pour l'établissement spécialisé de la Côte, « CT » pour l'association Carambars' TIC)

Réticences, difficultés évoquées	Extraits des discussions	Solutions envisagées en cours de focus group
<b>Le tabagisme n'est pas considéré comme un problème à prendre en compte</b>	<p>La prévention pour le tabagisme est jugée inutile actuellement dans certains contextes (quartiers économiquement favorisés) car ces jeunes ne fumeraient plus. D'autres problèmes sont plus préoccupants (cannabis « légal », alcool etc. (déléguée PSPS, L)</p> <p>« En même temps on a vu que chaque fois que l'école prône un message, les élèves ont assez envie de le contrer et de faire le contraire. De se mettre en opposition. Et là, je trouve que depuis qu'il n'y a plus rien (en prévention), c'est comme si ce n'était plus intéressant de fumer, resp. PSPS (L).</p>	
<b>Les publicités dans le jeu pourraient inciter à fumer</b>	« -Est-ce que des vraies pubs dans un jeu, cela n'incite pas à fumer ? Ne faudrait-il pas inventer de fausses marques ? » (NV)	L'idée est de s'approcher le plus possible de la réalité quotidienne des jeunes, afin qu'ils conscientisent la présence massive de publicités. De fausses pubs casseraient cet effet de réalisme. (enquêteuses)
<b>Le jeu pourrait avantager les élèves fumeurs et</b>	« Est-ce que les enfants qui fument ou ont des fumeurs dans leurs familles ne sont pas	Le score et le résultat du jeu (temps et nb de pubs trouvées) n'est pas le point le plus important, c'est surtout de se rendre compte qu'il y a <i>énormément</i> de pubs, sous des formes différentes et de réfléchir dans la discussion, aux publics visés, aux endroits où sont

<b>désavantager les autres</b>	avantages dans le jeu ? » (NV)	déposés ces pubs et expliquer pourquoi ces endroits sont choisis (stratégies des publicitaires) (enquêteuses)
<b>Relations avec les parents (usage des tablettes, thèmes du tabac)</b>	« Il y a encore quelques parents surprotecteurs qui n'aiment pas que leurs enfants touchent des tablettes, avec eux l'ordinateur passe mieux, ça fait plus sérieux que le natel ou la tablette. » (NV)	Les tablettes sont en train de devenir accessibles aux établissements scolaires (via la CADEV). Elles ont de plus en plus le statut d'outils pédagogiques. Ce serait une bonne chose de faire une fiche d'information pour les parents, et d'autoriser ceux qui ne veulent pas que leur enfant y participe à ne pas jouer. (proposition du directeur, (NV)
<b>Difficulté à intégrer un jeu vidéo, à traiter d'un nouveau sujet</b>	Peu d'habitude d'intégration de serious games ou d'utilisation de jeux vidéo dans l'établissement (L)	Une formation à l'usage du jeu serait possible. (enquêteuses). FQ : « Donc si on proposait des séquences dans les disciplines ça serait intéressant pour vous ? - Oui, des séquences dans les disciplines, mais accompagnées par une personne formée. On n'a pas le temps de se former à tout ça. Mes cours je les connais, j'enseigne à 100 %. Si je dois faire ça, ça me prend trop d'énergie.. » Resp. PSPS (L)
<b>Le jeu et la discussion sont perçus comme sans lien avec la mission de l'école</b>	« Il y a déjà beaucoup d'activités extra-scolaires dans l'enseignement et les enseignants n'ont pas le temps d'en rajouter ils doivent se centrer sur leur métier : enseigner leur discipline. » Doyenne (L)	Plutôt que rajouter une activité, elle pourrait être intégrée dans le programme (PER).  Intérêt de la prof de sciences pour la prévention et les questions de santé, qui lui semblent un sujet tout-à-fait abordable en sciences au secondaire (en lien avec l'étude du corps humain). (L)  Proposition de faire l'activité hors école, sur le temps privé des élèves, facultatif, sans obligation, le Cipret pourrait proposer un concours, à faire à la maison, par exemple un carnet d'observation à compléter, ou faire un concours par classe, (comme celui organisé par la police) avec ceux qui veulent participer. Le maître pourrait prendre 5 minutes avec toute la classe pour en parler. Et cela ferait déjà de la sensibilisation. Doyenne (L).
<b>Manque de temps en classe. Programmes déjà surchargés. Difficultés d'organisation</b>	Peu de temps au secondaire, compliqué à organiser avec des périodes de 45 minutes (NV)	Laisser l'activité de jeu en libre accès individuel à la bibliothèque ou au réfectoire, pour ceux qui sont intéressés (pas nécessaire d'arroser tout le monde), par exemple à la pause de midi, enseignante (L)  Organiser l'activité plutôt à la fin du primaire (8-9H) avec des élèves de 11-12 ans, car plus facile d'organiser des activités interdisciplinaires et cela serait utile <i>avant</i> que les jeunes ne commencent à fumer, Directeur (NV)

<b>Contenu du jeu pas suffisant pour une séquence pédagogique.</b>	Le jeu est une bonne amorce sur le sujet, mais ne suffit pas à lui seul pour une action de prévention. Le contenu n'est pas assez explicite. (NV)	Le jeu est en effet perçu comme une simple amorce et pas une fin en soi. Il est prévu qu'il soit suivi d'une partie pédagogique sous forme de discussion, de débat ou autre. Des supports pédagogiques seront également proposés en complément au jeu, par exemple des articles, des fiches pédagogiques, des liens vers des sites web. (enquêteuses).
<b>Caractère stressant du jeu</b>	Le timer dans le jeu rend l'activité stressante. (L)	Il est possible d'augmenter la limite de temps. Le but du timer est d'éviter que l'on passe trop de temps à jouer. Il n'est pas nécessaire de trouver toutes les pubs pour comprendre le message du jeu. (enquêteuses).
<b>Jeu techniquement difficile à jouer</b>	Le jeu est jugé difficile à jouer par certains enseignant.e.s lors du test (maniabilité) (L)	Il faudrait laisser plus de temps aux enseignant.e.s pour se familiariser avec l'usage de la tablette et de ce type de jeu, surtout pour celles et ceux qui n'ont pas l'habitude des jeux vidéo. (enquêteuses).

Certains membres des groupes de discussion ont eu beaucoup de difficulté à jouer car ils ne jouaient jamais à des jeux vidéo voire n'avaient jamais utilisé de tablette (la plupart des membres des focus groups PSPS avaient au-delà de 45-50 ans). Leur demander d'intégrer dans leur cours ou activités un outil qu'ils ne maîtrisent pas était donc assez difficile. Même si le frein technologique n'est pas évoqué explicitement par les participant.es, on a pu constater durant la séquence de tests que certain.es participant.es n'arrivaient pas du tout à utiliser SplashPub, ce qui provoquait de l'énerverment et une forme de rejet de l'outil. Ces réticences étaient moins flagrantes avec les enseignant.e.s qui avaient vu l'activité se dérouler dans leur classe, car même si eux-mêmes avaient de la difficulté à jouer, ils avaient pu constater que le jeu ne posait quasiment pas de problèmes à leurs élèves. On peut donc considérer que pour les équipes PSPS, le média jeu vidéo, et de surcroît le jeu SplashPub (qui présente dans sa version actuelle des difficultés pour les non-joueurs) peut poser des problèmes, du fait du peu d'habitude des jeux vidéo de certains membres de ces équipes.

On constate que dans les deux focus groups des PSPS trois types de différents freins sont évoqués. D'une part des freins organisationnels : manque de temps dans les cours, complexité de l'organisation des cours au secondaire,

Des freins « pédagogiques » : il manque des aspects pédagogiques pour que les enseignant.e.s puissent s'approprier le jeu, des liens avec les disciplines. Pour ces types de freins, il est possible de trouver des solutions pratiques ou pédagogiques, c'est d'ailleurs ce qui a été esquissé dans les discussions au sein des focus groups. Les solutions étant parfois proposées par les participant.e.s eux/elles-mêmes.

Mais il existe un autre type de freins, plus « idéologiques » (positionnement par rapport à la prévention tabac, au rôle des enseignant.e.s et de l'école publique). Concernant ces derniers types de freins, il est difficile de changer la culture d'établissement de l'extérieur.

On voit clairement se dessiner deux types d'attitudes envers le dispositif techno-pédagogique qui se caractérisent par des demandes de type différent : pour ceux, celles qui souhaitent l'intégrer dans leurs activités des demandes de soutiens (pédagogiques) et d'autre part la demande que l'activité soit

réalisée par des externes (animation) ou d'activités en complémentarité avec des intervenant.es externes.

	Conditions évoquées/besoins
<b>Se sentent à l'aise pour animer seuls ce type d'activités en classe</b>	-« Je pense qu'il y a besoin d'une discussion, si c'est juste le jeu.. » enseignante (LC) -« Oui si il y a un dossier, si vous avez les questions et les sujets abordés. Il n'y a pas de problème. », enseignante (LC) -« Pour la discussion, ce qui serait intéressant, c'est d'avoir un petit canevas pour guider la discussion, car si ça tombe du ciel, l'enseignant se dit « super, c'est clé en main, je vais pouvoir gérer, qu'il donne ses quelques consignes. Qu'il y ait un canevas pour la discussion avec des questions ouvertes. Aussi des informations en dessous qui peuvent être percutantes. L'enseignant il va pouvoir ouvrir avec ces questions ouvertes, permettre les interactions dans la classe, mais il peut aussi après amener quelques éléments d'information et il n'a pas besoin, lui, de faire les recherches, de vérifier » doyenne, (L)
<b>Ne se sentent pas à l'aise pour ce type d'animation</b>	-« Là je me sens pas de le faire, il nous faudrait nous une formation. Ce qui serait pour moi idéal, c'est qu'une personne comme vous (Cipret) vienne. On fixe un rendez-vous pour une période et vous revenez un mois après pour dire « et alors » ? Entre deux on peut toujours faire un travail graphique sur de la pub. » resp. PSPS (L)

Pour celles et ceux qui se sentent à l'aise avec l'intégration de ce type d'activités en classe, les besoins exprimés concernent surtout la discussion *après* le jeu et l'intégration dans les disciplines scolaires. Un canevas de discussion, avec des questions déjà prêtes, à propos du jeu et du thème de la publicité sur le tabac serait souhaité. Mais également des documents ou un dossier complémentaire, avec des informations sur la problématique (prévention, tabagisme, publicité). Les moins à l'aise expriment le besoin d'une formation sur le sujet et sur le jeu, mais ils préféreraient que ce soient des externes qui viennent en classe réaliser l'activité.

**Aspects négatifs évoqués dans les questionnaires d'enseignant.e.s  
(CT et autres enseignant.e.s ayant testé le jeu en classe)  
et focus group d'enseignant.e.s (LC) (N = 13)**

	Exemples de remarques
<b>Risque d'inciter à fumer</b>	-« Attention aussi à la prise de conscience de l'existence du tabac »
<b>Efficacité mise en doute</b>	-« Je doute de l'efficacité d'une telle prévention. Cela me semble plus intéressant sur le plan de l'éducation aux médias. » (2/12)
<b>Contenu préventif trop peu explicite</b>	-« J'ai un peu peur que l'élève ne comprenne mal le but de cette prévention » -« Les élèves les moins bons n'ont pas compris ce que c'était comme prévention. » -« Certains élèves disent ne pas avoir compris. D'autres ont réfléchi après la prévention. Donc mon avis est mitigé. » (2 pers/12)

	<p>-« C'est un bon jeu, qui nécessite toutefois d'être bien introduit et surtout bien travaillé après coup pour qu'il atteigne son but. Il ne se suffit pas à lui-même. »</p> <p>-« Oui. Le jeu est un tiers médiateur intéressant, mais il ne sert pas s'il n'est pas accompagné d'un débat. »</p>
<b>Difficile à jouer (maniabilité)</b>	<p>-« Très difficile quand on ne joue jamais à ces jeux, trop statique », « un peu frustrant pour moi », « pas accessible pour les difficultés motrices. », « je serais obligée de me familiariser avec le jeu. Que car je ne suis pas à l'aise avec les boutons-manettes. »</p>
<b>Décor du jeu, réalisme</b>	<p>-« Mais besoin de plus de "cadre" que juste un kiosque..(Festival, rue, etc..) »</p> <p>-« Les pubs, c'est que des paquets (dans le kiosque), si on va dans un kiosque, il a plus d'images, des petites vidéos, il y a un côté pas très réaliste, un peu simplifié. », Educateur (LC)</p> <p>-« Manque d'autres niveaux de difficulté, ou sur l'alcool, l'alimentation, les boissons sucrées. »,</p>
<b>Pas suffisamment ludique pour des jeunes</b>	<p>-« Mais le jeu est-il assez fun pour de jeunes ados ? », « La vidéo à la fin ne me semble pas adaptée car trop statique, pas assez qui bouge. »</p> <p>-« Moi en tant que joueur je le trouve pas fou fou intéressant », Éducateur (LC)</p>
<b>Adaptation au public</b>	<p>« pour les 9-11 H », « OK pour mes plus grands élèves (dès 8-9H », « thème pas en rapport avec l'âge de mes élèves de cycle 2 », « Pour une part, je ne suis pas sûre qu'avec des 5P, la Direction soit d'accord de proposer cette animation. Je ne suis pas chaude non plus. », « je ne sais pas trop. Pour les classes haut niveau, mais pas pour les autres. » (CT)</p>

Les avis les plus réservés quant au jeu lui-même semblent venir de 2 publics différents, les personnes très à l'aise avec les jeux vidéo et qui ont l'habitude de jeux plus « fun », plus rapides et plus ludiques (qui souhaiteraient plus de décors, de niveaux de difficulté, de réalisme et d'action). Le caractère très simple du jeu a pu les frustrer par rapport aux jeux dont ils ont l'habitude. Et d'autre part les personnes qui ne sont pas du tout habituées aux jeux vidéo et qui ont eu des difficultés à jouer (maniabilité), problèmes qui peuvent générer aussi un sentiment de frustration (ne pas réussir à réaliser l'activité). Dans le groupe Carambars'Tic de nombreuses enseignantes travaillent des établissements primaires, voire dans le préscolaire, ce qui explique qu'elles considèrent le jeu comme peu adapté à leur public, voire comme incitatif s'il est proposé à des élèves trop jeunes.

L'aspect pas suffisamment explicite du jeu, du point de vue de la prévention, est également mentionné à plusieurs reprises. En effet, tout ou presque repose sur la discussion qui suit le jeu et elle n'a pas toujours pu avoir lieu de la même manière (durée, implication des élèves et des enseignant.es variables). Dans certaines classes, la discussion était quasiment impossible (par des réponses des élèves, pas de volonté de participer). Sur ce point, on peut se demander, comme le suggère une des animatrice de centre culturel, si ce n'est pas la présence des enseignant.e.s qui bloquerait la parole des élèves sur ce sujet (le tabac). Mais dans certaines classes, la présence des enseignant.e.s n'a pas semblé poser de problème. Il est difficile de conclure sur ce point.

## ASPECTS POSITIFS DU JEU ET DE LA DISCUSSION

	<b>Evoqués dans les focus groups PSPS</b>	<b>Dans les questionnaires d'enseignant.es et le focus groups d'enseignant.es (LC)</b>
<b>Approche par la manipulation via la publicité</b>	<p>-Approche jugée positive, renouvelant la prévention et moins moralisatrice que les approches basées sur la peur. Convient bien à des adolescents. (Focus NV)</p> <p>-« Je trouve que c'est très important qu'ils se rendent compte qu'ils sont très influençables, moi je trouve que c'est très important. Et qu'il y a moyen de résister quand même. » resp. PSPS (L)</p>	<p>-« Je trouve intéressant de prendre cette approche sur la manipulation de publicité plutôt que les dangers sur la santé. »</p> <p>-« C'est une bonne porte d'entrée pour commencer un travail de prévention, tant au niveau du tabac que de la publicité en général. »</p> <p>-« Excellente idée, surtout d'insister sur la réflexion et non pas sur la moralisation »</p> <p>-« Super entrée en matière et sensibilisation des jeunes face à cette publicité. » enseignantes Carambars' TIC</p> <p>-« Le côté subliminal, ça c'était intéressant. Le côté de leur faire réaliser dans quel monde ils étaient. Ça ils avaient pas réalisé, ils ont appris. Au niveau du jeu. Il était facile. Ils n'ont pas dit que c'était un « super jeu », ils ont dit que c'était pas mal. Je pense que le jeu il pourrait être fait par des plus petits, mais le fait qu'il réalisent qu'ils se font berner. Ça c'était vachement intéressant. », enseignante (LC)</p>
<b>Discussion après le jeu</b>		<p>« Ils ont bien participé. En plus c'était à bon escient ils ont écouté » enseignante (LC).</p> <p>« Le jeu plus la séquence de discussion, c'était bien. Au lieu d'avoir le questionnaire ce serait bien de pouvoir reprendre ça plus tard. Repasser deux périodes là-dessus, leur demander qu'est-ce que vous vous rappelez de ce qu'on a discuté. » enseignante (LC)</p>
<b>Utilisation d'un jeu vidéo</b>	<p>L'aspect ludique et en lien avec les activités des jeunes est considéré comme positif. La durée très courte du jeu est aussi bien, car on ne risque pas de tomber dans un jeu chronophage. Le jeu est une bonne idée d'amorce. (NV)</p>	<p>« idée très bonne d'accrocher les jeunes avec un jeu » (CT)</p>
<b>Réalisme du jeu</b>		<p>« Très intéressant car se rapproche de la réalité et du concret. Comparable à ce qu'ils trouvent dans leur kiosque. », « Concret » (CT)</p>

<b>Maniabilité</b>		« Une fois les manettes bien « habituées », facile d'évoluer dans le décor », « facile à utiliser », « bien fait, maniable », « Facile de prise en main », « Très ergonomique, très instinctif. », « le rythme pas trop rapide est bien adapté. » (CT)
<b>Aspect ludique</b>		« Très bien réalisé, très ludique », « Cela correspond aux jeux que les jeunes utilisent » (CT)

Presque tous les groupes relèvent l'intérêt d'une approche non-moralisatrice et ludique de la prévention. Le focus sur la manipulation est jugé intéressant par tous les groupes consultés.

De très nombreux commentaires positifs proviennent du groupe Carambars' Tic, qui sont des enseignant.e.s (DGEO et spécialisé) qui s'intéressent aux Mitics et aident leurs collègues à intégrer les nouvelles technologies en classe. C'est un groupe particulièrement intéressé par les nouveautés technologiques et pédagogiques, ils ont l'habitude de se former en autonomie aux nouveautés.

La plupart d'entre elles n'ont pas eu de problème pour jouer (même si la moyenne d'âge du groupe se situe autour des 45 ans et plus). Du fait de ces caractéristiques spécifiques aux Pressmitics, ces enseignant.es ne sont cependant pas représentatifs de l'ensemble des enseignant.e.s.

Le contenu du jeu, développant l'esprit critique a aussi beaucoup été apprécié par les enseignant.es du spécialisé.

---

 CONDITIONS POUR UNE INTEGRATION EN CONTEXTE SCOLAIRE DE SPLASHPUB
 

---

**Question de recherche 4 :**  
**« Quels sont les types de scénarios pédagogiques/éducatifs privilégiés par ces différents acteurs pour l'intégration de ce type de jeu ? »**

**Aspects pédagogiques**  
**Possibilités d'activités d'accompagnement du jeu et Supports pédagogiques**  
**Mentionnées lors des groupes de discussion**

<b>Critères pour une intégration des activités en classe</b>	<b>Objectifs pédagogiques</b>	<b>Activités proposées</b>
<b>Lien entre le jeu et la vie réelle</b>	Ne pas rester que dans le monde virtuel du jeu, faciliter le transfert de connaissances dans la vie réelle. Prolonger l'activité hors de la classe (NV)	-Faire une sortie avec les élèves, aller dans un kiosque avec les élèves pour repérer les pubs. (NV)
<b>Liens avec une ou plusieurs disciplines.</b>	Pour ancrer l'activité dans le plan d'études.	« Pour nous ce qui serait intéressant, c'est des expériences, de voir ce que ça fait la cigarette sur le corps humain, concrètement, sciences, santé, qu'on voie un poumon de quelqu'un qui fume et qui fume pas. Qu'ils voient vraiment. (..) peut-être plus lié à une activité sportive, ils font du sport, concrètement qu'est-ce que ça peut faire sur le moment. Le coût économique », éducatrice (LC)
<b>Proposer des activités clé en main.</b>	Faciliter le travail des enseignants, leur éviter une trop longue préparation ou formation, une recherche d'information.	-Proposer des fiches d'activités pour les enseignant.es à faire sur ce sujet avec les élèves. (NV) -« Il y a des fiches e-media » (LC)
<b>Varié les supports d'information</b>	Permettre l'institutionnalisation, la récapitulation des savoirs acquis (NV)  Proposer des ressources complémentaires au jeu.	-Proposer une fiche récapitulative à laisser aux élèves après le jeu une trace écrite de l'activité. (NV)  - Le site e-media.ch est proposé comme exemple de site proposant des activités clés-en main intéressantes. (enquêteuses)  -Associer au jeu un reportage sur l'incitation au tabagisme, par ex. sur des pays où c'est encore plus visible qu'en Suisse, pays où des cigarettes sont offertes aux enfants (échantillons). Mention d'un

		reportage de Canal +, où l'on voit des enfants de 3 ans qui testent des cigarettes. (NV)
<b>Mise en action des élèves</b>	Leur permettre de s'approprier le sujet (observation, création) (NV)	-Faire faire des parodies de pubs aux élèves, par ex. en dessin. -Confectionner des paquets attractifs.(NV) -Proposer des « devoirs » à faire faire aux élèves (à la maison ou dans leur environnement quotidien, à propos de la pub), ou de faire comme pour l'alimentation en primaire, une sorte de carnet au jour le jour de ce que l'élève voit comme pub. (NV) -« Si eux ils ont l'idée, accouchent de l'idée eux-mêmes, ça marche mieux que si on vient leur bourrer le crâne. », éducateur (LC)
<b>Associer les parents d'élèves à la démarche de prévention</b>	Intéresser les parents au sujet de la prévention tabac, permettre un dialogue avec leurs enfants à ce sujet. (NV)	-Un document écrit à donner aux élèves pourrait être rapporté à la maison et discuté avec les parents. (NV)
<b>Associer les jeunes à la création et l'évaluation d'outils de prévention</b>	Placer les élèves en posture d'acteurs, et non de simples consommateurs de prévention.  Développer un esprit critique quant aux moyens de prévention qui leur sont proposés.	« Peut-être qu'on peut laisser le jeu comme il est, un peu pourri, c'est peut-être intéressant de le laisser tel quel et qu'ils puissent eux, faire des commentaires. Moins sur le jeu, si on veut axer sur la prévention » éducateur (LC)  « Et l'idée qu'on leur <i>demande</i> leur avis sur ce jeu, ça les a bien plus fait bosser avec ça, que si on leur avait présenté ça, nous en classe, en leur disant, vous jouez, on va faire de la prévention avec ça. Là, alors t'oublie. Tandis que là, c'était super bien, de les prendre eux à un autre niveau. Ils ont aimé, c'était un joli moment. De leur demander est-ce que vous pensez que c'est bien comme prévention ce jeu-là ? » enseignante (LC)  « Il faut un autre prétexte que dire « on va faire un cours de prévention ». Je me verrais mal animer un atelier où je leur dis attention, c'est ça les dangers..», éducateur (LC)
<b>Déroulement des activités</b>	Favoriser le retour sur l'activité par des moments d'institutionnalisation à plusieurs intervalles. Revenir plus tard, pour voir si des liens ont été faits avec la vie quotidienne (observation, meilleure conscience des manipulations publicitaires).	« Au lieu d'avoir le questionnaire ce serait bien de pouvoir reprendre ça plus tard. Repasser deux périodes là-dessus, leur demander qu'est-ce que vous vous rappelez de ce qu'on a discuté. », enseignante (LC)

<b>Modalités d'animation des séquences avec le jeu</b>	Proposer d'autres activités « interactives » et complémentaires sur le sujet.	« Vous avez vu le spectacle Caméléon (Cig-arett) qui tourne autour de ça ? il y a 10 ans, ils abordaient la question de la pub, ils expliquaient comment.. (..) ça serait intéressant de partir de la pièce.. Ce jeu il développe un autre axe, c'est deux choses qui pourraient être complémentaires. (..) La pièce elle ouvre plein de questions..Et après d'avoir la discussion. » Doyenne (L.)
--	---	--

En complément aux besoins relevés précédemment, on peut ajouter les idées et proposition d'accompagnement du jeu faites par les enseignant.es. Plusieurs activités mettant les élèves en action sont proposées.

Le fait d'associer les jeunes à la réflexion sur les moyens de prévention, et de leur demander de collaborer (en donnant leur avis sur le jeu) a été perçu de manière positive « Et l'idée qu'on leur *demande* leur avis sur ce jeu, ça les a bien plus fait bosser avec ça » (LC). En effet, placer le jeune en position de donner son avis, de contribuer à la prévention est également un élément novateur, qui favorise l'empowerment des jeunes.

## CONCLUSIONS POUR LE CONTEXTE SCOLAIRE

En l'état actuel les jeux vidéo (dont les serious games) sont très peu utilisés à l'école dans le canton de Vaud et une majorité d'enseignant.e.s n'a que peu ou pas du tout d'expérience de l'usage privé des jeux vidéo ou d'un usage pédagogique. De ce fait leur demander d'intégrer des jeux vidéo en classe, de surcroît sur un thème qui n'est que peu ou pas connu (prévention tabac) est une double gageure.

Certains enseignant.e.s, dont les plus à l'aise avec les jeux vidéo, comme les Pressmitic (personnes ressources Médias et Tic), ont une attitude plus favorable par rapport au jeu et à la séquence qui l'accompagne, notre hypothèse est que cela est dû par leur plus grande familiarité avec les nouvelles technologies et leur usage en classe, ainsi que par leur intérêt pour l'éducation aux médias, qui est un élément central du jeu (stratégies publicitaires), mais aussi de par leur intérêt pour les innovations techno-pédagogiques.

Pour les équipes PSPS, les deux discussions de groupes ont été réalisées dans des contextes très différents (un établissement demandeur de prévention tabac, et un autre sans demande particulière) et ont apporté des résultats très contrastés. On ne peut donc pas conclure de manière uniforme pour les équipes PSPS sans prendre en compte le contexte particulier de l'établissement, ses besoins et ses priorités. Mais dans un établissement où une volonté d'intégrer la prévention tabac est exprimée par la direction et thématisée au sein du groupe PSPS, il y a plus de chances que des activités de prévention de ce type puissent être acceptées et menées à bien par les membres de l'établissement.

En effet, lorsque la demande ne provient pas de l'établissement, ou que la proposition de prévention ne rencontre pas d'écho particulier, et qu'aucun besoin n'est exprimé en matière de prévention tabac, il y a peu de chances qu'un dispositif innovant du type SplashPub puisse être accepté et introduit via les équipes PSPS. Le critère d'acceptation d'un serious game comme SplashPub, dans des activités de prévention en établissement scolaire, ne semble pas être uniquement en lien avec le média « jeu vidéo » en tant que tel, mais avec la problématique du tabac, qui est perçue très différemment selon les établissements scolaires. Pour certains la consommation de tabac des élèves est considérée comme un problème préoccupant, pour d'autres (notamment dans les quartiers les plus favorisés) la consommation est considérée par les enseignant.e.s comme quasi inexistante, et donc ne constitue pas un problème particulier.

Mais on peut tout de même noter que la plupart des enseignant.e.s dans les classes desquels nous avons testé le jeu n'ont pas l'habitude des jeux vidéo, ni des serious games, et n'ont pas souhaité tester le jeu SplashPub. En effet, cela semble difficile de donner une leçon à ses élèves avec des outils que l'on ne maîtrise pas (utilisation pratique et contenu).

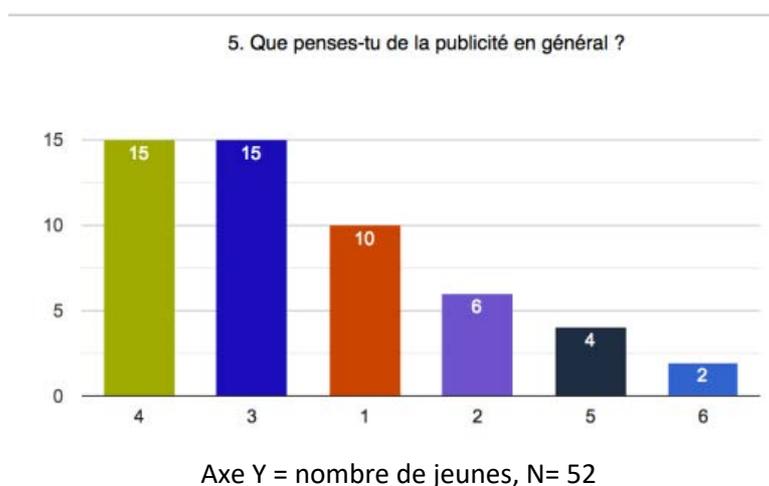
Les dynamiques de groupe dans les établissements scolaires que l'on a pu observer, ont montré que le soutien et l'intérêt d'une direction pour ce type d'activité est primordial, notamment pour l'engagement des équipes PSPS dans l'appropriation de ces activités.

## IV RESULTATS -CENTRES DE LOISIRS

### REPONSES AU QUESTIONNAIRE (JEUNES)

Les comparaisons avec le milieu scolaire sont faites avec le questionnaire n° 1 (avant le test du jeu)

#### Perception de la publicité

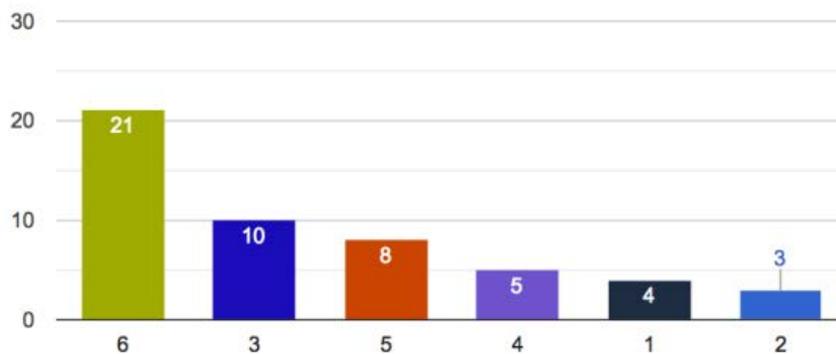


5 et 6 = 11,5% ; 3 et 4 = 57,7% ; 1 et 2 = 30,8 %

	Q1 élèves (N=155)	Q centres loisirs (N= 52)
+	3%	11,5%
0	59,5%	57,7%
-	37,5%	30,8%

La perception de la publicité par les jeunes des centres de loisirs est légèrement plus positive que dans le contexte scolaire. Mais tout comme dans le contexte scolaire la grande majorité des jeunes perçoivent la publicité de manière intermédiaire ou négative (88%). Voici quelques-uns des termes utilisés pour la décrire : « c'est mensonger », « logo répétitif », « trop d'attirance », « pas bien ». Très peu d'avis nuancés ou positifs sont exprimés : « c'est marrant », « si c'est des choses que j'aime », « ça peut être utile ».

## 8. Que penses-tu de la prévention du tabagisme ?



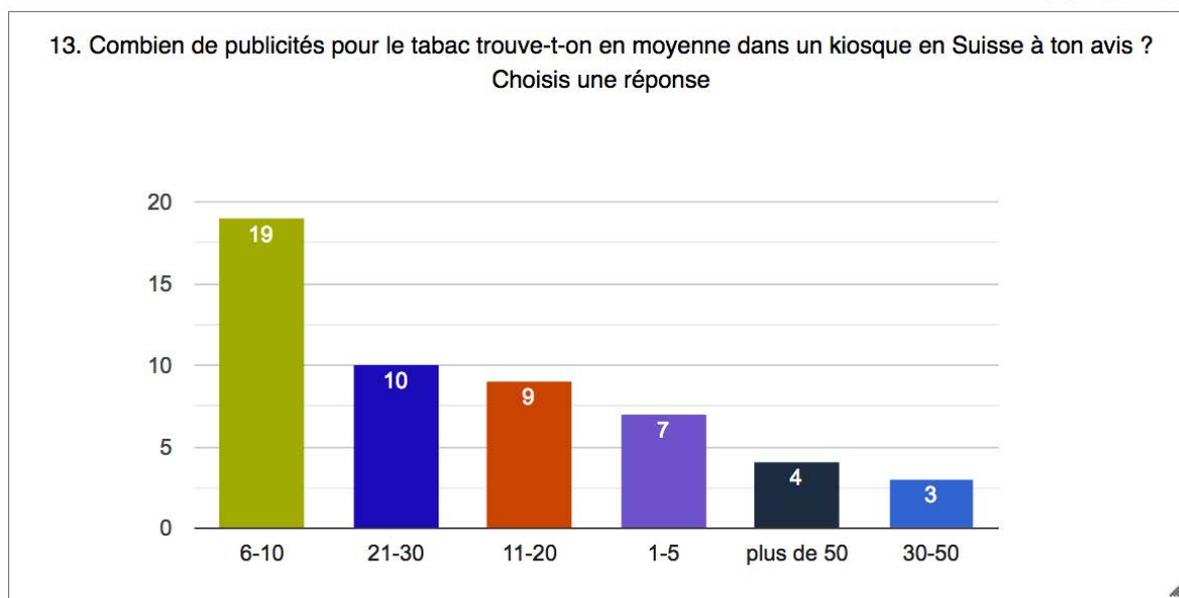
Axe Y : nb de jeunes, N = 51

## Que penses-tu de la prévention du tabagisme ?

	Q1 (N=147)	Q centres loisirs (N=51)
+	60%	57 %
0	23 %	29%
-	17%	14%

Tout comme les élèves des classes, les jeunes des centres de loisirs ont une vision assez positive de la prévention (plus de la moitié exprime un avis positif ou très positif). Le nombre de remarques positives sur la prévention dépasse largement les remarques négatives, comme c'était le cas pour les élèves des écoles : « ça influence les jeunes à pas fumer », « c'est bien comme ça ils aident », « c'est bien pour que les gens voient les photos sur les paquets qu'ils commencent de pas fumer », « c'est pour notre santé ». Quelques remarques mentionnent même qu'il n'y a pas assez de prévention : « pas assez développé », « plus dénoncer le fait ». Les remarques négatives concernent l'utilité et la façon dont sont menées les actions de prévention : « ne me semble pas efficace ».

### Perception des stratégies des industriels du tabac



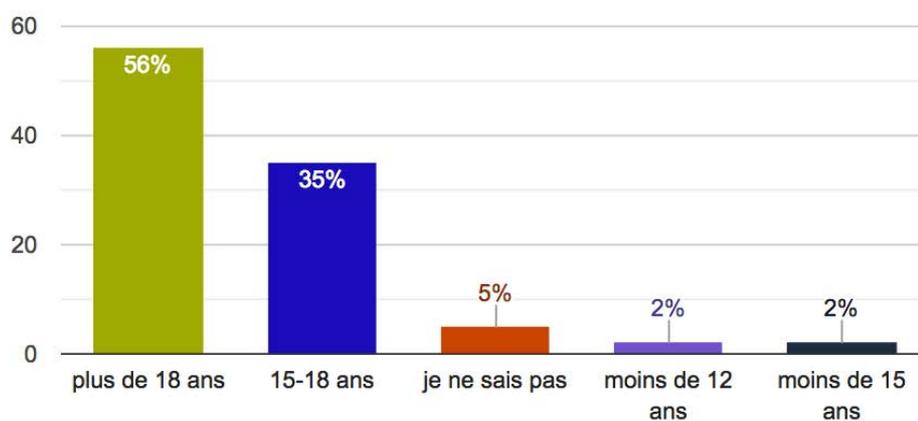
A la question, 13. Combien de publicités pour le tabac trouve-t-on en moyenne dans un kiosque en Suisse à ton avis ? (N = 52)

67 % des jeunes des centres de loisirs (contre 72% en contexte scolaire) sous-estiment le nombre de publicités pour le tabac que l'on peut trouver dans un kiosque (20 et moins).

Tout comme les élèves du secondaire 1, la grande majorité sous-estime le nombre de publicités présentes dans les kiosques.

### Perception du public visé par les publicités pour le tabac

6. Les publicités pour les cigarettes s'adressent à des personnes de quel âge à ton avis ?

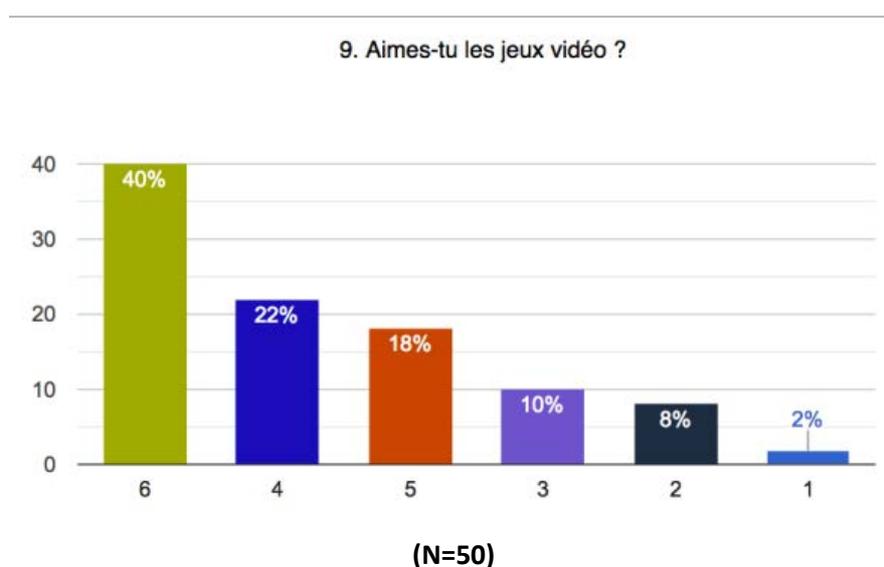


	Centres de loisirs N=52	Q1 (écoles) N=157
Plus de 18 ans	56%	60%
15-18 ans	35%	32%
Moins de 15 ans	2%	5%
Moins de 12 ans	2%	2%
Ne sait pas	5%	7%

Plusieurs réponses étaient possibles.

Comme pour les élèves du secondaire 1, la majorité des réponses des jeunes des centres de loisirs mentionne les plus de 18 ans, puis viennent ensuite les 15-18 ans. Les moins de 15 ans et moins de 12 ans sont très largement sous-estimés (2% de réponses seulement).

Bien que les centres de loisirs accueillent des jeunes plus âgés que dans le contexte du secondaire 1, les réponses quant à l'âge des personnes visées par les publicités pour le tabac correspondent aux réponses du public scolaire. Ceci pourrait montrer une utilité des actions d'informations à ce sujet tout aussi importante pour les centres de loisirs que pour les écoles du secondaire 1.



58 % apprécient beaucoup les jeux vidéo, 32 % répondent de façon intermédiaire, 10 % affirment ne pas ou peu aimer les jeux vidéo.

	Centres de jeunes N=50	Q1 (scolaires) N=153
+	58%	62%
0	32%	24 %
-	10%	15%

L'appréciation des jeux vidéo est très proche entre les publics scolaires et ceux des centres de jeunes.

A la question 10, « Aimerais-tu jouer à un jeu vidéo sur tablette à propos de la publicité pour le tabac ? » Les réponses sont majoritairement positives et très positives. (N=49)

	Tablette (N=49) Centre loisirs	RV (N=51) Centre loisirs	Q1 Tablette (N= 153)	Q1 RV (N=154)
+	53%	66%	45%	67%
0	39%	25 %	36%	21%
-	8%	7%	19%	12%

On ne constate pas de différence dans les âges ou le sexe dans l'appréciation d'un jeu sur tablette. Dans les centres de loisirs, l'intérêt pour la réalité virtuelle est plus élevé que pour la tablette, tout comme chez les écoliers. Les chiffres sont très proches de ceux du contexte scolaire, avec un léger pourcentage plus favorable en centre de loisirs pour le jeu sur tablette (53 % d'avis positifs par rapport à 45%). Il y a également moins d'avis négatifs à propos de la tablette en centre de loisirs qu'en milieu scolaire. (8% / 19%).

#### 14. Est-ce que tu fumes ?

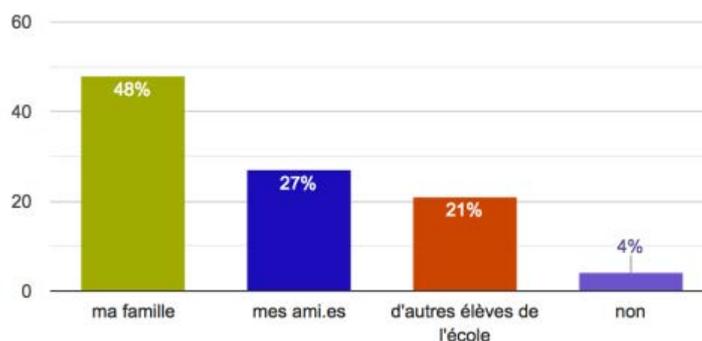


(N= 52)

Dans notre échantillon de jeunes en centre de loisirs, 10 jeunes sur 52 affirment fumer régulièrement (tous les jours, toutes les semaines et quelques fois par mois), soit 19 %, ce qui est supérieur au pourcentage de fumeurs dans le milieu scolaire (14%). Ceci s'explique probablement en partie par le fait que les centres de loisirs accueillent aussi des jeunes plus âgés que les écoles du secondaire 1 (9/10 fumeurs de cet échantillon ont 15 ans ou plus).

## Fumeurs dans l'entourage des jeunes des centres de loisirs

15. Est-ce que des personnes fument dans ton entourage ?



Plusieurs réponses possibles, nb de répondants N = 52

Fumeurs dans l'entourage :	Centres de loisirs	Q1
<b>famille</b>	<b>48%</b>	<b>39%</b>
amis	27%	20%
<b>Autres élèves</b>	<b>21%</b>	<b>32%</b>
non	4%	9%

On constate davantage de fumeurs dans l'entourage familial et les amis des jeunes des centres de loisirs que pour les jeunes en contexte scolaire.

### Appréciation du jeu SplashPub

Sur les 42 avis exprimés par les jeunes des centres de loisirs, 27 sont positifs, 5 négatifs et 10 mentionnent des problèmes techniques ou des difficultés. Certains proposent des modifications à faire (3). Deux commentaires mentionnent des incompréhensions sur le sens du jeu :

« bien, mais si on ne nous explique pas bien le tout, on peut ne pas trop comprendre la prévention contre tabac », « j'ai rien compris ».

Les commentaires positifs concernent le contenu du jeu, son objectif et ses aspects graphiques :

-c'est un bon jeu et ça fait voir qu'il y a plein de pub que l'on voit pas.

-ça montre qu'il y a beaucoup de pubs dans les villes.

-il est intéressant à faire dans les écoles pour que certains jeunes sachent la gravité de la cigarette.

-j'ai trouvé que c'était un bon jeu pour l'avertissement

-original et assez visuel (jeu d'optique)

-c'est assez réaliste, c'est pas trop difficile ni trop facile et c'est assez cool même si c'est un jeu pour le tabac et voilà.

-j'ai trouvé que le jeu a été très réaliste, sans l'avoir pensé au début. Le nombre de pub que nous avons trouvées est très similaire de la réalité.

- très bien, ça ressemble à la réalité.
- Les décors sont bien fait. Il donne envie le thème de la cigarette intéresse

Un grand nombre de commentaires sont positifs, mais peu précis :

- il est marrant
- très bien
- j'ai bien aimé
- très bien fait
- c'était dur, mais trop bien parce que je joue jamais à ce genre de jeux

On constate des différences d'opinion entre certains jeunes, notamment à propos des graphismes, certains souhaiteraient que le jeu soit encore plus réaliste.

Le problème de sensibilité des touches de déplacement qui rend difficile les déplacements dans le jeu est mentionné à de nombreuses reprises et correspond aux remarques des experts interrogés (E. Fislér et O. Reutenauer). On peut considérer que c'est un constat positif de voir qu'un aussi grand nombre de jeunes apprécient ce jeu malgré ces problèmes techniques.

Difficultés techniques	Propositions de modifications
-le jeu est à développer encore. L'écran ne répond pas assez au toucher tactile. -la sensibilité -très sensible -l'écran ne répond pas assez au toucher tactile - trop lent	-il est propre, mais il y a encore des modifications à faire comme, les touches, améliorer le graphisme, plus réaliste.  -il faudrait qu'il y ait du bruit, des personnages, des prix (trophées) quand on trouve beaucoup, des niveaux avec des endroits différents, des petites infos sur le tabac dans le monde.

#### AVIS DES ANIMATEURS SOCIOCULTURELS EN CENTRE DE LOISIRS

L'avis des animateurs-trices de centres de loisirs a été recueilli auprès des centres dans lesquels l'animation SplashPub a été réalisée. Des questionnaires leur ont été proposés, plusieurs discussions ont également eu lieu après les animations. Les 11 animateurs-trices interrogés appartiennent à une tranche d'âge nettement plus jeune que celle des enseignant.e.s interrogé.e.s, (2 ont de 18 à 24 ans, 5 ont de 25 à 34 ans et 1 seule de 35 à 49 ans). Les animateurs-trices ne sont pas tous éducateurs-trices, certains n'ont pas de formation spécifique au travail social (dont les 3 moniteurs interrogés), d'autres sont encore en cours d'études sociales à la Haute école de travail social et de la santé de Lausanne. La moitié d'entre eux/elles avait déjà participé à des actions de prévention dans un centre de loisirs ou un autre centre pour jeunes. Les adultes de ces centres, moniteurs-monitrices, animateurs-trices, jouent un rôle de référents au quotidien pour de nombreux jeunes et ont répondu avoir déjà réalisé des actions de prévention santé, mais plutôt sur le plan individuel et au cas par cas. En revanche les activités de prévention liées au tabac et activités collectives sont peu courantes dans les centres de loisirs de notre échantillon. 80 % des animateurs-trices ont exprimé que selon eux les jeunes de leur centre avaient une vision négative de la prévention :

« Je pense que les jeunes ont des *a priori* sur la posture préventive : ils et elles s'attendent majoritairement à un discours répressif et ne semblent pas s'intéresser à la prévention à cause de cette vision, par contre ils sont très ouverts à la discussion et critiques sur leur consommation », « pas toujours comprise selon le public », « un truc barbant », « Je pense qu'ils

ne se rendent pas trop compte de ce que c'est. », « globalement peu ludique, donc chiant », « un truc chiant et inutile ».

Quelques avis plus nuancés sont tout de même exprimés :

« Assez bien vu si cela est bien proposé », « pour qu'ils aillent mieux dans le futur »

Une majorité d'animateurs-trices pensait aussi que les jeunes ne seraient pas intéressé.e.s par la prévention : (question « comment pensiez-vous que les jeunes allaient réagir durant l'activité réalisée par le Cipret ?) :

« pas très preneurs » , « personne ne voulait participer mais sur le moment ils ont tous participé. Très positif pour moi. », « le bon Fnac allait les attirer, mais assez peu de débat de fond sur la thématique. », « preneur, surtout avec le prix », « négativement, avec désintérêt », « Je pensais que le côté "concours" allait attirer d'abord quelques personnes, puis que le groupe allait suivre. J'imaginais ensuite que seulement certain-e-s jeunes allaient participer à la discussion collective, d'où ma bonne surprise par la suite ! ».

A la question portant sur l'importance accordée aux activités de prévention santé dans leur centre, les deux tiers des répondant.e.s les considèrent comme importantes, même si ils/elles n'ont pas encore formellement organisé ce type d'activités, ils/elles en voient l'intérêt et l'utilité :

« Il est très important de pouvoir organiser de telles activités. C'est la première fois que nous le faisons au CP22 et nous espérons pouvoir à nouveau inviter des spécialistes d'un domaine donné pour mener des discussions sympathiques mais utiles avec les jeunes. Au jour le jour, nous avons une posture préventive dans les échanges que nous avons avec les jeunes. Mais cela reste souvent informel et en petit groupes, voire en individuel. »

« 3 à 4 fois par année serait une bonne chose », « Des préventions ludiques doivent être faites régulièrement », « très important », « très important idéalement, mais en changeant les thématiques »,

Certain.e.s expriment des limites, notamment dans la fréquence de ce type d'activités si elles sont formalisées : « 2 fois par an avec partenaires. Plus ou moins quotidienne via notre posture. », « Je pense que de temps en temps cela peut être intéressant, mais si c'est trop souvent cela risque d'être redondant. ».

### **Le rapport aux jeux vidéo**

La proportion d'animateur-trices qui jouent aux jeux vidéo est plus élevée que celle des enseignant.e.s (plus de deux tiers), la plupart jouent sur console ou smartphone. La moitié d'entre eux/elles a une vision positive des jeux vidéo. En revanche ils/elles n'ont jamais testé de serious games (à une exception près). Deux des 4 centres visités offrent la possibilité de faire des jeux vidéo sur place (sur console), essentiellement des jeux de sport (Fifa, NHL, VBA), d'autres jeux sont aussi proposés lors d'activités spéciales (fêtes du jeu à la Bourdonnette, Renens) : Minecraft, W. of Warcraft.

### L'évaluation et du jeu et de la discussion qui a suivi

La moitié des répondant.e.s le trouve bien adapté à un centre de loisirs, l'autre moitié a une vision intermédiaire.

	Aspects positifs	Freins	Recommandation
<b>Mécanique du jeu, accessibilité</b>	« Pratique car c'est facile d'utilisation. »	« manque des mécaniques des jeux vidéo blockbuster »	
<b>Organisation d'un concours</b>	- « Le petit prix à la clé était sympathique et motivant pour les jeunes. » -« Je pensais que le côté "concours" allait attirer d'abord quelques personnes, puis que le groupe allait suivre. J'imaginai ensuite que seulement certain-e-s jeunes allaient participer à la discussion collective, d'où ma bonne surprise par la suite ! » -« Ils sont très compétitifs »	-« Je pense que l'attrait du bon de 20 CHF les attire plus que le jeu. » -« L'animation, système travail implique récompense. » -« Bonne participation, mais je doute que sans le prix final ça aurait aussi bien marché.. »	« oui, mais avec un discours préventif. »
<b>Interactions et discussion lors de l'animation</b>	-« Discuter de choses sérieuses ne les tente pas toujours, mais jouer, s'amuser, discuter tranquillement, ils y sont toujours ouvert-es. » -« Les jeunes sont preneurs de cette prévention » -« très agréable » -« surpris de l'intérêt des jeunes » -« intense » -« Beaucoup de discussions après sur le sujet, lancement de débat. »	-« Sympa, mais je ne sais pas si ça va vraiment les faire réfléchir ? » -« Intéressant, mais peut-être un manque de discussion autour de la thématique du tabac. » -« Il y en a pas assez d'interactions » -« intéressante, mais peu "profondes" (les interactions)»	
<b>Utilisation d'un jeu vidéo</b>	-« L'outil digital est attractif, le jeu rend le tout compétitif et pousse tout le groupe à s'impliquer. » -« Nos jeunes ont vraiment apprécié cette soirée », « vivre avec son temps »	-« Je pense que le jeu les attire, mais pas sûr que les réponses les intéressent vraiment. » -« Le challenge intéresse plus que la prévention »	
<b>Adéquation au public du centre</b>			-« Tout dépend du public (âge) »

## CONCLUSIONS POUR LES CENTRES DE LOISIRS

On constate que selon les contextes, les mêmes éléments peuvent être considérés soit comme positifs, soit comme négatifs. Par exemple les bons Fnac offerts dans deux centres, comme prix, ont généré dans un des centres trop de compétitivité, au point que cela a perturbé le déroulement du jeu et focalisé l'intérêt des jeunes sur cette récompense plutôt que sur le contenu du jeu. Dans ce centre, l'ambiance était tellement compétitive entre les jeunes qu'il n'a pas été possible de lancer une discussion sur le contenu du jeu lors de la remise du prix. Ceux qui n'ont pas reçu de prix ayant réagi négativement. Dans un autre centre cela n'a généré aucun problème. Les jeunes sont restés pour échanger et discuter même après l'annonce des résultats. La discussion et l'échange ont pris le pas sur les résultats du concours.

Le jeu vidéo comme moyen de prévention est considéré comme une accroche positive et motivante. Mais, tout comme les enseignant.es, les animatrices-teurs considèrent qu'il n'est pas suffisant sans un échange et une discussion.

L'évaluation de la discussion a dépendu de ce qui s'est passé dans les groupes. Les interactions ont été très inégales selon les groupes. Mais en général, les interactions étaient meilleures lorsqu'il y avait deux intervenant.e.s, en effet, la gestion des tablettes (et des questionnaires) prend un certain temps, qui empiète sur l'échange et la discussion.

L'utilité d'un jeu de ce type a été globalement évalué de manière positive :

6 sur 8 répondant.e.s pensent que ce type d'activités peut renouveler l'image de la prévention et que l'on pourrait utiliser les jeux vidéo pour d'autres activités de prévention. Les domaines suivants sont mentionnés : alimentation, drogue, alcool, endettement, sexualité, rapports homme-femme etc.). L'ensemble des répondants ont mentionné qu'ils se sentiraient à l'aise avec l'animation de ce type d'activité dans leur centre. Deux sans aide extérieure, un avec une formation préalable. Les autres mentionnent la nécessité de la présence d'animateurs-trices d'Unisanté ou d'aide au démarrage.

L'évaluation des effets de la séquence sur les jeunes par les animateurs-trices est très contrastée et dépend aussi de la façon dont l'activité s'est déroulée dans le centre. Mais la plupart des animateurs-trices expriment le désir de davantage de coordination pour ce genre d'activités :

« Une forte participation de leur part, du plaisir lors du jeu. Par contre peu de discussion dès que l'expérience de jeu est terminée. Il serait important de mieux se coordonner pour qu'on puisse développer quelque chose au niveau du centre. »

« Ils et elles sont TOUS allés fumer (sauf non-fumeurs) dès la fin de l'activité. Cela peut paraître ironique, mais pour avoir vécu des cours (HETS) sur la prévention et le tabac tout en étant fumeuse, je sais que cela peut vouloir dire que cela les a fait réfléchir, voire que cela a créé du stress (prise de conscience ?). Les gagnants du concours semblaient fiers et les jeunes ont dit avoir apprécié l'activité. Autre donnée importante, les adultes ont fait le jeu. Cela motive les jeunes. Il est très important que les animateurs et animatrices jouent le jeu lors de ce type d'activités. »

#### IV ASPECTS PRATIQUES : ACCES AUX ECOLES ET CENTRES DE LOISIRS

Ces éléments de comparaison sur les contextes scolaires et des centres de loisirs visent à répondre en partie, sur le plan pratique, à la question 3 de notre recherche :

##### Question de recherche 3.

« Quels sont les lieux et les intervenant.e.s les plus propices à mettre en place ou à collaborer à la mise en place de ce type d'action de prévention du tabagisme (écoles, centres de loisirs, équipes PSPS, enseignant.e.s, animateurs-trices socioculturel.le.s) ? »

Aspects pratiques et organisationnels à prendre en compte	Centres de loisirs	Etablissements scolaires
<b>Accès au public</b>	<p>-Horaires du soir et du week-end et vacances : jeunes de 13 ans à plus de 18 ans</p> <p>-Horaire de midi (accueil parascolaire) : 10-15 ans</p> <p>-Catégories sociales plutôt populaires : quasiment pas de jeunes en VP ou gymnase.</p> <p>-Accès à des jeunes qui travaillent (apprentis) ou sont déscolarisés.</p> <p>-Souvent des plages de plus de deux heures nous ont été proposées. Il était aussi possible de prolonger l'activité et les discussions avec les jeunes qui le souhaitent, en général jusqu'à la fermeture du centre et dans un cadre informel.</p>	<p>-Moins de fumeurs dans les classes de VP</p> <p>-Éviter les premières plages du matin (les élèves dorment, difficile de faire une discussion).</p> <p>-Horaires scolaires : au secondaire des périodes de 45 minutes sont parfois trop courtes pour associer phase de jeu, questionnaire et discussion.</p> <p>Programme scolaire du secondaire 1 extrêmement chargé, difficile d'intégrer davantage d'éléments hors programme. Difficile de faire une activité de plus de 45 minutes.</p>
<b>Gestion de groupes</b>	<p>-La gestion des groupes est plus difficile dans ce contexte, car pas de public « captif ». Seuls les jeunes volontaires testent le jeu. Les jeunes vont et viennent, arrivent tous à des moments différents, ce qui n'est pas un problème pour tester le jeu, mais pour organiser une discussion structurée. Ambiance propice pour les échanges informels.</p>	<p>Gestion du groupe facilitée, par le contexte, mais dans certains cas difficile de créer suffisamment de confiance en 45min pour tenir une discussion, un échange. Rôle de l'enseignant.e à définir.</p> <p>Dynamiques et climat de classe qui peuvent interférer (classe en</p>

	<p>-Constitution d'un groupe pour la discussion assez difficile, car pas d'horaire de présence des jeunes prévisibles. Pour une bonne gestion de groupe durant l'activité, associer les animateurs-trices si possible à l'organisation de l'animation. Annoncer l'activité à l'avance. Si durée d'attente trop longue entre jeu et discussion, perte du public.</p>	<p>opposition etc.). N'osent pas s'exprimer devant leur prof ou devant les autres élèves de la classe.</p>
<p><b>Attitude des adultes présent.e.s</b></p>	<p>-Les animateurs-trices sont dans la très grande majorité intéressé.e.s par ces problématiques d'addiction, de prévention. Les faire participer est motivant pour les jeunes. Ils-elles sont à l'aise avec ce type de discussions.</p> <p>- Dans l'ensemble accueil très positif pour ce type d'activité. Mais disponibilité pour les activités pas toujours facile à obtenir (dans certains cas plusieurs semaines ou mois d'attente avant de recevoir une réponse). De nombreuses relances nécessaires pour fixer une date de venue dans le centre.</p>	<p>-Rôle de l'enseignant.e durant la séquence interprété très différemment selon les cas, à définir à l'avance d'un commun accord.</p> <p>-Ne sont pas forcément à l'aise avec ce type de discussion qui implique des éléments liés à la vie privée et à l'éducation.</p> <p>-Accueil très variable. Enseignant.e.s très difficiles à joindre par mail, accès aux classes extrêmement compliqué selon les établissements, malgré l'autorisation de la DGEO. Sentiment qu'il s'agit d'une activité « de l'extérieur » qui s'ajoute et prend du temps sur le programme scolaire.</p> <p>-Les enseignant.e.s les plus intéressés étaient certain.es. enseignant.es du spécialisé et les Pressmitics (personnes ressources médias et technologies) et les enseignant.e.s de géographie, ainsi que certaines équipes PSPS pluridisciplinaires.</p>

## V INTEGRATION DANS LES PRESTATIONS DU PROGRAMME DE PREVENTION EN MILIEU SCOLAIRE

### **Q1. Est-ce que le serious game *SplashPub* pourrait figurer parmi la liste des prestations du Programme vaudois de prévention en milieu scolaire « Comportements problématiques en lien avec les substances ou avec les écrans » ?**

« Le programme prioritaire Prévention des dépendances dans les écoles vaudoises de l'ODES consiste à faire que chaque lieu de formation soit aussi un environnement assurant aux jeunes le développement de comportements sains - sans consommation de psychotropes, il vise aussi à apporter un soutien ciblé aux jeunes qui présentent un risque particulier et assurer le repérage de ceux qui se trouvent potentiellement en danger. »<sup>10</sup>

Ce programme comporte trois axes solidaires :

- repérage et intervention précoce
- prévention universelle
- formation des professionnels

Ce programme a pour but que les jeunes souffrant de troubles liés à l'addiction ou étant à risque de présenter des troubles soient repérés et aidés suffisamment tôt de manière à préserver leur santé et à prévenir le décrochage scolaire, les ruptures de formation et les risques de désinsertion.

Les objectifs de ce programme visent à ce que les élèves de chaque établissement scolaire :

- étudient dans un cadre favorable à la santé et aux apprentissages.
- développent des compétences leur permettant d'éviter des comportements addictifs
- ont accès à des professionnels qui détectent de manière précoce des comportements problématiques en lien avec des substances (alcool, tabac, cannabis) ou avec les écrans.

Le projet SplashPub pourrait s'intégrer dans l'axe de la prévention universelle en faisant partie, après une évaluation réalisée par l'Unité PSPS, du catalogue des « prestations de prévention primaire dans le domaine des dépendances ». Ce catalogue est à usage interne, il est accessible aux établissements scolaires.

Il nous semble que des séquences pédagogiques intégrant un jeu comme SplashPub pour la prévention pourraient relever du second type d'objectif lié au développement des compétences permettant d'éviter des comportements addictifs.

En effet, l'utilisation de ce jeu en classe permet de proposer une activité de jeu qui laisse place à l'expression de l'individu, et qui favorise, en tant qu'amorce non-normative, un échange relativement libre, ceci favorise l'autonomie critique des élèves. Ce type de dispositif permettrait de mieux comprendre l'influence de la publicité et les phénomènes de manipulation.

En effet, en conscientisant les stratégies de manipulation utilisées par l'industrie du tabac pour viser les jeunes, cette activité leur permet de prendre davantage de distance face aux discours valorisant la cigarette ou les fumeurs. En ce sens cette activité permet de renforcer l'esprit critique des jeunes.

Dans les établissements scolaires, il serait important que les personnes qui portent ce type d'activité ou de projets (en lien avec l'éducation aux médias) soient à même de construire des liens positifs et de confiance avec les élèves. Ces personnes pourraient aussi bien être enseignant.e.s, maîtres de classe, bibliothécaires, médiateur-trices scolaire, pressmitics, renfort pédagogique ou éducateur-trice (dans le spécialisé) que des membres des équipes PSPS.

## VI EVALUATION TECHNIQUE DU JEU PAR DES EXPERTS

**Question de recherche 7. Quels sont les éléments du jeu à modifier (graphisme, ergonomie, jouabilité) pour optimiser son effet sur le public-cible ou mieux correspondre aux besoins des utilisateurs ?**

### Remarques des professionnels des Médias et technologies

Principales difficultés/ problèmes	O.R (D. Kingdom, entreprise de création de serious games)	E.F. (responsable cellcips)
<b>Entrée dans le jeu</b>	<p>Bonne qualité graphique du logo du jeu, mais le menu du début est moins réussi graphiquement</p> <p>Au début du jeu, on est tout de suite projeté dans l'univers, on est un peu perdu, cela aiderait de donner un message de début, donner les objectifs, par exemple dire « trouve les publicités sur le tabac ». Mettre par ex. un bouton starter, qui nous fait commencer la partie, fait débiter le temps de jeu.</p>	
<b>Déplacement dans le jeu/accessibilité</b>	<p>Déplacement un peu lent pour des joueurs habitués aux jeux contemporains (Fortnite, Assassin's Creed). Difficultés avec la vision dans le jeu (contrôleur de droite pas assez sensible). On a l'impression de se battre contre le jeu.</p> <p>-On pourrait garder le contrôleur de gauche (déplacement) tel quel et remplacer le droit par un pointage au doigt directement sur l'écran à l'endroit où l'on veut se déplacer.</p> <p>-Le fait de devoir se trouver parfaitement en face d'un objet pour le splasher est un peu énervant, car on a l'objet dans le viseur, mais on ne peut pas le peindre, cela génère un sentiment de frustration, sentiment de</p>	<p>-Problématique, peu ergonomique, difficile à jouer, pas intuitif.</p> <p>-Jeu qui nécessite l'usage simultané des deux mains, une bonne coordination, donc inaccessible si on a un handicap moteur. Ok pour les daltoniens</p>

	manque de contrôle. On devrait pouvoir peindre l'objet aussi de biais, sans être parfaitement en face.	
<b>Gameplay, expérience de jeu</b>	<p>-Ajouter des éléments ludiques (« juicy ») dans la partie, par exemple en marquant davantage la découverte des pubs, plus d'événements « fun ».</p> <p>-Donner davantage de feeds-backs au joueur (félicitations (reward : un bravo, un retour visuel qui apparaît quand on tagge un objet (des étoiles), ou le compteur qui s'incrémente) ou des sons lors des trouvailles) pour augmenter le sentiment que l'on joue. Sinon on est dans une simple simulation.</p> <p>Mettre davantage en avant graphiquement le score par exemple. A la fin du jeu donner un résultat qui clôture la partie. Par ex. annoncer le score de façon plus claire, le temps, le classement par rapport à tous ceux qui ont joué sur la tablette.</p> <p>-Durée : bonne, pas trop long. Ce n'est pas un style de jeu que l'on doit rejouer.</p>	Pas suffisamment d'actions possibles.
<b>Réalisme</b>	<p>Répétition des objets pas gênante, car c'est un type de jeu où on ne s'arrête pas sur les objets (déplacement rapide). Difficile d'implémenter des personnages réalistes dans un jeu en 3D.</p> <p>Façons peu complexes d'augmenter le réalisme : Par ex. ajouter des étiquettes (prix) sur le comptoir, des ombres de contact pour les objets au sol, changer les textures des objets (toutes un peu similaires et très lisses) et ajouter davantage de marqueurs de lieu, en lien avec la Suisse romande, comme c'est le cas des manchettes de journaux, les affiches d'Ouchy..., par exemple le nom du kiosque.</p>	<p>-On ne voit que des paquets de cigarettes. Pubs pas assez réalistes, ne correspondent pas au message de fin (jeunes cool), pas assez d'images représentant des jeunes fumeurs.</p> <p>-Trop de pubs pour la même marque (parisienne).</p> <p>-Manque de réalisme du kiosque, trop d'images et d'objets répétés (chocolats sur le comptoir, magazines). Le kiosque n'est pas assez vivant, rien ne bouge, pas de personnages.</p>
<b>Splasheur (objet servant à peindre les pubs)</b>	L'objet-pinceau (manette bleue) n'est pas clairement identifiable (est-ce une machine, un robot, un pinceau ?), A remplacer par quelque chose qui fasse sens pour les joueuses.eurs (bombe de peinture etc.). Il faut aussi expliquer ou	

	montrer comment l'utiliser. Pour faciliter la maniabilité, on pourrait augmenter l'espace visé par la « bombe ». Les antennes sont utiles puisqu'elles aident à trouver les objets.	
<b>Niveau de difficulté</b>	Bon, car différents niveaux de difficulté : objets simples à trouver, d'autres moins.	Trop facile, objets pas réellement cachés.
<b>Commentaire final (audio)</b>	Insuffisant, à doubler d'éléments visuels, textes, images. Peut-être inclure dans ce message des éléments qui favorisent le débat qui suit. Eviter les messages moralisateurs.	Insuffisant, à doubler avec du texte en sous-titrage, des éléments visuels, pictos, textes, images. Supprimer la musique de fond.
<b>Commentaires, suggestions d'améliorations</b>	<p>-Laisser le tutoriel, mais rendre le décor plus attractif, par exemple un labyrinthe où se diriger, un chemin à suivre. Ou inclure le tutoriel dans le kiosque, par exemple avec une démo sur comment peindre le premier objet.</p> <p>-L'utilisation du jeu seul ne suffirait sans doute pas pour de la prévention, car pas de message suffisamment explicite. Mais il peut fonctionner comme amorce, pour lancer le débat.</p> <p>-Ne pas afficher les crédits à la fin du jeu, on peut par ex. mettre un bouton dans le menu vers une page de crédits. Ou alors mettre un lien vers un site pour s'informer sur le tabac.</p>	<p>-Ajouter une TV dans le jeu avec des clips ou des films où l'on voit des fumeurs, ou des éléments de réseaux sociaux, ou de youtubeurs, faisant de la pub de manière <i>indirecte</i> et plus subtile que des affiches explicites.. –</p> <p>-Montrer aussi comment sont représentés les fumeurs dans les séries TV, les jeux vidéo populaires. Ou utiliser un jeu qui existe déjà et ajouter un mods, une couche.</p> <p>-Travailler sur le détail : ce qui est écrit sur les paquets, (fumer tue), les images etc.</p> <p>-Parler de sujets comme le coût du tabac, prix du paquet, des sujets plus larges que la publicité.</p> <p>-Aborder les aspects sur la pollution de la nature (avec les mégots), sur l'ajout de composants toxiques au tabac, sur les pubs pour le cannabis légal qui utilise aussi du tabac.</p> <p>-Associer des documents explicatifs en ligne à télécharger.</p>

Les entretiens avec O. Reutenauer (Digital Kigdom) et E. Fisler confirment les nombreuses remarques des jeunes quant aux difficultés de maniabilité du jeu. Trop lent sous certains aspects pour les jeunes habitués aux jeux et difficile à manier sous d'autres aspects (par exemple pour le déplacement du point de vue). Ces difficultés ont pu décourager certains jeunes peu habitués à jouer aux jeux vidéo ainsi que les enseignant.e.s. Ce facteur a certainement influencé négativement l'appréciation du jeu, puisqu'il pénalise ces personnes, ne leur permettant pas de faire un bon score, voire les incitant à abandonner la partie en cours de route.

Les deux experts soulèvent également le manque de lisibilité du message final du jeu, pas suffisamment marquant. Ni suffisamment visible. Sur d'autres points leurs avis divergent (sur la façon d'augmenter le réalisme du jeu et ses aspects ludiques, sur le niveau de difficulté).

Un grand nombre de remarques des experts concordent avec les feed-backs des jeunes, notamment :

- les problèmes de maniabilité du jeu : déplacement dans l'espace, positionnement pour viser les pubs
- vision dans l'espace à améliorer

Sur d'autres points les jeunes sont moins sévères que les experts (graphismes, contenus, simplicité du jeu), probablement car ils ont apprécié de faire une activité ludique en classe et cela compensait pour certains les défauts du jeu.

## VII LIMITES ET BIAIS DE L'ENQUETE

De nombreux biais possibles ont été évoqués dans les différentes parties de ce travail.

Nous en rappelons ici quelques-uns :

-L'échantillon des élèves ayant testé le jeu et répondu aux *deux* questionnaires est assez faible : seulement 136 élèves. Il n'a pas été construit de manière représentative pour donner une image de l'ensemble des élèves de 9-10-11h. En effet, l'échantillon contient davantage d'élèves de VG que de VP et de l'enseignement spécialisé.

-Le nombre de jeunes ayant testé le jeu en centre de loisirs est assez faible (52) et inférieur au nombre d'élèves.

-Le choix des établissements scolaires n'a pas été aléatoire, mais en fonction des contacts préétablis qui ont permis d'obtenir une réponse positive pour la réalisation des tests en classe

-Les enseignant.e.s dans les classes desquels les tests ont été réalisés ont accepté *librement* cette activité, sans imposition de leur direction. On peut donc supposer qu'ils/elles étaient soit intéressés par le sujet (prévention) ou par l'outil (serious game).

-Le choix des centres de jeunes : n'ont été choisis que des centres de loisirs qui ont accepté le test du jeu et la discussion associée. On peut donc supposer que les animateurs-trices, ou a minima les responsables de ces centres étaient pour la plupart favorables à l'intégration d'activités sur ce sujet (prévention tabac) dans leur centre.

-En centre de loisirs seul les jeunes qui le souhaitent ont testé le jeu et répondu au questionnaire. Dans certains centres quasiment tous les jeunes présents ont joué et rempli un questionnaire (Chavannes), dans d'autres la proportion était moindre et dépendait aussi des autres activités proposées dans le centre en même temps (Bourdonnette, environ un tiers des jeunes présents ont joué, After school, environ 95 % des jeunes présents). Mais dans ce type de contexte, il n'est pas possible de procéder par obligation.

- Dans deux centres de loisirs un concours a été proposé, ceci a pu inciter des jeunes à jouer à SplashPub sans qu'ils aient un réel intérêt pour la question de la prévention du tabagisme.

-Les discussions en fin de jeu ne se sont pas toujours déroulées de la même manière. Une membre de promotion santé Vaud n'était pas toujours présente. Certains enseignant.es et animatrices-teurs ont participé activement aux discussions d'autres pas. Ceci a certainement influé sur le déroulement et la dynamique des discussions. Les questions et remarques des élèves n'étaient pas toujours identiques selon les groupes, ce qui a également orienté les discussions parfois sur des thèmes un peu différents.

-Certaines enseignant.es n'avaient jamais joué à des jeux vidéo ou utilisé des tablettes numériques, ceci a certainement influé sur leur perception de l'activité.

-Les nombreux problèmes techniques du jeu SplashPub ont pu influencer négativement l'expérience de jeu, notamment des personnes n'ayant pas l'habitude des jeux vidéo

## VIII CONCLUSION

### RECOMMANDATIONS POUR LE CONTEXTE SCOLAIRE

Voici quelques recommandations pour une intégration d'un serious game du type SplashPub et d'une séquence de prévention l'accompagnant :

#### Organisation

-Prévoir des séquences d'au moins 40 minutes

#### Enseignant.e.s

-Ne pas hésiter à solliciter les Presmitics (personnes ressources médias et Tic) qui se sont avéré.e.s intéressées autant par le thème de la publicité que par l'outil jeu vidéo.

-Ne pas hésiter à proposer aussi ce jeu en *éducation spécialisée*, car l'aspect purement visuel du jeu le rend très accessible. La plupart des enseignant.e.s du spécialisé interrogé.e.s se sont avérées intéressées par l'usage d'un jeu comme moyen de prévention.

-Proposer aux enseignant.e.s qui en formulent le besoin des formations à l'usage de la tablette numérique et des jeux de type point-and click *avant* la séquences avec SplashPub.

-Proposer un mode d'emploi du jeu (vidéo en ligne, brochure à télécharger), indiquant également ses contenus, ses limites.

-Inclure des enseignant.e.s dans la préparation des séquences (contenus pédagogiques, guide de débat etc.)

#### Contenu du jeu

-Modifier le jeu de manière à inclure des messages de prévention *plus clairs* et *plus explicites* (que le message audio de la fin de SplashPub). En effet, les enseignant.e.s et animateurs-trices ont relevé à plusieurs reprises qu'ils-elles n'étaient pas sûr.e.s que le contenu préventif soit suffisamment explicite. Des contenus préventifs sous forme d'images, de pictogrammes ou de son accompagné de texte seraient utiles pour renforcer la compréhension du message dans le jeu lui-même.

-Proposer aux enseignant.e.s de la documentation et des ressources accessibles pour leurs élèves sur le thème du tabagisme et de la prévention du tabagisme. Le jeu vidéo du type SplashPub est à penser en complémentarité avec d'autres sources documentaires et pédagogiques (les films documentaires sont mentionnés comme un outil intéressant par les enseignant.e.s et les élèves).

-Proposer aux enseignant.e.s des séquences pédagogiques clé en main en lien pour différents niveaux scolaires (8-9-10H) et abordant différents domaines (développement durable, sciences, médias, économie, droit) et comprenant également d'autres médias que le jeu vidéo (films, sites web, articles etc.), si possible en lien avec les disciplines scolaires.

- Apporter des supports d'informations destinés aux élèves qu'ils pourront emporter après la séquence (flyers, etc.)

### **Discussion accompagnant le jeu**

-Intégrer à l'activité une discussion plus structurée. Proposer un guide de discussion avec différentes pistes de débat (adaptées à différents niveaux scolaires), des questions, mais aussi des réponses et des ressources documentaires serait nécessaire.

-Accompagner et enrichir la discussion d'un support visuel et d'autres activités. L'oralité simple laisse peu de traces, l'expression devant l'ensemble de la classe n'est pas toujours aisée pour tous/toutes non plus.

-Proposer des outils de récapitulation des éléments abordés dans la discussion : panneau à compléter, post-its, etc.

## **RECOMMANDATIONS POUR LES CENTRES DE LOISIRS**

### **Déroulement des séquences**

-Préparer la séance avec les animatrices et animateurs en amont. S'interroger sur les besoins des jeunes et sur le fonctionnement du centre.

-Organiser des animations d'au moins 1h30, voire 2h, vu la spécificité du contexte (les jeunes arrivent tous à des moments différents).

-Associer le jeu avec une *animation ou un débat*.

-Réaliser la séance avec au moins 2 accompagnateurs-trices (seul.e il est difficile de répondre aux questions sur le jeu, sur le tabac, de prendre en compte le désir de dialogue des jeunes).

-Inciter les animateurs-trices de centre à s'impliquer : tester le jeu, donner leur avis, participer au débat. Les centres où cela s'est le mieux bien passé sont ceux où les animateurs-trices ont participé activement à l'activité et échangé avec les jeunes.

-Transmettre aux animatrices-teurs un guide pour les questions du débat, avec des réponses à certaines questions d'ordre scientifique, des éléments statistiques.

-Apporter de la documentation complémentaire à l'activité, à laisser à disposition des jeunes. Plusieurs domaines d'intérêt ont été évoqués : chicha, tabac chauffé, cigarette électronique, cannabis.

### **Gestion de groupe**

-Solliciter l'aide et la participation active des animateurs-trices. Afin que le débat se passe dans de bonnes conditions (recadrage, incitation au respect mutuel).

-Annoncer aux jeunes l'activité à l'avance, via les animatrices-teurs. Les motiver à rester jusqu'à la discussion en échangeant avec eux.

### **Formation des animatrices/teurs**

-La formation préalable de certains membres des centres de loisirs (monitrices-teurs) à l'utilité de la prévention du tabagisme peut-être nécessaire dans certains cas (personnes non formées, bénévoles).

-Proposer aux animatrices-teurs de la documentation sur la prévention du tabagisme *avant* la séance avec les jeunes.

## **RECOMMANDATIONS GENERALES**

### **Contenu du jeu**

-Expliciter davantage le contenu de prévention dans le jeu (rendre plus accessible le commentaire audio en fin de partie, le doubler d'images)

-Mieux expliquer les buts du jeu en début de partie

### **Aspects techniques**

-Intégrer dans le jeu davantage de rétroactions positives pour le joueur

-Améliorer la maniabilité des contrôleurs dans le jeu (déplacement et vue notamment)  
Pour le rendre accessible à toutes/tous.

### **Contenu des séquences**

-Proposer également des supports complémentaires au jeu (films, documents) comportant des informations factuelles.

-Associer l'activité ponctuelle SplashPub avec d'autres propositions de prévention, sur le plus long terme, et plus indirectes. De nombreux jeunes associent le besoin de fumer à un moyen de gérer des difficultés émotionnelles (stress, mal-être). Le jeu SplashPub se situe essentiellement sur le plan de la compréhension du fonctionnement de la manipulation par les publicités, niveau rationnel et intellectuel et n'aborde pas ces aspects.

-Il serait utile d'ajouter au jeu et à la séquence des éléments de questionnement sur les besoins qui nous font fumer (ou avoir d'autres comportements addictifs), et sur la réflexion quant à d'autres moyens de répondre à ces besoins.

## ANNEXES

## PLANNING DETAILLE DE L'ENQUETE

Les initiales indiquent les personnes qui ont participé aux activités (FQ : Florence Quinche, KZ : Karin Zürcher, VP : Vanessa Prince, V.V. : Veronica Vasta)

Etablissements	Séquences dans les classes
<b>EPS Renens, Collège du Léman</b>	14.12.18 Premier passage en classe : 40 min. (FQ, VP) Q1 : 19 questionnaires Q 2 : 17 questionnaires 29.03.19 Deuxième passage en classe Discussion avec les élèves (30 min.) (FQ)
<b>EPS Ecublens</b>	18.01.19 et 22.01.19 3 classes (10 et 11, VG et VP) 1 <sup>er</sup> passage : 40 min/classe Questionnaire 1 : 60 Questionnaires 2 : 54 2èmes passages (FQ) : 15-20 min/classe 5.04.19, 3.04.19 Questionnaires enseignants : 2
<b>EPS La Sarraz</b>	17.12.19 35-45 min./classe 3 classes (9 et 10 VG) Questionnaires 1 : 48 Questionnaires 2 : 44 Questionnaire enseignant : 1
<b>Pré de vert, Rolle (spécialisé, SPJ)</b>	18.1.19 (F.Q, V.P.) 1h30 (élèves de 13-15 ans) Questionnaire 1 : 12 Questionnaire 2 : 11
<b>Le Châtelard, Lausanne, établissement spécialisé, SPJ</b>	18.2.19 (F.Q.) 18 élèves de 9-14 ans, 3 groupes de 6, 45 min/groupe Questionnaires 1 : 18 Questionnaires 2 : 9
<b>Total d'élèves :</b>	Q1 : 157 Q2 : 136

## Centres de loisirs

<b>Ecublens, centre de loisirs</b>	Juillet 2018 (vacances d'été) Pré-tests du questionnaire pour les jeunes et les animateurs. Durée : 2h.	
------------------------------------	--	--

	Jeu su tablette, VR et exposition (FQ et VP)	
<b>Chavannes,</b> Collège de la Planta	Vendredi 6 mars 2019, 18h30-20h30 -15 questionnaires de jeunes -2 questionnaires d'animateurs (KZ, FQ) -Jeudi 2 mai 2019, 20h-20h40 -1 entretien avec animatrice	
<b>Lausanne (Bourdonnette)</b>	Samedi 15 mars 2019, 17h30-20h30 -3 Questionnaires animateurs -11 Questionnaires jeunes (FQ)	
<b>Prilly Carrefour-Sud</b>	Dimanche 31 mars 2019, 14h30-18h -6 questionnaires jeunes (15-22 ans) -3 questionnaires adultes (2 moniteurs, 1 animateur) (FQ)	
<b>Prilly centre Accueil parascolaire</b>	Lundi 29 avril 2019, 12-14h -20 questionnaires jeunes (10-15 ans) -1 questionnaire animateur (FQ, V.V.)	

### Groupes de discussion

<b>PSPS La Sarraz</b>	5 participant.e.s Test du jeu : 15 min Discussion : 45 min (VP, FQ)	10.1.19 17h-18h15
<b>PSPS Béthusy</b>	3 participantes (2 membres équipe PSPS, responsable et ancienne responsable) et 1 doyenne Test du jeu : 15 min Discussion : 50 min (VP, FQ)	21.01.19 17h-18h15
<b>Enseignant.es et éducateurs PS, Pré-de-Vert, Rolle</b>	5 participant.es (3 enseignant.es, dont 2 ont eu l'activité en classe, 1 éducateur, 1 éducatrice) Test du jeu : 10 min Discussion : 35 min (FQ)	1.03.19 12h-12h45
<b>Groupe enseignant.es et pressmitics</b>	10 personnes (dont membres de la Cellcips, une majorité de Pressmitics et d'enseignant.e.s du spécialisé) 10 questionnaires	13.03.19 15h30-17h

<b>Carambar's Tic, Yverdon</b>	Test du jeu : 15 minutes Présentation séquences pédagogiques possibles (FQ) : 15 min Questionnaire : 15 minutes Discussion : 20 minutes (FQ)	
<b>Chavannes, centre de loisirs, CP22</b>	Entretien avec 1 animatrice ayant participé à l'activité 2 questionnaires d'animateurs-trices	2.05.19 20h- 20h30

### Entretiens avec des experts

Les experts qui ont testé le jeu, ont uniquement examiné le contenu du jeu et sa jouabilité, mais n'ont pas assisté à une séance d'utilisation par des élèves.

Olivier Reutenauer, expert création de serious games (jeux video), Digital kingdom	10.4.19 Lausanne Test du jeu et entretien, 45 min.
Responsable Cellcips (SESAF), E. Fislér, expert dans l'intégration des Mitics dans l'enseignement spécialisé.	21.02.19, Lausanne Test du jeu et entretien, 30 min.

## PREMIER QUESTIONNAIRE (ELÈVES ET JEUNES DES CENTRES DE LOISIRS)

Bonjour !

Promotion Santé Vaud et la HEP-Vaud effectuons une enquête sur les publicités liées au tabac.

Date :

Lieu :

1. ton pseudo :

2. Quel est ton âge ? :

3. Tu es :  une fille  un garçon4. Tu es en :  VG  VP  Autre :.....

5. Que penses-tu de la publicité en général ?



1 2 3 4 5 6



Remarques :.....

6. Les publicités pour les cigarettes s'adressent à des personnes de quel âge à ton avis ?

- plus de 18 ans  
 15-18 ans  
 moins de 15 ans  
 moins de 12 ans  
 Je ne sais pas

7. D'après-toi comment les fabricants de cigarettes donnent envie de fumer ?

.....  
.....8. Que penses-tu de la **prévention** contre le tabac ?

1 2 3 4 5 6



Remarques : .....

9. Aimes-tu les jeux vidéo ?



1 2 3 4 5 6

10. Aimerais-tu jouer à un jeu vidéo **sur tablette** à propos de la publicité sur le tabac ?

1 2 3 4 5 6

11. Aimerais-tu jouer à un jeu vidéo **en 3D** (avec un casque de réalité virtuelle) à propos de la publicité sur le tabac ?

1 2 3 4 5 6



**12. Est-ce que le tabac est dangereux pour la santé selon toi ?**

Pas dangereux 1 2 3 4 5 6 très dangereux

**13. Combien de publicités pour le tabac trouve-t-on en moyenne dans un kiosque en Suisse à ton avis ?  
choisis une réponse**

1-5     6-10     11-20     21-30     30-50     plus de 50

**14. Est-ce que tu fumes ?**

non     j'ai fumé une ou deux fois     quelques fois par mois     toutes les semaines     tous les jours

**15. Est-ce que des personnes fument dans ton entourage ?**

Non     ma famille     mes ami.es     d'autres élèves de l'école

**16. Ton avis : qu'as-tu pensé du jeu Splash pub ? (sa forme, son contenu) ?**

.....

.....

**Un GRAND merci de participation !!**

## SECOND QUESTIONNAIRE (ELEVES)

Bonjour !

Tu as testé il y a quelques semaines le jeu SplashPub, nous aimerions reprendre ton avis quelques semaines après.

Date :..... Lieu : .....

1. Ton pseudo :

2. Ton âge :

3. Tu es :  une fille  un garçon

4. Tu es en :  VG  VP  Autre :.....

5. Que penses-tu de la publicité en général ?  1 2 3 4 5 6 

Remarques :.....

6. Les publicités pour les cigarettes s'adressent à des personnes de quel âge à ton avis ?

plus de 18 ans  15-18 ans  moins de 15 ans  moins de 12 ans  
 je ne sais pas

7. D'après-toi comment les fabricants de cigarettes donnent envie de fumer ?

.....  
 .....

8. Que penses-tu de la *prévention* du tabagisme ?  1 2 3 4 5 6 

Remarques : .....

9. Depuis que tu as testé le jeu *Splash Pub*,  
est-ce que tu as davantage remarqué de pubs pour le tabac dans ton environnement ?

NON 1 2 3 4 5 6 OUI

Remarques :.....

10. Qu'est-ce que tu as appris dans le jeu Splash pub ?

.....  
 .....

11. Est-ce que ta vision de la pub pour le tabac a changé depuis que tu as joué à Splash pub ?

Oui  Non  Ne sais pas

12. Si Oui,  
peux-tu expliquer ce qui a changé ?

.....  
.....

**13. Aimerais-tu rejouer à un jeu comme Splash pub en classe ?**

 1 2 3 4 5 6 

**14. As-tu apprécié la discussion après le jeu ?**  1 2 3 4 5 6 

**15. Qu'est-ce qui t'as marqué dans la discussion après le jeu ?**

.....  
.....

**16. Est-ce que tu fumes ?**

non  j'ai fumé une ou deux fois  quelques fois par mois  toutes les semaines  tous les jours

**17. Est-ce que des personnes fument dans ton entourage ?**

non  ma famille  mes ami.es  d'autres élèves de l'école

**Un GRAND merci pour ta participation !!**

## QUESTIONNAIRE ANIMATRICES-TEURS DE CENTRES DE LOISIRS

## Questionnaire

Dans le cadre d'une animation Promotion santé Vaud sur la prévention tabac, nous souhaitons recueillir la perception du jeu SplashPub par les animateurs/animatrices des centres de loisirs.

Date :

Nom du centre :

1. Quelle est votre fonction dans le centre de loisirs :

Animateur/animatrice     Educatrice/éducateur     Responsable de centre  
Autre : .....

2. Vous êtes :     une femme     un homme

3. Votre tranche d'âge :  18/24     25/34     35/49     50/64     65 et plus

4. Dans votre centre de loisirs, les jeunes ont-ils accès à :

tablettes     ordinateurs     consoles de jeu     wifi

Autre : .....

5. Aviez-vous déjà participé à des actions de **prévention santé** dans un centre de loisirs ?  Oui, une fois     Quelques fois     Souvent     Non, jamais

6. Aviez-vous déjà participé à des actions de prévention **liées au tabac** dans un centre de loisirs ?  Oui, une fois     Quelques fois     Souvent     Non, jamais

7. Selon vous quelle est la représentation de la **prévention santé** par les jeunes de votre centre ?

.....

8. Quelle est pour vous l'importance/fréquence des activités de prévention santé dans votre centre de loisirs ?

.....

9. Pratiquez-vous des jeux vidéo ?

Non, jamais     Rarement     De temps en temps     Très Souvent

10. Si vous jouez, en général c'est avec (plusieurs réponses possibles) :

- tablette     smartphone     console     ordinateur     Wii  
 Autre .....

11. Que pensez-vous en général des jeux vidéo ?

Je n'aime pas du tout    1    2    3    4    5    6    J'aime énormément

12. Aviez-vous déjà joué à un serious game (jeu éducatif, jeu d'apprentissage) ?

- Non     Oui

Si oui, de quel type ? .....

13. Et si oui, votre expérience de serious game était-elle ?

- positive     mitigée     négative     sans avis

14. Dans votre centre de loisirs avez-vous déjà utilisé des jeux vidéo ?

- très souvent     souvent     rarement     jamais

15. Si oui, dans quel contexte, et quel type de jeux ?

.....  
 .....

#### Test de Splash pub

16. Que pensez-vous du contenu de Splash Pub ? De l'approche de la prévention tabac par le travail **sur la publicité** ?

.....  
 .....

17. Selon vous le jeu Splash pub **sur tablette** est-il adapté à une utilisation en centre de loisirs ?

Pas du tout adapté 1 2 3 4 5 6 Très adapté

Expliquez votre réponse.....

18. Si vous deviez changer quelque chose dans le jeu, que modifieriez-vous ?

(temps, déroulement, matériel, animation, contenu du jeu, interactions etc.)

.....  
 .....

19. Pensez-vous que Splash Pub est adapté **au public** de votre centre de loisirs (âge, niveau de difficulté, centres d'intérêt, etc.) ?

Pas du tout adapté 1 2 3 4 5 6 Très adapté

Remarques : .....

**20. Pensez-vous que Splash Pub est adapté aux objectifs d'un centre de loisirs ?**

Pas du tout adapté 1 2 3 4 5 6 Très adapté

Remarques : .....

**21. Pensez-vous que l'utilisation d'un jeu vidéo comme Splash pub puisse renouveler l'image de la prévention auprès des jeunes ?**

Oui  Non  Sans avis

Remarques : .....

**22. Pensez-vous qu'un scénario pédagogique/éducatif (avec des pistes de discussion, de débat sur la consommation de tabac, sur la publicité) accompagnant le jeu Splash pub serait utile ?**

.....

**23. Qu'avez-vous pensé des interactions autour du jeu dans cette activité ?**

.....

**24. Quel serait selon vous le contexte le plus propice pour l'utilisation de Splash pub à des fins de prévention ?**

- En centre de loisirs, par les animatrices /teurs du Cipret seulement
- En centre de loisirs, par les éducateurs /animateurs du centre seulement
- En centre de loisir, dans une collaboration entre animateurs et membres du Cipret
- En contexte scolaire, par les enseignant.es.
- En contexte scolaire, par les membres des PSPS (groupes santé)

Autre : .....

**Remarques :**

.....

**25. A votre avis, pourrait-on utiliser également des jeux vidéo pour d'autres activités de prévention santé dans les centres de loisirs ?**

Oui  Non  Ne sais pas

.....

.....

**26. Si oui, dans quels domaines, selon vous, cela pourrait-il être utile ?**

.....

**27. Vous sentiriez-vous à l'aise pour utiliser un jeu comme SplashPub dans votre centre : (plusieurs réponses possibles)**

- Sans aide extérieure
- Avec une aide au démarrage
- Avec un soutien en cas de problèmes (technique)
- Avec une formation préalable
- Avec la présence d'animateurs externes durant l'activité (par ex. Cipret)
- Non, je ne me sentrais pas à l'aise avec ce type d'animation

**28. Comment pensiez-vous que les jeunes de votre centre allaient réagir durant l'activité organisée par le CIPRET ? (avant de les voir jouer)**

.....

**29. Quelles sont vos observations sur leurs réactions après que vous ayez participé à l'activité ?**

.....  
.....

**Un grand merci de votre participation !!**

## Enseignant.es

---

### Date

Date

### votre établissement :

### 1. Quelles sont vos fonctions dans l'école :

- enseignant.e
- médiateur.trice
- responsable PSPS
- membre de l'équipe PSPS
- doyen.ne/membre de la direction
- pressmitic
- renfort pédagogique
- Cellcips
- Autre

### 2. Vous êtes :

- une femme
- un homme

### 3. votre tranche d'âge

- 18-24
- 25-34
- 35-49
- 50-64
- 65 et plus

**4. Vous enseignez en :**

- 1-4H
- 5-6H
- 7-8H
- 9H
- 10H
- 11H
- classe d'accueil
- Enseignement spécialisé, avec des élèves de 10-12 ans
- Ens spécialisé avec des élèves de 13-14 ans
- Ens. spécialisé avec des élèves de 15-16 ans
- Enseignement spécialisé au primaire
- Autre

**5. Vos élèves ont-ils des besoins spécifiques ?****6. Avez-vous eu l'animation Splash pub en classe (jeu + discussion)?**

- OUI
- NON

**7. Dans votre école vous avez accès à**

- tablettes
- ordinateurs
- beamer
- tableau interactif
- contacteurs
- apple TV
- Autre

**8. Si oui, avez-vous déjà participé à des actions de prévention liées au tabac ?**

- Oui, une fois
- Quelques fois
- Souvent
- Jamais

**9. Pensez-vous que des actions de prévention liées au tabac seraient utiles dans votre établissement ? (pour ceux qui n'ont pas eu de test de Splash pub en classe)**

- Très utiles
- Assez utiles
- Peu utiles
- Pas du tout utiles

**9 bis. remarques****10. Pratiquez-vous des jeux vidéo ?**

- non, jamais
- rarement
- de temps en temps
- très souvent

**11. Si OUI, lesquels ?****12. Si vous jouez, en général c'est avec :**

- tablette
- smartphone
- console
- ordinateur
- wii
- Autre

**13. Que pensez-vous en général des jeux vidéo**

1 2 3 4 5 6

Je n'aime pas du tout       J'aime énormément**14. Avez-vous déjà joué à un serious game (jeu éducatif, jeu d'apprentissage) ?**

- OUI  
 NON

**15 si OUI, de quel type ?****16. Si vous avez déjà joué à un serious game quelle était votre expérience ?**

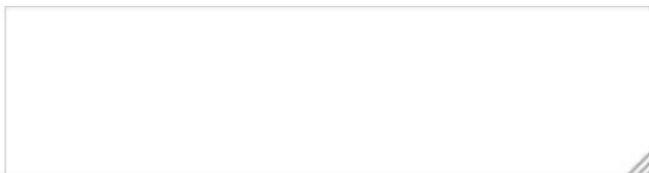
- positive  
 mitigée  
 négative  
 sans avis

**17. Dans votre enseignement avez-vous déjà utilisé des jeux vidéo ?**

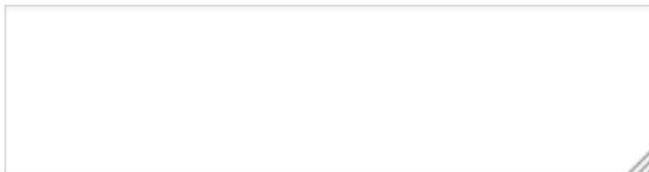
- très souvent  
 de temps en temps  
 rarement  
 jamais

**18. Si OUI, dans quelle discipline et quel type de jeux ?**

**19. Que pensez-vous du contenu de Splash Pub ? de l'approche de la prévention tabac par le travail sur la publicité ?**



**20. Qu'avez-vous pensé du jeu Splash pub ? (temps, déroulement, matériel, animation, contenu) etc.**



**21. Pensez-vous que Splash Pub soit adapté à vos élèves (âge, niveau de difficulté, centres d'intérêt, ergonomie, etc.) ?**

	1	2	3	4	5	6	
pas du tout adapté	<input type="radio"/>	Très adapté					

**21 bis remarques**

**22. Vous sentiriez-vous à l'aise pour utiliser un jeu comme Splash Pub dans votre établissement ?**

- Sans aide extérieure
- Avec une aide au démarrage
- Avec un soutien en cas de problèmes (technique)
- Avec une formation préalable
- Avec la présence d'animateurs externes durant l'activité (par ex. Cipret)
- Non, je ne me sentirais pas à l'aise avec ce type d'animation

**22 bis, si Non, expliquez pourquoi**

**23 Pensez-vous qu'un scénario pédagogique/éducatif (avec des pistes de discussion, de débat sur la consommation de tabac, sur la publicité) accompagnant le jeu Splash pub serait utile ?**

- OUI
- NON

**23.Bis remarques**

**Les questions suivantes sont pour celles et ceux qui ont eu l'animation Splash pub en classe**

**24. Selon vous le jeu Splash pub sur tablette est-il adapté à une utilisation en contexte scolaire ?**

	1	2	3	4	5	6	
Pas du tout adapté	<input type="radio"/>	Très adapté					

**24 bis remarques**

**25. Selon vous quelle est la représentation de la prévention santé par les jeunes de vos classes ? (pour ceux qui ont testé Splash pub en classe)**

**26. Si vous deviez changer quelque chose dans le jeu, que modifieriez-vous ? (temps, déroulement, matériel, animation, contenu du jeu, interactions etc.)- (pour ceux qui l'on testé en classe)**

**27. Voyez-vous des liens possibles avec le programme scolaire ? (Pour ceux qui l'ont testé en classe)**

**28. Pensez-vous que l'utilisation d'un jeu vidéo comme Splash pub puisse renouveler l'image de la prévention auprès des jeunes ? (pour ceux qui l'ont testé en classe)**

- Oui
- Non
- Sans avis

**28bis remarques**

**29. Qu'avez-vous pensé de la discussion qui a suivi l'activité ? (pour ceux qui l'ont testé en classe)**

**30. Quel serait selon vous le contexte le plus propice pour l'utilisation de Splash pub à des fins de prévention ? (pour ceux qui l'ont testé en classe)**

- En centre de loisirs, par les animateurs du Cipret seulement
- En centre de loisirs, par les éducateurs/animateurs du centre seulement
- En centre de loisir, dans une collaboration entre animateurs et membres du Cipret
- En contexte scolaire, par les enseignant.es.
- En contexte scolaire, par les membres des PSPS (groupes santé)
- Autre

**31. A votre avis, pourrait-on utiliser également des jeux vidéo pour d'autres activités de prévention santé en contexte scolaire ? (pour ceux qui l'ont testé en classe)**

- Oui
- Non
- Ne sais pas

**32. Si oui, dans quels domaines, selon vous, cela pourrait-il être utile ? (pour ceux qui l'ont testé en classe)**

**33. Comment pensiez-vous que vos élèves allaient réagir durant l'activité avec Splash pub ? (avant de les voir jouer) (pour ceux qui l'ont testé en classe)**

**34. Quelles disciplines enseignez-vous (si vous êtes au secondaire)? (pour ceux qui l'ont testé en classe)**

- géographie
- français
- sciences
- économie/citoyenneté
- histoire
- anglais/allemand/italien
- Maths
- EF
- EPH
- Arts visuels
- ACM

**35. Pour des séquences qui accompagneraient ce jeu de prévention du tabagisme, seriez vous intéressé.e par des séquences en (pour ceux qui l'ont testé en classe)**

- géographie
- français
- droit/économie
- citoyenneté
- histoire
- interdisciplinaires
- langues : anglais, italien, allemand..
- sciences
- éducation physique
- économie familiale
- Pas intéressé par continuer cette activité
- Autre

**36. Si vous êtes intéressé.e par une activité pédagogique qui suivrait la séquence de jeu, quelle activité vous semblerait intéressante pour vos élèves ? (pour ceux qui l'ont testé en classe)**

- films documentaires avec des questions
- films/ clips de fiction
- Des activités à réaliser dans son quartier(observation, enquête de terrain sur la publicité)
- Une enquête en ligne, recherche et vérification d'informations (webquest)
- Un jeu sous forme de quiz
- Réaliser des contre-publicités, ou des clips de prévention pour d'autres jeunes
- Une activité de théâtre/impro sur le sujet
- Une activité de philo pour enfants
- Des problèmes à résoudre
- Autre

**36 bis remarques**

**37 Commentaire globaux**

