



ADDICTION | SUISSE

Lausanne, janvier 2017
Rapport de recherche N° 84

La prévention du tabagisme chez les enfants et les jeunes dans le domaine des loisirs

Revue de la littérature internationale et considérations de professionnel-le-s actifs/ives dans ce domaine en Suisse

Aurélie Archimi
Eva Schneider
Cécile Homberg
Rachel Stauffer Babel
Hervé Kuendig

*Ce rapport de recherche a été financé par le Fonds de prévention du tabagisme.
Contrat N° 16.019087 / 240.0007 -13/7.*

PRÉVENTION | AIDE | RECHERCHE

Remerciements

Nos remerciements s'adressent principalement aux personnes qui ont pris part au focus groupe et aux entretiens par téléphone. À ce propos, nous remercions tout particulièrement Sabine Dobler pour les entretiens téléphoniques réalisés en allemand. Nous souhaitons également remercier Theresia Reiter pour tout le travail qu'elle a effectué concernant la recherche de littérature et la documentation, ainsi que Natalie Rangelov pour les informations qu'elle nous a fournies au sujet du marketing social. Nos remerciements vont également au Fonds de prévention du tabagisme et à ses collaborateurs. Pour finir, nous souhaitons remercier Edith Bacher qui s'est occupée de la mise en page de ce rapport.

Impressum

Compléments d'information:	Hervé Kuendig, Tel. ++41 (0)21 321 29 48 hkuendig@addictionsuisse.ch
Réalisation:	Aurélie Archimi, Eva Schneider, Cécile Homberg, Rachel Stauffer Babel, Hervé Kuendig, Edith Bacher Addiction Suisse, case postale 870, 1001 Lausanne
Numéro de commande	Rapport de recherche N° 84
Graphisme/mise en page:	Addiction Suisse
Copyright:	© Addiction Suisse Lausanne 2017
ISBN :	978-2-88183-207-9
Citation recommandée:	Archimi, A., Schneider, E., Homberg, C., Stauffer Babel, R., & Kuendig, H. (2017). <i>La prévention du tabagisme chez les enfants et les jeunes dans le domaine des loisirs – Revue de la littérature internationale et considérations de professionnel-le-s actifs/ives dans ce domaine en Suisse</i> (Rapport de recherche N° 84). Lausanne: Addiction Suisse.

Table des matières

1	Introduction.....	9
1.1	Importance des loisirs pour les jeunes et définition du domaine	9
1.2	Objectifs du présent rapport.....	9
2	La méthodologie en bref	11
2.1	Recherche de littérature concernant les évidences scientifiques.....	11
2.1.1	<i>Vue d'ensemble des termes clés et des bases de données consultées</i>	<i>11</i>
2.1.2	<i>Sélection des études</i>	<i>11</i>
2.1.3	<i>Définition des critères d'exclusion</i>	<i>12</i>
2.2	Entretiens avec des professionnel-le-s actifs/ives dans le domaine des loisirs	13
2.2.1	<i>Procédure d'identification de professionnel-le-s actifs/ives dans le domaine des loisirs.....</i>	<i>13</i>
2.2.2	<i>Composition et réalisation des entretiens de groupe et individuels</i>	<i>13</i>
2.2.3	<i>Critères d'évaluation</i>	<i>14</i>
3	Contexte	15
3.1	Le contexte des loisirs en Suisse	15
3.2	Chances et opportunités pour la prévention du tabagisme dans le domaine des loisirs.....	18
3.3	Barrières et risques pour la prévention du tabagisme dans les loisirs	19
3.4	Point de vue des professionnel-le-s interrogé-e-s sur la prévention du tabagisme dans le contexte des loisirs	19
3.5	Discussion des résultats en lien au contexte des loisirs	21
4	Évidences scientifiques et exemples d'initiatives basées sur des approches innovantes.....	22
4.1	Survol de la littérature et principaux types de mesures existantes dans les sous-domaines clés des loisirs	22
4.1.1	<i>Le sous-domaine des activités extrascolaires ou extrafamiliales</i>	<i>22</i>
4.1.2	<i>Synthèse concernant le sous-domaine « activités extrascolaires/familiales » : types de mesure, facteurs de réussite, barrières et groupes d'âge visés sur la base du survol de la littérature</i>	<i>26</i>
4.1.3	<i>Le sous-domaine des activités sportives.....</i>	<i>26</i>
4.1.4	<i>Synthèse concernant le sous-domaine « activités sportives » : types de mesure, facteurs de réussite, barrières et groupes d'âge visés sur la base du survol de la littérature</i>	<i>29</i>
4.1.5	<i>Le sous-domaine « Nightlife »</i>	<i>29</i>

4.1.6	Synthèse concernant le sous-domaine « Nightlife » : types de mesure, facteurs de réussite, barrières et groupes d'âge visés sur la base du survol de la littérature.....	32
4.1.7	Le sous-domaine des médias.....	33
4.1.8	Synthèse concernant le sous-domaine « médias » : types de mesure, facteurs de réussite, barrières et groupes d'âge visés sur la base du survol de la littérature.....	37
4.2	Autres approches de prévention et de promotion de la santé auprès des enfants et des jeunes.....	37
4.3	Point de vue et considérations des professionnel-le-s concernant les programmes et approches existantes ou à développer	38
4.4	Discussion des résultats couvrant les évidences, les initiatives basées sur des approches innovantes et point de vue des professionnel-le-s	44
5	Acteurs/trices	47
5.1	Remarques préliminaires	47
5.2	Expériences et pratiques professionnelles actuelles	47
5.3	Attentes et réserves	49
5.4	Acteurs/trices et réseaux pour des collaborations potentielles	53
5.5	Discussion des résultats concernant les acteurs/trices.....	55
6	Participation.....	56
6.1	Comment et lors de quelle phase inclure les groupes cibles	56
6.2	Facteurs de succès et d'échec en lien à la collaboration avec les groupes cibles	57
6.3	Discussion des résultats en lien à la participation.....	59
7	Conclusion et recommandations	60
8	Références.....	62
9	Annexes	68

Résumé

L'objectif du présent rapport de recherche est de décrire les fondements, les bases et les expériences récentes en matière de prévention du tabagisme chez les enfants et les jeunes dans le domaine des loisirs. Plus précisément, ce rapport apporte des éléments de réponse aux questions posées par le Fonds de prévention du tabagisme (FPT) concernant ce domaine et traite principalement des quatre thèmes suivants : le domaine des loisirs en tant que contexte pour la prévention du tabagisme (1) ; les évidences existantes au sujet des mesures de prévention du tabagisme dans ce domaine (2) ; les attentes et réserves des acteurs/trices du domaine des loisirs (3) ; la participation des groupes cibles dans les projets (4).

Ces sujets sont traités sur la base de données récoltées et synthétisées au moyen de deux méthodologies complémentaires : d'une part, à travers une analyse de la littérature portant sur les évidences scientifiques et les exemples de bonnes pratiques publiées au cours des 10 dernières années ; d'autre part, à travers une série d'entretiens - un entretien de groupe et des entretiens individuels - avec 15 professionnel-le-s, non spécialisé-e-s dans le domaine de la prévention du tabagisme, actifs/ives en Suisse dans le domaine des loisirs. Les paragraphes suivants sont le résultat de la synthèse de données issues de ces deux volets méthodologiques.

Contexte: logique et principes d'organisation et opportunités, barrières et risques pour la prévention du tabagisme dans le domaine des loisirs

Les loisirs des enfants et des jeunes s'organisent autour d'activités diverses qui varient en fonction de l'âge et de leur différents intérêts qui se dessinent progressivement. Parallèlement, le domaine des loisirs est complexe à définir et à délimiter, notamment en raison du niveau de structuration variable des activités existantes. Par conséquent, il n'existe pas un domaine des loisirs mais différents sous-domaines, qui comportent aussi bien des logiques d'organisation que des règles et valeurs différentes. Toutefois, de manière très simplifiée, on peut dire que ce sont les types d'activités de loisirs des enfants et les jeunes qui définissent les principaux domaines des loisirs : activités sportives, activités offertes par les maisons ou centres de quartier, activités relatives à la vie nocturne et activités relatives aux médias sociaux.

Le domaine des loisirs opère une grande influence sur les enfants et les jeunes dans leur développement identitaire et offre ainsi une opportunité d'influencer leurs comportements, notamment au niveau de la consommation de tabac. De plus, il s'agit d'un domaine qui permet d'accéder à certains groupes plus vulnérables ou à risque, peu accessibles par le biais d'autres domaines (famille ou formation). Il existe cependant certains risques et des barrières quant au fait de mettre en œuvre des mesures de prévention du tabagisme dans le domaine des loisirs, notamment (a/) la durée parfois limitée dans le temps ainsi que le cadre parfois peu structuré de certaines activités de loisirs, ce qui peut rendre complexe la mise en place d'interventions, et (b/) le fait que certain-e-s professionnel-le-s du terrain semblent peu coutumiers/ères des questions de santé, en particulier celles en lien avec le tabagisme des jeunes. À ce sujet, il s'agit de souligner que les professionnel-le-s des loisirs ont souvent des priorités relativement éloignées de celles des professionnel-le-s de la prévention du tabagisme et que les activités de prévention ou de soutien dans ce domaine, lorsqu'elles existent, sont généralement dictées par les besoins du terrain et davantage axées sur des problèmes aux conséquences « immédiates » (p.ex. consommation excessive d'alcool, incivilités, usage de cannabis, décrochage scolaire).

Acteurs/trices: attentes, réserves et opportunités dans les réseaux existants

Les personnes interrogées dans le cadre des entretiens de groupe ou individuels ont soulevé certains besoins spécifiques, pour un bon développement de futures initiatives de prévention dans le contexte des loisirs. En particulier, il leur apparaît nécessaire de (re-)sensibiliser les acteurs/trices du terrain à l'importance de la prévention du tabagisme et de développer une offre de formation et des outils pédagogiques pour les aider à aborder la thématique du tabagisme avec les jeunes. En outre un besoin d'informations scientifiques solides sur les produits du tabac et leurs méfaits a été exprimé et un encadrement professionnel, par des spécialistes externes, a été décrit comme nécessaire au moment de l'implémentation d'éventuelles mesures de prévention. Finalement, tant le souhait d'une meilleure et plus ample collaboration entre les différents acteurs/trices du domaine des loisirs que celui d'être soutenu dans ce travail au travers d'incitations financières ont été exprimés.

Quant aux réserves exprimées par les personnes interrogées, on peut citer notamment le manque de temps à disposition pour s'investir dans la mise en place de telles mesures de prévention ainsi qu'une réserve quant au contenu des messages transmis généralement par les programmes de prévention du tabagisme, ceux-ci pouvant être perçus par certain-e-s professionnel-le-s comme « blancs/noirs » sans possibilité d'être nuancés. Aussi, pour le sous-domaine de la vie nocturne, il apparaît problématique selon certaines personnes interrogées, ou du moins non cohérent, de ne pas tenir un discours de réduction des risques par rapport au tabac, alors qu'un tel discours s'applique dans ce contexte pour d'autres comportements à risque (consommation d'alcool, de drogues illégales, comportements sexuels, etc.). Parallèlement, la possible perte des financements provenant de l'industrie du tabac pour les établissements et événements festifs constitue un frein potentiellement important au niveau des acteurs/trices actifs dans ce sous-domaine des loisirs.

Décrire de façon exhaustive les réseaux potentiellement activables pour développer de futures initiatives de prévention du tabagisme en Suisse s'avérerait une tâche vaste et complexe, d'autant plus qu'il existe différents sous-domaines de loisirs. Les participant-e-s aux entretiens ont notamment mentionné plusieurs réseaux ou organisations qui regroupent des professionnel-le-s des loisirs et en particulier : au niveau de l'animation socio-culturelle, pour la Suisse romande, la Plateforme romande de l'animation socio-culturelle « Anim » et pour la Suisse alémanique, la « Dachverband offene Kinder- und Jugendarbeit Schweiz » (DOJ). Outre ces organisations, les différents niveaux étatiques ont été mentionnés (Confédération, cantons, communes avec un accent sur ces dernières); au niveau des activités sportives, l'Association Suisse des Services des Sports (ASSS), les fédérations sportives, les associations cantonales de sport et le réseau Jeunesse et Sport (J+S) ; au niveau des activités de jeunesse, le Conseil suisse des activités de jeunesse (CSAJ) et Promotion Santé Suisse ; et au niveau du sous-domaine « vie nocturne », l'Association faitière des clubs de musique suisse (PETZI), l'Association Artos, les Ligues pulmonaires et le réseau Nightlife ainsi qu'Hémostaz.

Évidences: expériences au niveau international, approches innovantes, critères de bonnes pratiques, facteurs clés et précisions sur le niveau d'action et les méthodes

L'analyse de la littérature a mis en évidence que dans le domaine des loisirs, relativement peu d'initiatives ou programmes de prévention du tabagisme ont fait l'objet d'évaluation selon les standards requis. Concernant les approches innovantes, des résultats potentiellement intéressants ont été mis en évidence dans le milieu de la vie nocturne, à savoir les campagnes dite de marketing social (ou de « Social Branding »), qui utilisent les principes du marketing social pour influencer les comportements. Ces projets ont fait une apparition très remarquée au cours des dernières années dans la prévention du

tabagisme dans ce sous-domaine des loisirs. Les effets publiés doivent néanmoins encore être documentés avec plus de précision.

Au niveau de la recherche de littérature, certains facteurs clés associés à une potentielle réussite des projets de prévention du tabagisme dans le domaine des loisirs ont été mis en évidence concernant les interventions dites communautaires. Ces facteurs relèvent entre autres d'une durée d'intervention soutenue dans le temps, d'un financement stable et dédié aux interventions, de l'implication des pairs et des parents, du caractère adaptable des interventions aux groupes d'âge et à leurs caractéristiques spécifiques, de la mobilisation et la participation active des jeunes et du soutien actif de la « communauté », ainsi que de la possibilité d'ajustement des interventions aux réalités locales. De leur côté, les participant-e-s aux entretiens ont également relevé de nombreux facteurs importants à leurs yeux comme impliquer des pairs, faire participer activement les jeunes aux interventions, pouvoir adapter les interventions aux réalités locales, distinguer les projets selon le groupe d'âge, recourir à des personnes connues et influentes du milieu dans lequel l'intervention est mise en œuvre et utiliser les réseaux sociaux.

Participation: comment, avec quelles méthodes, et lors de quelle phase impliquer les groupes cibles et facteurs facilitant et sources d'échec

Concernant les groupes cibles, et tout particulièrement les multiplicateurs/trices acteurs/rices du terrain, il apparaît primordial aux yeux des participant-e-s aux entretiens de préalablement les sensibiliser, de les former et de leur donner des outils pouvant soutenir leur implication dans des démarches de prévention qui peuvent leur paraître hors de leur cahier des charges de base. Aussi, il est escompté que la participation des multiplicateurs/trices sera d'autant plus active et fructueuse si les projets de prévention en question correspondent à la réalité de leur terrain et les concernent directement. Parallèlement, intéresser et impliquer les décideurs (p.ex. les communes) apparaît primordial pour la participation des multiplicateurs/trices aux yeux des participant-e-s aux entretiens. Réunir non seulement des expert-e-s du domaine de la santé mais également des professionnel-le-s du lien avec les enfants et les jeunes est considéré comme la base du travail collaboratif. Aussi, le fait de pouvoir adapter un concept-cadre ou l'élaborer en fonction d'une réalité locale a été perçu comme un moyen d'impliquer les multiplicateurs/trices. Pour finir, ceux/celles-ci devraient être impliqué-e-s dès le départ dans la conceptualisation des projets de prévention.

En ce qui concerne le groupe cible des enfants et des jeunes, il apparaît important qu'ils/elles puissent participer de manière active aux projets. Le recours à des pairs dans les projets comme multiplicateurs/trices peut être également une piste d'intervention intéressante. Il est toutefois important qu'ils/elles soient également impliqué-e-s dès les premières phases d'élaboration des projets. Aussi, il a été décrit comme primordial par les participant-e-s aux entretiens que les jeunes puissent s'identifier au message de prévention, et à la personne qui le transmet. Les incitatifs sont également perçus par les participant-e-s aux entretiens comme des facteurs importants pour la participation non seulement des enfants et des jeunes mais aussi des multiplicateurs/trices.

Finalement, il est ressorti des entretiens qu'il s'agit aussi d'éviter d'élaborer des messages moralisateurs et stigmatisant. Proposer un projet qui est déjà « tout prêt », de même qu'une approche « top-down » n'incluant que tardivement les structures et les personnes concernées ont été décrits comme des facteurs d'échec à la bonne collaboration des acteurs/trices et à la participation aux programmes en question. Un autre facteur pouvant influencer de manière négative la participation à une intervention est que certaines jeunes changent fréquemment d'intérêt. Cette réalité est à considérer notamment lorsque les réseaux sociaux sont utilisés comme canal de diffusion de messages de prévention. Il s'agit en outre

dans ce contexte de « se » démarquer du flot d'informations continues déjà présentes sur les réseaux sociaux, afin de capter l'attention des jeunes.

Recommandations

Sur la base de l'analyse de la littérature ainsi que des entretiens menés, une série de recommandations concrètes ont été formulées, dont le détail figure dans le rapport de recherche. Ces recommandations, qui doivent être vues comme des pistes de réflexion, concernent aussi bien la planification et la mise en œuvre d'interventions que leur contenu ou encore les acteurs potentiels pour le développement et la mise en œuvre de futures mesures de prévention du tabagisme dans le domaine des loisirs.

1 Introduction

1.1 Importance des loisirs pour les jeunes et définition du domaine

Le contexte dans lequel les enfants et les adolescent-e-s réalisent des activités dites de loisirs représente, d'une part, un élément central du développement dans la vie des enfants et des adolescent-e-s et d'autre part, un environnement qui offre l'opportunité de les atteindre dans leur environnement social et leur vie quotidienne (Mahoney, Larson, & Eccles, 2005). Définir et caractériser le milieu de vie des loisirs s'avère toutefois être une tâche complexe en raison de l'hétérogénéité de ce milieu de vie. En effet, par définition, les loisirs sont le « temps libre dont on dispose en dehors des occupations imposées, obligatoires, et qu'on peut utiliser à son gré », ainsi que les « distractions, amusements auxquels on se livre pendant ses moments de liberté » (Larousse, 2016). Un des éléments fondamentaux qui caractérise ces activités hétérogènes est que les enfants, les adolescent-e-s et les jeunes adultes ont la possibilité de choisir des activités qui correspondent à leurs propres intérêts et qui répondent à certains de leurs besoins (Kindelberger, Le Floc'h, & Clarisse, 2007).

Les loisirs : éléments clés du développement individuel

Par cet aspect de choix, les loisirs reflètent les intérêts et besoins des enfants et des adolescent-e-s. En ce sens, à un niveau plus subjectif, les loisirs renvoient aux motivations intrinsèques des individus à pratiquer certaines activités qui elles-mêmes découlent de motifs de la personnalité plus généraux (Kindelberger et al., 2007). Ainsi, les loisirs ne servent pas uniquement de moyen de détente, mais sont aussi un milieu propice au développement cognitif, émotionnel, comportemental et social de l'individu. En effet, les loisirs soutiennent le développement de l'identité, qui par exploration de diverses activités, peut se construire et se révéler (Kindelberger et al., 2007).

Durant la petite enfance, le jeu permet notamment aux enfants d'assouvir des besoins, ainsi que d'acquérir des compétences sociales (Wallon, 1990, cité dans Kindelberger et al., 2007). De plus, à cette période de vie, les jeux et autres activités ludiques sont souvent inscrits dans un contexte d'apprentissage et servent donc au développement psychomoteur et psycho-affectif de l'enfant, en plus d'être des occupations de temps. D'ailleurs, selon Wallon (Wallon, 1956), le mouvement incité dans différents jeux durant l'enfance ferait partie intégrante du tempérament de l'individu. À l'adolescence, les activités de loisirs prennent une place encore plus importante dans la construction identitaire de l'individu, car l'adolescence est par définition une période d'achèvement et de complexification de l'identité (Erickson, 2011).

1.2 Objectifs du présent rapport

Le présent rapport porte sur les fondements, les bases et les expériences faites en termes de prévention du tabagisme chez les enfants et les jeunes dans le domaine des loisirs. Plus précisément, l'objectif de ce rapport est d'apporter des éléments de réponse aux questions posées par le Fonds de prévention du tabagisme (FPT) concernant quatre thèmes :

- 1) le **contexte** des loisirs : quels sont la logique, les principes d'organisation, les règles et les valeurs véhiculées dans le domaine des loisirs ; quels sont les chances, les opportunités, les barrières et les risques relatifs à la prévention du tabagisme dans le domaine des loisirs ;
- 2) les **évidences** : quels sont les évidences internationales, les approches prometteuses et les critères de bonnes pratiques relatifs à la prévention du tabagisme dans le domaine des loisirs ; qu'est-ce qui suggère que la prévention du tabagisme devrait être implémentée dans le domaine

des loisirs ; quels sont les facteurs clés associés à une potentielle réussite des projets de prévention du tabagisme dans le domaine des loisirs et avec quel niveau d'action et quelles méthodes ;

- 3) les **acteurs/trices** du domaine des loisirs : quelles sont les attentes et les réserves des multiplicateurs/trices dans le domaine des loisirs (organisations encadrant les jeunes, associations, etc.) ; quels sont les organisations, les réseaux et les acteurs/trices existants dans le domaine des loisirs qui s'offrent à la prévention du tabagisme pour une collaboration potentielle (au niveau national, régional, cantonal, local) ;
- 4) la **participation** : comment (avec quelles méthodes) et lors de quelle phase les groupes cibles (multiplicateurs/trices, enfants/jeunes) devraient-ils être impliqués dans la conception et la mise en œuvre des activités de prévention dans le domaine des loisirs ; quels sont les facteurs de réussite pour une participation réussie ; qu'est-ce qui est à éviter.

Pour apporter des éléments de réponse à ces questions, le présent projet a été divisé en deux volets complémentaires. Le premier volet du projet a consisté en une recherche et une analyse de la littérature portant sur les évidences scientifiques et les exemples de bonnes pratiques, dans le domaine des loisirs, en matière de programmes et d'interventions ciblant le tabagisme chez les enfants et les jeunes. Le second volet du projet visait à réunir un groupe de professionnel-le-s actifs/ives en Suisse dans le domaine des loisirs, dans le but de mieux comprendre non seulement ce domaine mais également les besoins et expériences de ces professionnel-le-s en termes de prévention du tabagisme. Pour ce faire, un entretien de groupe (« focus groupe ») et des entretiens individuels ont été mis en place.

Le présent rapport présente les résultats de la recherche de littérature, des entretiens de groupe et individuels et est séparé de la manière suivante :

- Chapitre 2 : chapitre détaillant les méthodologies utilisées pour la recherche de littérature ainsi que pour les entretiens de groupes ou individuels.
- Chapitre 3 : premier chapitre de résultats ayant pour objectif de répondre aux questions liées au contexte des loisirs en Suisse.
- Chapitre 4 : partie du rapport couvrant, d'une part, les évidences scientifiques mises en lumière par la recherche de littérature et, d'autre part, les initiatives basées sur des approches innovantes. Ce chapitre concerne ainsi principalement les résultats de la recherche de littérature, mais est complété par des éléments de discussion issus des entretiens et portant sur le positionnement des professionnel-le-s face à certaines des évidences disponibles.
- Chapitres 5 et 6 : principalement basés sur les résultats des entretiens de groupe et individuels ces chapitres, complémentaires, répondent aux questions relatives au thème des « acteurs/trices » et de la « participation ».
- Chapitre 7 : partie conclusive du rapport présentant des recommandations. Les recommandations en question doivent être vues comme des pistes de réflexion à avoir avant la mise en place de nouvelles mesures de prévention du tabagisme dans le domaine des loisirs. Ces recommandations sont basées tant sur les informations provenant de la recherche de littérature que sur les opinions et points de vue exprimés par les professionnel-le-s interrogé-e-s.

2 La méthodologie en bref

2.1 Recherche de littérature concernant les évidences scientifiques

2.1.1 *Vue d'ensemble des termes clés et des bases de données consultées*

Pour la recherche de littérature scientifique, qui constitue le premier volet méthodologique du projet, les mots-clés – en anglais – suivants ont été utilisés, sur quatre dimensions spécifiques :

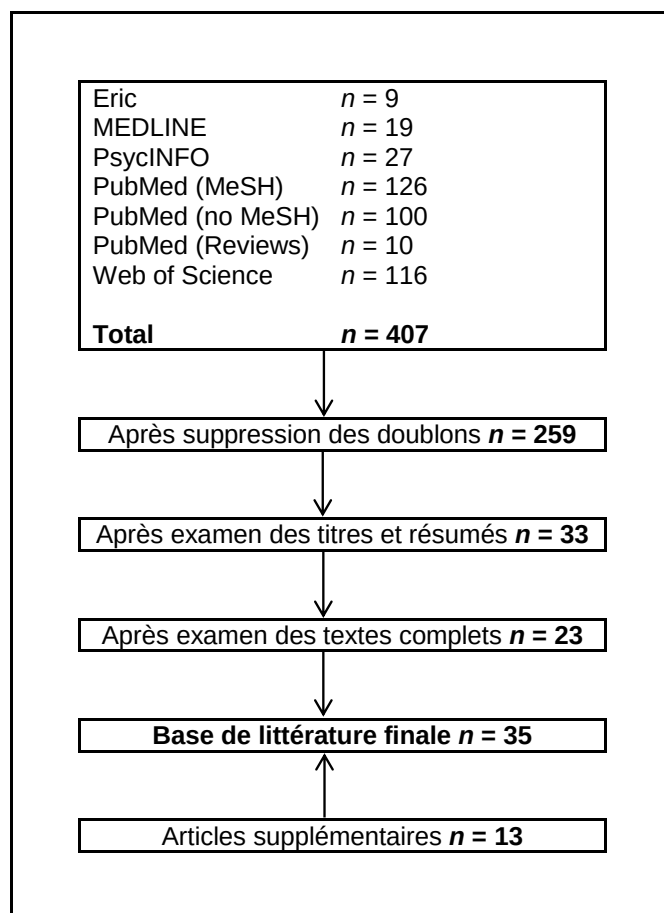
- leisure* or hobbies or hobby or after-work or after-school or out-of-school* or extracurricular* or social media* or sport* or holiday* or weekend* or nightlife* or recreation* OR pub* OR club* OR disco* OR bar* OR festival* OR rave* or youth organization or community network;
- smok* or tobac* or cigaret*;
- intervention or prevention;
- child* or infant or adolesc* or young adult or young or youth or teen* or juvenile.

La condition préliminaire à l'inclusion dans la base de données originale était la correspondance à au moins un terme de recherche pour chacune de ces dimensions. La sélection s'est opérée tant sur les termes dits MeSH (Medical Subject Headings) que sur les mots contenus dans les titres et les résumés des articles. La période temporelle privilégiée pour cette recherche de la littérature portait sur les 10 dernières années. La recherche de littérature scientifique originale a été effectuée sur trois bases de données différentes, à savoir Ovid (ERIC, MEDLINE, PsycINFO), PubMed et Web of Science, en date du 19 août 2016. Sur Pubmed, la recherche de littérature a porté autant sur les articles indexés que sur les articles non-indexés.

2.1.2 *Sélection des études*

Sur la base des mots-clés identifiés, la recherche de littérature a mis en évidence 259 articles. Après une première lecture des titres et des résumés, 33 articles ont été retenus : 26 articles indexés, 5 articles non-indexés, une revue de littérature et un protocole (concernant les critères d'inclusion/exclusion voir ci-dessous, point 3.1.3). Après examen des textes complets, 23 autres articles ont été ensuite retenus, à l'exception d'un article non disponible (ce malgré de multiples relances des auteurs). Pour finir, afin de compléter ces résultats, une recherche de littérature grise ne se limitant pas à la littérature anglophone, de même que la consultation des bibliographies d'articles-clés a permis d'intégrer 13 études complémentaires. La base de littérature finale est ainsi constituée de 35 articles scientifiques, complétés par de la littérature grise (y inclus des liens vers différents sites internet illustratifs ou de références ; voir Annexe 3).

Figure 1: Flow-chart relatif à la recherche de littérature « Prévention du tabagisme chez les enfants et les jeunes dans le domaine des loisirs »



2.1.3 Définition des critères d'exclusion

Dans un premier temps, les critères de sélection des articles étaient les suivants :

- Étude pertinente pour le domaine des loisirs ;
- Groupe d'âge : entre 0 et 25 ans ;
- Revue systématique, méta-analyse ou étude individuelle,
- Étude portant sur l'évaluation des effets d'une intervention (prévention de l'entrée en consommation, réduction de la consommation de tabac, arrêt de la consommation).

Ainsi, lors de la lecture des résumés (ou abstracts), les critères d'exclusion des articles portaient principalement sur le fait que ceux-ci ne concernaient pas directement le domaine des loisirs ou que ceux-ci n'avaient pas pour objectif d'évaluer une intervention ou un projet. Parmi les articles se trouvaient également des protocoles de recherche, qui ont été également exclus car les études étaient rédigées en italien, concernaient les domaines « Famille » et « Formation », ou n'apportaient pas d'informations nouvelles par rapport aux études déjà sélectionnées. Lors de la seconde lecture des résumés, les mêmes critères d'exclusion ont été appliqués (par une seconde personne ; principe de validation croisée). Finalement, lors de la lecture des articles dans leur entier, les articles exclus l'ont été

principalement car ils concernaient des autres domaines de recherche, à savoir les domaines « Famille » et « Formation ».

Il est important de souligner ici que la recherche de littérature effectuée pour les besoins du présent rapport s'est principalement concentrée sur les interventions de prévention basées sur des données probantes (Windlin, Schneider, Marmet, & Delgrande Jordan, 2017). Les approches de prévention qui n'ont pas fait l'objet d'évaluation, et qui n'ont pas été qualifiées de novatrices par les auteurs, n'ont été que peu prises en compte ici. Cependant, il s'agit de ne pas oublier que le fait qu'une mesure ne soit pas évaluée ne signifie pas pour autant qu'elle est inefficace.

2.2 Entretiens avec des professionnel-le-s actifs/ives dans le domaine des loisirs

2.2.1 Procédure d'identification de professionnel-le-s actifs/ives dans le domaine des loisirs

Pour sélectionner les participant-e-s à l'entretien de groupe, une liste de professionnel-le-s du champ des loisirs a dans un premier temps été dressée. Le choix des participant-e-s s'est porté sur des professionnel-le-s actifs/ives non pas dans le domaine de la prévention du tabagisme mais dans le domaine des activités de loisirs offertes aux jeunes : domaines « sport », « ville » (maison de quartier et travailleurs/euses sociaux/ales hors murs), « activités de jeunesse », « vie nocturne », « musique ou festivals », et « réseaux sociaux ». Le choix des participant-e-s s'est également fait en fonction de la proximité avec laquelle ils/elles travaillaient avec les enfants et les jeunes. Ainsi, autant des professionnel-le-s actifs/ives dans le domaine des loisirs au niveau distal (niveau national ou cantonal) que des professionnel-le-s réalisant des activités de loisirs directement avec les enfants et les jeunes (structures communales) ont été sélectionné-e-s. Un large champ d'acteurs/trices dans le domaine des loisirs a été ainsi identifié, ayant un contact plus ou moins direct avec le groupe cible des enfants et des jeunes. Relevons également que les personnes présélectionnées provenaient de toutes les régions de la Suisse romande (l'entretien de groupe devant être conduit en français).

Concernant l'entretien de groupe, une fois la liste des professionnel-le-s dressée, une priorisation a été effectuée parmi l'ensemble des acteurs/trices, en choisissant dans la mesure du possible au moins deux personnes pour chaque sous-domaine cité ci-dessus. Au total, 31 personnes ont été contactées entre le 20 et le 29 septembre 2016, par téléphone ou par courriel. Sur les 31 personnes contactées, dix se sont dit disponibles à participer à l'entretien de groupe. Une personne s'étant excusée pour cause de maladie, l'entretien de groupe s'est déroulé avec neuf participant-e-s.

Concernant les entretiens téléphoniques, les personnes choisies faisaient partie soit des professionnel-le-s qui n'étaient pas en mesure de se libérer pour le focus groupe, soit des professionnel-le-s du champ des loisirs en région suisse alémanique. Les entretiens téléphoniques avaient ainsi pour but de compléter les réflexions réunies lors de l'entretien de groupe, notamment dans le cas où un des sous-domaines y était sous-représenté, et également d'ajouter des éclairages émanant de personnes germanophones.

2.2.2 Composition et réalisation des entretiens de groupe et individuels

L'entretien de groupe s'est déroulé le 6 octobre 2016 dans les locaux d'Addiction Suisse à Lausanne. Neuf professionnel-le-s du domaine des loisirs ont pris part à cette discussion. Après une brève introduction des participant-e-s ainsi qu'une courte présentation générale de la technique des « focus groupe », les premiers résultats clés de la recherche de littérature (premier volet du projet) ont été présentés aux participant-e-s. Le but de cette courte présentation était que tous les participant-e-s à l'entretien de groupe aient le même état de connaissance quant aux offres, facteurs de réussite et facteurs d'échec par rapport à la prévention du tabagisme dans le domaine des loisirs. Cette courte présentation a ainsi servi de base au lancement de la discussion. L'entretien de groupe s'est ensuite

déroulé selon les quatre parties présentées ci-après : offres actuelles en matière de prévention du tabagisme dans le domaine des loisirs, attentes et réserves des acteurs/trices dans le domaine des loisirs, participation du groupe cible et collaboration potentielle avec les acteurs/trices. La grille complète d'entretien figure dans l'Annexe 1. L'entretien de groupe a duré environ deux heures, au terme desquelles les participant-e-s ont été remercié-e-s pour leur participation. Les participant-e-s à l'entretien de groupe ont été défrayé-e-s pour leur participation.

En plus des neuf participant-e-s, trois collaboratrices d'Addiction Suisse étaient présentes lors de cet entretien de groupe : l'animatrice du focus groupe, une collaboratrice impliquée lors de la présentation des résultats de la recherche de littérature et une troisième collaboratrice germanophone, impliquée lors des étapes ultérieures (contacts suisses-alsémaniques pour les entretiens individuels par téléphone).

L'entretien de groupe a été entièrement enregistré, après accord des personnes présentes. Il a également été convenu avec les participant-e-s que leurs noms pourraient le cas échéant figurer dans le rapport, mais que leurs propos seraient rapportés de manière anonyme.

Concernant les entretiens individuels, par téléphone, deux personnes provenant de la Suisse alsémanique et quatre personnes provenant de Suisse romande ont été interrogées. La liste des profils des personnes ayant participé aux entretiens de groupe et individuels figure dans l'Annexe 2.

La grille d'entretien pour le focus groupe « Loisirs » a été créée sur la base de celle élaborée pour les focus groupes des domaines « Famille » et « Formation ». La grille d'entretien (voir Annexe 1) comportait quatre parties distinctes de discussion: 1) offres actuelles en matière de prévention du tabagisme dans les domaines d'activités des professionnel-le-s, 2) leur attentes et réserves par rapport à la prévention du tabagisme dans leurs domaines d'activités, 3) comment amener le groupe cible (enfants, jeunes et multiplicateurs/trices) à participer à des activités de prévention, et 4) quels sont les réseaux existants pour une potentielle collaboration et sous quelle forme collaborer avec les acteurs/trices.

La grille d'entretien par téléphone a été adaptée sur la base des résultats de l'entretien de groupe.

2.2.3 Critères d'évaluation

Les réponses des participant-e-s à l'entretien de groupe et aux entretiens individuels ont été premièrement synthétisées, puis regroupées en fonction du groupe de question auxquelles elles répondaient. Il est important de garder à l'esprit que les résultats provenant d'une méthodologie de recherche qualitative de type focus groupe ou d'entretiens individuels ne peuvent pas être généralisés. En effet, le but visé par une telle méthodologie n'est ni la représentativité statistique ni le consensus par rapport à une problématique. Cette démarche permet en revanche de recueillir des données relatives aux attitudes, intérêts et opinions par rapport à une problématique. Les résultats qui proviennent des entretiens de groupe ou individuels doivent par conséquent être interprétés comme reflétant des avis ou opinions de personnes actives de leur domaine professionnel.

3 Contexte

3.1 Le contexte des loisirs en Suisse

Les loisirs des jeunes varient selon les périodes de vie et évoluent en même temps que leurs intérêts se dessinent. De plus, les offres d'activités de loisirs augmentent et se diversifient avec l'âge. Ainsi, dans la tranche d'âge de 0 à 4 ans, les loisirs des enfants sont généralement organisés par la famille et/ou encadrés par des professionnel-le-s de l'éducation dans des établissements comme les crèches, jardins d'enfants, les centres de loisirs ou encore les ludothèques. Dès l'âge de 4 ans, les possibilités d'activités pour les jeunes sont plus variées et s'adaptent donc plus aisément aux intérêts et personnalités des enfants, même si le rôle des parents reste conséquent dans le choix des activités en termes de coûts et d'organisation des déplacements (Kindelberger et al., 2007). À l'entrée dans l'adolescence, les loisirs dépendent ensuite très majoritairement des intérêts et envies de l'enfant qui gagne en libre-choix et autonomie. À l'approche de l'âge adulte, les jeunes acquièrent encore la possibilité de sortir en soirée dans le milieu festif. La vie nocturne devient alors une part intégrante des activités de loisirs des jeunes entre 18 et 25 ans.

Ainsi, les activités de loisirs des enfants, adolescent-e-s et jeunes adultes sont nombreuses, variées et diffèrent avec l'âge. À ce propos, la recherche de littérature a mis en évidence qu'il n'existe pas un domaine des loisirs mais différents domaines, qui comportent aussi bien des logiques d'organisations que des règles et valeurs différentes. Ces différents domaines sont organisés autour des activités de loisirs : activités sportives, activités relatives aux médias sociaux, activités offertes par les maisons ou centres de quartier, activités relatives à la vie nocturne etc.

Sans permettre une description exhaustive et uniforme des activités en question, plusieurs sources de données permettent d'opérer un survol des encadrements et des activités de loisirs privilégiées des jeunes et jeunes adultes au niveau helvétique (note : le rapport de Heeg et collègues (2017) donne des informations supplémentaires relatives aux loisirs des enfants et des jeunes et renseigne sur les éventuels liens existants entre la consommation de tabac et certains types de loisirs). Les programmes de prévention et promotion de la santé existants et relatifs au domaine des loisirs sont également brièvement abordés. Cette description se veut, elle aussi, non-exhaustive.

D'après les chiffres de l'Enquête sur les revenus et les conditions de vie de l'Office fédéral de la Statistique (OFS), environ 60% des enfants âgé-e-s de 0 et 12 ans fréquentaient en 2014 un accueil extrafamilial, qu'il soit institutionnel (crèche, accueil parascolaire ou accueil familial de jour) ou non (employé-e de maison, au pair, proches)¹. Il n'est pas évident de savoir dans quelle mesure les activités offertes aux enfants dans le domaine de l'accueil extrafamilial relèvent des loisirs ou de l'éducation, en particulier dans l'accueil extrafamilial des enfants de 0 à 4 ans, avant l'entrée à l'école enfantine. Toutefois, en fréquentant un accueil extrafamilial, un-e enfant est en quelque sorte confronté-e à des activités s'insérant également dans le domaine des loisirs. En effet, les activités proposées dans le cadre d'accueil extrafamilial et extrascolaire peuvent être soit directement, soit indirectement, calquées sur des offres accessibles lors des activités de loisirs (p.ex. participation à des ateliers ou à des activités encadrées).

Parallèlement, de nombreuses organisations en Suisse – p.ex. Jeunesse et Sport, VaudFamille (OFSP; VaudFamille.ch) – proposent des activités diverses et encadrées sous forme de cours et/ou de camps de vacances. Ces activités varient en termes de thèmes et types, mais sont toutes accessibles pour les

¹ <https://www.bfs.admin.ch/bfs/fr/home/statistiques/population/familles/accueil-extra-familial-enfants.assetdetail.323732.html> (consulté le 03.11.2016)

enfants dès l'âge de 4 ans. Il est relativement difficile de quantifier dans quelle mesure et à quel niveau d'intensité ces offres sont utilisées par les enfants et les jeunes en Suisse (Heeg et al., 2017), et ceci d'autant plus qu'on retrouve dans ces offres de nombreuses activités différentes : activités sportives d'équipe, tels que le football ou le basket, et plus individuelles telles que la danse ou l'équitation, ainsi que des activités culturelles ou du domaine créatif (peinture, cuisine, bricolage, etc.). Au niveau des associations de jeunesse, il existe un programme pour la promotion de la santé et la prévention des dépendances (projet *Voilà !*). Le Conseil suisse des activités de jeunesse (CSAJ) est chargé de ce programme. L'objectif du programme est de permettre à chaque association de jeunesse qui le souhaite de pouvoir intégrer un thème relatif à la prévention des dépendances ou à la promotion de la santé lors des camps de vacances dits « sains ». Pour ce faire, les moniteurs/trices des camps doivent suivre une formation de base et des formations continues tous les deux ans. Le thème traité change toutes les deux années également. Ces formations continues sont proposées par la direction nationale du programme *Voilà !* aux directions des programmes cantonaux, et sont mises sur pied en collaboration avec des personnes ayant des connaissances spécialisées dans le thème bisannuel. Le thème bisannuel 2016-2017 est celui de la perception saine du corps. Relevons que la prévention de la consommation de substances a été abordée lors du thème bisannuel 2011-2012 « Compétences dans le domaine du risque et de l'ivresse » (voir le site Internet du programme pour les anciens thèmes bisannuels²). Le Conseil suisse des activités de jeunesse apparaît ainsi comme un acteur phare dans le paysage des activités des loisirs des jeunes (voir à ce propos le sous-chapitre 5.4).

Au niveau du groupe d'âge très large des 12-19 ans, l'étude JAMES (Willemse et al., 2014; Waller, Willemse, Genner, Suter, & Süss, 2016) réalisée en Suisse en 2016, souligne que voir ses ami-e-s, faire du sport, ne rien faire, s'occuper de ses animaux et faire de la musique comptaient parmi les activités de loisirs « non basée sur des médias » les plus fréquentes dans ce groupe d'âge (Waller et al., 2016). Par ailleurs, avec l'augmentation de l'âge, les sorties en soirée, en discothèques, etc. deviennent plus fréquentes (Waller et al., 2016). Les médias électroniques tels qu'Internet, les téléphones mobiles et consoles de jeux, etc. prennent en outre une place de plus en plus considérable et sont quasi omniprésents dans la vie et les loisirs des jeunes. Toujours selon les résultats de l'étude JAMES, 99% des adolescent-e-s et jeunes âgé-e-s entre 12 et 19 ans utilisent leur propre téléphone portable tous les jours et 95% ont une utilisation quotidienne des services « en ligne » (réseaux sociaux, chats, jeux, etc., Waller et al., 2016). Toutefois, en Suisse, le fait de posséder son propre téléphone portable n'est pas l'apanage des 12-19 ans. En effet, l'étude MIKE révèle que 52% des enfants et des adolescent-e-s âgé-e-s entre 6 et 13 ans possèdent leur propre téléphone portable (étude MIKE, Suter et al., 2015). Il est également à relever que les activités relatives aux médias et aux activités « en ligne » peuvent se dérouler en tout temps et en tout lieu, tandis qu'en général, les autres activités de loisirs se déroulent sur un lieu physique clairement identifiable (terrains de jeu, salles de sport, salles de concert, etc.). Il est également important de souligner que les médias remplissent une double fonction. En effet, ils représentent non seulement une partie des activités de loisirs des jeunes mais sont également une méthode d'intervention, c'est-à-dire un medium ou un canal « transversal » par lequel des interventions ou actions de prévention peuvent être mises en place, et ceci également dans d'autres domaines que celui des loisirs (voir notamment la revue de littérature relative au domaine « Formation », Windlin et al., 2017). Relevons pour finir qu'il existe de nombreuses mesures de prévention qui utilisent comme canal les médias au sens large (voir sous-chapitre 4.1.4).

Malgré l'arrivée massive des médias et des nouvelles technologies dans la vie des jeunes, ceux/celles-ci ne se détournent pas pour autant des activités extrascolaires « plus traditionnelles ». Ainsi, parmi les adolescent-e-s et jeunes âgé-e-s entre 12 et 19 ans ayant pris part à l'enquête JAMES en 2016, 76% disaient rencontrer des ami-e-s plusieurs fois par semaine, voire tous les jours (Waller et al., 2016). Ils/elles étaient également 66% à avoir des activités sportives chaque semaine (en dehors du contexte

² <http://www.voila.ch/fr/themes/>

scolaire). Le sport occupe d'ailleurs toujours une place importante dans les loisirs des jeunes. Selon l'étude HBSC dont les données les plus récentes datent de 2014, plus de 70% des garçons et des filles âgé-e-s entre 11 et 15 ans pratiquaient une activité sportive en dehors de l'école plusieurs fois par semaine (Archimi, Eichenberger, Kretschmann, & Delgrande Jordan, 2016). Cette proportion n'a en outre que marginalement changé depuis la fin des années 1990 (Archimi et al., 2016). En ce qui concerne la prévention ou la promotion de la santé, plusieurs projets utilisent le contexte du sport comme moyen de prévention et promotion de la santé. À titre d'exemple, on peut citer les projets *Midnight Sport* de la Fondation IdéeSport ou le programme national de prévention dans le domaine du sport *cool and clean*. Finalement, et même si cette constatation n'émane pas de données helvétiques mais d'un pays limitrophe, un rapport allemand sur cette thématique souligne que les activités informelles, telles que rencontrer des ami-e-s, seraient de plus en plus remplacées par des activités liées à l'éducation (cours de musique, sports, théâtre; Hille, Arnold, & Schupp, 2013).

Finalement, et ce comme déjà relevé plus haut, en grandissant, les jeunes commencent à avoir de nouvelles possibilités d'activités entre ami-e-s, notamment de « sorties » et/ou de vie dite « nocturne ». Ainsi, sortir en milieu festif, soit dans des clubs, bars ou festivals, devient une activité très populaire chez les jeunes adultes. Or, une soirée festive typique a pour but la détente et l'amusement, ce qui s'accompagne souvent par la consommation de substances psychoactives (légalisées et/ou illégales) en vue d'une certaine désinhibition ou pour d'autres motifs. À ce titre, on observe actuellement en Suisse une recrudescence de consommateurs/trices dits « récréatifs/ives » de drogues³, un phénomène dans lequel la vie nocturne et les événements festifs tiennent un rôle prépondérant (Büchli & Menzi, 2015). Les données récoltées entre 2011 et 2013 (Büchli & Menzi, 2015) et en 2014 (Menzi & Büchli, 2016) dans le cadre du projet *F+F Nightlife* sont éloquentes à ce propos. Bien que basées sur un échantillonnage non-représentatif de répondant-e-s, ces données présentent une image détaillée de certains comportements à risque et de leur cumul dans le milieu festif. Ainsi, plus de sept répondant-e-s sur dix révélaient que la consommation de tabac faisait partie intégrante d'une soirée festive typique (70% en 2011-2013 et 74% en 2014). La consommation d'alcool ne surpassait que très légèrement le tabac (2011-2013 : 77% ; 2014 : 75%) et celle de cannabis, certes moins « typique » d'une soirée festive, était toutefois citée par plus de quatre personnes sur dix (2011-2013 : 42% ; 2014 : 47%). À noter également que le groupe d'âge des 19-24 ans était le plus représenté parmi les répondants (p.ex. 38% de l'échantillon pour la période 2011-2013, Büchli & Menzi, 2015). En résumé, il apparaît donc assez clairement que les soirées en milieu festif sont associées de manière assez forte aux comportements de consommation chez les jeunes. Aux Etats-Unis, un parallèle a d'ailleurs été relevé entre une augmentation de la consommation de substances et l'avènement de la culture « Nightlife » (Sanders, 2006). On constate cependant qu'en fonction du sous-groupe de culture jeune et du type de musique écoutée par ces sous-groupes, la consommation de substances y est plus ou moins répandue et le type de substances consommées diffère. Par exemple, dans le milieu de la musique électronique, les drogues illégales telles que le speed et la cocaïne prédominent, tandis que la scène gothique ne montre pas de préférence particulière envers la consommation de substances (pour une revue plus détaillée, voir Heeg et al., 2017).

Pour compléter cette brève description relative au contexte des sorties, il est à rappeler que l'industrie du tabac utilise depuis longtemps les lieux de sorties pour atteindre les jeunes et encourager leur consommation de tabac (bars, clubs, etc. Sepe, Ling, & Glantz, 2002). À ce titre, la publicité en faveur du tabac de même que la promotion et le parrainage sont largement répandus en Suisse dans les lieux de sorties et les manifestations (Canevascini, Kuendig, Véron, & Pasche, 2015). Selon les résultats de l'Observatoire des stratégies marketing pour les produits du tabac, en 2013, des éléments publicitaires pour le tabac étaient présents dans 84% des bars, cafés et boîtes de nuit en Suisse romande. Un certain nombre d'établissements se soumettent même à des contrats d'exclusivité avec l'industrie du tabac.

³ Consommateurs/trices irréguliers/ères de drogues, dont la consommation est généralement associée à la fréquentation de contextes spécifiques ou à des activités particulières.

Parallèlement, sur la base des observations faites lors d'événements culturels et sportifs, le parrainage, la publicité et la promotion pour les produits du tabac étaient monnaie courante lors de tels événements.

3.2 Chances et opportunités pour la prévention du tabagisme dans le domaine des loisirs

En ce qui concerne la prévention de la consommation de substances psychotropes, l'école constitue le domaine dans lequel des interventions sont le plus fréquemment réalisées (voir notamment la revue de littérature relative au domaine « Formation »). Cependant, certain-e-s jeunes plus vulnérables aux comportements à risque, comme ceux en décrochage scolaire, ne peuvent pas nécessairement être atteints à travers des interventions initiées dans un cadre scolaire (EMCDDA, 2010). D'autre part, les activités de loisirs peuvent être vues comme un domaine privilégié pour accéder à certains groupes cibles (ou à risque), qui ne sont plus que très difficilement accessibles une fois atteint la fin de la scolarité obligatoire. Pour finir, le milieu des loisirs peut offrir un cadre privilégié pour la prévention qui cible les enfants et les adolescent-e-s car c'est un milieu qui opère une grande influence sur eux.

Le contexte de « la nuit » représente également une opportunité d'atteindre des jeunes adultes dans leur environnement social, celui-là même où ils/elles s'initient éventuellement au tabagisme et dans lequel la prévalence de consommation de tabac est parfois élevée. Par ailleurs, les jeunes fréquentant le monde de la nuit (bars, discothèques, etc.) présentent des traits de personnalité spécifiques (p.ex. recherche de sensation, Arnett, 2005) et sont par conséquent une population cible pour laquelle des interventions spécifiques peuvent être conçues. D'un autre côté, et probablement pour ces mêmes raisons, l'univers des sorties est un univers privilégié par l'industrie du tabac pour faire la promotion – directe ou indirecte – de ses produits, comme relevé précédemment.

En ce qui concerne les activités sportives, elles sont, en théorie, caractérisées par des aspects qui eux-mêmes peuvent avoir des influences (positives et négatives) sur la consommation de substances, étant donné qu'il s'agit d'activités : a) sociales ; b) généralement réalisées entre jeunes du même âge, évitant ainsi l'influence de pairs plus âgé-e-s ; c) qui occupent du temps, temps qui n'est ainsi pas disponible pour d'autres activités potentiellement associées à la consommation de substances ; d) qui sont généralement supervisées par un-e adulte ; et e) qui sont orientées vers le succès et le bien-être (Wichstrom & Wichstrom, 2009). À ce titre, un point important tient au fait que la consommation de tabac réduit la capacité aérobie et a de ce fait un impact direct sur l'effort, qui lui-même est étroitement lié à la performance sportive (Wichstrom & Wichstrom, 2009). Par ailleurs, implémenter des mesures de prévention dans le contexte des activités sportives, que ce soit des mesures qui ciblent le tabagisme ou d'autres comportements à risque, permet généralement de travailler sur plusieurs comportements à la fois. À ce sujet, la littérature scientifique disponible suggère notamment que la consommation de tabac et l'inactivité physique sont des facteurs de risques modifiables qui vont souvent de pair, et qui peuvent répondre à des stratégies d'intervention similaires (Horn et al., 2013). Ces problématiques offrent de ce fait une opportunité pour un changement comportemental dual et simultané.

Pour conclure, le milieu des loisirs offre, théoriquement, des multiples possibilités d'atteindre les enfants et jeunes dans un cadre autre que celui de l'école ou de la famille, et ceci indépendamment du type d'activité de loisirs considérées. Cibler plusieurs activités de loisirs mais de manière différente pourrait permettre d'atteindre différents groupes cibles. En effet, on peut émettre l'hypothèse qu'un-e jeune fréquentant assidument un club de sport ne partage pas nécessairement les mêmes caractéristiques qu'un-e jeune qui fréquente des centres de loisirs. Cependant, ceci relève uniquement de l'hypothèse car il n'existe pas de données à disposition pour distinguer quel-le-s jeunes fréquentent quels milieux de loisirs. Quoiqu'il en soit, il vaut la peine de rappeler que le milieu du sport permettrait d'atteindre de

nombreux/ses enfants et jeunes étant donné que le sport est l'une des activités qui regroupe le plus grand nombre de jeunes. Parallèlement, le milieu de la vie nocturne est fréquenté par des jeunes ayant des traits de personnalité spécifiques, avec un taux élevé de personnes qui fument, ce qui en fait un milieu potentiellement important pour d'éventuelles futures initiatives de prévention du tabagisme.

3.3 Barrières et risques pour la prévention du tabagisme dans les loisirs

Atteindre les groupes cibles dans le cadre de leurs loisirs représente un défi car, comme relevé plus haut, non seulement les activités réalisées dans le temps libre changent avec l'âge mais de plus, elles ne constituent pas nécessairement un milieu de vie dont les frontières « physiques » sont aussi nettes que pour d'autres domaines (p.ex. éducation, famille). À ce titre, la question de l'accès à certains groupes cibles ou celle de la couverture ou du taux de pénétration d'une intervention ciblée sur une population donnée - mais éventuellement difficilement accessible - risquent de demeurer épineuse. Accéder à un-e jeune via le système éducatif obligatoire ou via ses activités extrascolaires représente en effet des conditions cadres très différentes.

Par ailleurs, le caractère ponctuel ou éphémère de certaines activités de loisirs peut éventuellement rendre complexe, voire caduc, l'implémentation de mesures de prévention dans le domaine des loisirs qui, pour être efficaces, doivent s'inscrire dans la durée. On peut penser notamment à l'ensemble des activités de jeunesse qui sont proposées aux enfants et aux jeunes pendant les vacances scolaires et se déroulant sur une période de temps relativement courte (p.ex. camps de vacances ou autres activités de vacances se déroulant sur une ou deux semaines).

Pour finir, il ne peut être négligé que les professionnel-le-s du domaine des loisirs sont éventuellement peu accoutumé-e-s au fait de faciliter une démarche préventive ou de s'engager dans une telle approche. En effet, il se peut que les responsables de structures de loisirs n'aient pas les mêmes attentes que les jeunes ou les familles qui confient leurs enfants à ces structures (Mission interministérielle de lutte contre la drogue et la toxicomanie (MILDT) & Direction de la jeunesse, 2009). Par ailleurs, dans les faits, ces professionnel-le-s poursuivent des objectifs extrêmement variés (p.ex. professionnel-le-s du divertissement *versus* encadrant-e-s sportifs/ives) et de ce fait peuvent ou souhaitent s'impliquer dans des démarches de prévention de manière très différenciée.

3.4 Point de vue des professionnel-le-s interrogé-e-s sur la prévention du tabagisme dans le contexte des loisirs

Les entretiens de groupe et individuels ont mis en évidence que par rapport au contexte des loisirs, il existe des priorités différentes et relativement éloignées concernant la prévention du tabagisme. En effet, les priorités de certain-e-s professionnel-le-s actifs/ives dans le domaine des loisirs semblent davantage dictées par des besoins immédiats, qui se présentent sur le terrain, et des problématiques perçues comme plus graves que la consommation de tabac. Par exemple, les travailleurs/euses sociaux/ales hors murs interrogé-e-s, et qui se sont exprimé-e-s à ce sujet, ont mentionné qu'ils/elles s'occupaient davantage de problématiques comme le décrochage scolaire, la consommation excessive d'alcool et encore d'autres incivilités commises dans l'espace public. Par conséquent, un certain nombre des professionnel-le-s interrogé-e-s ne se sentaient pas directement concernés par la prévention du tabagisme dans leur domaine professionnel. En revanche, certain-e-s des professionnel-le-s interrogé-e-s ont confirmé le fait que le contexte de la vie nocturne était un bon setting pour implémenter des mesures de prévention du tabagisme en raison de la prévalence élevée de consommation de tabac dans



ce milieu. Par rapport au milieu du sport, il a été relevé que certains types de sport comportaient davantage de personnes qui fument que dans d'autres et qu'à l'intérieur même d'un type de sport, on pouvait trouver des différences de prévalence de consommation de tabac, selon que les jeunes soient des sportifs/ves d'élites, ou que les jeunes pratiquent du sport de loisir.

3.5 Discussion des résultats en lien au contexte des loisirs

Quels sont la logique, les principes d'organisation, les règles et les valeurs véhiculées dans le domaine des loisirs ?

Les loisirs des enfants et des jeunes s'organisent autour d'activités diverses et variées. Ces activités de loisirs varient en fonction de l'âge et des différents intérêts qui se dessinent progressivement chez les enfants et les jeunes. D'une manière générale, le domaine des loisirs est complexe à définir et à délimiter, notamment en raison du niveau de structuration variable des activités existantes. En effet, certaines activités de loisirs peuvent être structurées (p.ex. pratiquer un sport au sein d'un club) tandis que d'autres activités ne le sont que faiblement (p.ex. fréquenter des maisons ou centres de quartiers, sortir avec ses ami-e-s, etc.). Il importe de souligner qu'autant la revue de littérature que les entretiens avec les professionnel-le-s du domaine des loisirs ont mis en évidence qu'il n'existe pas un domaine des loisirs mais différents domaines, qui comportent aussi bien des logiques d'organisations que des règles et valeurs différentes. Ces différents domaines sont organisés autour des activités de loisirs : activités sportives, activités relatives aux médias sociaux, activités offertes par les maisons ou centres de quartier, activités relatives à la vie nocturne etc.

Quels sont les chances, les opportunités, les barrières et les risques relatifs à la prévention du tabagisme dans le domaine des loisirs ?

Le domaine des loisirs opère une grande influence sur les enfants et les jeunes dans leur développement identitaire et offre ainsi une opportunité d'influencer les comportements de ces derniers/ières, notamment au niveau de la consommation de tabac. De plus, c'est un domaine qui permet d'accéder à certains groupes cibles plus vulnérables ou à risque, qui ne sont que peu accessibles par le biais d'autres domaines. Par exemple, certain-e-s jeunes en décrochage scolaire pourraient bénéficier de mesures de prévention du tabagisme mises en place dans le domaine des loisirs.

Cependant, le cadre parfois non structuré du domaine des loisirs et le fait qu'il existe des sous-domaines différents peut rendre complexe la couverture d'une intervention ciblée sur une population donnée. Les résultats de la revue de littérature et des entretiens avec les professionnel-le-s du domaine des loisirs mettent en évidence que les loisirs sont un domaine qui a été relativement peu investi en termes de prévention du tabagisme. De plus, il ressort des entretiens menés pour les besoins du présent rapport que, pour certain-e-s des participant-e-s, les priorités professionnelles sont relativement éloignées de celles des professionnel-le-s de la prévention du tabagisme. Par ailleurs, dans certains sous-domaines, d'éventuelles activités de prévention sont davantage dictées par les besoins du terrain et par des problèmes aux conséquences plus immédiates que pour la consommation de tabac (qui sont de ce fait des problématiques perçues comme plus graves par les professionnel-le-s comme p.ex. la consommation excessive d'alcool, les incivilités, l'usage de cannabis, le décrochage scolaire). Globalement, il semble que certain-e-s - pour ne pas dire une majorité - des professionnel-le-s du domaine des loisirs interrogé-e-s ne sont pas nécessairement accoutumé-e-s, ni même ne sentent directement concerné-e-s par la mise en place de démarches de prévention du tabagisme. Ainsi, une des barrières à l'implémentation de programmes de prévention du tabagisme dans le domaine des loisirs est inhérente aux professionnel-le-s des loisirs eux/elles-mêmes (priorités différentes, peu de temps à disposition pour s'investir, etc.).

Pour finir, il faut relever que certaines activités de loisirs sont offertes aux enfants et aux jeunes de manière ponctuelle et sur une période de temps limitée (p. ex. une ou deux semaines de camp lors des vacances scolaires). Cet élément peut rendre difficile l'implémentation de programmes de prévention qui, pour être efficaces, doivent s'inscrire dans la durée.

4 Évidences scientifiques et exemples d'initiatives basées sur des approches innovantes

4.1 Survol de la littérature et principaux types de mesures existantes dans les sous-domaines clés des loisirs

La recherche de littérature effectuée dans le cadre de la présente étude a été complétée et approfondie grâce à une revue critique de la littérature existante jusqu'à 2012 (Bühler & Thruhl, 2013, 2015), effectuée pour le compte de la Bundeszentrale für gesundheitliche Aufklärung (BZgA), en Allemagne. Aussi, à titre préliminaire, il est important de rappeler que cette recherche de littérature n'a permis d'identifier que relativement peu d'articles scientifiques relatifs à la prévention du tabagisme dans le domaine des loisirs. Par ailleurs, sur le peu d'articles identifiés, il s'agit de souligner qu'un nombre conséquent d'entre eux ne sont pas relatifs à l'évaluation des effets d'une intervention, mais sont d'ordre descriptif ou théorique (p.ex. article décrivant un protocole d'intervention pré-implémentation).

Il est également important de relever que cette revue de littérature a permis d'identifier, en plus d'une perspective « généraliste » d'activités dites extrascolaires/extrafamiliales, trois principaux sous-domaines de loisirs dans lesquels des initiatives de prévention du tabagisme ont été spécifiquement développées : les activités sportives, la vie nocturne et les médias (sous-domaine couvrant tant les médias « traditionnels », tels que la presse, la TV, et la radio, que les nouveaux médias, tels qu'Internet, les réseaux sociaux, etc.).

Un quatrième sous-domaine a également été mis en évidence par la recherche de littérature internationale, à savoir celui des initiatives « communautaires » (« Community » en anglais). Bien qu'il ne soit pas toujours aisé de comprendre à quel milieu de vie (ou sous-domaine) les interventions en question font référence, ces initiatives correspondent généralement à des perspectives transversales et sont de ce fait considérées ici en parallèle aux études référencées parmi les activités extrascolaires/extrafamiliales génériques. Concernant les activités dites « para-scolaires », c'est-à-dire les activités qui se calquent sur et sont organisées directement ou indirectement en parallèle ou en continuation à des activités scolaires, celles-ci n'ont pas été considérées dans le cadre de la présente revue de littérature. Elles font partie intégrante de la revue de littérature relative au domaine « Formation » et au rapport qui lui est dédié (Windlin et al., 2017). Il est aussi nécessaire de rappeler, notamment à propos des initiatives touchant au sous-domaine des médias, l'hétérogénéité des approches et que nombre d'entre elles sont relatives à l'aide à l'arrêt du tabagisme. Ces initiatives, qui ne concernent qu'indirectement la prévention de l'entrée en consommation, ne sont de ce fait présentées qu'à des fins exploratoires et explicatives ; la recherche de littérature concernant la thématique de l'aide à l'arrêt du tabagisme dans le domaine des loisirs n'ayant pas été menée de manière systématique ou approfondie.

Finalement, il est primordial de souligner que les études mises en évidence lors de cette recherche et revue de littérature concerne dans la grande majorité des cas des initiatives ciblant les enfants, adolescent-e-s et jeunes adultes âgé-e-s entre 12 et 25 ans. Il est à noter qu'aucune publication n'a été identifiée concernant la période qui suit la naissance jusqu'à la fin de la période préscolaire.

4.1.1 *Le sous-domaine des activités extrascolaires ou extrafamiliales*

Par définition, les activités extrascolaires sont toutes les activités qui ont lieu à l'extérieur de l'école, en dehors du cadre scolaire. Ainsi, ce terme regroupe une série d'activités, nombreuses et variées, dont les

activités sportives font par exemple partie. Plus généralement, les activités extrascolaires peuvent être considérées comme un contexte dans lequel diverses activités encadrées peuvent être offertes aux enfants scolarisé-e-s et qui incluent des interactions avec des pairs (OECD, 2016). Comme précité, notre intérêt se porte ici, pour des raisons d'organisation et de contenu thématique, sur les publications relatives à des interventions ne touchant ni aux domaines de la famille ou de la formation (pour lesquels des revues de littératures dédiées sont disponibles), ni aux sous-domaines « activités sportives », « vie nocturne » ou « médias » (pour lesquels des présentations *ad hoc* des résultats publiés sont présentés ci-dessous).

Interventions lors d'activités extrascolaires versus à l'école

Dans une perspective transversale, visant notamment à contextualiser le potentiel d'interventions ciblées sur la prévention du tabagisme dans le domaine « extrascolaire » *versus* dans le domaine scolaire, une étude a adressé la question des effets différenciés d'une intervention éducative anti-tabac centrée sur les jeunes, selon qu'elle soit implémentée dans le cadre scolaire (« en classe ») ou dans un contexte de loisirs (lors d'un camp, « hors classe », Geier & Bogner, 2010). D'après les résultats de cette évaluation, les élèves ayant reçu l'intervention éducative en question dans le contexte « hors classe » étaient, par rapport à ceux du contexte « en classe », moins satisfait-e-s de l'intervention et montraient une moins bonne assimilation à long terme des connaissances transmises. Ils montraient également un intérêt moindre pour la thématique à posteriori. Les auteurs de cette étude font à ce sujet l'hypothèse que les élèves des camps de jeunes s'attendaient davantage à faire des activités de loisirs que des activités éducatives, ce qui peut influencer négativement leur motivation. À l'opposé, les élèves en classe seraient plus satisfaits-e-s car, grâce à l'intervention, ils/elles échappaient éventuellement à une leçon de cours ordinaire. Les auteurs soulignent l'importance potentielle d'informer et de préparer au préalable les jeunes avant de les exposer à une intervention éducative anti-tabac dans un cadre extrascolaire ou de loisirs.

Les compétences personnelles et sociales comme point d'ancrage

Plus généralement, selon les résultats d'une méta-analyse relative aux effets des programmes extrascolaires qui visent à promouvoir les compétences personnelles et sociales des enfants et des adolescent-e-s (programmes ne ciblant qu'indirectement la consommation de tabac ou d'autres substances), les programmes qui intègrent les normes du principe « SAFE » - pour Sequenced, Active, Focused and Explicit -, à savoir les « pratiques d'apprentissage qui structurent la formation, prévoient des formes actives d'apprentissage, concentrent le temps et l'attention sur les tâches de développement des compétences et fixent des objectifs explicites d'apprentissage » (OECD, 2016), semblent les plus prometteurs dans le cadre extrascolaire (Durlak, Weissberg, & Pachan, 2010). Ces programmes ont, selon les résultats de cette méta-analyse, des effets égaux ou supérieurs à d'autres interventions, du moins au niveau de critères d'évaluation de type comportements sociaux positifs, performances scolaires ou usage de drogues (sur huit aspects considérés comme critère d'évaluation, un ciblait la consommation auto-rapportée de tabac, d'alcool ou de cannabis). Selon les auteurs de l'étude, ces offres extrascolaires sont un canal important pour la promotion du bien-être psychosocial, qu'il s'agit de soutenir et de reconnaître. Relevons encore que la définition des activités extrascolaires dans le cadre de cette méta-analyse était large puisque considérant tout programme offrant une ou plusieurs activités se déroulant sur une partie de l'année scolaire, organisé en dehors des heures d'école et qui était supervisé par un adulte.

Les interventions communautaires

Certaines données disponibles suggèrent que les approches de prévention globale, dont les actions préventives se situent à plusieurs niveaux et combinant des interventions en milieu scolaire et en milieu extrascolaire sont efficaces pour prévenir la consommation de tabac (p.ex. actions au niveau communautaire impliquant des parents, création ou renforcement de concept d'environnement sans

tabac en milieu scolaire et dans d'autres milieux de vie des jeunes, voir p.ex. Ariza et al., 2008). En particulier, les résultats d'évaluation relatifs à un programme de prévention du tabagisme multimodal intitulé *European Smoking prevention framework approach* (ESFA), implémenté en Espagne auprès d'adolescent-e-s âgé-e-s entre 12 et 13 ans au début de l'intervention, paraissent à ce sujet prometteurs (Ariza et al., 2008). En effet, les résultats d'évaluation publiés révèlent qu'une année après l'intervention, la proportion de fumeurs/ses était significativement plus basse parmi les élèves ayant participé au projet que parmi ceux n'y ayant pas pris part. Trois ans après, la part de fumeurs/ses régulier/ères était également significativement plus basse parmi les jeunes exposé-e-s à l'intervention.

Similairement, une évaluation de type randomisée-contrôlée du système de prévention *Community That Care* souligne les effets positifs des mesures communautaires non-spécifiques au tabac sur la consommation de tabac chez les jeunes (Hawkins, Oesterle, Brown, Abbott, & Catalano, 2014). Basée sur un suivi de cohorte, longitudinal, sur une période de 7 ans (dont les 3 dernières années sans mise en œuvre de l'intervention), l'évaluation proposée par Hawkins et collègues révèle que les jeunes des communautés dans lesquelles le programme avait été mis en œuvre bénéficiaient sur le long terme d'effet positifs au niveau de la prévalence de l'abstinence à vie de consommation de tabac, en comparaison aux jeunes de communautés non-exposées. Toutefois, alors que des effets significatifs et positifs étaient enregistrés en terme de non-initiation au tabagisme, aucune différence n'était enregistrée à la fin du suivi entre les communautés « intervention » et « contrôles » concernant la consommation de tabac au cours des 12 derniers mois. Ainsi, le système de prévention multimodal employé, visant à encourager décideurs et acteurs politiques et de santé publique à baser leurs efforts sur des modules d'interventions scientifiquement validés mais non spécifiques à la thématique du tabagisme (qui se focalisent de ce fait sur les facteurs de risque et de protection communs à différents comportements à risque : consommation de tabac et d'alcool, délinquance, violences, etc.), peut être vu comme prometteur au moins dans la perspective de prévenir ou de retarder l'expérimentation du tabagisme dans certaines communautés (l'évaluation en question portant sur des communautés localisées dans sept différents Etats des USA).

En Europe, une approche de type communautaire visant à prévenir plusieurs comportements à risque (usage et abus de substances, dont le tabac, délinquance, inactivité physique) a été également implémentée (Kristjansson, James, Allegrante, Sigfusdottir, & Helgason, 2010). Plus précisément, cette intervention, réalisée en Islande, visait principalement à renforcer le monitoring parental et la participation des jeunes à des activités sportives encadrées. D'après les résultats de l'évaluation de cette intervention mise en œuvre sur une période de 12 ans, la consommation d'alcool des jeunes exposé-e-s à l'intervention a diminué de manière significative tandis que dans le même laps de temps le monitoring parental ainsi que la participation des jeunes à des activités sportives ont augmenté. La consommation de tabac a quant à elle eu tendance à diminuer, mais pas de manière significativement différente entre les jeunes ayant participé aux interventions communautaires et ceux n'y ayant pas participé (Kristjansson et al., 2010).

Ces résultats sont également appuyés par ceux d'une revue de littérature Cochrane portant sur l'efficacité des interventions communautaires en termes de prévention du tabagisme chez les jeunes (Carson et al., 2011). Les interventions considérées dans cette revue de littérature devaient a) cibler toute ou une partie de larges communautés (ou région étendues), b) avoir l'intention d'influer sur le comportement tabagique des jeunes, et c) mettre l'accent sur plusieurs composantes d'intervention de nature pouvant être très étendue (p.ex. programmes scolaires, campagnes média, initiatives via des fournisseurs de soins, campagnes dans les clubs de sports, dans les entreprises, chez les professionnels de la distribution et concours). Sur les 25 études répondant aux différents critères d'inclusion, une faisait état d'une réduction de la prévalence du tabagisme à court terme et neuf suggéraient d'importants effets à long terme (plus d'une année après l'intervention). Certaines études révélaient quant à elles des effets importants en termes de critères d'évaluation secondaires (intention de fumer, attitude, perception,

connaissances). Néanmoins, les effets documentés ne sont pas univoques et, sur la base des critères communément employés dans le cadre des publications Cochrane pour statuer sur l'importance des effets enregistrés, les auteurs concluent que bien que certaines preuves étayent l'efficacité des interventions communautaires pour dissuader les jeunes de commencer à fumer, les évidences disponibles ne peuvent être considérées comme fortes et se basent sur un corpus d'études qui comportent un certain nombre de défauts méthodologiques.

Compléments issus de la recherche de littérature grise

Dans le contexte suisse et international, la recherche et revue de littérature complémentaire, ou « grise », a permis de mettre en évidence quelques programmes implémentés dans le sous-domaine des activités extrascolaires ou de type communautaire.

Le programme *Voilà!* (<http://www.voila.ch>) visant la promotion de la santé et la prévention des dépendances, élaboré par le Conseil Suisse des Activités de Jeunesse, va notamment dans cette direction. Il s'agit d'un programme qui s'adresse aux professionnel-le-s des associations de jeunes et des centres socioculturels et qui leur offre des outils pédagogiques comme le classeur LINK dans lequel les professionnel-le-s peuvent trouver des informations sur la prévention des dépendances et sur la manière avec laquelle il est possible de les mettre en œuvre concrètement dans le travail avec les enfants et les adolescent-e-s (CSAJ, 2016).

On peut également citer le CIPRET-Vaud, qui a développé le site Internet *Tabac sans tabou* (<http://tabacsanstabou.ch>) destiné aux professionnel-le-s travaillant avec des jeunes, notamment dans des centres socioculturels. Sur ce site Internet, les professionnel-le-s peuvent trouver des informations concernant le tabac et le tabagisme, du matériel d'information et de prévention sur le tabac (brochures, flyers, expositions, etc.), ainsi que des outils pour parler aux jeunes de cette problématique (CIPRET-Vaud, 2016).

En complément, et à titre d'exemple, en France, l'association imp-Actes a quant à elle élaboré un jeu de société – *TABAKITABA* ; www.tabakitaba.com – destiné aux jeunes et au grand public, qui permet de découvrir les réalités sanitaires, économiques, industrielles et politiques liées au tabac, ainsi que la production, la consommation, l'histoire du tabac et les enjeux environnementaux (imp-Actes, 2016). Ce jeu de stratégie a été validé par la Mission interministérielle française de lutte contre la drogue et la toxicomanie (MILDT).

Toujours à titre d'exemple, au Québec, le programme *La Gang allumée* (<http://www.lagangallumee.com/fr/>) vise à mobiliser les jeunes de 11 à 17 ans pour lutter contre le tabagisme dans leurs écoles et leurs communautés. Ce programme a été déployé autant dans les écoles que dans les maisons de jeunes en cherchant à contribuer à modifier les normes sociales afin de normaliser le « non-usage du tabac » (Gamache & Stich, 2014). Les activités proposées sont décrites comme visant à amener les jeunes à prendre position face à certains enjeux du tabagisme (notamment sur les thèmes « l'industrie du tabac et le marketing trompeur », le tabagisme passif et le « tabac à l'écran »). Sur cette base, les jeunes sont ensuite encouragé-e-s à sensibiliser leurs pairs, sur la base des mêmes thématiques. La réalisation d'actions concrètes « pour une génération sans tabac », par les jeunes et dans les milieux en question étant parallèlement encouragée. Des activités moins locales (à l'échelle plus large du Québec) découlent aussi de ce programme avec notamment la mise en place d'un site Internet et d'une page Facebook de sensibilisation (Gamache & Stich, 2014).

4.1.2 Synthèse concernant le sous-domaine « activités extrascolaires/familiales » : types de mesure, facteurs de réussite, barrières et groupes d'âge visés sur la base du survol de la littérature

Dans le cadre des activités extrascolaires ou au niveau communautaire, les mesures qui sont utilisées sont variées. La plupart sont toutefois universelles, multimodales ou unimodales, et visent en général plusieurs comportements à risque ou compétences de vie.

En ce qui concerne les facteurs de réussite relatifs à l'implémentation de mesures de prévention dans le sous-domaine des activités extrascolaires, il apparaît, comme relevé précédemment, que les programmes les plus efficaces seraient ceux se basant sur le principe « SAFE ». Concernant les barrières à la mise en œuvre de telles initiatives il apparaît primordial, sur la base de résultats disponibles (p.ex. Geier & Bogner, 2010), d'informer préalablement les groupes cibles des activités en question, et de contextualiser les interventions, notamment si celles-ci sont de natures éducatives et sont mises en œuvre dans un contexte dans lequel les enfants et les jeunes ne s'attendent pas à être soumis-es à une activité « éducative » (p.ex. Geier & Bogner, 2010).

En ce qui concerne les facteurs associés à la réussite des interventions communautaires, les travaux de l'Institut national de santé publique du Québec (INSPQ) montrent qu'il s'agit entre autres d'une durée d'intervention soutenue dans le temps (plus de 12 mois), d'un financement stable et dédié aux interventions, de l'implication des pairs et des parents, du caractère adaptable des interventions aux groupes d'âge et à leurs caractéristiques spécifiques, de la mobilisation et la participation active des jeunes dans les interventions communautaires, la mobilisation des communautés, ainsi que le fait de pouvoir adapter l'intervention aux réalités locales (Gamache & Stich, 2014). Le fait que des expert-e-s puissent soutenir la mise en œuvre de l'intervention fait également partie des facteurs associés à la réussite de telles interventions.

S'agissant des groupes d'âge qui sont visés par de telles mesures, on peut mentionner que généralement les programmes extrascolaires ciblent les enfants en âge de scolarité. Néanmoins, certaines exceptions existent et à ce titre le programme *Voilà!*, mentionné ci-dessus, peut être cité. En effet, selon la description du programme lui-même, celui-ci s'adresse à des enfants et des jeunes âgé-e-s entre 6 et 18 ans.

4.1.3 Le sous-domaine des activités sportives

Concernant le sous-domaine des activités sportives, la recherche de littérature a mis en évidence que ces activités constituaient autant un contexte dans lequel des initiatives relatives à la prévention du tabagisme peuvent être implémentées, que des activités qui en tant que telles peuvent réfréner, voire prévenir la consommation de tabac, et ce sans intervention spécifiquement liée au tabagisme. En outre, il s'agit de souligner que dans le sous-domaine des activités sportives, il existe des interventions avec des contextes d'implémentation multiples. Par exemple, le projet de prévention *Smoke Free Sports* est implémenté d'une part dans les cours d'éducation physique à l'école (Trigwell et al., 2015 ; McGee et al., 2016) mais également dans le sport organisé de manière extrascolaire (Hilland et al., 2015).

S'agissant des programmes relatifs au sport et qui sont implémentés sans intervention spécifiquement liée à la prévention du tabagisme, deux études ont été mises en évidence lors de la recherche de littérature. La première, réalisée en Norvège auprès de jeunes de 13 à 19 ans (au début de l'étude) suivie sur une période de 14 ans, montre que la participation à un sport d'équipe ou d'endurance pendant l'adolescence peut avoir un effet positif sur le tabagisme, notamment en retardant son initiation ou en l'évitant. Par rapport à la participation à des sports de force ou techniques, la participation à un sport

d'équipe et/ou à un sport d'endurance était en effet globalement associée à une plus faible évolution des comportements tabagiques sur l'ensemble de la période de suivi (Wichstrom & Wichstrom, 2009). La seconde, une étude danoise employant un design d'enquête transversal, a quant à elle documenté une association négative entre la pratique d'activités physiques pendant les loisirs (tout type d'activité physique et sans intervention) et la consommation de tabac chez des jeunes âgé-e-s entre 16 et 20 ans, mais uniquement parmi les jeunes percevant l'activité physique et le sport comme une part importante de qui ils/elles sont (Verkooijen, Nielsen, & Kremers, 2008). Relevons toutefois que l'association « négative » entre l'activité physique et la consommation de tabac a été mise en lumière dans de nombreuses études transversales publiées avant 2006 (pour rappel, la revue de littérature effectuée dans le cadre du présent rapport portait spécifiquement sur les études publiées au cours des dix dernières années). Les études transversales ne permettent toutefois pas de se prononcer sur une quelconque causalité et donc sur le sens de l'influence entre activité physique et consommation de tabac (Wichstrom & Wichstrom, 2009).

En ce qui concerne les études dans le domaine des activités sportives comprenant des composantes d'interventions spécifiquement liées au tabac, un programme répertorié à plusieurs reprises lors de la revue de littérature et pour lequel des évaluations ont été publiées est le programme *SmokeFree Sports* (voir p.ex. Trigwell et al., 2015 ; McGee et al., 2016). Ce programme, fondé sur des composantes multiples, a été implémenté dans différentes régions anglo-saxonnes. Une étude évaluative à son sujet, publiée récemment, s'est notamment intéressée aux intentions et aux attitudes d'enfants âgé-e-s de 9 à 10 ans face au tabac pendant et après une intervention conduite sur une période de 8 mois (McGee et al., 2016). Cette étude non randomisée contrôlée a montré parmi les filles des effets positifs (et significatifs) concernant le refus d'une cigarette « offerte » à la fin de la période d'implémentation de l'intervention (pas d'effet parmi les garçons). Un effet significatif de l'intervention était en outre observé concernant les attitudes face au tabac, indépendamment du sexe des participant-e-s. En revanche, une année après la fin de l'intervention, les effets enregistrés à l'issue de l'intervention étaient quasi inexistantes. Par ailleurs, aucune différence quant à l'intention de ne pas fumer à l'avenir n'a été observée dans cette étude. Les auteurs attribuent cette absence d'effet sur les intentions à un effet plafond. En effet, avant l'intervention, autant les élèves du groupe ayant reçu l'intervention que ceux/celles du groupe de comparaison, reportaient une forte intention de ne pas fumer, ce qui, selon les auteurs, diminuait la possibilité de trouver un effet significatif sur ce type de mesure (intention de ne pas fumer). Ces résultats nous mènent à deux constats. Premièrement, aucun élément probant relatif aux effets d'une telle intervention à plus long terme (p.ex. à l'âge de 14-16 ans) n'a été observé. Deuxièmement, et ce notamment en cas d'absence d'effets à long terme, ces résultats laissent ouverte la question de savoir si de telles interventions ne devraient pas cibler des enfants ou adolescent-e-s plus âgé-e-s (c'est-à-dire plus proche d'une éventuelle initiation au tabagisme, par exemple à 14-15 ans).

Comme déjà relevé précédemment, ce projet de prévention « *SmokeFree Sports* » a été implémenté autant dans le cadre des activités sportives scolaires (Trigwell et al., 2015 ; McGee et al., 2016) que dans le cadres d'activités sportives extrascolaires (Hilland et al., 2015), et ce en ciblant d'autres populations en terme d'âge. Toutefois, les autres études référencées ici ne portaient que sur des évaluations de processus et ne répondaient de ce fait pas à la question des effets sur les comportements ou les attitudes face au tabagisme.

Par ailleurs, à propos d'un autre programme avec intervention spécifiquement liée au tabac, mais visant l'arrêt de la consommation parmi les fumeurs, une étude randomisée contrôlée effectuée aux États-Unis a évalué les effets d'une intervention chez des jeunes âgé-e-s de 14 à 19 ans (programme *Not-On-Tobacco*, avec suivi sur 10 semaines, Horn et al., 2013). L'intervention en question était renforcée, pour l'un des deux groupes d'intervention, par un programme encourageant l'activité physique, lui-même à composantes multiples ; le groupe contrôle n'était lui soumis qu'à une intervention brève. D'après les

résultats de cette étude, les jeunes fumeurs/ses qui ont augmenté le nombre de jours pendant lesquels ils/elles pratiquaient une activité physique durant au moins 20 minutes, étaient plus susceptibles que les autres d'avoir réduit leur consommation de tabac trois mois après l'intervention. Par ailleurs, ceux/celles qui ont reçu « simultanément » les programmes d'intervention (l'intervention spécifique au tabac et le module relatif à l'activité physique) ont réduit de manière plus importante le nombre de cigarettes consommées par jour que les jeunes n'ayant reçu qu'une intervention brève standard (groupe contrôle) ou uniquement le programme *Not-On-Tobacco*, relatif à l'arrêt de la consommation. Parallèlement, les jeunes ayant bénéficié des deux programmes d'intervention et qui ont augmenté leur niveau d'activité à au moins 30 minutes par jour avaient accessoirement une plus grande probabilité d'arrêter de fumer. Selon les auteurs de cette étude, ces résultats supportent le fait qu'encourager un comportement sain (p.ex. augmenter son niveau d'activité physique) peut servir à la promotion d'un autre comportement sain (p.ex. réduire sa consommation de tabac, voire arrêter de fumer). Aussi, et comme déjà suggéré précédemment, les auteurs mettent en évidence que la consommation de tabac et l'inactivité physique sont des facteurs de risque modifiables qui vont souvent de pair, pouvant requérir et répondre à des stratégies d'intervention similaires et qui offrent ainsi des circonstances idéales pour un changement comportemental dual et simultané (Horn et al., 2013).

Compléments issus de la recherche de littérature grise

Au niveau Suisse, le programme national de prévention dans le domaine du sport *cool and clean* (Swiss Olympic, 2016) est implémenté depuis 2003 dans le sport de performance de la relève et depuis 2006 dans l'ensemble du sport de la jeunesse. Le projet repose principalement sur une approche de prévention universelle et vise à « réduire ou à empêcher totalement la consommation de substances altérant la santé, à prévenir la violence et à encourager la loyauté chez tout-e-s les jeunes qui pratiquent un sport au sein d'une structure organisée »⁴. Pour ce faire, les jeunes sportifs/ives qui prennent part au programme s'engagent à respecter des engagements (ou « commitments ») formulés vis-à-vis, entre autres, de la consommation de substances (p.ex. « je renonce au tabac »), du fait d'avoir une attitude fair-play (p.ex. « je me comporte avec fair-play ») ou du dopage (« je réussis sans dopage »). Ce programme ne vise donc pas uniquement à influencer la consommation de tabac, mais également celle d'alcool et l'usage de cannabis, ainsi que le dopage et le fair-play. Ce programme utilise par ailleurs une approche basée sur les compétences psychosociales, ou compétences de vie, pour atteindre ces objectifs. En plus de développer ces types de compétences, le programme vise également à influencer les normes sociales (p.ex. fêter une victoire sans alcool). Le programme repose par ailleurs sur le recours à des adultes comme modèles ou ambassadeurs/drices (athlètes de haut niveau, entraîneur-e-s, etc.) qui soutiennent le programme. Les effets du programme « cool and clean » sur les comportements et attitudes des jeunes ayant pris part au programme ont été évalués à trois reprises (Annaheim, Wicki, Schmid, & Gmel, 2007; Wicki, Rohrbach, & Stucki, 2011; Wicki, Stucki, & Marmet, 2015). Par rapport aux indicateurs évalués et relatifs aux substances, selon les résultats de la dernière évaluation réalisée en 2015, les jeunes des équipes qui ont participé au programme consommaient moins fréquemment du cannabis et avaient une attitude plus critique envers la consommation de substances (tabac, alcool, cannabis) que les jeunes n'ayant pas pris part au programme (Wicki et al., 2015). Néanmoins, concernant la consommation de tabac, aucune différence significative n'a été observée entre les participant-e-s au programme et ceux/celles n'y ayant pas participé (Wicki et al., 2015).

Parallèlement, et comme déjà relevé plus haut, la Fondation IdéeSport utilise également le sport comme un moyen de prévention contre la dépendance et comme moyen de promotion de la santé (IdéeSport, 2016b). Par ses différents programmes tels que *MidnightSports*, la fondation offre aux jeunes la possibilité de participer à divers événements divertissants encadrés, mettant l'accent sur l'activité

⁴ http://www.coolandclean.ch/fr/Portaldatal44/Resources/assets/information/praevention/cool_and_clean_Praeventionsmodell_kurz__f.pdf (consulté le 01.12.2016)

physique. Ce projet permet aux jeunes d'avoir une activité alternative à pratiquer le soir, autre que des rencontres informelles dans des lieux publics qui mènent parfois à des conflits ou à la consommation de substances psychoactives. Dans certains cantons, IdéeSport a aussi implémenté un projet de prévention du tabagisme durant ces activités organisées. Fondé sur un concept d'éducation par les pairs, le projet *EverFresh* recourt à des jeunes pour informer les autres jeunes sur les risques de la consommation de tabac, par des discussions, des jeux et d'autres animations (IdéeSport, 2016a).

4.1.4 Synthèse concernant le sous-domaine « activités sportives » : types de mesure, facteurs de réussite, barrières et groupes d'âge visés sur la base du survol de la littérature

Sur la base de la recherche de littérature, on constate que les projets implémentés dans le sous-domaine du sport sont souvent étendus ou basés sur des composantes multiples. C'est en effet le cas pour le projet *SmokeFree Sports* comme pour le programme *cool and clean*. Par ailleurs, ces deux programmes sont axés sur l'approche de la prévention universelle.

En ce qui concerne les facteurs de réussite et les barrières à l'implémentation de mesure de prévention dans le sous-domaine du sport, les évidences scientifiques à disposition ne sont pas suffisamment nombreuses pour pouvoir tirer des conclusions fiables. Cependant, on peut tout de même relever que certains indicateurs montrent que la réalisation de mesure de prévention du tabagisme à l'intérieur des clubs de sport peut s'avérer être un défi, autant en termes de formation des encadrants sportifs, que de la motivation et du comportement-même des jeunes ainsi que du temps à disposition. Des barrières ont été également soulevées par rapport au projet *SmokeFree Sports* implémenté cette fois-ci dans le cadre scolaire (Trigwell et al., 2015). D'après les auteurs de l'évaluation du processus relatif à ce projet, bien que celui-ci ait été apprécié par les élèves et les enseignant-e-s de sport, la taille de la classe, le temps limité par rapport à l'organisation (p.ex. élèves qui arrivent en retard) et l'environnement de l'école ou de la classe (p.ex. la taille des salles) représentent des défis à relever pour réaliser de tels projets, des défis auxquels il s'agit d'ailleurs de faire face dans tout type de projet dans le domaine des loisirs.

S'agissant des groupes d'âge principalement visés par les programmes ou projets de prévention du tabagisme dans le sous-domaine du sport, on peut relever que le projet *SmokeFree Sports* est principalement destiné à des enfants âgé-e-s entre 9 et 11 ans, tranche d'âge parmi laquelle la consommation de tabac n'est encore pas répandue mais les attitudes et les croyances relatives au tabac commencent à se former (Trigwell et al., 2014). Le programme *cool and clean* est quant à lui destiné à des enfants et des jeunes âgé-e-s entre 10 et 20 ans. Pour finir, on peut mentionner que les projets *MidnightSports* de la fondation IdéeSport sont destinés à tout-e-s les jeunes, plutôt à partir de 13-14 ans. Le projet *EverFresh* recourt quant à lui à des jeunes formé-e-s entre 14 et 17 ans pour parler aux jeunes du même groupe d'âge.

4.1.5 Le sous-domaine « Nightlife »

Concernant le sous-domaine de la vie nocturne, la recherche de littérature scientifique effectuée pour les besoins du présent rapport a mis en évidence qu'il n'existe que peu d'interventions relatives à la prévention du tabagisme dans ce milieu. C'est un constat qui rejoint les conclusions de l'expertise de la BZgA (Bühler & Thruhl, 2013 ; 2015). En effet, les interventions, projets et programmes implémentés dans ce contexte concernent principalement la consommation d'alcool et la réduction des risques liés à l'usage de drogues illégales (Akbar et al., 2011; Bolier, Voorham, Monshouwer, van Hasselt, & Bellis, 2011). Ces interventions consistent essentiellement en l'implémentation de mesures structurelles et de formations systématiques des acteurs/trices sur le terrain – serveur-e-s, videur-e-s, etc. – et ne se focalisent ainsi pas directement sur l'individu. À titre d'exemple, on peut mentionner le programme *Responsible Beverage Service* qui apprend aux différents employé-e-s à reconnaître les client-e-s

mineur-e-s (Akbar et al., 2011; Bolier et al., 2011). Bien que ce type d'interventions soit difficilement transposable à la prévention du tabagisme, il permet de souligner l'importance des aspects structurels et de l'engagement actif des acteurs/trices du terrain dans tout programme de prévention mis en place dans le milieu de la vie nocturne.

La recherche de littérature scientifique a toutefois permis de relever un type d'interventions spécifiques lié à la prévention du tabagisme dans le domaine de la vie nocturne implémentée aux Etats-Unis, à savoir des interventions de type « *Social Branding* » (Fallin, Neilands, Jordan, Hong, & Ling, 2015a; Ling et al., 2014; Kalkhoran, Lisha, Neilands, Jordan, & Ling, 2016). Il s'agit d'interventions basées sur la théorie du changement, qui utilisent l'approche du marketing social afin d'influencer les comportements des personnes par des stratégies de marketing commercial (Evans & Hastings, 2008). Plus précisément, le projet *Social Branding* a été développé et implémenté par une agence de marketing social⁵ dans le but général de changer l'image et le statut des produits du tabac dans une sous-culture donnée (p.ex. hipsters, rappeurs, clubbers, etc.) pour que les comportements de santé soient plus facilement applicables et plus attrayants (Ling et al., 2014). À un niveau plus concret, ce type de projet vise à réduire la prévalence de fumeur-e-s dans un groupe cible de jeunes adultes (18-26 ans) en contrecarrant les messages véhiculés par l'industrie du tabac et en utilisant pour ce faire des techniques similaires à celles que l'industrie utilise pour promouvoir ses produits. Ainsi, similairement à la stratégie de ciblage utilisée par l'industrie, ces initiatives ciblent de manière différentielle certains sous-groupes de jeunes client-e-s par exemple dans des bars et clubs (Ling et al., 2014). Dans un premier temps ce type de projet cherche à identifier des sous-groupes de populations cibles, sur la base de critères identitaires ou d'identification définis par les jeunes eux/elles-mêmes (p.ex. style vestimentaire, intérêts musicaux et culturels, etc. Fallin et al., 2015a) et des caractéristiques tabagiques (i.e. prévalence du tabagisme supérieure à d'autres sous-groupes ou à la population générale du même âge). Ces sous-groupes sont identifiés préalablement à l'implantation de l'intervention par segmentation sur la base de données récoltées par entretiens individuels, focus groupes et questionnaires (sur la base du concept dit de « peer crowd affiliation », pour plus de détail voir par exemple Lisha, Jordan, & Ling, 2016). Une fois le groupe cible sélectionné, une marque sociale (*Social Branding*) « anti-tabac » est développée pour intéresser et correspondre spécifiquement au groupe cible (Ling et al., 2014). Cette marque est ensuite promue à travers divers événements de la vie nocturne (concerts, soirées, etc.). Des événements spécialement conçus avec cette identité sont également organisés et sponsorisés par la marque. De plus, un des éléments clés du modèle d'intervention « *Social Branding* » est le recours à des pairs et à des ambassadeurs/drices comme figures de communication pour la marque. En effet, afin de promouvoir la marque et ses dérivés, des personnes ou pairs influent-e-s dans le milieu du groupe cible sont sélectionné-e-s pour diffuser le message, parfois anti-tabac mais pas toujours, que ce soit lors d'événements, de conversations informelles ou sur les réseaux sociaux privilégiés du groupe cible.

Il est à préciser que les messages diffusés sont généralement des messages encourageant un changement de comportement en abordant les thèmes de la dé-normalisation de l'industrie du tabac et de la place de celle-ci et des produits du tabac dans leur sous-culture. Les stratégies communicationnelles secondaires se focalisent ainsi davantage sur les activités de l'industrie du tabac que sur le comportement individuel du/de la fumeur/ses (Ling et al., 2014). Cette stratégie vise ainsi à contrecarrer les messages utilisés par l'industrie du tabac qui tentent justement de normaliser le tabagisme, voire de légitimer l'industrie du tabac comme faisant partie intégrante de « notre » société. Finalement, les personnes qui adoptent le comportement promu par la marque sont récompensées avec des articles à la mode ou des privilèges spéciaux VIP lors de certains événements. Le changement de comportement est ainsi renforcé par ces récompenses sociales, qui peuvent aussi prendre la forme d'encouragements émis par les pairs (Ling et al., 2014). Les résultats des évaluations de ce type

⁵ Rescue Social Change Group ou alternativement Rescue Agency.

d'intervention montrent globalement une diminution de la consommation de tabac chez les jeunes des groupes cibles âgé-e-s entre 18 et 26 ans (Ling et al., 2014; Kalkhoran et al., 2016). Par conséquent, cette approche a des effets prometteurs, bien que les résultats publiés ne se basent pas sur des designs d'évaluation randomisée contrôlée.

Plus spécifiquement, concernant les résultats des évaluations des effets d'interventions de type « Social Branding », une première étude effectuée en Californie a relevé une diminution significative de la consommation quotidienne et occasionnelle de tabac chez des jeunes « Hipsters » (groupe cible) entre la phase précédant l'intervention et trois ans après ; aucun changement n'a été observé dans la consommation de tabac chez les jeunes « non Hipsters », considéré-e-s à titre de groupe de contrôle (Ling et al., 2014). Bien que n'ayant pas pu démontrer d'effets significatifs sur la part de fumeurs/ses entre avant l'intervention et deux ans après, une deuxième étude portant sur une intervention similaire mais ciblant les « Partiers » (groupe cible) a révélé des différences dans la consommation quotidienne de tabac pour les participant-e-s se souvenant à posteriori de la marque sociale promue, et ce indépendamment du fait que les personnes fassent ou non partie du groupe cible identifié (Fallin et al., 2015a). Ces différences étaient encore accentuées parmi les répondants du groupe cible qui se rappelaient de la marque. Des résultats similaires ont été observés dans le cadre d'une autre évaluation en lien à ce type d'intervention, s'adressant cette fois-ci aux jeunes de la communauté LGBT à Las Vegas (Fallin, Neilands, Jordan, & Ling, 2015b) : les jeunes qui avaient été davantage exposé-e-s à la campagne avaient une probabilité diminuée d'être des fumeurs/ses actuel-le-s un an après. Une dernière étude évaluative de l'effet de ce type d'intervention, effectuée, elle, au Nouveau Mexique (Etats-Unis), a également montré des effets positifs sur la consommation de tabac de jeunes « Partiers » (Kalkhoran et al., 2016). Une diminution de la consommation journalière de tabac était observée dans le groupe cible de jeunes environ trois ans après l'implémentation de l'intervention. Aucun changement dans la consommation de tabac n'a été relevé pour les jeunes ne faisant pas partie du groupe cible (Kalkhoran et al., 2016).

D'autres interventions similaires, basées sur le concept de marketing social, ont été développées afin de toucher des groupes cibles plus jeunes (p.ex. moins de 18 ans). C'est notamment le cas de la campagne Syke, aux Etats-Unis, qui véhicule un message anti-tabac en ciblant spécifiquement les adolescent-e-s fréquentant la scène rock alternative (Rescue, 2016). Des concerts et événements sont organisés durant la campagne et des célébrités du monde de la musique rock sont choisies pour représenter Syke et transmettre le message anti-tabac à leurs jeunes fans. Néanmoins aucune évaluation n'a à l'heure actuelle été publiée dans des revues à comité de lecture concernant les effets de cette campagne.⁶

Il est également à remarquer que ce type d'intervention, dite de « Social Branding », se base sur certains principes également utilisés dans le cadre d'interventions implémentées dans d'autres sous-domaines des loisirs. Le sous-domaine du sport est un bon exemple avec des interventions telles que *cool and clean* et *SmokeFree Sports*. En effet, ces interventions visent à diffuser une identité commune et saine, par exemple en distribuant des objets identifiables (ou « brandés ») et associés au contexte visé (p.ex. gourdes, t-shirts, etc.). Ces programmes recourent également aux pairs comme ambassadeurs.

⁶ De la littérature grise, non identifiable sur la base du modèle de recherche de littérature scientifique employé, a néanmoins été publiée par les initiateurs de la campagne Syke. Une évaluation transversale de cette campagne, menée sur deux ans par le Rescue Social Change Group (initiateur de la campagne) a documenté une diminution significative, post-intervention, de la prévalence du tabagisme à 30 jours du groupe-cible, les adolescent-e-s de la scène rock alternative (Kubacki & Rundle-Thiele, 2013). Parallèlement, un effet inverse - augmentation de la prévalence du tabagisme – non significatif, était documenté parmi les jeunes qui ne faisaient pas partie de ce groupe cible mais qui avaient été exposés à l'intervention.

Compléments issus de la recherche de littérature grise

La recherche et revue de littérature « grise » pour ce sous-domaine n'a permis de mettre en évidence, en Suisse ou à l'étranger, que quelques programmes destinés à soutenir les professionnel-le-s du terrain dans d'éventuelles démarches de prévention du tabagisme.

En Suisse, on peut citer Infodrog, la Centrale nationale de coordination des addictions qui s'efforce d'encourager et soutenir le développement et la mise en réseau des différentes offres de thérapie, de conseil et de réduction des risques (infodrog, 2016). Plus spécifiquement dans le milieu festif, Infodrog a mis en place un réseau de compétences *Safer Nightlife Suisse* (SNS) qui s'occupe de la consommation de substances et des risques associés pour la santé dans la vie festive. SNS permet de coordonner et mettre en réseau les acteurs/trices de la recherche et de la pratique dans le milieu festif. Ainsi, des bases peuvent être élaborées pour les professionnel-le-s et responsables des communes, villes et cantons.

Au niveau international, quelques projets ont encore pu être trouvés, tels que le projet *FeierFest!* implémenté dans la région de Salzbourg et de la Bavière (www.feierfest.net and www.risflecting.at EMCDDA). *FeierFest!* est un projet pilote, pour lequel aucune évaluation n'a pour l'instant été réalisée, qui vise l'implémentation d'une nouvelle culture festive et de prévention des addictions chez les jeunes. Pour ce faire, des concepts et des produits pour le milieu festif sont créés et divers événements, festivals et fêtes sont organisés pour soutenir l'implémentation de la nouvelle culture. Ce projet rappelle l'intervention de type « Social Branding » décrite ci-dessus.

Aux Etats-Unis, une campagne – *Free The night* – soutenant les bars et les clubs à être « sans fumée » est menée dans tout l'Etat d'Oklahoma (www.freethenightok.org, FreeTheNight, 2016). *Free The night* s'engage au niveau communautaire pour encourager les propriétaires de bars et de clubs à changer de manière volontaire leurs politiques et règles en matière de consommation de tabac, indépendamment des lois déjà en place. La campagne procure un soutien direct aux établissements qui désirent devenir « sans fumée » et leur offre des opportunités promotionnelles. *Free The night* a également créé une application mobile permettant aux gens de localiser les bars et clubs « sans fumée » qui sont à proximité.

4.1.6 Synthèse concernant le sous-domaine « Nightlife » : types de mesure, facteurs de réussite, barrières et groupes d'âge visés sur la base du survol de la littérature

La revue de littérature dans ce sous-domaine de la vie nocturne se base sur un nombre restreint de publications, dont aucune ne sont de type « revue systématique » ou méta-analyse. Il est de ce fait important de rester prudent face aux évidences considérées dans ce chapitre. Toutefois, il est possible de relever que certains éléments se démarquent. Ainsi, il semble que les projets implémentés dans le sous-domaine de la vie nocturne ne se focalisent pas directement sur le comportement de l'individu, mais plutôt sur son environnement. En effet, les interventions, en se basant essentiellement sur des principes de marketing et d'influence sociale – notamment avec le recours à des « rôles modèles », ambassadeurs ou pairs –, visent à promouvoir auprès des jeunes un environnement sans tabac.

Ces interventions semblent prometteuses en termes de prévention du tabagisme, de par le fait qu'elles ciblent des groupes spécifiques de jeunes adultes (18-26 ans) qui sont particulièrement à risque. Ce faisant, ces interventions partent du principe que tous les jeunes ne sont pas égaux face au tabagisme - et de ce fait mettent en œuvre un principe de priorisation - et répondent directement à un besoin identifié dans un milieu ou sous-groupe « culturel » spécifique. Les jeunes ciblé-e-s par ces interventions peuvent donc être plus à même de réagir aux interventions, car celles-ci leurs sont directement adressées.

En revanche, ces interventions semblent complexes à implémenter de par le grand nombre d'acteurs/trices qu'elles impliquent. De plus, elles sont mises en place sur une longue période et peuvent ainsi engendrer des coûts conséquents. Par ailleurs, le risque d'une éventuelle intensification des démarches de marketing (publicité, promotions et sponsoring) de l'industrie du tabac pour contrecarrer de telles initiatives ne peut être écarté.

4.1.7 Le sous-domaine des médias

Comme déjà relevé ci-dessus, les études mises en évidence par la recherche de littérature dans le sous-domaine des médias, que ceux-ci soient dits « de masse », ou qu'ils soient destinés à être utilisés de manière individuelle (p.ex. SMS) ou sociale (p.ex. Facebook), portent généralement davantage sur l'aide à l'arrêt de la consommation de tabac et rarement sur des concepts de prévention dite primaire; les études ciblant l'arrêt de la consommation sont présentées ici à des fins exploratoires et explicatives.

Concernant l'efficacité de campagnes de prévention diffusées dans les médias de masse, et même si ces évidences ne sont pas fondées sur des évaluations sans limitations, certaines études ont documenté des effets positifs sur l'usage de tabac chez les jeunes. Dans le cadre d'une revue de littérature *Cochrane*, Brinn et collègues ont retenu sept études portant sur l'efficacité des interventions utilisant les médias de masse pour prévenir le comportement tabagiques chez les moins de 25 ans (Brinn, Carson, Esterman, Chang, & Smith, 2012). Sur ces sept études, trois documentaient des résultats positifs. La première, norvégienne, s'est concentrée sur une campagne de prévention par l'intermédiaire de spots à la télévision ou au cinéma, de posters et de réclames dans les journaux durant 3 semaines chaque année pendant 3 ans. Les messages de cette campagne s'articulaient en quelque sorte sur la provocation, dans le but d'amener la discussion et de promouvoir la communication interpersonnelle à ce sujet. Les deux autres études, américaines, ont associé des médias de masse à des programmes scolaires en se basant sur la théorie de l'influence sociale. Ces trois campagnes de prévention se ressemblent dans leur intensité et durée où une grande variété de médias est utilisée avec une récurrence importante (presque 900 spots publicitaires diffusés pour l'étude norvégienne). Les auteurs de la revue de littérature concluent donc que les campagnes de prévention en question ont permis de montrer une certaine efficacité pour plusieurs d'entre elles, mais que malheureusement, les évidences ne sont pas encore assez prééminentes pour en tirer des conclusions définitives (Brinn et al., 2012).

D'après les résultats d'une autre revue de littérature *Cochrane* portant sur l'évaluation de l'efficacité des interventions basées sur Internet visant l'arrêt de la consommation de tabac (Civljak, Stead, Hartmann-Boyce, Sheikh, & Car, 2013), les effets les plus prometteurs concernaient les interventions interactives et adaptées. Cependant, des effets positifs n'ont été relevés que parmi la population adulte. En effet, les interventions basées sur Internet et menées parmi les jeunes fréquentant l'université ou les adolescent-e-s n'ont pas montré d'effets significatifs sur le taux d'abstinence ou sur la cessation. En outre, les essais comparant les interventions basées sur Internet avec les interventions de traitement usuelles ou d'auto-assistances n'étaient pas consistants et comportaient des biais (Civljak et al., 2013).

Bien qu'il soit important de garder en tête qu'il s'agit là d'initiatives de prévention secondaire, qui ont une influence indirecte sur l'étendue du tabagisme, de nombreuses autres interventions ont été mises en place pour aider l'arrêt du tabagisme via les nouveaux médias, soit sur la base d'une implémentation « individuelle », soit d'une implémentation en groupe ou « sociale ». Plusieurs stratégies sont favorisées pour les interventions individuelles: les SMS (de l'anglais Short Message Service), les courriels et les sites Internet. Par exemple, en Suisse, une intervention ciblée pour des jeunes adultes fumeurs/ses a permis de mettre en évidence l'efficacité d'un programme basé sur l'envoi de SMS ajustés aux étapes de changement dans lequel se trouve la personne, pour diminuer le niveau de consommation quotidienne (Haug, Schaub, Venzin, Meyer, & John, 2013). En Suisse également, une autre intervention basée sur l'envoi de SMS individualisés sera mise en place; intervention qui visera l'arrêt du tabagisme et la

diminution de la consommation d'alcool chez les jeunes. Cette initiative est intéressante selon les auteurs, car elle intègre la prévention du tabagisme et de la consommation d'alcool dans une même intervention, ce qui pourrait améliorer l'efficacité de celle-ci (Haug et al., 2014). Cette hypothèse reste cependant à être vérifiée. Une intervention similaire aux Etats-Unis consistant en l'envoi de SMS – 6 SMS par jour pendant 5 jours - contenant des messages consistants avec les principes et pratiques des entretiens motivationnels, a montré des effets statistiquement significatifs sur la consommation de tabac des jeunes (Mason et al., 2016). Dans la même idée, une intervention pour aider des jeunes à arrêter de fumer, basée sur une méthode d'apprentissage par observation, a été mise en place en Nouvelle-Zélande. Des messages vidéo mettant en scène d'autres jeunes également engagé-e-s dans un processus d'arrêt du tabac étaient régulièrement envoyés aux participant-e-s. Les auteurs ont fait l'hypothèse que les vidéos montrant des jeunes pouvant être considéré-e-s comme des modèles, permettraient aux participant-e-s d'apprendre des techniques pour changer de comportement par observation (Whittaker et al., 2011). Bien qu'aucun effet significatif n'ait pu être mis en évidence, le taux d'abstinence était légèrement plus haut pour les participant-e-s à l'intervention que pour le groupe contrôle. D'autres études fondant leur démarche sur un feed-back individualisé par courriel existent. Aux États-Unis, Abroms et collègues (Abroms, Windsor, & Simons-Morton, 2008) ont évalué un programme d'aide à l'arrêt (*X-Pack Programme*) proposé à des jeunes adultes (18 à 23 ans) en se fondant d'une part sur une session de conseil permettant de présenter le programme et d'encourager le/la jeune adulte à décider d'une date butoir pour l'arrêt de sa consommation et, d'autre part, la distribution d'un kit contenant de la documentation se fondant sur le soutien motivationnel (p.ex. livre et cartes de synthèse) et des objets « substituts » à la cigarette (p.ex. chewing-gums). En complément, les participant-e-s recevaient une série de courriels dont le contenu variait en fonction de leurs caractéristiques personnelles. Le rythme d'envoi était hebdomadaire le premier mois, puis mensuel durant les cinq mois suivants. Des courriels supplémentaires étaient en outre envoyés à l'approche de la date convenue d'arrêt de consommation. Comparé à un groupe contrôle ayant participé uniquement à un programme sans suivi, sans courriel, et moins intensif (programme *Clearing the air*), le groupe expérimental obtenait des résultats plus prometteurs en termes de taux d'arrêt, bien que les différences n'étaient pas significatives d'un point de vue statistique. Cependant, les participant-e-s au programme avec suivi (*X-pack*) étaient davantage engagé-e-s dans les activités et avaient arrêté de fumer durant un nombre plus élevé de jours consécutifs au moment des mesures à 3 et à 6 mois. De plus, la session de conseil (counseling) et le kit distribué ont favorisé l'adoption de techniques cognitives et comportementales afin de faire face à l'envie de fumer. En résumé, cette évaluation souligne, au dire des auteurs, l'intérêt de l'utilisation d'un suivi de l'aide à l'arrêt au travers de courriels en combinaison à d'autres composantes pour la population âgée de 18 à 23 ans considérée (Abroms et al., 2008). Des auteurs comme Berg et collègues (2014) ont aussi favorisé les courriels comme media, tout en les combinant à des offres que les universitaires peuvent utiliser dans leur campus. En effet, chaque semaine, les étudiant-e-s recevaient deux courriels auxquels ils/elles devaient répondre en détaillant leurs comportements de santé quotidiens des derniers jours. En échange, ils/elles recevaient des informations de santé, des offres pour des services locaux en fonction de leurs comportements et une vidéo de 60 à 90 secondes sur des thématiques précises, comme par exemple la manipulation par l'industrie du tabac. Les résultats de cette étude n'ont pas mis en évidence de différence statistique avec le groupe contrôle. Cependant, le taux d'arrêt des jeunes adultes de l'intervention était plus élevé et le nombre de cigarettes fumées par jour était plus faible. Il est important de noter que les offres reçues ont favorisé l'engagement des étudiant-e-s dans ce programme. Les auteurs concluent donc en affirmant que ce mode d'intervention, associant les courriels et des récompenses, est réalisable et acceptable en ciblant les facteurs spécifiques de cette population.

L'aide à l'arrêt de manière individualisée est aussi parfois amenée par le biais des sites Internet. Au Canada, le site Internet *Break it off* développé par the Canadian Cancer Society a pour but de permettre à des jeunes fumeurs/ses de 19 à 29 ans de s'engager vers un arrêt de la consommation à travers ce

site et d'autres nouveaux médias. Le concept du site est de comparer l'arrêt de la consommation du tabac à une rupture amoureuse. Plusieurs méthodes sont proposées pour l'arrêt du tabac, comme par exemple appeler gratuitement une « quitline », ou l'utilisation de substituts. L'usage des réseaux sociaux est aussi favorisé, en proposant notamment d'actualiser son profil Facebook pour annoncer sa « rupture ». De plus, sur un modèle comparable à l'application *smoke free buddy* connue en Suisse (lire également ci-dessous) ou *Break it off* et *Crush the crave* au Canada, une application Smartphone a été développée dans le cadre de ce projet. Cette application propose du soutien pour des moments spécifiques comme lors de moments de stress, d'ennui, etc. Cette application informe aussi du nombre d'argent économisé depuis l'arrêt de la consommation, du nombre de cigarettes non fumées, etc. Baskerville et collègues (2016) ont évalué les effets de ce site Internet sur l'arrêt de consommation de tabac chez de jeunes adultes en comparant ses utilisateurs avec un groupe contrôle utilisant la *Smokers' Helpline*, qui offre un soutien pour les personnes essayant d'arrêter de fumer. Ils ont alors pu mettre en évidence une différence statistique sur le taux d'arrêt de la consommation. En effet, 32% des participant-e-s inscrit-e-s sur le site Internet ont arrêté leur consommation pendant 30 jours, alors que cette proportion ne s'élevait qu'à 14% dans le groupe contrôle (Baskerville et al., 2016). Au vu des résultats probant du site *Break it off*, la campagne a été prolongée pour 5 années supplémentaires. Ainsi, l'association d'une plateforme digitale utilisée en complément d'un service téléphonique semble prometteuse selon les auteurs.

L'aide à l'arrêt est aussi favorisée sous l'angle d'une participation sociale, le plus souvent par l'intermédiaire de Facebook. En effet, ce réseau social est parfois utilisé pour « regrouper » des individus qui tentent d'arrêter de fumer, dans le but de partager les expériences et de se soutenir mutuellement. Facebook est également parfois employé pour enrôler une certaine population pour une intervention ou une enquête. Les médias sociaux ont un rôle important pour favoriser des comportements de santé, dans le sens où ils permettent le partage, l'échange de contenu propre aux utilisateurs engendrant ainsi une collaboration et une création d'un « réseau » social (Yonker, Zan, Scirica, Jethwani, & Kinane, 2015). Les réseaux sociaux sont avantageux pour aider des fumeurs/ses à adopter un comportement de santé, car ils sont majoritairement peu coûteux et efficaces pour le recrutement de participant-e-s; notamment de par le fait que Facebook est utilisé par la majorité des jeunes dans certains groupes d'âge (p.ex. 70% de 18 à 29 ans, voir Ramo, Rodriguez, Chavez, Sommer, & Prochaska, 2014). Des auteurs comme Ramo et collègues soulignent notamment que le recrutement des jeunes adultes via Facebook est sensiblement moins cher que par d'autres moyen utilisant Internet (Ramo et al., 2014). Facebook est en outre un moyen pour donner et recevoir du soutien de la part de personne vivant simultanément la même expérience de l'arrêt du tabac. Selon Haines-Saah et collègues (2015), ce réseau social permet d'amener une réflexion sur la consommation de tabac, sur les stratégies d'arrêt ou de diminution de la consommation, ainsi que sur les bénéfices en retour suite à l'arrêt du tabagisme. Ces auteurs ont ainsi proposé de créer un groupe Facebook *Smokefree* où les participant-e-s ont la possibilité de partager des photos et de discuter entre eux/elles. Actuellement, avec l'utilisation massive des téléphones portables, les réseaux sociaux sont accessibles à tout moment. De ce fait, du soutien peut être donné à tout moment lors d'instantanés cruciaux. Une autre étude a montré l'importance d'un groupe Facebook géré par un-e modérateur/trice et non par les fumeurs/ses eux/elles-mêmes (Struik & Baskerville, 2014). Comme précédemment, la réflexion est stimulée et une évaluation de l'effort nécessaire pour s'engager vers un comportement de santé est favorisée, ceci par le biais du partage de ses propres expériences en réponse aux statuts générés par le/la modérateur/trice; l'importance étant mise sur le niveau d'engagement de la personne souhaitant arrêter de fumer. Ainsi, Facebook est décrit comme un outil pratique et peu coûteux pour engendrer de la motivation, tout en favorisant un contenu privé à l'intérieur du groupe (Ramo, Liu, & Prochaska, 2015).

Compléments issus de la recherche de littérature grise

La recherche et revue de littérature « grise » pour le sous-domaine des médias a permis de mettre en évidence différents projets au niveau helvétique.

Premièrement, sur l'initiative du CIPRET-Valais, un programme pour arrêter de fumer via Facebook a été lancé en septembre 2015. Plus précisément, un groupe Facebook « j'arrête de fumer » a été créé afin d'inciter les personnes à arrêter. Le projet vise à ce que les personnes s'inscrivant à ce groupe arrêtent ensemble de fumer, à partir d'une certaine date. Faire partie d'un groupe virtuel permet aux personnes qui fument et qui essaient d'arrêter de fumer de trouver du soutien et de partager leurs expériences. Le programme s'est étendu ensuite dans six cantons romands (<http://www.jarretedefumer.ch/>).

La Ligue pulmonaire Suisse - ou certaines de ses antennes cantonales - propose actuellement un projet pilote, dans cinq cantons (Vaud, Genève, Argovie, Berne, Bâle-ville et Bâle-campagne), à des apprenti-e-s pour leur permettre d'arrêter de fumer avec l'aide d'un soutien par SMS (Ready4Life)⁷. Ce projet d'une durée de six mois, promeut le renforcement des compétences individuelles et sociales selon trois axes: « Be you » (gestion du stress et des émotions), « Be smart » (apprentissage des réactions aux comportements des autres personnes, développement de sa propre opinion) et « Be healthy » (développement des connaissances sur le tabac, connaissance de l'influence du marketing et des normes sociales). Si l'évaluation de ce projet donne des résultats positifs, il devrait être reconduit à l'avenir.

Dans le paysage médiatique suisse-almannique, le site Internet www.feel-ok.ch s'adresse quant à lui à des jeunes de 12 à 17 ans, dans le but de promouvoir les comportements de santé. De nombreuses informations, des jeux et des tests sont mis à disposition tant pour les jeunes que pour les enseignant-e-s. La thématique du tabagisme est abordée en diffusant des conseils pour l'arrêt de la consommation et en mettant à disposition des vidéos, des quizz, etc. Dans le paysage médiatique suisse-romand, c'est le site Internet www.stop-tabac.ch, élaboré par l'Institut de Santé Globale de l'Université de Genève, qui vise à aider les fumeurs/ses à arrêter de fumer. De nombreuses informations y sont délivrées en mettant en avant les substituts à la cigarette et de nombreux conseils pour pallier aux effets indésirables liés à l'arrêt. Une hotline est en outre mise à disposition (de façon payante). De plus, en collaboration avec des expert-e-s de l'arrêt du tabagisme de l'Université de Lausanne, une application a été créée pour apporter un soutien davantage personnalisé en créant son profil. La personne souhaitant utiliser cette application devra en contrepartie répondre à deux questionnaires de suivi à 3 et à 6 mois.

Finalement, dans le cadre de sa campagne *SmokeFree*, l'Office fédéral de la santé publique a privilégié divers outils - application Smartphone, blogs pour partager ses propres expériences, etc. – qui proposent également une offre de conseil et d'aide à l'arrêt. Toutefois, l'intérêt de l'application *Smokefree* ne se situe pas uniquement dans le fait d'impliquer la personne essayant d'arrêter de fumer, mais également dans le fait qu'elle recourt à une autre personne, ou « buddy », dans une perspective plus directe de soutien à l'arrêt. Ainsi, à chaque moment difficile, un message est envoyé au « buddy » qui a alors la possibilité d'envoyer en retour soit un message personnalisé, soit un message pré-écrit par un-e spécialiste du domaine pour soutenir la personne dans cette étape ou phase difficile. L'application fournit également de nombreuses statistiques comme le nombre de cigarettes non fumées, ou l'argent économisé en n'ayant pas acheté de nouvelles cigarettes.

⁷ <http://www.liguepulmonaire.ch/fr/preserver-les-poumons/tabagisme/ready4life.html>

4.1.8 Synthèse concernant le sous-domaine « médias » : types de mesure, facteurs de réussite, barrières et groupes d'âge visés sur la base du survol de la littérature

Sur la base de la littérature consultée, il apparaît qu'un facteur de réussite pour la prévention du tabagisme dans le sous-domaine des médias tient à l'utilisation de médias traditionnels ou sociaux multiples. En effet, la majorité des études faites se basent sur un mélange de techniques, comme par exemple utiliser des spots télévisuels et radiophoniques, ou des médias de masse en complétant les programmes scolaires existants. Concernant l'aide à l'arrêt du tabagisme, les résultats suggèrent que les facteurs de réussite peuvent provenir des interventions faites sur mesure, c'est-à-dire s'adaptant au stade de changement auquel se trouve la personne qui fume, et interactives. Cependant, les effets de ces interventions ne sont pas consistants et ceux qui se sont révélés être positifs ne concernent que la population adulte (Civljak et al., 2013). Aussi, une barrière à la réalisation de programmes de prévention par le biais des médias, est le manque d'engagement de la part des personnes qui fument à arrêter de fumer. En effet, il faut trouver des solutions qui amènent les participant-e-s à s'engager pleinement et sur la durée. Lors de notre recherche de littérature, nous avons remarqué l'importance qu'un réseau social comme Facebook peut avoir en termes d'accès aux groupes cibles et sur la maximisation de l'engagement. Ces interventions, qui s'adressent principalement à des personnes qui fument, sont destinées généralement aux « jeunes » adultes, principalement entre 18 et 29 ans.

4.2 Autres approches de prévention et de promotion de la santé auprès des enfants et des jeunes

Plusieurs projets et initiatives dans le domaine plus global de la prévention de la santé font l'utilisation d'approches innovantes telles que le marketing social, le recours à des ambassadeurs/drices ou la prévention par les pairs pour faire passer les messages de prévention auprès des jeunes. Rappelons que le recours à des ambassadeurs/drices est une composante importante des interventions et projets de type « Social Branding » ou encore au niveau helvétique d'un projet comme *cool and clean*. En Suisse, on peut citer comme exemple le programme national *Gorilla* qui promeut l'activité physique et une alimentation équilibrée par le biais d'ambassadeurs/drices – jeunes sportifs/ives de la tendance « freestyle » et jeunes professionnel-le-s de la nutrition – intervenant pendant une journée dans les écoles (Schifti, 2016). Le programme de prévention du VIH et des IST – *Georgette in Love* – développé par la Fondation PROFA (PROFA, 2016), est encore une bonne illustration du recours à des pairs pour faire passer un message de prévention. Le recours à des pairs permet un dialogue de proximité avec les groupes cibles. Au Canada, cette approche de prévention par les pairs est également utilisée dans des programmes de prévention tel que le projet *action jeunesse* mettant en place régulièrement des nouvelles initiatives de prévention par et pour les jeunes dans les domaines de la santé mentale, la technologie, l'activité physique et l'alimentation (action jeunesse, n.d.). Il existe également le programme *P.E.P* (Puissance en pensée avant tout) qui organise une série d'activités dirigées par les jeunes pour prévenir la violence chez les jeunes (ACSP, n.d.).

Au niveau Suisse, une approche de type marketing social a été notamment utilisée dans un projet implémenté en Suisse italienne, à savoir le projet *FAN* (Famiglia, Attività fisica, Nutrizione), visant à promouvoir auprès des parents et des enfants une alimentation saine et l'activité physique (Rangelov & Suggs, 2015; Suggs, Rangelov, Rangel Garcia, & Aguirre Sánchez, 2014). Dans l'implémentation du projet, des critères de marketing social ont été utilisés : recherche formative afin de comprendre les comportements, attitudes, croyances, valeurs et besoins du groupe cible, intervention basée sur la théorie du comportement planifié, étude des barrières et motivateurs, intervention segmentée, utilisation de méthodes mixtes pour influencer le comportement, etc. À l'heure actuelle, il n'existe pas encore d'évaluation des effets de ce projet publiée. Cependant, des informations détaillées au sujet du projet et

de l'intervention se trouvent dans des publications dédiées (Rangelov & Suggs, 2015; Suggs et al., 2014). L'approche de type marketing social a également été utilisée dans la campagne « Ja nicht rot werden » visant la protection contre le soleil réalisée par la Ligue zurichoise contre le cancer (<http://www.janichtrotwerden.ch/>). Pour développer cette campagne, des ateliers avec les groupes cibles de jeunes ont été mis sur pied, et des critères de marketing social ont été utilisés (segmentation, intervention mixte etc.).

Au niveau international, l'approche de type marketing social a été utilisée entre autres dans certaines campagnes anti-tabac, telles que la campagne *truth* aux États-Unis (Farrelly, Nonnemaker, Davis, & Hussin, 2009; Zucker et al., 2000) et la campagne nationale *National Tobacco Campaign – NTC* en Australie (Myers & Blackmore, 2013). Elle a aussi été utilisée dans la campagne de prévention de la consommation d'alcool réalisée aux États-Unis *I'm allergic to stupid decisions* qui visait à fournir un support mobile aux jeunes en vue de l'abstinence à l'alcool (Suggs et al., 2011). Les effets de la campagne *truth* se sont avérés positifs. Par exemple, une étude de cohorte visant à évaluer l'influence cette campagne sur l'initiation au tabagisme a montré que l'exposition à la campagne était associée à une diminution significative du risque de commencer à fumer (Farrelly et al., 2009).

4.3 Point de vue et considérations des professionnel-le-s concernant les programmes et approches existantes ou à développer

Comme déjà relevé à plusieurs reprises, la recherche de littérature n'a permis d'identifier que relativement peu d'articles scientifiques relatifs à la prévention du tabagisme dans le domaine des loisirs. Lors des entretiens de groupe et individuels, les participant-e-s ont mis en évidence quelques projets qu'ils/elles connaissaient, pas nécessairement en lien avec la prévention du tabagisme. Outre ces quelques programmes ou projets connus et cités dans le cadre des entretiens, les participant-e-s ont mis l'accent sur de nombreux éléments, certes parfois d'ordre général, mais perçus comme pertinents et qu'il s'agit de prendre en considération lorsqu'on travaille avec les jeunes. Des dimensions clés sous-jacentes à des projets ou interventions en lien avec les jeunes ont été également citées.

Projets perçus comme pertinents cités

Lors des entretiens de groupe et individuels, les participant-e-s ont mentionné quelques projets qu'ils/elles connaissaient. À propos des programmes de prévention pertinents connus, le programme national *cool and clean* a été cité, de même que les campagnes *SmokeFree*, *un Air de liberté*, la « mallette » virtuelle élaborée par le CIPRET-Vaud destinée aux professionnel-le-s travaillant avec des jeunes, des flyers élaborés par le CIPRET-Vaud pour soutenir l'arrêt du tabagisme, ainsi qu'un groupe Facebook constitué pour aider à l'arrêt (programme « j'arrête de fumer »; <https://fr-fr.facebook.com/j.arrete.de.fumer.ch/>). Ce dernier projet est perçu de manière positive en ce sens où il repose sur une motivation commune à arrêter de fumer, qu'il existe un effet de groupe et qu'adhérer à un tel groupe est gratuit. Un-e participant-e a mentionné que le programme *cool and clean* était utilisé dans sa structure, mais avec un axe sur le respect par rapport aux adversaires et au matériel utilisé lors des jeux et pas sur la santé. Par ailleurs, le projet *MidnightSport* a également été cité, de même que celui de *Sport at night*. Un-e participant-e a également mentionné « l'espace bien-être » de repos et de massages, qui a été monté lors d'un festival pour les artistes et le staff, dans le cadre d'un partenariat avec un partenaire santé. Ceci a permis de financer une partie du festival et en contrepartie le partenaire santé pouvait être présent et avoir une visibilité. Un photomaton (p.ex. campagne *Smokefree*) qui montre les effets du tabac sur son propre visage a également été cité comme une initiative très pertinente car très ludique. Un projet qui utiliserait les effets du tabac sur sa propre voix pourrait aussi être intéressant

aux yeux de certain-e-s participant-e-s. Par rapport aux mesures structurelles, la loi fédérale sur la protection contre le tabagisme passif a été également citée.

En dehors de la prévention du tabagisme, le projet *Be My Angel* a été mentionné, ainsi que l'application qui y est associée. Ce projet fonctionne par ailleurs comme « une pique de rappel » pour les jeunes car les animateurs/trices qui travaillent dans ce projet sont très présent-e-s, assurent une présence régulière dans le cadre des manifestations culturelles et sportives et ils/sont connus de la population locale. Les jeunes viennent volontiers échanger avec eux/elles. On peut encore mentionner la *semaine Alcool* qui semble être un type de projet qui a bien fonctionné parmi les institutions participantes. En effet, comme déjà relevé plus haut, certain-e-s participant-e-s soulignaient que la *semaine Alcool* a permis aux institutions de monter un projet tout en étant encadré-e-s par une structure pré-existante. Un-e participant-e a également mentionné le projet *Nightlife* qui est en train d'être réalisé au niveau lausannois, axé sur la consommation d'alcool, l'usage de drogues ou encore la sexualité. Par rapport au milieu nocturne, l'utilisation de flyers que l'on donne à des jeunes est une piste utilisée et intéressante aux yeux d'un-e participant-e, car il y a « une trace » qui est laissée et qui peut être consultée par le jeune « à tête reposée ». Le *Blue Cocktail Bar* de la Croix bleue a également été mentionné par un-e participant-e comme une initiative intéressante car il s'agit d'activités concrètes, « haptiques » (basées sur le sens du toucher) et liées à une expérience positive. Associer la prévention du tabagisme à une activité concrète était ainsi perçu comme intéressant par certain-e-s participant-e-s.

Les prochains paragraphes portent sur les dimensions clés, perçues comme pertinentes par les participant-e-s aux entretiens de groupe et individuels, qui pourraient être considérées comme sous-jacentes à des projets ou interventions en lien avec les jeunes.

Nécessité de distinguer les projets selon le groupe d'âge

Il s'agit de différencier les projets selon que les jeunes aient potentiellement déjà expérimenté le tabac ou non. Ainsi, si les représentant-e-s du milieu nocturne se sont davantage exprimé-e-s au sujet des jeunes ayant l'âge de sortir la nuit, il n'en demeure pas moins que la prévention du tabagisme, de leur point de vue, doit également s'adresser aux plus jeunes qui n'ont potentiellement encore jamais touché à la cigarette. En ce qui concerne les enfants plus jeunes, un-e participant-e a mentionné qu'il est nécessaire de travailler sur la gestion des risques et les compétences de vie. Il paraît ainsi important aux yeux des participant-e-s que les messages soient adaptés aux âges. Par ailleurs, la sensibilisation des acteurs/trices du domaine des loisirs à l'importance de réduire l'incidence du tabagisme peut également être vu comme un préalable nécessaire avant de mettre tout projet en place.

Recours à des pairs dans les projets comme multiplicateurs/trices

Plusieurs exemples de projets par les pairs ont été cités. Premièrement, le projet *Be My Angel* recourt à des pairs, jeunes adultes formé-e-s qui dialoguent avec les jeunes. Le projet *Safer Dance Suisse* a également recours à des pairs comme multiplicateurs/trices. Il s'agit d'un projet bien implémenté et les pairs sont maintenant recrutés directement sur le terrain, toujours entourés d'un-e professionnel-le. Autre exemple, lors d'organisations de soirées pour les jeunes par un centre de quartier, des jeunes majeur-e-s du quartier sont engagé-e-s et formé-e-s par un-e travailleur/euse social-e hors-murs pour dialoguer et interagir avec les autres jeunes et faire du travail de prévention (p.ex. distribution de préservatif ou boîtes pour les mégots de cigarettes). L'autre exemple cité de projet impliquant des pairs multiplicateurs/trices était relatif à un projet d'intervention sur la question de l'alcool et des nuisances sonores associées, dans l'espace public. En pratique, des jeunes ont été formé-e-s par une structure spécialisée pour intervenir auprès d'autres jeunes lors de soirées ou d'événements (p.ex. pour distribuer de l'eau). Il a été également mentionné que le dialogue entre jeunes se faisait parfois de manière spontanée entre membres d'un même quartier et que les messages transmis à des jeunes par d'autres

jeunes plus âgé-e-s avaient davantage d'impact qu'un message relayé par un-e animateur/trice socio-culturel-le ou travailleur/euse social-e hors-murs. Un-e autre participant-e a mentionné avoir été impliqué-e dans un projet ayant recouru à des pairs lors de festivals, pour sensibiliser au risque face à l'alcool. Par rapport au recours à des pairs dans des projets de prévention, il a été souligné à plusieurs reprises qu'il était important que ces pairs soient formés et qu'ils aient la possibilité d'avoir un débriefing par rapport aux situations rencontrées sur le terrain. Finalement, il a été souligné qu'un des risques inhérents au recours à des pairs comme multiplicateurs/trices de message de prévention est que leur motivation ne soit pas adéquate (motivation de « sauver le monde »), d'où l'importance de les former.

Dans les activités de jeunesse, l'information transite également par une pyramide de multiplicateurs/trices : les moniteurs/trices (16-25 ans) sont formé-e-s pour faire passer les messages auprès d'autres jeunes dans leurs lieux d'activités. Ces moniteurs/trices, bénévoles, sont formé-e-s par des expert-e-s en santé, afin de donner une information plus qualifiée. L'avantage de travailler avec ces expert-e-s est de donner une valeur ajoutée qui peut servir de motivation pour les moniteurs/trices multiplicateurs/trices. Le fait d'être formé-e-s par des expert-e-s du domaine de la santé peut leur être utile dans leur carrière professionnelle. Travailler à la fois avec les expert-e-s et les bénévoles permet ainsi de combiner le travail du contenu de l'expert-e avec les compétences d'animation des bénévoles qui sont eux/elles, des spécialistes de l'animation.

Recourir à des personnes influentes (en référence au projet « Social Branding »)

Le recours à des personnes influentes a été cité comme une initiative intéressante et qui selon les participant-e-s fonctionne assez bien avec les jeunes, en particulier avec le public cible des 12-16 ans. En effet, non seulement les jeunes dans cette tranche-là passent beaucoup de temps sur les réseaux sociaux et regardent des vidéos sur des plateformes en ligne, mais également nombre d'entre eux/elles ont une ou des personnes qu'ils/elles admirent (chanteurs, sportifs, youtubeurs, blogueurs, etc.). Ainsi, faire passer des messages à travers une personne influente sur le Web et les réseaux sociaux est une initiative à approfondir selon les participant-e-s. Les bloggeurs/euses sont également perçu-e-s comme des multiplicateurs/trices influentes. Il a été souligné que l'industrie du tabac utilise les réseaux sociaux comme canaux de communication.

Les moniteurs/trices de camps de sport peuvent également être vu-e-s comme des personnes influentes pour dialoguer avec les jeunes, par exemple une fois l'entraînement terminé. En outre, ils/elles donnent l'exemple. Toutefois, ceci peut s'avérer contre-productif si, comme dans un cas cité, le moniteur/trice fume et « cautionne » que les plus jeunes puissent en faire de même.

Dans le milieu de la vie nocturne, un-e participant-e a également mentionné que les personnes qui font de la prévention et de la réduction des risques sur le terrain peuvent également être perçues comme des personnes influentes, avec qui les jeunes peuvent discuter, qui finissent par être connues au niveau local. Ces personnes deviennent des « anti-promoteurs » de tabac, un peu comme contre-image de ces jeunes femmes ou hommes qui font la promotion du tabac dans les soirées (y incl. personnes actives dans le domaine de la vente itinérante).

Limitations au recours à des personnes influentes

Cependant, plusieurs participant-e-s ont relevé des limites au recours à des personnes influentes. Un-e participant-e a soulevé la difficulté liée au fait de trouver la bonne personne, le/la bon/ne influenceur-se. Dans le domaine sportif également, il a été mentionné quelques initiatives avec d'anciens sportifs, anciens consommateurs d'alcool ou de drogues, qui font le tour des clubs de sports pour parler de leur expérience avec les jeunes. Une personne a cependant relevé que ce type d'intervention fonctionne avec les jeunes seulement jusqu'à un certain âge. Un des risques relatif au recours à ces anciens

consommateurs est le fait de donner envie aux jeunes. Il faut que le message soit par conséquent bien construit. D'autres participant-e-s ont mentionné le fait que de recourir à des groupes de musique ou DJs pour soutenir une initiative ou un message de prévention (comme c'est le cas dans certains projets de type « Social Branding ») semblait « ringard » et risquait de provoquer l'effet inverse, car personne n'a envie de s'associer à une telle campagne. Pour ce/cette participant-e, il s'agit davantage de travailler sur le renforcement de la confiance en soi (« vous êtes plus fort-e si vous réussissez à dire non à une cigarette ») que d'avoir un discours moralisateur sur la consommation de tabac.

Utiliser les réseaux sociaux

Dans un même ordre d'idée, il apparaît nécessaire d'utiliser les réseaux sociaux que les jeunes eux-mêmes utilisent, afin d'atteindre effectivement le groupe cible et faire passer des messages. Parallèlement, les campagnes de prévention diffusées à la télévision ont été citées comme étant un moins bon moyen d'atteindre les jeunes. Plusieurs participant-e-s ont fait la remarque qu'il existe tellement d'informations sur les réseaux sociaux qu'une information donnée peut être « noyée » et que la jeune génération (groupe cible) est une population qui « switch » beaucoup. La manière dont on arrive à se démarquer sur les réseaux sociaux constitue donc un véritable défi.

Elaborer des messages de prévention subtiles

Il a été relevé à plusieurs reprises l'importance d'élaborer des messages de prévention subtiles (ne pas laisser entendre que « ceci est un message de prévention »), non moralisateurs, non discriminants et non stigmatisants, pas trop théoriques et adaptés aux jeunes. Un-e participant-e a mentionné qu'il est difficile d'être « juste » dans un message destiné à des jeunes. Il pourrait donc être pertinent d'utiliser des messages sous la forme de métaphores pour faire comprendre aux enfants et aux jeunes les dangers de la consommation de tabac. L'utilisation de la visualisation (p.ex. graphiques sous forme ludique, vidéos en ligne, films à regarder sur les Smartphones, etc.) a été également mentionnée comme importante. L'effet de surprise a aussi été mentionné à plusieurs reprises comme étant important dans les interventions de prévention, afin que les jeunes ne s'attendent pas à être confronté-e-s à cette problématique. Les activités autour de la prévention du tabagisme doivent s'intégrer de manière naturelle dans les activités de jeunesse. Il s'agit de « déguiser le message », de le rendre plus subtile et « moins carré ». Utiliser le sport comme un moyen « détourné » de faire passer des messages par rapport à la consommation de cigarette a été également mentionné. Parallèlement, il a été souligné que de nombreux/ses jeunes font du sport dans un club. Passer par le sport permet ainsi, aux yeux de certain-e-s participant-e-s, de toucher un grand nombre de jeunes. L'identification au message de prévention, de même qu'à la personne qui fait passer ce message, ont été cités comme facteurs clés.

Comme déjà souligné, un autre élément mentionné à plusieurs reprises lors des discussions concernait le fait qu'il était important d'éviter des messages moralisateurs. Parallèlement, certain-e-s participant-e-s aux entretiens suggéraient de travailler plutôt autour de la question des valeurs associées à la production et à l'industrialisation du tabac (p.ex. « quand j'achète un paquet de cigarette, qui est-ce que j'enrichis ? »). Ce sont des questions qui, d'après les participant-e-s, touchent les jeunes. S'agissant par exemple de la production des vêtements, les jeunes sont aujourd'hui sensibles à la question du travail des enfants. En outre, ils/elles sont également sensibles à la question de la dépendance à un produit, à un objet et il s'agit également de travailler autour de cette question-là. Une autre piste de travail mentionnée tenait aux raisons qui poussent une personne à commencer à fumer.

Le cannabis comme point de départ ou porte d'entrée à la discussion

Plusieurs participant-e-s ont relevé que le cannabis est consommé également avec du tabac et que ceci pourrait être un point de départ pour aborder la consommation de tabac (p.ex. de discussion avec les jeunes).

Faire participer activement les jeunes

Une des dimensions soulevées par plusieurs personnes est le fait qu'il était important de faire participer les jeunes aux projets (p.ex. monter des vidéos pour un concours, organiser des débats participatifs ou des dialogues en groupe). Il s'agit de pouvoir créer une relation avec le jeune et d'essayer d'engager une discussion, un dialogue. Le contact et le dialogue avec les jeunes ont été relevés à plusieurs reprises comme un facteur important. À propos des débats ou interventions externes, comme déjà mentionné plus haut, il s'agit de faire attention aux personnes qui sont engagées pour intervenir auprès des jeunes (personnes habiles avec les jeunes).

Incitatifs

Les participant-e-s ont soulevé à plusieurs reprises l'importance des incitatifs, tant au niveau des multiplicateurs/trices que des jeunes.

Au niveau des multiplicateurs/trices, il a été discuté que les incitatifs financiers pourraient par exemple prendre la forme de financement progressif en fonction d'un certain nombre de critères remplis ou selon un modèle J+S. Un-e participant-e a donné l'exemple des Jeux Olympiques de la Jeunesse qui vont avoir lieu à Lausanne en 2020 et pour lesquels il existe des financements conséquents à distribuer en fonction de certains critères.

Au niveau des jeunes, le fait de par exemple proposer de prendre part à un concours avec un prix à gagner a été mentionné comme un incitatif intéressant. Par rapport au matériel potentiellement distribué dans le cadre d'un projet de prévention, il a été proposé que les prix soient adaptés aux intérêts des jeunes et attractifs (p. ex. une batterie supplémentaire pour recharger le Smartphone, des écouteurs, des codes à utiliser pour rentrer de soirée en taxi à des prix préférentiels, etc.). Pour ce faire, il est important de connaître les intérêts des jeunes à qui l'on s'adresse.

Soutien financier par des partenaires de santé

Un-e participant-e a mentionné que l'on se trouve à un moment stratégique. Les financements de la part de l'industrie du tabac sont en diminution pour certains lieux culturels. Des festivals ou lieux culturels pourraient être intéressés à un partenariat avec des organismes de santé ou de prévention, en remplacement de celui des cigarettiers. En revanche, ceci n'est vu comme potentiellement « possible » que dans le cas de relativement petits festivals, le « manque à gagner » des très grands événements ne pouvant probablement pas être pris en charge par ce type de partenaire.

Groupes cibles

Par rapport aux groupes cibles (les jeunes), la question des interventions plus ciblées (dans le domaine du sport) et s'adressant aux groupes de jeunes défavorisés, parmi lesquels la consommation de tabac est la plus élevée, a été soulevée. Ainsi, il s'agit par exemple de ne pas viser les sportifs/ives d'élite qui eux/elles ne fumeraient pas. Les populations migrantes devraient également être intégrées en tant que groupe cible spécifique aux yeux de certain-e-s participant-e-s. La réception des messages sera différente selon les groupes : dans le milieu nocturne, un-e participant-e a relevé que les règles de

protection contre la fumée passive étaient plus ou moins respectées par les personnes en fonction du style de soirées et du type de musique. Par ailleurs, il s'agit de tenir compte du fait que dans le milieu de la vie nocturne, il existe une proportion de jeunes qui ne consomment qu'occasionnellement (lors de sorties pendant le week-end). Par conséquent, les messages de prévention doivent être diversifiés.

Types de mesures (structurelles, ciblées ou non sur le tabac)

Concernant les types de mesures, comme déjà relevé plus haut, le besoin de mesures structurelles claires et cohérentes a été exprimé. Les messages transmis par les adultes et les autorités doivent être cohérents et concordants. Dans le même ordre d'idée, il a été mentionné qu'il était important d'avoir un cadre et des règlements clairs autour de la consommation de tabac dans les structures qui entourent les jeunes ou qui sont fréquentées par les jeunes.

Par rapport aux types de projet à mettre en place et à la question de savoir s'ils devraient plutôt toucher spécifiquement la consommation de tabac ou viser au contraire plusieurs substances psychoactives à la fois, la plupart des participant-e-s qui se sont exprimé-e-s à ce sujet soutenaient l'idée qu'il faudrait plutôt mettre en place des projets spécifiques au tabac, pour remettre cette problématique à l'ordre du jour. Toutefois, concernant plus spécifiquement la prévention dans le milieu festif, les participant-e-s issu-e-s de ce sous-domaine des loisirs défendaient l'idée que les interventions devraient prendre en compte les comportements à risque et les raisons de consommer. Les personnes qui travaillent sur le terrain dans le milieu doivent de plus pouvoir aborder les différents thèmes auxquels ils/elles sont confronté-e-s. Ainsi, cibler dans ce contexte uniquement le tabac était vu comme potentiellement contre-productif, de même que ne pas tenir compte des autres substances consommées dans le milieu festif.

Finalement, concernant l'âge des jeunes ciblé-e-s, certain-e-s participant-e-s ont soutenu l'idée que le message de prévention doit être « généraliste » lorsqu'un-e enfant est encore jeune et plus spécifique, c'est-à-dire davantage axé sur une substance en particulier, lorsque l'enfant grandit et commence potentiellement à avoir des contacts avec des substances. Les mesures devraient ainsi prioritairement viser la non-entrée en consommation.

4.4 Discussion des résultats couvrant les évidences, les initiatives basées sur des approches innovantes et point de vue des professionnel-le-s

Quels sont les évidences internationales, les approches prometteuses et les critères de bonnes pratiques relatifs à la prévention du tabagisme dans le domaine des loisirs ?

La recherche de littérature a mis en évidence que dans le domaine des loisirs relativement peu d'initiatives ou programmes de prévention du tabagisme ont fait l'objet d'évaluation suivant les standards requis. Aussi, les conclusions des évaluations publiées, et notamment la mise en avant du caractère prometteur de certaines approches, relèvent avant tout de l'appréciation des auteurs des évaluations. Des évidences fondées sur la validation croisée des effets documentés, par exemple au travers de méta-analyses, manquent cruellement et se prononcer sur le caractère prometteur d'une approche est difficile, voire impossible au vu du peu de données disponibles. De plus, les participant-e-s aux entretiens de groupe et individuels n'étaient par définition pas des expert-e-s en prévention du tabagisme et n'ont donc pas alimenté ce sujet. Finalement, relevons encore qu'à notre connaissance, il n'existe pas de critères de bonnes pratiques édictés spécifiquement pour la prévention du tabagisme dans le domaine des loisirs.

On relève toutefois que dans le cadre extrascolaire les programmes qui intègrent les normes du principe SAFE (sequenced, active, focus, explicit) semblent être prometteurs. Les approches de prévention globale dont les actions se situent dans plusieurs domaines ont aussi montré une certaine efficacité pour prévenir la consommation de tabac. Concernant les programmes basés sur l'action communautaire, des effets positifs en termes de non-initiation ont pu être documentés.

Au niveau des activités sportives, des associations négatives entre la pratique d'une activité physique et la consommation de tabac ont été soulignées à maintes reprises sur la base de données transversales. Il faut cependant rester prudent, car les données transversales ne permettent pas de se prononcer sur d'éventuels liens de causalité. Les différents résultats observés vont toutefois dans le sens qu'encourager un comportement sain tel que la pratique d'une activité physique, puisse aller de pair avec la promotion d'un autre comportement sain, notamment en termes de comportements tabagiques (p.ex. réduction de la consommation).

Dans le milieu de la vie nocturne, des résultats prometteurs ont été mis en évidence et défendus par certains auteurs. Notamment, les approches de type « Social Branding », qui utilisent les principes du marketing social pour influencer les comportements, ont fait une apparition très remarquée au cours des dernières années dans ce sous-domaine des loisirs. Un renforcement des évidences scientifiques relatives aux effets de telles interventions sera toutefois encore nécessaire à l'avenir.

Finalement, bien que prometteuses en termes d'effets lorsqu'employées dans une perspective d'aide à l'arrêt du tabagisme, les démarches préventives s'appuyant sur les nouveaux médias et les technologies (SMS, courriels, plateformes digitales, Facebook, etc.) ciblent rarement directement l'entrée en consommation. Logistiquement plus conséquentes, les campagnes de prévention diffusées dans les médias de masse ont quant à elles montré une certaine efficacité en terme de prévention dite primaire.

Qu'est-ce qui suggère que la prévention du tabagisme devrait être implémentée dans le domaine des loisirs ?

Au vu du faible nombre d'évidences scientifiques existantes dans le domaine des loisirs, répondre à cette question paraît relativement complexe. Il s'agit également de rappeler que les résultats de la recherche de littérature ne permettent pas de se prononcer sur quel type de prévention serait efficace et que les études mises en évidence par la recherche de littérature comportent certaines limitations méthodologiques dont il faut tenir compte. De plus, de nombreux facteurs peuvent déterminer les effets d'une intervention sur un comportement donné.

On peut tout de même relever que, d'une manière générale, le domaine des loisirs permet d'approcher des groupes cibles spécifiques, en fonction des activités de loisirs pratiquées ou des lieux fréquentés, et de toucher des individus potentiellement inatteignables via le système scolaire ou la structure familiale. Cependant, l'identification et la clarification des contextes précis dans lesquels une intervention pourrait être implémentée et l'identification des caractéristiques clés du groupe cible est une condition *sine qua non* pour atteindre un niveau de couverture élevé dans le domaine des activités de loisirs. À ce titre, et bien que se fondant sur un nombre d'évaluations encore relativement restreint, les résultats des initiatives employant certains concepts de « marketing social », ciblées sur des profils précis de groupes cibles (concept de « peer crowd affiliation », voir Lisha et al., 2016) peuvent être interprétés comme prometteurs. En effet, l'adéquation des modes de communications et messages de prévention et des intérêts, besoins et valeurs de personnes ciblées apparaît primordial. À ce propos, le domaine des loisirs peut permettre de développer des modèles d'intervention plus spécifiquement ciblés ou « segmentés » sur des activités fondamentalement liées aux intérêts et besoins des jeunes, donc aux motivations intrinsèques des individus à s'engager dans une activité.

Quels sont les facteurs clés associés à une potentielle réussite des projets de prévention du tabagisme dans le domaine des loisirs ? Avec quel niveau d'action et avec quelles méthodes ?

Au niveau de la recherche de littérature, certains facteurs clés associés à une potentielle réussite des projets de prévention du tabagisme ont été mis en évidence concernant les interventions communautaires. Ainsi, les facteurs associés à la réussite de ces interventions relèvent entre autres d'une durée d'intervention soutenue dans le temps (plus de 12 mois), d'un financement stable et dédié aux interventions, de l'implication des pairs et des parents, du caractère adaptable des interventions aux groupes d'âge et à leurs caractéristiques spécifiques, de la mobilisation et la participation active des jeunes dans les interventions communautaires, de la mobilisation des communautés, ainsi qu'au fait de pouvoir adapter l'intervention aux réalités locales. Le fait que des expert-e-s puissent soutenir la mise en œuvre de l'intervention fait également partie des facteurs associés à la réussite de telles interventions.

Au niveau des entretiens de groupe et individuels, les participant-e-s ont relevé de nombreux facteurs importants à leur yeux, dont il s'agit de tenir compte lorsqu'on travaille avec les jeunes (et de ce fait à considérer au moins dans une perspective d'acceptation des programmes par d'éventuels multiplicateurs/trices). Par exemple, les participant-e-s ont mentionné l'importance de l'implication des pairs, comme déjà relevé dans la littérature. L'adaptabilité des interventions aux réalités locales a été confirmée par les participant-e-s comme un facteur important.



D'autres facteurs clés sous-jacents à des projets ou interventions en lien avec les jeunes ont été également cités par les participant-e-s (voir également les recommandations faites en fin de rapport) :

- Nécessité de distinguer les projets selon le groupe d'âge ;
- Recourir à des personnes influentes (en référence au projet « Social Branding ») ;
- Utiliser les réseaux sociaux ;
- Elaborer des messages de prévention subtiles ;
- Faire participer les jeunes aux interventions ;
- Utiliser des incitatifs ;
- Travailler en fonction de groupes cibles.

5 Acteurs/trices

5.1 Remarques préliminaires

Les résultats présentés ci-dessous se fondent essentiellement sur les données collectées dans le cadre de l'entretien de groupe et des entretiens individuels menés par téléphone. Il s'agit d'une synthèse des propos rapportés par les participant-e-s et non d'une interprétation.

Il s'agit également de souligner que le domaine des loisirs étant un « setting » très hétérogène, les résultats présentés ci-dessous distinguent les réponses en fonction des sous-domaines lorsque cela est pertinent (vie nocturne, activités de jeunesse, médias et sport).

Dans un premier temps, les pratiques professionnelles actuelles des participant-e-s concernant la prévention du tabagisme sont décrites. En effet, bien que cela n'ait pas été un point de discussion explicite en tant que tel dans la grille d'entretien, il paraît néanmoins important de synthétiser ici les réflexions des participant-e-s autour de leurs pratiques professionnelles, sur la base d'éléments rapportés de manière spontanée lors du focus groupe. Des éléments probants pour la suite des réflexions autour de la prévention du tabagisme dans le domaine des loisirs peuvent être mis en évidence à travers ces premiers échanges.

Le sous-chapitre suivant présente en détail les attentes et les réserves des acteurs/trices du domaine des loisirs en matière de prévention du tabagisme. Les acteurs/trices et les réseaux avec lesquels potentiellement collaborer pour élaborer des mesures de prévention du tabagisme sont ensuite abordés. Pour finir, la manière d'inclure le groupe cible (que ce soit les multiplicateurs/trices ou les enfants et jeunes) dans un projet, programme ou intervention est abordée, de même que les facteurs de réussite et d'échec en lien avec la collaboration avec le groupe cible (multiplicateurs/trices ou jeunes).

Il est important de souligner ici qu'il a parfois été relativement difficile de classer les réflexions des participant-e-s selon une des dimensions présentées ci-dessus. Ainsi, il en résulte que certains éléments de réflexion se retrouvent à plusieurs niveaux et font par exemple autant partie des réserves de la part des acteurs/trices que des facteurs d'échec de la collaboration. Pour finir, il s'agit de souligner que dans les résultats présentés ci-dessous, le terme *groupe cible* désigne autant les multiplicateurs/trices que les enfants ou jeunes.

5.2 Expériences et pratiques professionnelles actuelles

Des priorités variées dictées par les besoins du terrain

À titre préliminaire, on peut mentionner que certain-e-s personnes présentes ont relevé d'emblée, et ont ensuite répété à plusieurs reprises, qu'ils/elles n'étaient pas directement concerné-e-s par la thématique de la prévention du tabagisme ou n'avaient pas directement un intérêt à faire de la prévention du tabagisme dans leur domaine d'activité. Plus précisément, pour certain-e-s participant-e-s, la problématique du tabagisme n'est soit pas une priorité professionnelle, soit pas du tout un sujet dans leur domaine d'activité car la consommation de tabac n'est pas présente dans le milieu professionnel en question.

Par exemple, parmi les participant-e-s du sous-domaine des maisons ou centres de quartier ou de loisirs, la plupart des participant-e-s qui se sont exprimé-e-s ont relevé à plusieurs reprises que la priorité pour eux/elles était donnée à des problèmes ayant directement un impact sur le comportement du jeune, comme la consommation excessive d'alcool ou l'usage de cannabis. Des problèmes comme le décrochage scolaire et l'insertion professionnelle sont également prioritaires. Ainsi, les priorités professionnelles dans ce milieu sont davantage dictées par des éléments qui se présentent « dans l'immédiat » et qui sont considérés comme étant plus « graves » ou « destructeurs » pour le jeune que la consommation de tabac. Certain-e-s des participant-e-s ont par ailleurs émis l'hypothèse que la problématique du tabagisme n'est plus une priorité dans leur milieu professionnel, peut-être du fait que la fumée a été bannie des lieux publics, dont les centres de loisirs font notamment partie. Étant donné qu'on ne fume plus à l'intérieur, ceci pourrait avoir eu un impact sur le fait que ce thème a été « délaissé », et qu'il n'est plus perçu comme un problème. Dans le même ordre d'idée, il a été relevé que la consommation de tabac dans l'espace public, par rapport à celle d'alcool, ne provoque pas de nuisance en termes de bruit, et que par conséquent la nécessité d'agir se fait moins présente. La thématique du tabac a quitté la sphère publique (à l'intérieur des lieux publics) et ne constitue de ce fait plus une priorité. Un-e participant-e a tout de même relevé qu'il/elle abordait la consommation de tabac avec les jeunes lorsque la situation se présentait (p.ex. lorsqu'un jeune est surpris en train de fumer). Les règles, les risques et les effets pour la santé sont ensuite discutés avec le/la jeune. Le dialogue est privilégié dans ce milieu et d'autres thématiques sont abordées avec les jeunes (médias, consommation de substances au sens large et sexualité). Les animateurs/trices socioculturel-le-s peuvent être également des multiplicateurs/trices car ils/elles sont des « modèles » pour les jeunes. Un-e participant-e a mentionné que dans sa structure, des animateur/trices signaient un papier interne vis-à-vis de leur attitude à adopter.

Dans le milieu du sport, la priorité semble donnée au travail de prévention par rapport à des produits potentiellement utilisés par les jeunes sportifs/ives, à savoir le snus et les produits dopants. Par ailleurs, il a été relevé que dans le sport d'élite, la question de la consommation de tabac ne se pose pas ; ce n'est pas un thème de discussion, car la consommation de tabac est quasi inexistante. Un-e participant-e a également relevé que lors des camps de sport organisés pour les enfants et les jeunes âgé-e-s entre 4 et 13 ans, la question de la consommation de tabac ne se posait pas forcément. En effet, si aucun jeune ne fumait lors des camps, cette problématique n'était pas abordée. La question de la prévention de la consommation d'alcool est en revanche davantage abordée lors de manifestations sportives par exemple (flyers, documentation etc.).

Dans le milieu de la vie nocturne, les participant-e-s ont également mentionné qu'ils/elles ne percevaient pas la prévention du tabagisme comme une priorité. Les distributeurs de cigarettes qui contrôlent l'âge d'identité lors de l'achat de paquets de cigarettes ont été cités comme seule mesure de prévention. La pratique veut également que les personnes qui fument à l'intérieur soient sorties de l'établissement de nuit (prévention contre le tabagisme passif). L'accent dans ce milieu est davantage mis sur la consommation d'alcool, par rapport à laquelle il peut exister une obligation légale d'intervention. Ainsi, une intervention s'opère généralement uniquement s'il s'avère que la personne se trouve en infraction (fume à l'intérieur de l'établissement) ou s'il s'avère que la personne est en état d'ébriété. Dans ce cas précis, les barmans peuvent tenir un discours en matière de prévention, contrairement au tabac, pour lequel il n'y a pas de diffusion de message de prévention. Un-e participant-e a toutefois soulevé le fait que le milieu festif était un excellent « setting » pour intervenir car le taux de fumeurs/ses parmi la population fréquentant ce milieu était très élevé, mais que les pistes d'intervention étaient à chercher à l'extérieur, dans l'espace public, là où se trouvent les fumeurs/ses et donc au niveau de ce qui se passe en dehors des clubs. Un-e participant-e a mentionné que le travail fait au niveau de la vie nocturne était davantage axé sur la réduction des incivilités et sur la réduction des risques liés à la fête. Cela touche principalement la consommation d'alcool, l'usage de drogues et le harcèlement de rue (sexuel). Par

rapport au tabac, il n'y a pas d'intervention spécifique, notamment car il existe des éléments plus importants et immédiats sur lesquels il est nécessaire d'agir dans ce milieu (« biture expresse les week-ends ») et qui auront des conséquences plus graves pour la santé que la consommation de tabac, dont les conséquences surviennent plus tard.

Pas d'outils à disposition et difficultés liées à la problématique elle-même

Par ailleurs, les professionnel-le-s du sous-domaine des activités de jeunesse qui se sont exprimé-e-s par rapport à leurs expériences professionnelles ne disposent pas d'outils spécifiques pour aborder d'eux/elles-mêmes la thématique du tabagisme, mais privilégient la discussion lorsqu'ils/elles sont confronté-e-s à un-e jeune qui fume. Un-e participant-e a également fait part du fait que d'une manière générale, la thématique du tabagisme est difficile à aborder avec les jeunes car il n'existe pas de consommation modérée possible, comme dans le cas de l'alcool. Le dialogue préventif autour de la consommation de tabac est ainsi perçu comme une loi du « tout ou rien », ce qui ne facilite pas le dialogue, tout comme le fait que la consommation de tabac soit perçue comme « normale » et « banalisée ». La consommation de tabac est également perçue comme moins grave que la consommation d'alcool excessive ou l'usage de drogues, ce qui a pour effet de banaliser la problématique, également chez les animateurs/trices socioculturel-le-s qui fument devant les jeunes.

5.3 Attentes et réserves

(Re)sensibilisation des acteurs/trices comme préalable

Par rapport aux attentes des acteurs/trices exprimées au sujet de la prévention du tabagisme, bon nombre de participant-e-s ont mentionné la nécessité, de leur point de vue, de (re)sensibiliser les acteurs/trices du domaine des loisirs à l'importance de la prévention du tabagisme. Ainsi, le préalable à la prévention du tabagisme dans le domaine des loisirs semble être la (re)sensibilisation ou la (re)mobilisation de ce milieu professionnel à l'importance de cette thématique. Certain-e-s participant-e-s ont ainsi relevé l'importance de convaincre les acteurs/trices du milieu qu'il était important de faire baisser l'incidence et la prévalence du tabagisme, avec des arguments clairs et convaincants. Il s'agit ainsi de travailler sur la perception des professionnel-le-s relative à la prévention du tabagisme.

Formation, mise à disposition d'outils et encadrement sur les projets nécessaires

En outre, plusieurs participant-e-s ont mentionné le fait qu'il leur semblait avant tout important de former les professionnel-le-s, afin notamment d'augmenter les compétences des multiplicateurs/trices du message, qui sont spécialistes du lien avec les jeunes mais pas spécialistes de la prévention. Certain-e-s participant-e-s ont mentionné le fait qu'il s'agissait de donner des outils aux professionnel-le-s du terrain afin qu'ils/elles puissent aborder cette problématique avec les jeunes (p.ex. flyers d'information relatifs aux risques). Dans ce cadre, un-e participant-e a mentionné comme outil ou piste intéressante dans cette perspective la « mallette » virtuelle élaborée par le CIPRET-Vaud. Déjà brièvement abordé précédemment, il s'agit d'un site Internet (www.tabacsanstabou.ch) destiné aux professionnel-le-s travaillant avec des jeunes regroupant des informations et des outils d'animation permettant à ces professionnel-le-s d'aborder de manière plus confortable la thématique du tabagisme avec les jeunes. À ce sujet un-e participant-e a souligné la pertinence de certaines des composantes de cette « boîte à outils », et notamment face à la question de savoir comment aborder le thème du tabagisme avec un-e jeune lorsqu'on est soi-même un-e fumeur-e.

Toujours en relation avec les attentes exprimées en termes de formation, plusieurs participant-e-s ont également parlé de leur besoin d'avoir à disposition des informations scientifiques, avec des faits objectifs, sur le produit (fabrication, effets sur l'organisme, risques) afin d'avoir un effet plus « choc » ou plus solide face à des jeunes qui « passent leur temps à déconstruire » ce qui est construit. Parler des risques permet également de laisser le choix aux jeunes de décider quels risques ils/elles sont prêt-e-s à prendre.

Par ailleurs, la nécessité d'accompagner et d'encadrer les multiplicateurs/trices dans les projets par des spécialistes et chef-fe-s de projet a été relevée. Dans ce cadre, un projet relatif à la consommation d'alcool dans l'espace public élaboré avec la fondation RADIX a été mentionné comme exemple d'une collaboration « fructueuse ». Les multiplicateurs/trices ont pu « se reposer » sur l'expérience de chef-fe-s de projet externes, qui s'occupaient ainsi de mettre en place les mesures de prévention et de produire les activités que les multiplicateurs/trices n'avaient soit pas le temps de faire en raison d'une charge de travail déjà importante, soit n'étaient pas en mesure de faire eux/elles-mêmes en raison d'un manque de connaissance. L'expertise externe comme soutien à l'implémentation de mesures de prévention dans les structures a ainsi été relevée comme importante et pertinente.

Le rôle et l'implication de la cigarette électronique nécessiteraient en outre d'être clarifiés aux yeux de certain-e-s participant-e-s, notamment dans le cadre des différentes démarches pouvant répondre aux questionnements décrits ci-dessus.

Mobilisation de la société civile, ou de la hiérarchie, et besoin de mesures structurelles claires et cohérentes

Il a été également relevé qu'il était nécessaire que la thématique ne soit pas uniquement jugée importante au niveau des personnes en contact direct avec les enfants et les jeunes, mais qu'elle soit soutenue par l'ensemble de la hiérarchie au sein d'une « institution » donnée. Ainsi, avant de transmettre ou diffuser tout outil et message de prévention au sein d'une structure, la hiérarchie doit être mobilisée. Elle agira ainsi comme multiplicatrice. Ce peut être la direction de l'institution ou la commune, pour les travailleurs/euses sociaux par exemple.

Parallèlement, plusieurs participant-e-s ont mentionné leurs attentes envers des mesures structurelles cohérentes et la nécessité que les messages transmis par les adultes et les autorités soient clairs. Dans ce cadre, il a par exemple été fait référence au Règlement d'application de la loi sur l'enseignement obligatoire (RLEO) en vigueur dans le canton de Vaud. Selon ce règlement, les élèves n'ont pas le droit de fumer à l'école et ce durant toute leur scolarité. En dehors de l'école, ce sont les communes qui réglementent la consommation de tabac chez les enfants en âge scolaire⁸. Le fait que certaines communes étendent ce règlement à l'ensemble du territoire communal tandis que d'autres non est ainsi perçu comme un message non cohérent de la part des autorités (les enfants en âge scolaire peuvent fumer ou non en dehors de l'école selon les communes). Il a été également mentionné que l'on pourrait interdire de fumer dans les stades de football, de même qu'interdire la publicité pour les produits du tabac dans les lieux fréquentés par les jeunes. En effet, aux yeux de certain-e-s participant-e-s, il existe un double message : les autorités publiques subventionnent des lieux ou événements (p.ex. festivals) qui eux-mêmes font de la promotion pour des produits du tabac. La vente itinérante de cigarettes est également perçue comme incohérente. Un-e participant-e du milieu nocturne a relevé qu'il n'existait pas assez d'espaces fumeurs dans le périmètre des espaces publics de nuit. Davantage d'espaces fumeurs permettrait aux fumeurs de n'avoir pas la tentation de fumer à l'intérieur pendant les concerts par exemple.

⁸ http://www.cipretvaud.ch/wp/wp-content/uploads/2015/11/201511_Tabac_L%C3%A9gislations-Vaud_DEF.pdf

En faveur d'interventions ciblées

Un-e participant-e a souligné qu'il était nécessaire d'élaborer des mesures ou interventions ciblées et non pas généralistes. Dans ce cadre, on peut mentionner que, par exemple, certain-e-s participant-e-s perçoivent que les groupes à risque dans le domaine du sport ne sont pas les sportifs/ives d'élite (qui se fixent des objectifs sportifs) mais les jeunes qui font du sport de loisirs. D'après leur propre perception et la réalité de leur terrain professionnel, la consommation de tabac y est plus répandue, d'où la nécessité d'avoir des mesures de prévention qui visent spécifiquement ces groupes de jeunes.

Incitatifs financiers

Pour finir, on peut relayer que certain-e-s participant-e-s ont clairement exprimé des attentes concernant des incitations financières. Pour eux/elles, recevoir des subventions en contrepartie de la mise en place des mesures de prévention, représente un incitatif intéressant. Il s'agit par contre de rendre les ressources mieux accessibles pour les petites structures ou organisations pour lesquelles il est parfois difficile d'accéder à des fonds : il faut savoir où et comment soumettre des demandes de financement. Il faut également avoir les ressources et les compétences nécessaires pour soumettre ces demandes. Une idée proposée serait qu'une autre structure, plus importante, soutienne les plus petites dans ces demandes.

Davantage de collaboration entre les acteurs/trices

Un-e participant-e mentionnait également attendre davantage de collaboration entre les acteurs/trices : p.ex. mieux partager des bonnes pratiques, chercher à mieux profiter des autres structures sans pour autant les concurrencer. Des plateformes d'échange de pratiques ou d'idées, des sortes d'universités d'été seraient les bienvenues (comme <http://www.infoklick.ch/>, par exemple).

Réserves des acteurs/trices

Par rapport aux réserves ou aux pratiques à éviter, on peut mentionner « avoir un discours stigmatisant autour de la consommation de tabac ». Parallèlement, le peu de temps à disposition a été mentionné à plusieurs reprises et par plusieurs participant-e-s comme une des réserves relatives à l'implémentation de mesures de prévention du tabagisme dans le domaine des loisirs. Un-e participant-e a par exemple soulevé le fait que les collaborateurs/trices engagé-e-s dans le travail avec les jeunes devaient déjà suivre des formations sur diverses thématiques plusieurs fois par année les week-ends et pendant leur temps libre et qu'une partie des collaborateurs/trices le faisait de manière bénévole. Ajouter une formation sur le tabac semblait ainsi représenter une surcharge de formation pour ce/cette participant-e. Un-e participant a également relevé que les animateurs/trices socio-culturel-le-s étaient perçu-e-s par les jeunes comme des personnes de référence, et qu'ils/elles ne pouvaient pas « jouer à la police » ou se positionner en « moralisateurs/trices » afin de préserver le lien établi avec les jeunes.

Des réserves ont été émises par rapport au type d'intervention. Par exemple, organiser des conférences générales sur le tabagisme, destinées aux jeunes, a été cité comme un exemple d'intervention à ne pas faire. Il s'agit selon les participant-e-s de mettre en place des interventions qui permettent une plus grande proximité avec les jeunes. Un-e des participant-e a mentionné le projet *Be My Angel* où des animateurs/trices sont très présent-e-s lors de manifestations et discutent avec les jeunes (<http://www.bemyangel.ch/>). Cependant il est nécessaire d'engager des intervenant-e-s habiles avec les jeunes et compétent-e-s : « Il faut les prendre par surprise ».

Réserves spécifiques des acteurs/trices du domaine de la vie nocturne

Dans le milieu de la vie nocturne, les participant-e-s ont mentionné des réserves quant à l'implémentation de mesures centrées uniquement sur le tabac, sans prendre en compte les autres substances qui sont consommées en milieu festif. En revanche, il a été mentionné que les mesures structurelles peuvent être, elles, un peu plus spécifique au tabac, au niveau de ce qui se passe à l'extérieur des clubs et autres établissements de nuit, là où se trouvent les personnes qui fument. Il a été également relevé que dans le domaine des loisirs, une des principales difficultés que l'on peut potentiellement rencontrer est le fait que les jeunes, dans le domaine de la vie nocturne par exemple, sont là pour « consommer des activités ». Ils/elles saisissent les offres proposées, les rejettent, passent à une suivante. Le milieu de la vie nocturne est associé au plaisir, et la cigarette elle-même est également associée à la notion de plaisir, « elle fait partie de la fête », d'où la difficulté potentielle à aborder le sujet dans un cadre festif. Par ailleurs, un-e participant-e a soulevé le fait que les jeunes qui vont à un concert n'auront pas forcément envie et ne seront pas nécessairement prêt-e-s à écouter des discours de prévention. Par contre, dans les festivals, lieux plus ouverts, les jeunes ne viennent pas forcément uniquement pour écouter un concert mais aussi pour profiter d'autres moments, se promener sur le site, boire un verre entre deux concerts etc., et il est possible que les jeunes soient plus prêt-e-s à recevoir des messages et à dialoguer autour d'une problématique, à choisir de faire ou non des activités ludiques de prévention (p.ex. photomaton qui permet de se rendre compte des conséquences physiques du tabagisme).

Une réserve majeure a été émise quant à l'intégration de mesures de prévention et du discours tenu face au tabagisme dans le milieu festif. Plus précisément, les messages de prévention relatifs au tabagisme semblent renvoyer à un discours « blanc/noir », qui est difficile pour les professionnel-le-s dans ce contexte. En particulier, il apparaît problématique ou non cohérent pour certain-e-s participant-e-s de ne pas tenir un discours de réduction des risques par rapport au tabac, alors que c'est précisément ce qu'on vise dans le milieu festif pour les autres substances (alcool, drogues illégales). Il s'agirait d'avoir un discours nuancé (consommation modérée d'alcool et « safer use »), ce qui n'est pas d'usage avec le tabac. Un-e participant-e a mentionné que dans le domaine de la vie nocturne, il existe une proportion de personnes qui consomment du tabac de manière modérée (qui ne fument que le week-end lors de sorties par exemple). Il s'agit ainsi, pour ce/cette participant-e, de diversifier les messages de prévention dans le milieu de la vie nocturne.

Une autre crainte exprimée par certain-e-s participant-e-s du domaine de la vie nocturne est relative au fait que l'industrie du tabac finance encore massivement le domaine festif (p.ex. festivals) et que ce financement puisse être perdu sans possibilité de remplacement. Cependant, il a tout de même été mentionné qu'il était possible de trouver d'autres sources de financement que l'industrie du tabac dans le milieu festif. Par exemple, des organismes de santé ont été partenaires financiers d'un festival. Un tel partenariat a tout de même rencontré des craintes de la part notamment du staff qui craignait que le festival devienne obligatoirement « non-fumeur », alors que l'objectif était simplement de ne pas promouvoir la cigarette dans un événement de type culturel. Ainsi, une communication très claire relative à ce projet était très importante.

5.4 Acteurs/trices et réseaux pour des collaborations potentielles

Plusieurs réseaux, plateformes et associations ont été mentionnées par les participant-e-s comme autant d'acteurs/trices à impliquer de manière prioritaire pour des collaborations à venir.

Animation socio-culturelle: Au niveau romand, il existe la plateforme romande de l'animation socio-culturelle « Anim ». L'équivalent en Suisse alémanique est la « Dachverband offene Kinder- und Jugendarbeit Schweiz » (DOJ). Dans le canton de Vaud, un regroupement des animateurs/trices jeunesse est en train d'être mis en place. Par ailleurs, il existe une plateforme latine des travailleurs/euses sociaux/ales hors-murs. Les structures étatiques ont été également mentionnées comme exemple d'une collaboration possible (communes, cantons, Confédération (OFSP, OFAS)).

Sport: il existe au niveau des activités sportives l'Association Suisse des Services des Sports (ASSS), les fédérations sportives et des associations cantonales (p. ex. association cantonales de football). Il existe également un congrès du sport, « Sportcity », organisé tous les deux ans à Lausanne sur trois jours qui pourrait représenter une porte d'entrée pour diffuser des campagnes ou servir de plateforme d'information. Par souci d'efficacité, il s'agit de cibler préférentiellement les structures ou clubs de sports qui réunissent le plus de monde (football ou hockey, par exemple). Pour atteindre les moniteurs/trices de sport, le réseau Jeunesse et Sport (J+S) est à privilégier.

Activités de jeunesse: Au niveau des activités de jeunesse le Conseil suisse des activités de jeunesse (CSAJ) est très actif et regroupe environ 60 organisations encadrant des jeunes. Promotion Santé Suisse est également un acteur clé qui fait partie du réseau des activités de jeunesse. Pour les formations à donner aux multiplicateurs/trices, Addiction Suisse et les Hautes Écoles spécialisées ont également été mentionnées comme des partenaires potentiels.

Par ailleurs, les associations de migrant-e-s et les structures qui enseignent les langues peuvent être vues comme des acteurs/trices avec qui collaborer si l'on souhaite intégrer les populations migrantes comme groupe cible, tout comme les animateurs/trices socio-culturel-le-s qui sont un très bon relais car en contact avec ces populations migrantes.

Vie nocturne: l'Association Artos pour le milieu du spectacle et l'Association faitière des clubs de musique suisse (PETZI) ont été citées. Des réflexions via cette association ont été menées par rapport à la question de l'alcool et des barmans et barmaids face à l'alcool. Le milieu de la vie nocturne collabore également avec des partenaires de santé (festivals), avec les travailleurs/euses sociaux/ales hors murs, la police, les écoles, le réseau Nightlife, Hémostaz (organisation médicale pour manifestations), et au niveau communal. Il est d'ailleurs recommandé de travailler au niveau de la commune, avec ses spécificités. Les organisations Streetwork ou les offres de drug-testing, les offres *safer party* de la ville de Zurich, et *rave it safe*, de même que l'association *eve&rave* ont été également citées. Selon un-e participant-e, un « conglomérat » d'acteurs/trices est nécessaire pour une collaboration dans le milieu nocturne. Toutefois, il a à ce sujet une fois de plus été mentionné que certain-e-s acteurs/trices de la prévention du tabagisme semblent trop éloignés du milieu de la vie nocturne, notamment en tenant un discours « blanc/noir » inadapté à ce milieu.

Réseaux sociaux: il n'existe pas de faitières, en revanche bon nombre d'agences de communication ou de relations publiques travaillent avec les blogueurs/euses.

Outre les réseaux potentiels avec qui collaborer, la question de la collaboration a fait émerger l'existence de projets qui ont pu être mis en place ou qui pourraient être mis en place grâce à des structures préexistantes, avec lesquelles les institutions et les associations pourraient collaborer. Dans ce cadre, le modèle de la *semaine Alcool* a été mentionné comme exemple d'une bonne collaboration. En effet, la

préexistence d'une telle structure fournit un cadre sur lequel les institutions ou associations intéressées peuvent venir se greffer avec leur propre projet. Une telle structure se situant « au-dessus », donnant une impulsion, dont les jalons sont en quelque sorte déjà posés et qui offre un soutien financier et des possibilités de mettre en place des projets autonomes, est souhaitée dans le cadre de la prévention du tabagisme. Par ailleurs, la *semaine Alcool* a permis un travail commun autour d'une problématique et a fait émerger le sentiment d'appartenance à une collectivité agissant pour les mêmes objectifs. La notion temporelle revêt également une importance aux yeux des participant-e-s : un focus est mis sur une thématique pendant une période donnée, une semaine ou un mois. Une même « semaine tabac » pour « marquer le coup » serait la bienvenue aux yeux de certain-e-s participant-e-s. Ont été cités comme exemple, outre la *semaine Alcool*, le « mois du cancer de la prostate » et « du sein ». Dans le même ordre d'idée, un soutien financier pour organiser un concours vidéo autour d'une problématique avec les jeunes a été cité comme exemple de collaboration possible. De telles initiatives permettraient de motiver les jeunes à participer à un projet attractif.

5.5 Discussion des résultats concernant les acteurs/trices

Quelles sont les attentes des acteurs/trices du domaine des loisirs ?

De manière relativement fondamentale, et ce en prémisses au développement d'éventuels nouveaux projets de prévention dans ce domaine, il apparaît essentiel de sensibiliser (ou re-sensibiliser) les acteurs/trices du domaine des loisirs à l'importance de la prévention du tabagisme.

Les entretiens de groupe et individuels conduits ont également mis en avant un besoin, exprimé de manière répétée par les professionnel-le-s en question, d'être formé-e-s et d'avoir à disposition des outils pédagogiques pour aborder la thématique du tabagisme avec les jeunes, ainsi que des informations scientifiques solides sur les produits du tabac et leurs méfaits. De plus, un encadrement par des spécialistes externes comme soutien lors de l'implémentation des mesures de prévention est nécessaire. Un tel encadrement va en outre de pair avec le souhait exprimé d'une meilleure et plus ample collaboration entre les différent-e-s acteurs/trices du domaine des loisirs. Les participant-e-s ont également souligné l'importance d'avoir des mesures structurelles claires et cohérentes, afin de soutenir d'éventuelles initiatives préventives devant passer par eux/elles. Ils/elles ont également relevé que les mesures de prévention doivent être ciblées et viser en particulier les groupes parmi lesquels la consommation de tabac est répandue.

Finalement, des incitations financières en lien avec la mise en place de mesures de prévention ont été mentionnées comme moyen de motivation, ceci autant au niveau de la mise en place d'un programme ou projet qu'au niveau de la participation des groupes cibles.

Quelles sont les réserves des acteurs/trices dans le domaine des loisirs ?

Une réserve fondamentale exprimée par une large majorité des participant-e-s aux entretiens est le manque de temps à disposition pour s'investir dans la mise en place de mesures de prévention du tabagisme. Une autre réserve a été émise concernant la forme et le type de messages transmis par les programmes de prévention du tabagisme. En effet, ceux-ci peuvent paraître « blancs/noirs » sans possibilité d'être nuancés. Par ailleurs, pour certain-e-s professionnel-le-s du contexte de la vie nocturne, il apparaît comme problématique, ou du moins pas cohérent, de ne pas tenir un discours de réduction des risques par rapport au tabagisme, alors que c'est précisément ce qui est ciblé pour les autres substances (alcool, drogues illégales). Finalement, certain-e-s acteurs/trices du domaine de la vie nocturne ont exprimé des craintes relatives à la perte des financements provenant de l'industrie du tabac.

Quels sont les organisations, les réseaux et les acteurs/trices existants dans le domaine des loisirs qui s'offrent à la prévention du tabagisme pour une collaboration potentielle ?

Les participant-e-s au focus groupe et aux entretiens individuels ont mentionné plusieurs réseaux ou organisations qui regroupent des professionnel-le-s des loisirs :

Animation socio-culturelle : pour la Suisse romande, la Plateforme romande de l'animation socio-culturelle « Anim » et pour la Suisse alémanique, la « Dachverband offene Kinder- und Jugendarbeit Schweiz » (DOJ). Outre ces organisations, les structures « étatiques » communales, cantonales et/ou fédérales (avec un accent sur les communes) ont également été citées.

Sport : L'Association Suisse des Services des Sports (ASSS), les fédérations sportives et les associations cantonales de sport, le réseau Jeunesse et Sport (J+S)

Activités de jeunesse : Le Conseil suisse des activités de jeunesse (CSAJ), association faîtière des organisations de jeunesse qui regroupent environ 60 organisations, Promotion Santé Suisse.

Vie nocturne : L'Association Artos, l'Association faîtière des clubs de musique suisse (PETZI) et les Liges pulmonaires, le réseau Nightlife.

6 Participation

6.1 Comment et lors de quelle phase inclure les groupes cibles

Une partie de l'entretien de groupe et des entretiens individuels était consacrée à la manière dont les groupes cibles - multiplicateurs/trices et jeunes – pouvaient ou devaient être inclus-es dans la conception et la mise en œuvre d'activités de prévention. Il est important de préciser que lorsque l'on parle du groupe cible, ceci-lui comprend autant les enfants et les jeunes que les multiplicateurs/trices. Lors du focus groupe, la discussion a principalement porté sur la manière dont il serait nécessaire d'inclure les multiplicateurs/trices, et un peu moins au sujet de l'inclusion des enfants et des jeunes.

Formation et outils

Aux yeux des participant-e-s, pour faire participer les multiplicateurs/trices à un projet, il s'agit tout d'abord de les convaincre qu'il est nécessaire pour eux/elles d'agir en faveur de la prévention du tabagisme. Il s'agit par conséquent d'une condition préalable à leur participation. Former les multiplicateurs/trices afin d'augmenter leur compétences et leur donner des outils pour aborder la problématique sont autant d'éléments qui sont ressortis des discussions relatives à la participation des professionnel-le-s. Cependant, comme déjà relevé précédemment, il a été mentionné que dans le domaine du sport il existe déjà de nombreuses formations sur diverses thématiques que les collaborateurs/trices doivent suivre. Ainsi, il s'agit probablement de trouver selon le contexte un type de sensibilisation autre que sous la forme d'une formation ad hoc.

Incitatifs

Pour impliquer les multiplicateurs/trices, il a également été mentionné qu'il faut faire en sorte que ceux/celles-ci aient un intérêt à devenir des multiplicateurs/trices, intérêt qui pourrait être suscité à travers la forme d'incitatifs financiers, comme dans le modèle J+S. Par ailleurs, les projets de prévention du tabagisme vont susciter un plus grand intérêt chez les multiplicateurs/trices si c'est une problématique qui correspond à la réalité de leur terrain et qui les concerne directement. En effet, comme déjà mentionné auparavant, si la thématique de la consommation de tabac n'est pas ou plus une priorité professionnelle pour certain-e-s participant-e-s, c'est qu'elle ne correspond plus à leur réalité du terrain. Dans le même ordre d'idée, il a été relevé qu'un projet doit séduire le/la multiplicateur/trice, l'intéresser, le/la concerner et que les éléments du projet doivent leur être expliqués de manière concrète.

Intéresser les décideurs

Il a été relevé qu'il faudrait également mieux impliquer les communes, qui sont également elles-mêmes des multiplicatrices et qui fixent l'échelle des priorités pour les structures d'animation socio-culturelles. Les institutions doivent également se sentir concernées pour être impliquées. La thématique doit être jugée importante au niveau de la structure hiérarchique « institutionnelle ». Ceci signifie que la demande doit idéalement venir de plus haut, ou au moins être soutenue de manière plus ou moins active. Au niveau du sport, il a été mentionné que les moniteurs/trices sont les personnes privilégiées à contacter, car ils/elles sont les vecteurs/trices du message de prévention, mais il est indispensable de s'adresser en parallèle aux responsables de clubs.

Milieu nocturne

Dans le domaine de la vie nocturne, il a été mentionné que le personnel des clubs pouvait être impliqué en tant que multiplicateurs/trices, bien qu'aucune piste concrète pour les inclure n'ait été mentionnée. Un-e participant-e a également relevé que toute personne pouvait devenir multiplicateur/trice. C'est ce que fait l'industrie du tabac et il s'agit de s'en inspirer, selon ce/cette participant-e.

Nuancer les messages de prévention

Un-e participant-e a relevé que, pour le domaine de la vie nocturne, un pré-requis à la collaboration des acteurs/trices du terrain était le fait de pouvoir disposer de messages de prévention du tabagisme qui prennent en compte la réduction des risques.

Intégrer dès le départ

Dans les activités de jeunesse, les efforts d'intégration ne devraient toucher que les moniteurs/trices qui sont en contact régulier et prolongé avec les jeunes et devraient se faire le plus rapidement possible. Il s'agit d'impliquer également les moniteurs/trices-multiplicateurs/trices dans les décisions, p.ex. dans les choix des thèmes ou dans un groupe de pilotage (organe consultatif). Ceci permet de les responsabiliser.

Dans le domaine des médias sociaux, il a été relevé qu'il s'agissait d'intégrer **les professionnel-le-s** de ce sous-domaine dès le départ dans les projets. Le projet doit être ainsi discuté à la base avec les multiplicateurs/trices, qui sont professionnel-le-s de leur domaine et qui connaissent leur plateforme ainsi que leur audience et pourront apporter leur contribution par rapport à la meilleure façon de communiquer, plutôt que de leur présenter un projet déjà « tout prêt ».

S'agissant de l'inclusion du groupe cible **des enfants et des jeunes**, l'inclusion des jeunes sera mieux réussie s'ils/elles ont la possibilité de participer activement aux programmes et actions. Il convient également d'intégrer les pairs comme multiplicateurs/trices dès la conception d'un projet. L'intégration des jeunes dès le départ des projets permet une « vraie participation ».

Adapter un concept-cadre ou l'élaborer au niveau local

Dans le même ordre d'idée, la *semaine Alcool* est perçue comme un bon concept pour la participation et l'implication des multiplicateurs/trices et des jeunes. Il s'agit d'un concept avec un cadre défini mais qui est tout de même considéré comme souple, ce qui permet d'être créatif, de participer et de s'y intégrer avec des projets variés. Des projets élaborés au niveau local, qui s'intéressent à une problématique locale et qui répondent à un besoin existant sur le terrain, ont été mentionnés comme pertinents pour la participation. Dans le domaine de la vie nocturne, il s'agit d'impliquer les communes dans lesquelles les soirées ont lieu.

6.2 Facteurs de succès et d'échec liés à la collaboration avec les groupes cibles

Concernant les facteurs de réussite et d'échec liés à la collaboration avec le groupe cible ainsi que les facteurs de réussite ou d'échec de projets, de nombreux points clés ont déjà été traités auparavant. Les paragraphes suivants reprennent ces éléments de manière succincte.

Tout d'abord, aux yeux de professionnel-le-s ayant pris part aux entretiens, la participation active des jeunes à une activité de prévention est un facteur de réussite pour la collaboration avec eux/elles. Les

messages doivent être non stigmatisants, adaptés aux jeunes, élaborés de manière subtile et il s'agit également de travailler sur les compétences des jeunes (p. ex. travailler sur le renforcement de la confiance en soi). Les interventions doivent être ciblées, et répondre à une demande, que celle-ci vienne de la base - du terrain - ou du haut - de la hiérarchie -. La formation et la sensibilisation des multiplicateurs/trices à l'importance de la problématique du tabagisme sont un préalable à leur collaboration. L'encadrement des multiplicateurs/trices dans les projets et la mise à disposition d'un-e chef-fe de projet externe à l'institution ont été décrits comme des facteurs importants pour une collaboration réussie, de même que l'implication dès le départ des projets des multiplicateurs/trices. Un autre facteur important de réussite dans le cadre de la collaboration avec les multiplicateurs/trices apparaît être l'incitatif financier.

Finalement, les participant-e-s n'ont relevé que peu d'éléments contre-productifs à la participation des jeunes ou des multiplicateurs/trices. On peut tout de même rappeler que le dialogue préventif autour de la consommation de tabac est perçu par certain-e-s participant-e-s comme une loi du « tout ou rien », ce qui ne facilite pas le dialogue avec les jeunes. Proposer un projet « tout prêt », et avoir une approche en « top-down », et sans espace de création a également été décrit comme un facteur d'échec pour la collaboration avec certain-e-s multiplicateurs/trices. Par ailleurs, le flux continu d'information sur les réseaux sociaux et le fait que les jeunes « switchent » fréquemment d'intérêt peut être vu comme un facteur potentiel d'échec pour la collaboration avec les jeunes.

6.3 Discussion des résultats en lien à la participation

Comment, avec quelles méthodes, et lors de quelle phase les groupes cibles, multiplicateurs/trices et enfants/jeunes, devraient-ils être impliqués dans la conception et la mise en œuvre des activités de prévention dans le domaine des loisirs ?

Multiplicateurs/trices: Pour impliquer les multiplicateurs/trices, il apparaît inévitable de les convaincre au préalable qu'il est nécessaire pour eux/elles d'agir en faveur de la prévention du tabagisme. Il faut en ce sens, et ce selon leurs propres dires, les motiver et/ou remotiver à intégrer ou réintégrer la question du tabagisme dans leur cahier des charges et dans leurs agendas thématiques. Ainsi, sensibiliser, former et donner des outils aux professionnel-le-s sont les préalables à leur participation. Il est en outre attendu que la participation des multiplicateurs/trices sera d'autant plus active et fructueuse si les projets de prévention du tabagisme correspondent à la réalité de leur terrain et les concernent directement. Parallèlement, intéresser et impliquer les décideurs (p.ex. les communes) apparaît primordial pour la participation des multiplicateurs/trices. Réunir non seulement des expert-e-s du domaine de la santé, mais également des professionnel-le-s du lien avec les enfants et les jeunes est considéré comme la base du travail collaboratif. Le fait de pouvoir adapter un concept-cadre ou l'élaborer en fonction d'une réalité locale a été décrit comme un moyen d'impliquer les multiplicateurs/trices. Pour finir, ceux/celles-ci devraient être impliqué-e-s dès le départ dans la réalisation des projets de prévention.

Enfants/jeunes: Aux yeux des participant-e-s, il est important que les jeunes puissent prendre activement part aux projets (p.ex. monter des vidéos pour un concours). Le recours à des pairs dans les projets comme multiplicateurs/trices est également perçue comme une piste d'intervention intéressante. Il apparaît toutefois important qu'ils/elles soient également impliqué-e-s dès les premières phases d'élaboration des projets.

Quels sont les facteurs de réussite pour la participation ?

Comme déjà relevé plus haut, impliquer de manière active les enfants et les jeunes est, aux yeux des participant-e-s, un facteur de réussite. De plus, il est nécessaire que les jeunes puissent s'identifier au message de prévention, ainsi qu'à la personne qui le transmet. À ce propos, le recours à des personnes influentes pour faire passer des messages a été cité comme une initiative intéressante par les professionnel-le-s du domaine des loisirs. Les incitatifs sont vus comme des facteurs importants pour la participation à la fois des multiplicateurs/trices et des enfants et des jeunes. L'encadrement des multiplicateurs/trices dans les projets et la mise à disposition d'une coordination (p.ex. chef-fe de projet) et de ressources externes aux institutions actives sur le terrain peuvent être vus comme des facteurs importants pour une collaboration réussie, de même que l'intégration des personnes concernées dès le début des projets.

Quels sont les facteurs d'échec pour la participation ?

Aux yeux des participant-e-s, il s'agit d'éviter d'élaborer des messages moralisateurs et stigmatisants. Proposer un projet qui est déjà « tout prêt », de même qu'une approche « top-down », sans que les structures et les personnes concernées – multiplicateurs/trices et enfants/jeunes - puissent s'impliquer concrètement dans le projet peut être perçu comme des facteurs d'échec à la bonne collaboration des acteurs/trices et à la participation aux programmes en question. Un autre facteur qui pourrait influencer de manière négative la participation des enfants et des jeunes à une intervention de prévention est que certain-e-s d'entre eux/elles changent fréquemment d'intérêt. Ceci est à considérer lorsque les réseaux sociaux sont utilisés comme canaux de diffusion de messages de prévention. Dans ce contexte il s'agit en outre de se démarquer dans le flot continu d'informations circulant sur les réseaux sociaux, afin de capter l'attention des jeunes.

7 Conclusion et recommandations

Le présent rapport avait pour but de répondre à une série de questions soulevées par le Fonds de prévention du tabagisme en lien à la prévention du tabagisme chez les enfants et les jeunes dans le domaine des loisirs. Ces questions ont été formulées autour des quatre principales dimensions que sont le contexte, les évidences, les acteurs/trices et la participation. Deux méthodologies différentes ont été utilisées afin de répondre au mieux aux questionnements soulevés par le FPT.

Les encadrés présentés en fin de chaque chapitre ci-dessus abordaient de la manière la plus structurée possible les différentes questions formulées. En complément à ces encadrés, le présent chapitre a pour objectif de rassembler et de synthétiser quelques recommandations, sur la base d'éléments clés issus de la revue de littérature et des entretiens menés. Ne pouvant prétendre à présenter des conclusions exhaustives et univoques, il apparaît important de souligner que ces recommandations sont avant tout des pistes de réflexion pour le balisage de futures initiatives de prévention du tabagisme dans le domaine des loisirs et qu'elles n'ont pas fait l'objet d'une recherche de consensus parmi les professionnel-le-s du domaine des loisirs interrogés. Il est également important de relever qu'élaborer des recommandations précises en termes de contenu ou de méthode d'intervention, à appliquer spécifiquement dans le domaine des loisirs, est relativement complexe, précisément en raison du fait qu'il n'existe pas un domaine de loisirs mais une pluralité de domaines. Par conséquent, il serait nécessaire d'approfondir la réflexion par sous-domaines afin de pouvoir élaborer des recommandations précises. De ce fait, il s'agit là davantage de recommandations générales ou généralistes, pouvant être considérées comme des préalables à la mise en œuvre d'interventions dans le domaine des loisirs, quel que soit l'activité ou le sous-domaine d'activité considéré.

- **(Re-)sensibiliser les acteurs/trices** : convaincre les professionnel-le-s du domaine des loisirs qu'il est nécessaire d'agir en faveur de la prévention du tabagisme et qu'ils/elles peuvent être des multiplicateurs/trices constitue à première vue la condition *sine qua non* au développement de futures initiatives dans ce domaine.
- **Favoriser le dialogue interprofessionnel** : parallèlement au travail de sensibilisation, il s'agit de favoriser la collaboration entre les spécialistes de la santé et les spécialistes du lien avec les jeunes et de mettre en œuvre les interventions avec le soutien des professionnel-le-s du terrain, expert-e-s du domaine des loisirs en question.
- **Identification des caractéristiques clés du ou des groupe-s cible-s** : le domaine des loisirs étant constitué de sous-domaines organisés autour d'activités de loisirs différentes, avec des logiques d'organisation propres, une autre condition *sine qua non* pour atteindre un niveau de couverture élevé dans le contexte des activités de loisirs passe nécessairement par l'identification des caractéristiques clés du groupe cible et l'identification des sous-domaines dans lesquels une intervention pourrait être implémentée. Il peut être recommandé d'augmenter le degré d'affinage du travail d'identification des sous-domaines et des caractéristiques clés de chaque groupe cible ; voir p.ex. le concept dit de « peer crowd affiliation » employé de plus en plus souvent dans le cadre d'initiatives se fondant sur les principes de marketing social.
- **Des initiatives différenciées** : en complément à la recommandation précédente, il s'agit dans le domaine des loisirs d'élaborer des mesures de prévention propres à chaque sous-domaine (p.ex. en utilisant les canaux de diffusion spécifiques aux sous-domaines, et en élaborant les messages qui correspondent aux valeurs propres à chaque sous-domaine), avec un focus distinct et adapté à

chaque public cible identifié. Une intervention indifférenciée, que ce soit en termes de forme ou de contenu, pourra difficilement atteindre le groupe cible.

- **Des vecteurs de communication réactifs:** l'utilisation des réseaux sociaux apparaît à ce titre primordial, mais doit également réagir au changement de tendances de « fréquentation » souvent observé chez les jeunes (p.ex. se donner la possibilité de migrer rapidement vers d'autres canaux de communication et ne pas persister à communiquer sur des plateformes abandonnées par le-s groupe-s cible-s).
- **Implication préalable du ou des groupe-s cible-s :** parallèlement, avant l'implémentation de toute initiative de prévention, il apparaît nécessaire d'impliquer le groupe cible - que ce soit les multiplicateurs/trices et/ou les enfants et jeunes. Une telle démarche vise à s'assurer de la bonne réceptivité d'une intervention.
- **Principe de cohérence :** les mesures structurelles (p.ex. bases légales) et les messages transmis par les autorités doivent être cohérents avec les messages de prévention diffusés sur le terrain.
- **Différencier les messages en fonction des groupes d'âge :** il s'agit de distinguer les mesures de prévention en fonction du fait que les enfants ou les jeunes aient ou non déjà eu une expérience avec le tabagisme. En ce sens, avec les jeunes enfants, il s'agit de privilégier le travail de renforcement des compétences de vie.
- **Éviter toute stigmatisation et moralisation:** les messages moralisateurs et centrés sur la personne qui fume sont à proscrire.
- **Adaptabilité :** il est recommandé d'élaborer des mesures qui offrent un cadre structurant mais soient modulables, afin de permettre une appropriation et une adaptation des interventions à une réalité locale.
- **Le dilemme de la réduction des risques dans le sous-domaine « Nightlife » :** les remarques soulevées par certain-e-s participant-e-s au sujet du sous-domaine de la vie nocturne amènent à un questionnement autour du discours tenu par les acteurs/trices de la prévention du tabagisme. En effet, la promotion exclusive de l'abstinence du tabagisme apparaît en conflit avec le concept de réduction des risques, largement diffusé dans ce sous-domaine concernant p.ex. la consommation d'alcool, l'usage de psychotropes et les comportements sexuels. Il paraît en ce sens judicieux de mener une réflexion approfondie, avec les acteurs/trices du domaine de la vie nocturne et des « noctambules », sur la manière dont la prévention du tabagisme pourrait intégrer la réalité du terrain dans le contenu des messages de prévention, en des termes qui pourraient se rapprocher des messages de réduction des risques.
- **Occuper davantage la scène des festivals par les acteurs/trices de santé :** les partenaires de santé pourraient occuper une place plus importante dans les festivals ou autres lieux festifs en se substituant à la promotion du tabac faite par les cigarettiers. Aux yeux de certain-e-s acteurs/trices, les subventions de l'industrie du tabac sont en diminution dans certains espaces festifs. Ce constat offre une fenêtre d'opportunité pour un soutien financier à de petits festivals par des acteurs/trices de santé qui permettrait des actions de prévention ciblées.
- **Acteurs/trices et réseaux :** la collaboration devrait idéalement se développer autant avec les organisations nationales et/ou les organismes faïtières qu'avec les communes.

8 Références

- Abroms, L. C., Windsor, R., & Simons-Morton, B. (2008). Getting young adults to quit smoking: a formative evaluation of the X-Pack Program. [Randomized Controlled Trial Research Support, N.I.H., Extramural]. *Nicotine & Tobacco Research*, 10(1), 27-33. DOI <http://dx.doi.org/10.1080/14622200701767852>.
- ACSP. (n.d.). P.E.P. Jeunesse (Puissance en pensée avant tout). Retrieved novembre, 2016, from <http://www.cpha.ca/fr/programs/move.aspx>
- action jeunesse. (n.d.). action jeunesse. Retrieved novembre, 2016, from <http://santesudbury.ca/aj/>
- Akbar, T., Baldacchino, A., Cecil, J., Riglietta, M., Sommer, B., & Humphris, G. (2011). Poly-substance use and related harms: a systematic review of harm reduction strategies implemented in recreational settings. *Neuroscience & Biobehavioral Reviews*, 35(5), 1186-1202.
- Annaheim, B., Wicki, M., Schmid, H., & Gmel, G. (2007). *Evaluation des Präventionsprogramms „cool and clean“ bei Jugendlichen - Breitensport und Talents* (Forschungsbericht Nr. 43). Lausanne: Schweizerische Fachstelle für Alkohol- und andere Drogenprobleme (SFA).
- Archimi, A., Eichenberger, Y., Kretschmann, A., & Delgrande Jordan, M. (2016). *Habitudes alimentaires, activité physique, usage des écrans et statut pondéral chez les élèves de 11 à 15 ans en Suisse - Résultats de l'enquête « Health Behaviour in School-aged Children » (HBSC) 2014 et évolution au fil du temps* (Rapport de recherche N° 78). Lausanne: Addiction Suisse.
- Ariza, C., Nebot, M., Tomas, Z., Gimenez, E., Valmayor, S., Tarilonte, V., et al. (2008). Longitudinal effects of the European smoking prevention framework approach (ESFA) project in Spanish adolescents. *Eur J Public Health*, 18(5), 491-497. DOI 10.1093/eurpub/ckn050.
- Arnett, J. J. (2005). The developmental context of substance use in emerging adulthood. *Journal of Drug Issues*, 35(2), 235-254.
- Baskerville, N. B., Azagba, S., Norman, C., McKeown, K., & Brown, K. S. (2016). Effect of a Digital Social Media Campaign on Young Adult Smoking Cessation. *Nicotine & Tobacco Research*, 18(3), 351-360. DOI 10.1093/ntr/ntv119.
- Berg, C. J., Stratton, E., Sokol, M., Santamaria, A., Bryant, L., & Rodriguez, R. (2014). Novel incentives and messaging in an online college smoking intervention. *Am J Health Behav*, 38(5), 668-680. DOI 10.5993/AJHB.38.5.4.
- Bolier, L., Voorham, L., Monshouwer, K., van Hasselt, N., & Bellis, M. (2011). Alcohol and drug prevention in nightlife settings: a review of experimental studies. *Substance Use and Misuse*, 46(13), 1569-1591.
- Brinn, M. P., Carson, K. V., Esterman, A. J., Chang, A. B., & Smith, B. J. (2012). Cochrane Review: Mass media interventions for preventing smoking in young people. *Evidence-Based Child Health: A Cochrane Review Journal*, 1(7), 86-144.
- Büchli, A., & Menzi, P. (2015). *Rapport d'activités Safer Nightlife Suisse 2013/2014*.
- Bühler, A., & Thruhl, J. (2013). *Expertise zur Suchtprävention* (Vol. 46). (Forschung und Praxis der Gesundheitsförderung). Köln: Bundeszentrale für gesundheitliche Aufklärung.
- Bühler, A., & Thruhl, J. (2015). *Prevention of addictive behaviours*. (Insights). Lisbon: European Monitoring Centre for Drugs and Drug Addiction (EMCDDA).

- Canevascini, M., Kuendig, H., Véron, C., & Pasche, M. (2015). Publicité et promotion des produits du tabac et des cigarettes électroniques. *Revue Médical Suisse*(478), 1288-1294.
- Carson, K. V., Brinn, M. P., Labiszewski, N. A., Esterman, A. J., Chang, A. B., & Smith, B. J. (2011). Community interventions for preventing smoking in young people. *Cochrane Database Syst Rev*(7), CD001291. DOI 10.1002/14651858.CD001291.pub2.
- CIPRET-Vaud. (2016). Tabac sans Tabou. Retrieved 08.11.2016, 2016, from <http://tabacsanstabou.ch/>
- Civiljak, M., Stead, L. F., Hartmann-Boyce, J., Sheikh, A., & Car, J. (2013). Internet-based interventions for smoking cessation. *The Cochrane Library*.
- CSAJ. (2016). Voilà. Retrieved 08.11.2016, 2016, from <http://www.voila.ch/fr/>
- Durlak, J. A., Weissberg, R. P., & Pachan, M. (2010). A meta-analysis of after-school programs that seek to promote personal and social skills in children and adolescents. *American Journal of Community Psychology*, 3-4(45), 294-309.
- EMCDDA. *FeierFest! – Leisure time and party culture for young people. Pilot project for the implementation of a new festival and party culture for young people in the EuRegio-region Salzburg/Bavaria*. Retrieved from http://www.emcdda.europa.eu/modules/wbs/dsp_print_project_description.cfm?project_id=AT0902.
- EMCDDA. (2010). *Prevention and Evaluation Resources Kit (PERK) (Vol. 4). (A Manual for Prevention Professional)*. Portugal: European Monitoring Centre for Drugs and Drug Addiction.
- Erickson, E. H. (2011). *Adolescence et crise - La quête de l'identité* (4ème ed.).
- Evans, W. D., & Hastings, G. (2008). *Public health branding: Applying marketing for social change*. Oxford, UK: Oxford University Press.
- Fallin, A., Neilands, T. B., Jordan, J. W., Hong, J. S., & Ling, P. M. (2015a). Wreaking "havoc" on smoking: social branding to reach young adult "partiers" in Oklahoma. *Am J Prev Med*, 48(1 Suppl 1), S78-85. DOI 10.1016/j.amepre.2014.09.008.
- Fallin, A., Neilands, T. B., Jordan, J. W., & Ling, P. M. (2015b). Social Branding to Decrease Lesbian, Gay, Bisexual, and Transgender Young Adult Smoking. *Nicotine Tob Res*, 17(8), 983-989. DOI 10.1093/ntr/ntu265.
- Farrelly, M. C., Nonnemaker, J., Davis, K. C., & Hussin, A. (2009). The influence of the national truth[®] campaign on smoking initiation. *American Journal of Preventive Medicine*, 36(5), 379-384. DOI 10.1016/j.amepre.2009.01.019.
- FreeTheNight. (2016). Free The Night. Retrieved 08.11.2016, 2016, from <http://freethenightok.org/about/>
- Gamache, L., & Stich, C. (2014). *Synthèse des connaissances sur la prévention du tabagisme en milieu scolaire. Mise à jour 2014*. Québec: Institut national de santé publique du Québec, Direction du développement des individus et des communautés.
- Geier, C. S., & Bogner, F. X. (2010). Student-centred anti-smoking education: Comparing a classroom-based and an out-of-school setting. [Empirical Study; Quantitative Study]. *Learning Environments Research*, 13(2), 147-157.
- Haines-Saah, R. J., Kelly, M. T., Oliffe, J. L., & Bottorff, J. L. (2015). Picture Me Smokefree: a qualitative study using social media and digital photography to engage young adults in tobacco reduction and cessation. *J Med Internet Res*, 17(1), e27. DOI 10.2196/jmir.4061.

- Haug, S., Paz Castro, R., Filler, A., Kowatsch, T., Fleisch, E., & Schaub, M. P. (2014). Efficacy of an internet and SMS-based integrated smoking cessation and alcohol intervention for smoking cessation in young people: Study protocol of a two-arm cluster randomised controlled trial. *BMC Public Health*, 14, 1140. DOI 10.1186/1471-2458-14-1140.
- Haug, S., Schaub, M. P., Venzin, V., Meyer, C., & John, U. (2013). Efficacy of a text message-based smoking cessation intervention for young people: a cluster randomized controlled trial. *J Med Internet Res*, 15(8), e171. DOI 10.2196/jmir.2636.
- Hawkins, J. D., Oesterle, S., Brown, E. C., Abbott, R. D., & Catalano, R. F. (2014). Youth problem behaviors 8 years after implementing the communities that care prevention system: a community-randomized trial. *JAMA Pediatr*, 168(2), 122-129. DOI 10.1001/jamapediatrics.2013.4009.
- Heeg, R., Steiner, O., Nieuwenboom, W., & Schmid, H. (2017). *Lebenswelten von Kindern und Jugendlichen in der Schweiz. Grundlagen und Empirie für die Tabakprävention*. Basel / Olten: Fachhochschule Nordwestschweiz, Hochschule für Soziale Arbeit.
- Hilland, T. A., Beynon, C. M., McGee, C. E., Murphy, R. C., Parnell, D., Romeo-Velilla, M., et al. (2015). Training sports coaches to tackle tobacco: formative evaluation of the SmokeFree Sports campaign. *International Journal of Health Promotion and Education*, 53(1), 2-16. DOI 10.1080/14635240.2014.915758.
- Hille, A., Arnold, A., & Schupp, J. (2013). Freizeitverhalten Jugendlicher: Bildungsorientierte Aktivitäten spielen eine immer größere Rolle. *DIW Wochenbericht*(40), 15-25.
- Horn, K., Branstetter, S., Zhang, J., Jarrett, T., Tompkins, N. O., Anesetti-Rothermel, A., et al. (2013). Understanding physical activity outcomes as a function of teen smoking cessation. *Journal of Adolescent Health*, 53(1), 125-131.
- IdéeSport, F. (2016a). EverFresh. Retrieved 08.11.2016, 2016, from <http://www.ideesport.ch/de/everfresh>
- IdéeSport, F. (2016b). MidnightSports. Retrieved 08.11.2016, 2016, from <http://www.ideesport.ch/fr/midnightsports>
- imp-Actes. (2016). Tabakitaba. Retrieved 08.11.2016, 2016, from www.tabakitaba.com
- infodrog. (2016). Milieu festif. Retrieved 08.11.2016, 2016, from <http://www.infodrog.ch/milieu-festif.html>
- Kalkhoran, S., Lisha, N. E., Neilands, T. B., Jordan, J. W., & Ling, P. M. (2016). Evaluation of Bar and Nightclub Intervention to Decrease Young Adult Smoking in New Mexico. *Journal of Adolescent Health*, 59(2), 222-229.
- Kindelberger, C., Le Floc'h, N., & Clarisse, R. (2007). Les activités de loisirs des enfants et des adolescents comme milieu de développement. *L'orientation scolaire et professionnelle*, 36(4), 485-502.
- Kristjansson, A. L., James, J. E., Allegrante, J. P., Sigfusdottir, I. D., & Helgason, A. R. (2010). Adolescent substance use, parental monitoring, and leisure-time activities: 12-year outcomes of primary prevention in Iceland. *Prev Med*, 51(2), 168-171. DOI 10.1016/j.ypmed.2010.05.001.
- Kubacki, K., & Rundle-Thiele, S. (Eds.). (2013). *Contemporary issues in social marketing*. Newcastle upon Tyne: Cambridge Scholars Publishing.
- Larousse. (Ed.) (2016) Larousse - Dictionnaire du Français.
- Ling, P. M., Lee, Y. O., Hong, J., Neilands, T. B., Jordan, J. W., & Glantz, S. A. (2014). Social branding to decrease smoking among young adults in bars. *American Journal of Public Health*, 104(4), 751-760.

- Lisha, N. E., Jordan, J. W., & Ling, P. M. (2016). Peer crowd affiliation as a segmentation tool for young adult tobacco use. *Tobacco Control*, 25(Suppl 1), i83-i89. DOI 10.1136/tobaccocontrol-2016-053086.
- Mahoney, J. L., Larson, R. W., & Eccles, J. S. (2005). *Organized activities as contexts of development: Extracurricular activities, after school and community programs*. Psychology Press.
- Mason, M., Mennis, J., Way, T., Zaharakis, N., Campbell, L. F., Benotsch, E. G., et al. (2016). Text Message Delivered Peer Network Counseling for Adolescent Smokers: A Randomized Controlled Trial. *J Prim Prev*. DOI 10.1007/s10935-016-0439-2.
- McGee, C. E., Trigwell, J., Fairclough, S. J., Murphy, R. C., Porcellato, L., Ussher, M., et al. (2016). Effect of a sport-for-health intervention (SmokeFree Sports) on smoking-related intentions and cognitions among 9-10 year old primary school children: a controlled trial. *BMC Public Health*, 16, 445. DOI 10.1186/s12889-016-3048-3.
- Menzi, P., & Büchli, A. (2016). *Rapport d'activités Safer Nightlife Suisse 2014/2015*.
- Mission interministérielle de lutte contre la drogue et la toxicomanie (MILDT), & Direction de la jeunesse, de l'éducation populaire et de la vie associative (DJEPVA), (Eds.). (2009). *Alcool, tabac, cannabis... Quelle prévention pour les jeunes en espaces de loisirs?* Paris: Institut national de la jeunesse et de l'éducation populaire.
- Myers, P., & Blackmore, D. (2013). *The National Partnership Agreement on Preventive Health (NPAPH). Tobacco social marketing campaign* (Evaluation report-waves 5&6). North Melbourne, Vic: The Social Research Centre.
- OECD. (2016). Les contextes d'apprentissage qui déterminent la formation des compétences *Les compétences au service du progrès social: le pouvoir des compétences socio-affectives*. Paris: OECD Publishing.
- OFS. (n.d.). Revenus et conditions de vie en Suisse. Retrieved 26.10.2016, from <https://www.bfs.admin.ch/bfs/fr/home/statistiques/situation-economique-sociale-population/enquetes/silc.html>
- OFSP. Informations pour les enfants et les jeunes. Retrieved 27.10.2016, from http://www.jugendundsport.ch/internet/js/fr/home/informationen/kinder_und_jugendliche.html
- PROFA. (2016). Georgette in Love. Retrieved 23.11.2016, 2016, from <https://www.profa.ch/fr/services/prevention-vih-ist/georgette-in-love-0-15>
- Ramo, D. E., Liu, H., & Prochaska, J. J. (2015). A mixed-methods study of young adults' receptivity to using Facebook for smoking cessation: if you build it, will they come? *Am J Health Promot*, 29(4), e126-135. DOI 10.4278/ajhp.130326-QUAL-128.
- Ramo, D. E., Rodriguez, T. M., Chavez, K., Sommer, M. J., & Prochaska, J. J. (2014). Facebook Recruitment of Young Adult Smokers for a Cessation Trial: Methods, Metrics, and Lessons Learned. *Internet Interv*, 1(2), 58-64. DOI 10.1016/j.invent.2014.05.001.
- Rangelov, N., & Suggs, L. S. (2015). Using strategic social marketing to promote healthy nutrition and physical activity behaviors to parents and children in Switzerland: The development of FAN. *Cases in Public Health Communication & Marketing*, 8, 27-50.
- Rescue. (2016). Syke. Retrieved 23.11.2016, 2016, from <http://www.sykeva.com/>
- Sanders, B. E. (2006). *Drugs, Clubs and Young People - Sociological and Public Health Perspectives*. New York: Routledge.

- Schtifti. (2016). GORILLA - Le programme de la Schtifti pour la promotion de la santé. Retrieved 23.11.2016, 2016, from <http://schtifti.ch/fr/gorilla/>
- Sepe, E., Ling, P. M., & Glantz, S. A. (2002). Smooth Moves: Bar and Nightclub Tobacco Promotions That Target Young Adults. *American Journal of Public Health*, 92(3), 414-419.
- Struik, L. L., & Baskerville, N. B. (2014). The role of Facebook in Crush the Crave, a mobile- and social media-based smoking cessation intervention: qualitative framework analysis of posts. *J Med Internet Res*, 16(7), e170. DOI 10.2196/jmir.3189.
- Suggs, L. S., Rangelov, N., Rangel Garcia, M., & Aguirre Sánchez, L. (2014). FAN - Famiglia, attività fisica, nutrizione: Ticino, Switzerland's campaign for healthy weight. In G. Hastings & C. Domegan (Eds.), *Social marketing: From tunes to symphonies* (2nd ed.). New York: Routledge.
- Suggs, L. S., Rots, G., Jacques, J., Vong, H., Mui, J., Reardon, B., et al. (2011). "I'm allergic to stupid decisions": An m-health campaign to reduce youth alcohol consumption *Cases in Public Health Communication & Marketing*, 5, 111-135.
- Suter, L., Waller, G., Genner, S., Oppliger Kleiner, S., Willemse, I., Schwarz, B., et al. (2015). MIKE - Medien, Interaktion, Kinder, Eltern. Zürich: Zürcher Hochschule für Angewandte Wissenschaften.
- Swiss Olympic. (2016). Cool and clean. Retrieved 08.11.2016, 2016, from <http://www.coolandclean.ch/>
- Trigwell, J., McGee, C. E., Casstle, H., Murphy, R. C., Porcellato, L. A., Ussher, M., et al. (2014). Preventing smoking among nine to ten-year-old children using a novel school-based physical activity intervention: Overview of SmokeFree Sports. *Education and Health*, 32, 93-102.
- Trigwell, J., McGee, C. E., Murphy, R. C., Porcellato, L. A., Ussher, M., Garnham-Lee, K., et al. (2015). Process evaluation of a sport-for-health intervention to prevent smoking amongst primary school children: SmokeFree Sports. *BMC Public Health*, 15, 347. DOI 10.1186/s12889-015-1645-1.
- VaudFamille.ch. Activités enfants. Retrieved 27.10.2016, from <http://www.vaudfamille.ch/N3686/activites-enfants.html>
- Verkooijen, K. T., Nielsen, G. A., & Kremers, S. P. (2008). The Association between leisure time physical activity and smoking in adolescence: an examination of potential mediating and moderating factors. *Int J Behav Med*, 15(2), 157-163. DOI 10.1080/10705500801929833.
- Waller, G., Willemse, I., Genner, S., Suter, L., & Süß, D. (2016). JAMES - Jeunes, activités, médias – enquête Suisse. Zurich: Haute école des sciences appliquées de Zurich.
- Wallon, H. (1956). Importance du mouvement dans le développement psychologique de l'Enfant. *Enfance*, 9(2), 1-4.
- Whittaker, R., Dorey, E., Bramley, D., Bullen, C., Denny, S., Elley, C. R., et al. (2011). A theory-based video messaging mobile phone intervention for smoking cessation: randomized controlled trial. *J Med Internet Res*, 13(1), e10. DOI 10.2196/jmir.1553.
- Wichstrom, T., & Wichstrom, L. (2009). Does sports participation during adolescence prevent later alcohol, tobacco and cannabis use? *Addiction*, 104(1), 138-149.
- Wicki, M., Rohrbach, W., & Stucki, S. (2011). *Evaluation des Präventionsprogramms "cool and clean" bei Jugendlichen – Breitensport und Talents* (Forschungsbericht Nr. 60). Lausanne: Sucht Schweiz.
- Wicki, M., Stucki, S., & Marmet, S. (2015). *Evaluation des Präventionsprogramms «cool and clean» - Teilstudie 1 A -- Wirkung von «cool and clean» bei sportlich aktiven Jugendlichen im Breitensport* (Forschungsbericht Nr. 76). Lausanne: Sucht Schweiz.

- Willemse, I., Waller, G., Genner, S., Suter, L., Oppliger Kleiner, S., Huber, A., et al. (2014). JAMES - Jugend, Aktivitäten, Medien - Erhebung Schweiz. Zürich: Zürcher Hochschule für Angewandte Wissenschaften.
- Windlin, B., Schneider, E., Marmet, S., & Delgrande Jordan, M. (2017). *Grundlagen der Tabakprävention für Kinder und Jugendliche im Setting Bildung - Analyse der internationalen Literatur und Einschätzungen von im Setting tätigen Akteurinnen und Akteuren in der Schweiz* (Forschungsbericht Nr. 85). Lausanne: Sucht Schweiz.
- Yonker, L. M., Zan, S., Scirica, C. V., Jethwani, K., & Kinane, T. B. (2015). "Friending" teens: systematic review of social media in adolescent and young adult health care. *J Med Internet Res*, 17(1), e4. DOI /jmir.3692.
- Zucker, D., Hopkins, R. S., Sly, D. F., Urich, J., Kershaw, J. M., & Solari, S. (2000). Florida's "truth" campaign: A counter-marketing, anti-tobacco media campaign. *Journal of Public Health Management and Practice*, 6(3), 1-6.

9 Annexes

Annexe 1 : Grille d'entretien pour le focus groupe prévention du tabagisme dans le domaine loisirs 2016

Lieu: Addiction Suisse, grande salle ; Durée: 14.00 – 16.15

Phase I: Introduction

Quoi	Durée	Informations importantes Remarques	Heure
Salutations, remerciements pour participation	2'	Courte introduction au projet Liste de présence, demander de vérifier et corriger	14h
Courte présentation du team et des rôles dans le focus groupe	2'	Modération du focus groupe, prise de protocole, ev. exposé	
But des phases de discussion	3'	- Chances et risques d'une prévention du tabagisme dans le setting loisirs - Coopérations possibles - Recommandations pour la prévention du tabagisme dans le setting loisirs en Suisse	-
Méthode et déroulement du focus groupe	1'	- Il s'agit d'une discussion dirigée ; nous ne pourrons pas discuter longuement, approfondir; nous souhaitons obtenir des réponses à nos questions ; nous ne cherchons pas à obtenir un consensus - Durée 2h env. - Nous enregistrons les discussions ; protection des données garantie. - Dans le rapport les noms sont indiqués mais on ne sait pas ce qu'ils ont dit.	-
Courte présentation des participant-e-s	5'	Pannel très hétérogène. Des sous-domaines. Juste nom et institution mais quel domaine; préparer les cartes.	

Phase II: Présentation des fondements

Quoi	Durée	But	Heure
Introduction : courte présentation des résultats de la recherche de littérature	10'	But est d'avoir même état de connaissance Pas de questions pendant la présentation, mais suffisamment de temps à la fin pour poser des questions de compréhensions (pas de discussion) Même état de connaissance concernant : efficacité, good practices, facteurs de succès et d'échecs, offres existantes et lacunes dans la prévention du tabagisme dans le setting loisirs en Suisse Flip chart: Noter sous-domaines et facteurs réussite/échecs	14h15
Questions de compréhension uniquement	5'		

Phase III: Discussion sur la prévention du tabagisme en suivant le fil conducteur

Thème	Question	Durée	Heure
Question d'introduction	De la présentation précédente on a pu mettre en évidence des facteurs de succès ou d'échecs, des interventions ou des manières de faire efficaces, des offres ou des lacunes dans le domaine de la prévention du tabagisme setting loisirs 1. Partagez-vous cette évaluation, cette lecture? Comment analyseriez-vous la situation de votre point de vue, en lien avec votre travail ?	10'	14h30
Offres actuelles, lacunes et facteurs de succès perçus	2. Quelles offres ou mesures de prévention du tabagisme et de promotion de la santé dans le setting loisirs connaissez-vous, en lien avec votre travail? <i>Question supplémentaire : Quels thèmes de PS et prévention reviennent le plus souvent ?</i> 3. Quels facteurs de réussite et quelles méthodes qui marchent pour la prévention du tabagisme et promotion de la santé dans le setting loisirs y remarquez-vous? 4. Voyez-vous des manques, par ex. pour certains groupes-cibles (ou par lieu ?)	10'	14h40

Attentes et réserves	5. Quelles sont vos attentes en matière de prévention du tabagisme et de promotion de la santé dans les loisirs? <i>Question supplémentaire : au niveau structurel, individuel ?</i> 6. Quelle forme de prévention du tabagisme dans le setting loisirs pourrait être utile selon vous? 7. De quoi auriez-vous besoin ? comment pourrions-nous vous aider en pratique ? 8. Quelles sont vos réserves concernant la prévention du tabagisme et de promotion de la santé dans les loisirs? 9. Qu'est-ce qui est à éviter en matière de prévention du tabagisme et de promotion de la santé dans les loisirs? <i>Question supplémentaire : au niveau structurel, individuel ?</i>	25'	14h50
Participation	10. Comment et à quel moment (quelle phase) faut-il impliquer les multiplicateurs (pairs, personne influente travailleur/euse social-e, blogueur, blogueuse, animateur/trice, entraîneur/euse,) lors du développement et de la mise en place d'activités de prévention dans le setting loisirs? <i>Question supplémentaire</i> - <i>Quelles sont vos expériences avec l'implication de certains de ces multiplicateurs (lesquels sont importants ?) dans le développement ou la mise en place d'activités (de prévention) ?</i> - <i>Vous identifiez-vous comme multiplicateur potentiel? Si non qu'est-ce qui pourrait modifier votre perception</i> - <i>que faudrait-il pour que vous sentiez concernés.</i>	10'	15h15
Collaboration	11. Quel-le-s sont les organisations, réseaux, acteurs/trices, proches du setting loisirs qui pourraient ou devraient collaborer en matière de prévention du tabagisme et de promotion de la santé <i>Question supplémentaire Quel rôle pourrait jouer certaines structures méta, par ex....</i> <i>Quelles expériences avez-vous, quelles recommandations pouvez-vous nous faire</i>	15'	15h25
Question de conclusion	12. Quels offres concrètes (en matière de prévention du tabagisme dans le domaine loisirs) recommandez-vous : Spécifique ou global (toutes substances/conduites) Centrée sur la personne ou comportementale/globale-relationnelle Primaire ou thérapie Tenant en compte le genre ou pas	15'	15h40

	13. Avez-vous des propositions et recommandations pour promouvoir la prévention du tabagisme et promotion de la santé dans le setting loisirs dont nous n'aurions pas encore parlé		
--	--	--	--

Phase IV: Conclusion et remerciements

Quoi	Durée	Remarques	Heure
Informations sur la suite du projet et réponse à des questions y relatives	2'	p.ex. planification, communication du rapport selon accord de l'OFSP	15h55
Remercier et prendre congé	2'	Invitation à présenter les frais de déplacements avec le document d'origine	16h00

Annexe 2 : Liste des profils de personnes ayant participé au focus groupe ou aux entretiens individuels

Structures professionnelles des participant-e-s au entretiens de groupe et individuel

Sous-domaine « Sports »

Collaborateur/trice-responsable de la formation aux Mouvements juniors de hockey sur glace à Lausanne

Collaborateur/trice du Service des Sports de la ville de Neuchâtel

Sous-domaine « Vie nocturne »

Collaborateur/trice de la Fondation Le Relais à Morges

Collaborateur/trice à la salle de concerts des Docks à Lausanne

Travailleur/euse indépendant-e dans la production, l'administration et la coordination de projets culturels

Travailleur/euse indépendant-e dans la prévention et réduction des risques dans le milieu de la vie nocturne

Collaborateur/trice à l'Observatoire de la Sécurité de la Ville de Lausanne

Sous-domaine « Activités de Jeunesse »

Collaborateurs/trices – un-e responsable et un-e animateur socio-culturel/le - de la Fondation genevoise pour l'animation socioculturelle (FASe)

Animateur/trice socio-culturel/le au Service Jeunesse de la ville de Monthey

Animateur/trice socio-culturel/le de la Fondation pour l'animation socioculturelle lausannoise (FASL)

Responsable de projets au Conseil Suisse des Activités de Jeunesse (CSAJ)

Animateur/trice socio-culturel/le au Kinder- und Jugendfachstelle Lyss und Umgebung, Domaines „Soziokultur, Prävention, Partizipation, Integration

Sous-domaine « médias »

Travailleur/euse indépendant-e (blog) sur les réseaux sociaux

Responsable d'une agence de communication à Lausanne

Annexe 3 : Liste des références complètes

Références issues de la recherche originale de littérature scientifique:

- Abroms, L. C., Windsor, R., & Simons-Morton, B. (2008). Getting young adults to quit smoking: a formative evaluation of the X-Pack Program. *Nicotine & Tobacco Research*, 10(1), 27-33. doi:<http://dx.doi.org/10.1080/14622200701767852>
- Ariza, C., Nebot, M., Tomas, Z., Gimenez, E., Valmayor, S., Tarilonte, V., & De Vries, H. (2008). Longitudinal effects of the European smoking prevention framework approach (ESFA) project in Spanish adolescents. *Eur J Public Health*, 18(5), 491-497. doi:10.1093/eurpub/ckn050
- Baskerville, N. B., Azagba, S., Norman, C., McKeown, K., & Brown, K. S. (2016). Effect of a Digital Social Media Campaign on Young Adult Smoking Cessation. *Nicotine & Tobacco Research*, 18(3), 351-360. doi:10.1093/ntr/ntv119
- Geier, C. S., & Bogner, F. X. (2010). Student-centred anti-smoking education: Comparing a classroom-based and an out-of-school setting. *Learning Environments Research*, 13(2), 147-157.
- Haines-Saah, R. J., Kelly, M. T., Oliffe, J. L., & Bottorff, J. L. (2015). Picture Me Smokefree: a qualitative study using social media and digital photography to engage young adults in tobacco reduction and cessation. *J Med Internet Res*, 17(1), e27. doi:10.2196/jmir.4061
- Haug, S., Paz Castro, R., Filler, A., Kowatsch, T., Fleisch, E., & Schaub, M. P. (2014). Efficacy of an internet and SMS-based integrated smoking cessation and alcohol intervention for smoking cessation in young people: Study protocol of a two-arm cluster randomised controlled trial. *BMC Public Health*, 14, 1140. DOI 10.1186/1471-2458-14-1140.
- Haug, S., Schaub, M. P., Venzin, V., Meyer, C., & John, U. (2013). Efficacy of a text message-based smoking cessation intervention for young people: a cluster randomized controlled trial. *J Med Internet Res*, 15(8), e171. doi:10.2196/jmir.2636
- Hawkins, J. D., Oesterle, S., Brown, E. C., Abbott, R. D., & Catalano, R. F. (2014). Youth problem behaviors 8 years after implementing the communities that care prevention system: a community-randomized trial. *JAMA Pediatr*, 168(2), 122-129. doi:10.1001/jamapediatrics.2013.4009
- Hilland, T. A., Beynon, C. M., McGee, C. E., Murphy, R. C., Parnell, D., Romeo-Velilla, M., . . . Fowweather, L. (2015). Training sports coaches to tackle tobacco: formative evaluation of the SmokeFree Sports campaign. *International Journal of Health Promotion and Education*, 53(1), 2-16. doi:10.1080/14635240.2014.915758
- Kalkhoran, S., Lisha, N. E., Neilands, T. B., Jordan, J. W., & Ling, P. M. (2016). Evaluation of Bar and Nightclub Intervention to Decrease Young Adult Smoking in New Mexico. *Journal of Adolescent Health*, 59(2), 222-229.
- Kristjansson, A. L., James, J. E., Allegrante, J. P., Sigfusdottir, I. D., & Helgason, A. R. (2010). Adolescent substance use, parental monitoring, and leisure-time activities: 12-year outcomes of primary prevention in Iceland. *Prev Med*, 51(2), 168-171. DOI 10.1016/j.ypmed.2010.05.001.
- Ling, P. M., Lee, Y. O., Hong, J., Neilands, T. B., Jordan, J. W., & Glantz, S. A. (2014). Social branding to decrease smoking among young adults in bars. *American Journal of Public Health*, 104(4), 751-760.
- Mason, M., Mennis, J., Way, T., Zaharakis, N., Campbell, L. F., Benotsch, E. G., et al. (2016). Text Message Delivered Peer Network Counseling for Adolescent Smokers: A Randomized Controlled Trial. *J Prim Prev*. DOI 10.1007/s10935-016-0439-2.

- McGee, C. E., Trigwell, J., Fairclough, S. J., Murphy, R. C., Porcellato, L., Ussher, M., & Foweather, L. (2016). Effect of a sport-for-health intervention (SmokeFree Sports) on smoking-related intentions and cognitions among 9-10 year old primary school children: a controlled trial. *BMC Public Health*, 16, 445. doi:10.1186/s12889-016-3048-3
- Ramo, D. E., Liu, H., & Prochaska, J. J. (2015). A mixed-methods study of young adults' receptivity to using Facebook for smoking cessation: if you build it, will they come? *Am J Health Promot*, 29(4), e126-135. doi:10.4278/ajhp.130326-QUAL-128
- Ramo, D. E., Rodriguez, T. M., Chavez, K., Sommer, M. J., & Prochaska, J. J. (2014). Facebook Recruitment of Young Adult Smokers for a Cessation Trial: Methods, Metrics, and Lessons Learned. *Internet Interv*, 1(2), 58-64. doi:10.1016/j.invent.2014.05.001
- Struik, L. L., & Baskerville, N. B. (2014). The role of Facebook in Crush the Crave, a mobile- and social media-based smoking cessation intervention: qualitative framework analysis of posts. *J Med Internet Res*, 16(7), e170. doi:10.2196/jmir.3189
- Trigwell, J., McGee, C. E., Murphy, R. C., Porcellato, L. A., Ussher, M., Garnham-Lee, K., . . . Foweather, L. (2015). Process evaluation of a sport-for-health intervention to prevent smoking amongst primary school children: SmokeFree Sports. *BMC Public Health*, 15, 347. doi:10.1186/s12889-015-1645-1
- Verkooijen, K. T., Nielsen, G. A., & Kremers, S. P. (2008). The Association between leisure time physical activity and smoking in adolescence: an examination of potential mediating and moderating factors. *Int J Behav Med*, 15(2), 157-163. doi:10.1080/10705500801929833
- Whittaker, R., Dorey, E., Bramley, D., Bullen, C., Denny, S., Elley, C. R., et al. (2011). A theory-based video messaging mobile phone intervention for smoking cessation: randomized controlled trial. *J Med Internet Res*, 13(1), e10. DOI 10.2196/jmir.1553.
- Wichstrom, T., & Wichstrom, L. (2009). Does sports participation during adolescence prevent later alcohol, tobacco and cannabis use? *Addiction*, 104(1), 138-149.
- Yonker, L. M., Zan, S., Scirica, C. V., Jethwani, K., & Kinane, T. B. (2015). "Friending" teens: systematic review of social media in adolescent and young adult health care. *J Med Internet Res*, 17(1), e4. doi:/jmir.3692

Références - articles et rapports - issues de la recherche complémentaire de littérature:

- Akbar, T., Baldacchino, A., Cecil, J., Riglietta, M., Sommer, B., & Humphris, G. (2011). Poly-substance use and related harms: a systematic review of harm reduction strategies implemented in recreational settings. *Neuroscience & Biobehavioral Reviews*, 35(5), 1186-1202.
- Annaheim, B., Wicki, M., Schmid, H., & Gmel, G. (2007). *Evaluation des Präventionsprogramms „cool and clean“ bei Jugendlichen - Breitensport und Talents* (Forschungsbericht Nr. 43). Retrieved from Lausanne:
- Archimi, A., Eichenberger, Y., Kretschmann, A., & Delgrande Jordan, M. (2016). Habitudes alimentaires, activité physique, usage des écrans et statut pondéral chez les élèves de 11 à 15 ans en Suisse - Résultats de l'enquête « Health Behaviour in School-aged Children » (HBSC) 2014 et évolution au fil du temps (Rapport de recherche N° 78). Retrieved from Lausanne:
- Arnett, J. J. (2005). The developmental context of substance use in emerging adulthood. *Journal of Drug Issues*, 35(2), 235-254.

- Berg, C. J., Stratton, E., Sokol, M., Santamaria, A., Bryant, L., & Rodriguez, R. (2014). Novel incentives and messaging in an online college smoking intervention. *Am J Health Behav*, 38(5), 668-680. doi:10.5993/AJHB.38.5.4
- Bolier, L., Voorham, L., Monshouwer, K., van Hasselt, N., & Bellis, M. (2011). Alcohol and drug prevention in nightlife settings: a review of experimental studies. *Substance Use and Misuse*, 46(13), 1569-1591.
- Brinn, M. P., Carson, K. V., Esterman, A. J., Chang, A. B., & Smith, B. J. (2012). Cochrane Review: Mass media interventions for preventing smoking in young people. *Evidence-Based Child Health: A Cochrane Review Journal*, 1(7), 86-144.
- Büchli, A., & Menzi, P. (2015). *Rapport d'activités Safer Nightlife Suisse 2013/2014*. Retrieved from http://www.infodrog.ch/tl_files/templates/InfoDrog/user_upload/safernightlife_fr/Buecheli_Menzi_ReportingsNS_2013-2014_Infodrog_fr_2015-01.pdf
- Bühler, A., & Thruhl, J. (2013). *Expertise zur Suchtprävention* (Vol. 46). Köln: Bundeszentrale für gesundheitliche Aufklärung.
- Bühler, A., & Thruhl, J. (2015). *Prevention of addictive behaviours*. Lisbon: European Monitoring Centre for Drugs and Drug Addiction (EMCDDA).
- Canevascini, M., Kuendig, H., Véron, C., & Pasche, M. (2015). Publicité et promotion des produits du tabac et des cigarettes électroniques. *Revue Médical Suisse*(478), 1288-1294.
- Carson, K. V., Brinn, M. P., Labiszewski, N. A., Esterman, A. J., Chang, A. B., & Smith, B. J. (2011). Community interventions for preventing smoking in young people. *Cochrane Database Syst Rev*(7), CD001291. doi:10.1002/14651858.CD001291.pub2
- Civiljak, M., Stead, L. F., Hartmann-Boyce, J., Sheikh, A., & Car, J. (2013). Internet-based interventions for smoking cessation. *The Cochrane Library*.
- Durlak, J. A., Weissberg, R. P., & Pachan, M. (2010). A meta-analysis of after-school programs that seek to promote personal and social skills in children and adolescents. *American Journal of Community Psychology*, 3-4(45), 294-309.
- EMCDDA. (2010). *Prevention and Evaluation Resources Kit (PERK)* (Vol. 4). Portugal: European Monitoring Centre for Drugs and Drug Addiction.
- Erickson, E. H. (2011). *Adolescence et crise - La quête de l'identité* (4ème ed.).
- Evans, W. D., & Hastings, G. (2008). *Public health branding: Applying marketing for social change*. Oxford, UK: Oxford University Press.
- Fallin, A., Neilands, T. B., Jordan, J. W., & Ling, P. M. (2015). Social Branding to Decrease Lesbian, Gay, Bisexual, and Transgender Young Adult Smoking. *Nicotine Tob Res*, 17(8), 983-989. doi:10.1093/ntr/ntu265
- Fallin, A., Neilands, T. B., Jordan, J. W., Hong, J. S., & Ling, P. M. (2015). Wreaking "havoc" on smoking: social branding to reach young adult "partiers" in Oklahoma. *Am J Prev Med*, 48(1 Suppl 1), S78-85. doi:10.1016/j.amepre.2014.09.008
- Farrelly, M. C., Nonnemaker, J., Davis, K. C., & Hussin, A. (2009). The influence of the national truth® campaign on smoking initiation. *American Journal of Preventive Medicine*, 36(5), 379-384. DOI 10.1016/j.amepre.2009.01.019.
- Hille, A., Arnold, A., & Schupp, J. (2013). Freizeitverhalten Jugendlicher: Bildungsorientierte Aktivitäten spielen eine immer größere Rolle. *DIW Wochenbericht*(40), 15-25.

- Kindelberger, C., Le Floc'h, N., & Clarisse, R. (2007). Les activités de loisirs des enfants et des adolescents comme milieu de développement. *L'orientation scolaire et professionnelle*, 36(4), 485-502.
- Larousse. (Ed.) (2016) Larousse - Dictionnaire du Français.
- Mahoney, J. L., Larson, R. W., & Eccles, J. S. (2005). Organized activities as contexts of development: Extracurricular activities, after school and community programs: Psychology Press.
- Menzi, P., & Büchli, A. (2016). *Rapport d'activités Safer Nightlife Suisse 2014/2015*. Retrieved from http://www.infodrog.ch/tl_files/templates/InfoDrog/user_upload/safernightlife_fr/Franz_Abschluss_Report_SNS%202015.pdf
- Myers, P., & Blackmore, D. (2013). *The National Partnership Agreement on Preventive Health (NPAPH). Tobacco social marketing campaign* (Evaluation report-waves 5&6). North Melbourne, Vic: The Social Research Centre.
- OECD. (2016). Les contextes d'apprentissage qui déterminent la formation des compétences *Les compétences au service du progrès social: Le pouvoir des compétences socio-affectives*. Paris: OECD Publishing.
- Rangelov, N., & Suggs, L. S. (2015). Using strategic social marketing to promote healthy nutrition and physical activity behaviors to parents and children in Switzerland: The development of FAN. *Cases in Public Health Communication & Marketing*, 8, 27-50.
- Sanders, B. E. (2006). *Drugs, Clubs and Young People - Sociological and Public Health Perspectives*. New York: Routledge.
- Sepe, E., Ling, P. M., & Glantz, S. A. (2002). Smooth Moves: Bar and Nightclub Tobacco Promotions That Target Young Adults. *American Journal of Public Health*, 92(3), 414-419.
- Suggs, L. S., Rangelov, N., Rangel Garcia, M., & Aguirre Sánchez, L. (2014). FAN - Famiglia, attività fisica, nutrizione: Ticino, Switzerland's campaign for healthy weight. In G. Hastings & C. Domegan (Eds.), *Social marketing: From tunes to symphonies* (2nd ed.). New York: Routledge.
- Suggs, L. S., Rots, G., Jacques, J., Vong, H., Mui, J., Reardon, B., et al. (2011). "I'm allergic to stupid decisions": An m-health campaign to reduce youth alcohol consumption *Cases in Public Health Communication & Marketing*, 5, 111-135.
- Suter, L., Waller, G., Genner, S., Oppliger Kleiner, S., Willemse, I., Schwarz, B., & Süss, D. (2015). MIKE - Medien, Interaktion, Kinder, Eltern. Zürich: Zürcher Hochschule für Angewandte Wissenschaften.
- Trigwell, J., McGee, C. E., Castle, H., Murphy, R. C., Porcellato, L. A., Ussher, M., & Fowweather, L. (2014). Preventing smoking among nine to ten-year-old children using a novel school-based physical activity intervention: Overview of SmokeFree Sports. *Education and Health*, 32, 93-102.
- Wallon, H. (1956). Importance du mouvement dans le développement psychologique de l'Enfant. *Enfance*, 9(2), 1-4.
- Wicki, M., Rohrbach, W., & Stucki, S. (2011). *Evaluation des Präventionsprogramms "cool and clean" bei Jugendlichen – Breitensport und Talents* (Forschungsbericht Nr. 60). Retrieved from Lausanne:
- Wicki, M., Stucki, S., & Marmet, S. (2015). Evaluation des Präventionsprogramms «cool and clean» - Teilstudie 1 A -- Wirkung von «cool and clean» bei sportlich aktiven Jugendlichen im Breitensport (Forschungsbericht Nr. 76). Retrieved from Lausanne:
- Willemse, I., Waller, G., Genner, S., Suter, L., Oppliger Kleiner, S., Huber, A., & Süss, D. (2014). JAMES - Jugend, Aktivitäten, Medien - Erhebung Schweiz. Zürich: Zürcher Hochschule für Angewandte Wissenschaften.

Zucker, D., Hopkins, R. S., Sly, D. F., Urich, J., Kershaw, J. M., & Solari, S. (2000). Florida's "truth" campaign: A counter-marketing, anti-tobacco media campaign. *Journal of Public Health Management and Practice*, 6(3), 1-6.

Sites internet et autres références complémentaires:

- ACSP. (2016). P.E.P. Jeunesse (Puissance en pensée avant tout). Retrieved from <http://www.cpha.ca/fr/programs/move.aspx>
- action jeunesse. (2016). action jeunesse. Retrieved from <http://santesudbury.ca/aj/>
- CIPRET-Vaud. (2016). Tabac sans Tabou. Retrieved from <http://tabacsanstabou.ch/>
- CSAJ. (2016). Voilà. Retrieved from <http://www.voila.ch/fr/>
- EMCDDA. FeierFest! – Leisure time and party culture for young people. Pilot project for the implementation of a new festival and party culture for young people in the EuRegio-region Salzburg/Bavaria. Retrieved from http://www.emcdda.europa.eu/modules/wbs/dsp_print_project_description.cfm?project_id=AT0902.
- FreeTheNight. (2016). Free The Night. Retrieved from <http://freethenightok.org/about/>
- IdéeSport, F. (2016a). EverFresh. Retrieved from <http://www.ideesport.ch/de/everfresh>
- IdéeSport, F. (2016b). MidnightSports. Retrieved from <http://www.ideesport.ch/fr/midnightsports>
- imp-Actes. (2016). Tabakitaba. Retrieved from www.tabakitaba.com
- infodrog. (2016). Milieu festif. Retrieved from <http://www.infodrog.ch/milieu-festif.html>
- Krebsliga Zürich. (2016). Retrieved from <http://www.janichtrotwerden.ch/>
- OFS. Revenus et conditions de vie en Suisse. Retrieved from <https://www.bfs.admin.ch/bfs/fr/home/statistiques/situation-economique-sociale-population/enquetes/silc.html>
- OFSP. Informations pour les enfants et les jeunes. Retrieved from http://www.jugendundsport.ch/internet/js/fr/home/informationen/kinder_und_jugendliche.html
- Olympic, S. (2016). Cool and clean. Retrieved from <http://www.coolandclean.ch/>
- PROFA. (2016). Georgette in Love. Retrieved from <https://www.profa.ch/fr/services/prevention-vih-ist/georgette-in-love-0-15>
- Rescue. (2016). Syke. Retrieved from <http://www.sykeva.com/>
- Schifti. (2016). GORILLA - Le programme de la Schifti pour la promotion de la santé. Retrieved from <http://schifti.ch/fr/gorilla/>
- VaudFamille.ch. Activités enfants. Retrieved from <http://www.vaudfamille.ch/N3686/activites-enfants.html>
- Waller, G., Willemse, I., Genner, S., Suter, L., & Süss, D. (2016). JAMES - Jeunes, activités, médias – enquête Suisse. Retrieved from Zurich: https://www.swisscom.ch/content/dam/swisscom/de/ghq/verantwortung/documents/james2016/rapport_james_2016.pdf