www.inpes.sante.fr

inpes

Institut national de prévention et d'éducation pour la santé

Tabac - Alcool

Stratégies de communication en prévention à destination des jeunes

Assises franco-russes de la santé
11 février 2013

L'intérêt de la communication

- **Le rôle des campagnes médiatiques**
- **Une efficacité prouvée**

Les jeunes: une cible spécifique

- **Une population composite et en évolution permanente**
- **Un rejet des discours « santé »**
- **Une consommation média spécifique**
- **Une population de plus en plus experte en communication publicitaire**

Tabagisme chez les jeunes : une priorité de santé publique

- **Des chiffres qui restent préoccupants**
- **L'adolescence, un contexte favorable au tabagisme**
- **Les jeunes, une cible toujours privilégiée par l'industrie du tabac**

L'exemple du manga interactif *Attraction*

- **La mise en avant d'une contradiction : loin de vous "libérer", le tabac vous manipule.**
- **Objectifs de la campagne**
- **Un outil original : un manga interactif diffusé sur Internet**
- **Un code de communication qui leur est propre**

Alcool:
La consommation des jeunes

- Une initiation précoce
- Des consommations ponctuelles excessives
- Des phénomènes d'ivresse en hausse
- Des risques spécifiques

Objectifs

- **Faire réfléchir les jeunes sur les risques liés à leur mode de consommation, afin de limiter les ivresses répétées**

- **Deux contraintes à concilier**

Campagne BOIRE TROP

- **3 diffusions en 2008, 2009 et 2011**
- **Brochure « Alcool, plus d'info, moins d'intox », diffusée en 2008 et 2011**
- **Axe de communication : la mise en évidence de l'ambivalence plaisir / dangers**
- **Message: « Boire Trop. Des sensations Trop extrêmes »**

Les enseignements

- **Attacher de l'importance à la qualité de la création**
- **S'appuyer sur des ressorts de communication pertinents auprès de cette cible**
- **Renouveler la forme**
- **Articuler les approches**
- **Assumer son rôle d'émetteur institutionnel**

Perspectives de travail

- **Travailler sur les addictions et la notion d'usage**
- **S'interroger sur les polyconsommations**
- **Apporter des réponses**