


Formulaire Rapport final concernant des projets de prévention

En passant sur le symbole  à l'aide de votre souris ou en effectuant un Ctrl+clic, vous obtiendrez des explications supplémentaires sur les différentes rubriques de ce formulaire. Si nécessaire, vous pouvez agrandir ou copier les champs proposés pour ajouter des informations.

1. Informations générales

Nom du projet

Splash Pub v2 : adaptation et développement du serious game de prévention du tabagisme

Personne à contacter en cas de besoin

Vanessa Prince

Courriel

vanessa.prince@unisante.ch

Veillez noter :

Ce formulaire sera publié sur le site du FPT jusqu'au point 4 inclus. Le point 5 (Étapes de la dernière phase du projet) ne sera pas mis en ligne.

Signature

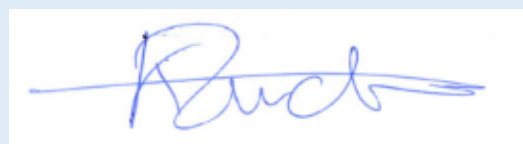
Nom

Karin Zürcher

Lieu/ Date

Lausanne, le 22 juillet 2022

Signature



2. Déroulement du projet

2.1 Résultats du projet

De manière générale, que pensez-vous du déroulement et des résultats du projet ?



Justifiez brièvement votre impression.

Le projet a démarré plus tard que prévu initialement, notamment en raison de la crise sanitaire de Covid-19. De plus, à la base, deux mandats indépendants l'un de l'autre ont été envisagés dans le cadre de ce projet. Toutefois, en échangeant avec les deux experts mandatés, nous nous sommes rendus compte de l'importance (et de l'évidence) que les deux mandats se construisent et avancent ensemble, de manière étroite. Le projet a aussi pris du retard en raison de l'absence maladie prolongée de la chargée de projet. **Malgré cela, le projet est arrivé à terme avec succès et les livrables ont été produits. Le nouveau jeu *Tabagram* est disponible sur 15 tablettes tactiles mises à disposition par Unisanté. Et un guide pédagogique accompagnant le jeu propose des pistes d'animation pour tout professionnel intéressé par une activité de prévention du tabagisme à destination des jeunes.**

2.2 Résumé

Veillez résumer le rapport final sur une page au maximum.

Splash Pub est un serious game développé par Unisanté depuis 2016 en collaboration avec une agence de communication digitale. Il vise à sensibiliser les jeunes (12-15 ans) à l'omniprésence de la publicité pour le tabac.

Cet outil s'inscrit dans la continuité du projet « Observatoire des stratégies marketing pour les produits du tabac en Suisse romande » mené en 2013-2014 également par Unisanté (à l'époque CIPRET-Vaud). Cette étude a permis de documenter toutes les formes de publicité en faveur du tabac, de promotion et de parrainage présentes en Suisse romande. Les observations réalisées démontrent que, dans ses campagnes publicitaires, l'industrie du tabac cible principalement les jeunes, qui sont particulièrement vulnérables à ce type de marketing. En effet, une exposition des jeunes à la publicité pour le tabac influence de manière positive leur perception et attitude à l'égard des produits et les incite à fumer. Développer l'esprit critique des enfants et des jeunes vis-à-vis des publicités est donc un enjeu de santé publique. Des jeunes informés, critiques, conscients que la publicité pour le tabac les cible en priorité seront mieux aptes à y résister. Tel est l'objectif de notre jeu vidéo.

Avant et afin de poursuivre le développement de cet outil, Unisanté, avec le co-financement du Fonds de prévention du tabagisme, a mené en 2018-2019 le projet de recherche « Evaluation du jeu *Splash Pub* et recommandations pour l'utilisation des serious games dans le domaine de la prévention et de la promotion de la santé ». Les objectifs de ce projet étaient triples :

- 1) Réaliser une revue de littérature sur le thème des jeux sérieux dans le domaine de promotion de la santé et prévention ;
- 2) Mesurer l'effet du serious game *Splash Pub* développé par Unisanté (version tablette tactile, mandat externe confié à la HEP Vaud) ;
- 3) Emettre des recommandations quant à l'utilisation des jeux sérieux dans le domaine de la promotion de la santé et de la prévention, en particulier de la prévention du tabagisme (par un groupe d'expert-e-s accompagnant le projet).

Fort des résultats et conclusions de ce projet de recherche (cf. rapport de projet et rapport des contenus, décembre 2019), Unisanté a souhaité poursuivre le développement du jeu sur tablette tactile, plus spécifiquement pour le domaine extrascolaire afin de soutenir les professionnels relais dans leur rôle/mission de prévention et promotion de la santé auprès des jeunes. Ce développement devait passer par une phase d'adaptations et de modifications techniques. Il s'agit là du premier objectif du projet *Splash Pub v2*. Le jeu est à considérer comme une accroche positive et motivante pour une démarche préventive, mais non suffisant sans un échange et une discussion complémentaires. Cet enseignement amène le second objectif du projet *Splash Pub v2*, à savoir le développement d'un concept d'intervention plus global, autour et encadrant le jeu (démarche et contenus de sensibilisation avant, pendant et après le jeu).

Le projet touchant à son terme, le matériel *Tabagram* est disponible. Il s'agit d'un nouveau jeu, visant le même objectif que *Splash Pub* – c'est-à-dire sensibiliser les jeunes aux stratégies marketing pour les produits du tabac, mais se déroulant cette fois dans l'univers des réseaux sociaux. Le joueur se glisse alors dans la peau d'un modérateur de réseau social et a pour mission de signaler tous les contenus présentant de la publicité ou de la promotion pour les produits du tabac. Les photos incluses dans le jeu permettent d'aborder les principaux canaux publicitaires auxquels sont confrontés les jeunes dans leur quotidien.

Ce dispositif est disponible sur 15 tablettes tactiles mises à disposition par Unisanté. Et le guide pédagogique accompagnant le jeu propose des pistes d'animation pour tout professionnel intéressé par une activité de prévention du tabagisme à destination des jeunes. Ce matériel sera communiqué largement aux professionnels relais auprès des jeunes dans le courant du deuxième semestre 2022.

3. Résultats du projet

3.1 Impact du projet

Décrivez comment le projet déploie ses effets.

Avec ce projet, plusieurs effets sont attendus lors de sa mise en œuvre à venir et ce auprès de différents publics : les jeunes, les professionnels relais auprès des jeunes ainsi que les acteurs de la prévention du tabagisme (détaillés ci-dessous).

Effets attendus auprès des bénéficiaires finaux (jeunes de 12 à 15 ans) :

- Information et amélioration des connaissances et compétences des jeunes au sujet des stratégies marketing de l'industrie du tabac.
- Conscientisation par les jeunes des stratégies de manipulation utilisées par l'industrie du tabac, ce qui leur permet de prendre davantage de distance avec la posture valorisant/banalissant le tabagisme et renforce leur esprit critique.
- Renforcement des compétences médiatiques des jeunes (éducation aux médias).
- Entrer sur leur terrain du public-cible : les jeunes sont plus connaisseurs que les adultes dans le domaine des nouvelles technologies et ils sont donc valorisés et stimulés à contribuer. L'adulte doit toutefois encadrer l'activité et rappeler le message.

Pendant sa phase de développement, le jeu *Tabagram* a pu être testé plusieurs fois auprès des jeunes. Durant deux sessions à deux moments distincts du développement, les tests ont été organisés de manière individuelle. Les participants devaient tester le jeu et devaient ensuite remplir un questionnaire ; une discussion avec le développeur du jeu concluait le moment de test. Les retours des jeunes ont été très utiles pour avancer dans le développement du jeu et corriger certains bugs rencontrés.

A la fin du développement et avant de terminer le jeu, *Tabagram* a pu être testé, de manière collective cette fois, dans trois classes scolaires vaudoises (9^e, 10^e et 11^e Harmos).

En fin de projet, la chargée de projet a pu animer une activité de prévention du tabagisme auprès de jeunes issus de foyer (réinsertion professionnelle). L'activité a été perçue comme ludique, attractive et intéressante par les participants.

Effets attendus auprès du public cible premier (professionnels relais auprès des jeunes) :

- Mise à disposition des professionnels encadrant des jeunes (relais des messages de prévention) d'un outil adapté et d'une méthode didactique et pédagogique autour de lui propice au dialogue sur la thématique du tabagisme.
- Renforcement et soutien aux multiplicateurs dans leur rôle de promoteurs de la santé, à l'aide d'informations actualisées et d'outils ludiques et innovants.

Afin d'évaluer le guide pédagogique qui accompagne le jeu *Tabagram*, deux enseignantes ont été contactées pour tester l'activité auprès de leurs élèves. La première enseignante a animé l'activité dans deux classes ; une de 9^{ème} et une de 10^{ème} Harmos à Yverdon-les-Bains. La seconde a pu présenter l'activité à une classe de 11^{ème} Harmos à Blonay. Les retours de ces professionnelles nous ont permis de modifier le guide pédagogique selon leurs commentaires et suggestions. Elles étaient toutefois déjà enchantées de l'activité et du matériel en question et nous ont toutes les deux confirmé que cet outil soulèverait sans doute l'intérêt de leurs collègues, et plus largement des professionnels de l'éducation.

L'activité *Tabagram* a également été testée dans un centre de loisirs à Epalinges et l'une des animatrices socioculturelles a pris en charge l'animation. L'objectif était de voir si la séquence de jeu prévue sur 45 minutes s'adaptait aussi bien au domaine extrascolaire que scolaire, en sachant

que dans un centre de loisirs la présence des jeunes s'établit sur une base volontaire et qu'ils vont et viennent à leur guise. Le retour de l'animatrice a été très positif. Elle a confirmé que le guide était clair et lui avait permis d'adapter sans problème l'animation à son groupe de jeunes et aux contraintes du travail social dans ce cadre. L'intérêt pour ce type d'outil est marqué chez ces professionnels ; l'animatrice a d'ailleurs souligné que l'idéal pour eux serait d'avoir une tablette avec le jeu à disposition dans le centre, ce qui permet de rebondir sur des discussions et échanges qu'ils peuvent avoir au quotidien avec les jeunes.

Effets attendus auprès des acteurs de la prévention du tabagisme :

- Mise en mouvement des acteurs et partenaires de la prévention du tabagisme vers le développement et l'utilisation d'approches renouvelées et d'outils innovants dans leur pratique professionnelle (adaptation des supports et des outils de prévention habituels).
- Mise en réseau et également développement de nouvelles collaborations entre acteurs de la prévention du tabagisme (institutions de formation et experts pédagogiques, spécialistes des jeux sérieux, spécialistes des jeux vidéo, professionnels-relais auprès des jeunes, etc.).
- Contribution au développement du Programme pour l'enfance et la jeunesse en cours d'élaboration par le Fonds de prévention du tabagisme (FPT).
- Contribution, par le développement de nouvelles connaissances en lien avec de nouveaux outils, pour profiler la prévention du tabagisme dans le domaine expérientiel et par-là modifier son image sociale.

Le CIPRET Genève a déjà fait part de son intérêt à utiliser le jeu *Tabagram* en automne 2022 sur leur stand lors de la manifestation genevoise de « la Cité des métiers », destinée aux jeunes en fin de scolarité obligatoire.

Le matériel *Tabagram* sera communiqué plus largement aux acteurs de la prévention et aux partenaires dans le courant du deuxième semestre 2022.

3.2 Objectifs du projet

Décrivez si et dans quelle mesure vous avez atteint les différents objectifs du projet.

Objectif 1 : adaptations/modifications techniques et achats de tablettes

Fort des résultats et conclusions du projet d'évaluation du jeu (cf. rapport de projet et rapport des contenus, décembre 2019), Unisanté a souhaité poursuivre le développement de *Splash Pub*. Ce développement devait passer par une phase d'adaptations et de modifications techniques. Il s'agit là du premier objectif du projet *Splash Pub v2*. En effet, le processus évaluatif réalisé en 2018-2019 a mis en effet en exergue certains points techniques et de contenu à améliorer afin d'augmenter le potentiel d'impact du jeu *Splash Pub* auprès des jeunes. Ces points constituent l'ancrage et les objectifs du présent projet. Il s'agit notamment de :

- Résoudre les problèmes et limites techniques du jeu, notamment la maniabilité du jeu, le temps à disposition et la facilité des déplacements dans le jeu ;
- Rendre l'introduction du jeu plus explicite ;
- Insérer davantage de caractéristiques du *gaming* (attractivité, rapidité, jouabilité, règles du jeu claires et définies, gains, etc.) ;
- Augmenter la ludicité du jeu et introduire des éléments de feedbacks ;
- Améliorer le réalisme de certains éléments du décor pour augmenter l'immersion ;

- Doubler le message de prévention à la fin du jeu d'images ou de texte, pour faciliter sa compréhension et son intégration (en incluant possiblement notamment la dimension émotionnelle et de dénonciation qui pourrait pousser les jeunes à prendre position contre la pression marketing dont ils sont la cible) ;
- Améliorer l'expérience de *flow* du joueur (équilibre entre les challenges de l'activité et les capacités du joueur) ;
- Compléter l'expérience du jeu en intégrant un cadre d'intervention et des séquences pédagogiques avant et après la passation du jeu (cf. second objectif de ce présent projet de prévention décrit ci-dessous).

A noter que le développement du jeu s'est fait uniquement par rapport à la version sur tablette tactile. Ce choix fait échos à plusieurs constats. D'une part la réalité virtuelle se développe extrêmement rapidement et à l'heure actuelle les joueurs utilisent ce genre de dispositif pour vivre des expériences « irréelles » (des animations/activités qu'ils ne peuvent en général pas vivre dans le monde réel). D'autre part, la version sur tablette tactile permet à plusieurs joueurs de vivre l'expérience en même temps et ainsi pour un professionnel relais auprès des jeunes de pouvoir organiser une activité de prévention du tabagisme avec un groupe. Unisanté dispose désormais de 15 tablettes équipées avec le jeu. Ceci permet de proposer l'activité à un grand groupe de jeunes, ou bien même de pouvoir répondre à la demande de mise à disposition du dispositif à deux endroits différents en même temps (par exemple un centre d'animation socioculturelle et une classe).

Une grande phase de discussions/réflexions a été menée au début du projet. Nous avons travaillé avec une autre agence de communication digitale (celle ayant créé *Splash Pub* n'existant plus), ce qui a posé pas mal de questions au niveau des fichiers sources et du fait de repartir de fichiers et de manières de travailler d'une autre agence. Petit à petit, l'idée a germé de créer un autre univers, sur les réseaux sociaux cette fois, mais avec toujours le même objectif – celui de repérer la publicité et la promotion pour les produits du tabac. Ce nouvel univers touche vraiment la grande majorité des jeunes, de plus il est possible de proposer des publicités de types très différents (soirée, festival, internet et réseaux sociaux, etc.) alors que le scénario du kiosque du premier jeu limitait aux procédés de réclame présents dans ce lieu (affiches, supports publicitaires, vitrines, panneaux). Le joueur se retrouve donc dans la peau d'un modérateur de réseau social et doit signaler toutes les publicités et promotions pour les produits du tabac qu'il rencontre au cours de la partie. Le jeu ayant donc changé, le nom également – notre nouveau jeu s'appelle *Tabagram*. Ce nom fait évidemment référence au réseau social *Instagram*, duquel s'inspire fortement le graphisme du jeu. D'autre part, il était important pour nous que le terme « tabac » en fasse partie afin que la thématique puisse rapidement être identifiée par les futurs utilisateurs, à savoir les professionnels relais auprès des jeunes.

Comme prévu, l'achat de 5 tablettes tactiles supplémentaires a été effectué. Unisanté dispose désormais d'un pack disponible de 15 tablettes contenant le jeu *Tabagram*, ainsi que la version 1 de *Splash Pub* en sus. Ces tablettes sont mises gratuitement à disposition de tous les professionnels intéressés à animer une activité de prévention du tabagisme auprès d'un groupe de jeunes. Ce matériel fera l'objet d'une large communication, dans le domaine extrascolaire ainsi que scolaire dans le courant du second semestre 2022.

Objectif 2 : création d'un guide pédagogique

En regard de l'évaluation menée en 2018-2019, le jeu est à considérer comme une accroche positive et motivante pour une démarche préventive mais non suffisant sans un échange et une discussion complémentaires. Cet enseignement amène le second objectif du projet *Splash Pub v2*, à savoir :

- Développer un concept d'intervention plus global dans lequel l'outil *Splash Pub* doit être inséré.

En effet, avec un serious game seul, ce que le joueur acquière ne sera pas forcément rappelé dans le temps ou transféré à d'autres situations (Wouters et al., 2008). Accompagner le jeu par d'autres contenus (didactique) et méthodes d'apprentissage (pédagogie) permet d'aider le joueur à articuler les connaissances et compétences apprises et à les mettre en lien avec celles qu'il possède déjà. En conclusion, le serious game *Splash Pub* doit être utilisé en complément à d'autres contenus et méthodes. Il convient donc de développer un concept d'intervention autour et encadrant le jeu (démarche et contenus de sensibilisation avant, pendant, et après le jeu). Il est important de proposer davantage d'outils sur le plan didactique et pédagogique : messages de prévention et dialogue autour d'eux, exercices complémentaires, autres exemples de publicités dans d'autres contextes, travaux pratiques d'analyse de publicités, observation de son environnement, ainsi que des éléments pour faciliter la discussion (questions, éléments factuels, etc.). Proposer une information préalable aux personnes encadrant l'activité qui le souhaitent (usage de la tablette, d'un jeu vidéo et des contenus de prévention) est nécessaire pour favoriser l'intérêt et rassurer les personnes se sentant peu légitimes pour parler de ce thème et utiliser un jeu vidéo pour ce faire.

Afin de répondre à ce second objectif, un guide pédagogique a été créé pour accompagner le jeu *Tabagram*. Il propose une introduction à la thématique par le biais du rôle de modérateur sur les réseaux sociaux, puis une séquence de jeu individuelle ou collective. S'en suit une discussion de groupe autour des publicités et de la promotion identifiées dans le jeu. Des ressources supplémentaires permettent à l'animateur d'obtenir des informations utiles à l'animation du jeu et également d'effectuer des recherches plus poussées ou de faire des liens avec d'autres thèmes s'il le souhaite.

3.3 Économicité

Exposez vos réflexions sur l'économicité de votre projet.

L'impact des mesures d'information et de sensibilisation du public dans le cadre d'une stratégie globale de prévention du tabagisme (CCLAT) est démontré. Le besoin de démarches et d'outils novateurs pour aller à la rencontre des jeunes à des fins de prévention du tabagisme est avéré. Le potentiel de l'utilisation des jeux sérieux dans ce domaine de la prévention comportementale est documenté.

Les ressources dédiées aux développements et compléments présentés dans ce projet sont autoévaluées comme rationnelles et raisonnables par les porteurs du projet.

L'évolution et l'affinement du jeu *Tabagram* sont à percevoir et intégrer dans les macro développements pensés et portés actuellement par le FPT et son Programme pour l'enfance et la jeunesse. Dans le cas où ce matériel est envisagé comme un des outils/une des mesures de ce Programme, tout développement et dépenses y relatifs sont à mettre en perspective de ce cadre national.

Le coût total budgété du projet n'a dès lors pas été dépassé. Une partie de la somme prévue initialement pour l'organisation du groupe de travail a pu être attribuée, avec l'accord du Fonds de prévention du tabagisme, à l'adaptation du jeu au nouveau modèle de tablette tactile. En effet, le modèle de tablette tactile utilisé par Unisanté jusqu'alors avec *Splash Pub* n'étant plus commercialisé, un autre modèle avec des caractéristiques différentes a dû être acheté, demandant de ce fait des adaptations techniques pour que le jeu *Tabagram* fonctionne sur ce type de matériel.

4. Réflexion

Exposez de manière détaillée les enseignements que vous avez tirés de ce projet.

4.1 Réflexion générale

Le gros point d'attention du projet a été la gestion des **deux mandats en parallèle**. Initialement pensés comme se déployant l'un après l'autre, les besoins du projet ont rapidement fait émerger la nécessité de co-construction entre le pôle de l'adaptation technique du jeu et celui de la construction du guide pédagogique. Ces deux pôles identifiés n'étant pas notre champ de compétences à Unisanté, il a parfois été difficile de savoir qui pouvait/devait prendre la décision finale, entre la chargée de projet et les deux mandataires ; ce qui a probablement joué un rôle également dans le retard pris par le projet.

L'idée initiale de créer un **groupe de travail** pour implémenter du contenu et construire le guide pédagogique a été abandonnée. En effet, au vu du mandat donné à un expert de la HEP, intégrer plusieurs autres personnes à ce stade ne faisaient pas sens. Toutefois, l'envie et le besoin de tester le matériel sur le terrain se sont fait rapidement sentir. Le temps imparti nous a permis de réaliser quatre tests in situ (3 domaine scolaire, 1 domaine extrascolaire). Auparavant, notre public-cible du jeu (les jeunes) a été testé de manière individuelle à plusieurs reprises.

Une des réflexions à garder en tête, c'est que le jeu en soi ne contient pas de messages de prévention. Ce choix permet de rester sur un scénario simple, sans implémentation sonore ou textuelle trop lourde ; ce qui garantit une égalité des chances comme explicité plus loin dans ce document. Cependant, cela signifie qu'il doit être accompagné et inséré dans une intervention plus globale, au risque sinon de promouvoir les produits du tabac et de jouer le jeu de l'industrie puisque les jeunes sont soumis à des stimuli publicitaires/promotionnels. C'est notamment à la lumière de ces éléments que la décision a été prise de ne pas mettre le jeu en libre accès par la suite sur un *store* ou sur une autre plateforme. Dans le cas des réflexions et développements d'Utopia, il faudra notamment prendre en compte cet aspect.

4.2 Réflexion sur des thèmes spécifiques

Groupe cible

Au démarrage du projet en 2016, le jeu *Splash Pub* s'adressait aux 13-15 ans, selon les âges connus d'expérimentation et d'entrée en consommation (en moyenne). Toutefois, après de nombreuses expériences sur le terrain, ce jeu a été utilisé auprès d'un public plus large, allant de 12 ans à 20 ans environ. Dans le développement de *Tabagram*, la même tranche d'âge a été ciblée, c'est-à-dire les 12-15 ans environ. En sachant que, comme l'animation est menée par un adulte, ce dernier peut alors adapter la séquence de jeu à son public et donc possiblement à un groupe de jeunes plus âgés.

Dans le cadre de l'évaluation externe menée par Unisanté sur *Splash Pub*, le contexte des centres de loisirs s'est avéré particulièrement propice pour ce type de prévention au moyen d'un jeu vidéo, du fait de la présence et participation des éducateurs et animateurs très intéressés par le sujet et étant des personnes de confiance pour les jeunes. Le jeu vidéo sur tablette a grandement facilité la captation de l'attention des jeunes, et a fonctionné comme une amorce ludique pour initier une discussion de groupe. Au vu du fort intérêt et de demandes récurrentes pour réaliser des activités de prévention auprès des jeunes dans ce contexte, le choix a été fait de développer *Tabagram* plus spécifiquement pour le domaine

extrascolaire afin de soutenir les professionnels relais (animateurs, éducateurs, moniteurs, etc.) dans leur rôle/mission de prévention et promotion de la santé auprès de la jeunesse. Ceci permet également de donner une suite au projet « Tabac sans tabou » (<https://tabac-sans-tabou.ch>, site internet et formation visant à renforcer les compétences des professionnels relais auprès des jeunes) développé dans le cadre du Programme cantonal tabac 2014-2017 et financé par le Fonds de prévention du tabagisme.

Ceci dit, tout professionnel d'établissements scolaires (membre équipe santé, enseignants, etc.) intéressé par le jeu et par le thème peut bien évidemment se procurer le matériel nécessaire à l'animation de la séquence de prévention en classe.

Le retour des trois professionnelles ayant testé l'outil sur le terrain (deux enseignantes et une animatrice socioculturelle) est très positif et constructif. Toutes les trois ont avancé, sans hésitation, l'idée que leurs collègues seraient fortement intéressés par un tel outil de prévention.

Égalité des chances

a) Mesures pour l'égalité des chances

Le nouveau jeu *Tabagram* s'adresse principalement à tous les jeunes de 12 à 15 ans, qu'ils soient fumeurs ou non, puisque le scénario les amène à réfléchir sur la manipulation de la publicité et des différentes stratégies marketing dont ils sont la cible. Le but est de les aider à développer leur esprit critique face à ces différentes techniques.

De plus, la séquence de jeu étant accompagnée par un professionnel relais auprès des jeunes, elle pourra s'adapter au contexte précis et donc aux jeunes visés par cette activité (centres de loisirs, classes scolaires, foyers, jeunes plus âgés, etc.). Dès lors, tous les jeunes, peu importe leur sexe, leur origine sociale ou appartenance ethnique pourront avoir accès au jeu. Les améliorations techniques et l'élaboration d'un cadre d'intervention autour du jeu permettent, à terme, qu'un maximum de jeunes, peu importe leur niveau de littératie en santé, puissent se sentir à l'aise avec le jeu et bénéficier de ses apprentissages.

Tabagram bénéficie d'un tutoriel (écrit et en français) en début de partie. Toutefois, le reste du jeu se basant sur la recherche de photographies, l'expérience s'avère entièrement visuelle. De ce fait, encore une fois comme le jeu est accompagné par l'animation d'un adulte, *Tabagram* pourrait tout à fait s'adresser à des jeunes allophones (sous réserve d'une animation dans leur langue évidemment).

b) Prise en considération du groupe cible

Il est évidemment primordial d'adapter le jeu au public cible. Et pour ce faire, la prise en compte du groupe cible dans l'élaboration du jeu est essentielle pour garantir son ergonomie, son attrait et sa faisabilité (Baranowski, Buday, Thompson, Lyons, Lu, & Baranowski, 2013). Le groupe de travail n'ayant finalement pas été mis sur pied comme prévu initialement, les jeunes n'ont pas pu collaborer au projet par ce biais.

Cependant, des tests du jeu auprès des jeunes ont été organisés plusieurs fois durant le processus de développement (cf. 3.1 *Impact du projet*).

Des professionnelles relais auprès des jeunes ont également testé la séquence d'animation, et donc le guide pédagogique, auprès des jeunes (cf. 3.1 *Impact du projet*).

c) Possibilités d'agir et obstacles

Voir point a) ci-dessus.

Collaboration

Lors de la conceptualisation et du développement de *Splash Pub*, Unisanté a recherché l'expertise de professionnels détenant des compétences complémentaires aux siennes (réalité virtuelle et serious games, utilisation des serious games dans les apprentissages, santé des adolescents, santé scolaire, marketing, etc.).

Cette logique a perduré dans le cadre du projet d'évaluation du jeu puisqu'un groupe d'experts (ou groupe d'accompagnement) a été constitué pour suivre et soutenir ce projet. Ces membres ont eu pour tâche d'accompagner le processus évaluatif et d'en « challenger » les différentes étapes (définition des questions de recherche et conceptualisation du protocole, analyse des résultats et identification des recommandations).

Dans l'optique du développement de *Splash Pub v2*, Unisanté a souhaité encore une fois prendre en compte et miser sur l'interdisciplinarité/la complémentarité des expertises et des acteurs.

Pour les adaptations et modifications techniques, nous avons travaillé avec l'agence Digital Kingdom Sàrl, sise à Vevey, et dont l'un des fondateurs a participé et contribué activement et intelligemment au groupe d'expert-e-s cité plus haut. L'avantage est que Olivier Reutenauer connaissait bien le projet et a émis jusqu'ici de nombreuses réflexions et suggestions pour mettre ce jeu en phase avec les objectifs qu'il se fixe. L'agence Digital Kingdom Sàrl est spécialisée notamment dans le développement de serious game et est membre de la SGDA (Swiss Game Developer Association).

Cette collaboration a été encore une fois riche et fructueuse, avec Olivier Reutenauer mais également avec ses différents collègues ayant pris part au projet à différentes étapes.

Pour le second objectif du projet – à savoir le concept didactique et pédagogique global autour de l'outil, il était envisagé de créer un groupe de travail, sur mandat, comprenant notamment des professionnels du serious game, des game designers, des professionnels en promotion de la santé et prévention notamment du tabagisme, des experts en didactique et pédagogie de l'apprentissage mais également des professionnels relais auprès des jeunes (animateurs, éducateurs, TSP/TSHM, etc.).

Finalement, un mandat a été donné à la Haute école pédagogique du Canton de Vaud, en la personne de Julien Bugmann, Professeur HEP Associé dans le domaine de l'éducation numérique (UER Médias, usages numériques et didactique de l'informatique). Cet expert ayant les connaissances et compétences nécessaires à la construction et la réalisation d'un guide pédagogique pour accompagner le jeu *Tabagram*, l'idée de mettre en place un groupe de travail a été abandonnée. L'énergie a plutôt été mise sur l'organisation de tests une fois le guide rédigé auprès de professionnels de terrain intéressés. Deux enseignantes ont été approchées pour ces tests ; la première a animé l'activité dans une classe de 9^e et dans une classe de 10^e Harmos, la seconde a présenté l'activité à sa classe de 11^e Harmos. Un test a également été réalisé par une animatrice socioculturelle auprès d'un groupe de jeunes dans un centre de loisirs (cf. 3.1 Impact du projet).

La collaboration avec Julien Bugmann a été riche et agréable. L'avancée de la conception du guide pédagogique a été vécue comme une réelle co-construction par la chargée du projet. Le contact avec les trois intervenantes des tests (les deux enseignantes et l'animatrice socioculturelle) a été très agréable et leurs retours ont été utiles et bénéfiques à l'avancée du projet.

A la base, ce sont donc deux mandats indépendants l'un de l'autre qui ont été envisagés dans le cadre du projet. Toutefois, en échangeant avec les deux experts mandatés, nous nous sommes vite rendus compte de l'importance (et de l'évidence) que les deux mandats se construisent et avancent ensemble, de manière étroite. Ceci explique en partie le retard qui a été pris, notamment au début du projet.

5. Étapes (dernière phase du projet)

N°	Étape	Indicateurs	Évaluation
	Produits ou résultats, év. référence à la page concernée de la demande	en vue de la réalisation de l'étape	
2.1.	Réalisation d'un guide pédagogique accompagnant le jeu <i>Splash Pub v2</i>	<ul style="list-style-type: none"> Le contenu du guide pédagogique est défini et construit par le mandataire Le contenu du guide pédagogique est testé par des utilisateurs-trices Un-e graphiste élabore le visuel du guide pédagogique 	<div style="background-color: #c8e6c9; padding: 2px; text-align: center;">☒</div> <div style="background-color: #ffcdd2; padding: 2px; text-align: center;">☐</div> <div style="background-color: #e57373; padding: 2px; text-align: center;">☐</div>

Explications concernant les objectifs réalisés (indicateurs) et votre évaluation

- Le contenu du guide pédagogique a été défini et construit par Julien Bugmann de la Haute école pédagogique du Canton de Vaud, en collaboration avec la chargée de projet d'Unisanté.
- Le contenu a été testé par deux enseignantes vaudoises (9^e + 10^e Harmos à Yverdon-les-Bains, 11^e Harmos à Blonay), ainsi que par une animatrice socioculturelle (Centre d'Animation socioculturelle Palinzard – Epalinges).
- Une graphiste indépendante travaille actuellement sur l'élaboration du visuel du guide pédagogique. Des questionnements liés au corporate Unisanté et donc à la marge de manœuvre possible pour ce travail graphique ont retardé le démarrage des travaux. **Cette étape est donc en cours et devrait être terminée d'ici août-septembre.**

N°	Étape	Indicateurs	Évaluation
	Produits ou résultats, év. référence à la demande	en vue de la réalisation de l'étape	
2.2.	Les objectifs réalisés et la démarche utilisée sont analysés et évalués, les conclusions sont documentées.	<ul style="list-style-type: none"> Entretien de bilan avec le FPT Rapport final 	<div style="background-color: #c8e6c9; padding: 2px; text-align: center;">☒</div> <div style="background-color: #ffcdd2; padding: 2px; text-align: center;">☐</div> <div style="background-color: #e57373; padding: 2px; text-align: center;">☐</div>

Explications concernant les objectifs réalisés (indicateurs) et votre évaluation

- Le rapport final du projet et les documents annexes sont remis pour le 31 juillet 2022 au Fonds de prévention du tabagisme. Ce rapport reprend les objectifs réalisés, explique la démarche utilisée et documente les conclusions proposées dans le dit document.
- Un entretien de bilan avec le Fonds de prévention du tabagisme est prévu le mercredi 24 août 2022, de 10h à 12h, à Unisanté – Lausanne.

6. Annexes

Veillez indiquer les annexes fournies (p. ex. rapports d'évaluation, publications, etc.).

- Aperçu du décompte final du budget (voir le [site web FPT](#))
- Décompte final détaillé (comparaison budget-efficacité, votre propre document)
-
-
-
-

7. Autres remarques

Une graphiste indépendante travaille actuellement sur l'élaboration du visuel du guide pédagogique. Des questionnements liés au « corporate » Unisanté et donc à la marge de manœuvre possible pour ce travail graphique ont retardé le démarrage des travaux. Cette étape est donc en cours et devrait être terminée d'ici août-septembre.

C'est pour cette raison que l'impression du guide pédagogique n'a pas pu être réalisée dans le temps imparti pour le projet, comme initialement prévu. Une fois le guide pédagogique terminé, Unisanté prendra en charge financièrement l'impression.

Maintenant que le matériel *Tabagram* (jeu et guide pédagogique) existe, une communication et promotion à large échelle de l'outil sera faite sur le territoire vaudois dans le courant du deuxième semestre 2022. Pour ce faire, il est envisagé d'informer les centres de loisirs du canton de Vaud ainsi que les diverses structures d'activités extrascolaires. Les partenaires d'Unisanté cantonaux, extra-cantonaux ainsi que nationaux seront également contactés dans le cadre de la diffusion du dispositif *Tabagram* (une information est notamment prévue dans le cadre du Forum romand de l'AT).

En parallèle, une communication également auprès des écoles vaudoises sera préparée et organisée, en collaboration avec l'Unité de promotion de la santé et prévention en milieu scolaire, un de nos proches partenaires. L'idée étant de proposer ce matériel à tout enseignant intéressé et volontaire pour animer une activité de prévention du tabagisme auprès de ses élèves.

Veillez envoyer tous les documents (le formulaire en format PDF et Word) par e-mail directement à la personne responsable de votre dossier au FPT et à info@tpf.admin.ch. Si vous ne disposez pas d'une signature électronique qualifiée, veuillez scanner la première page du formulaire signée à la main et l'envoyer également sous forme de document PDF.

Explications relatives aux différents champs

Signature ↑

Le rapport final doit être signé à la main ou avec une signature électronique qualifiée par le responsable du projet.

Évaluation des résultats du projet ↑

Utilisez les feux tricolores pour évaluer le déroulement du projet et ses résultats :

- Vert = réussi
- Orange = en partie réussi
- Rouge = non réussi

Veuillez expliquer votre évaluation en quelques mots dans le champ correspondant.

Résumé ↑

Le texte sera publié sur le site du FPT (éventuellement sous une forme adaptée) et doit donc être compréhensible pour un public non initié. Veuillez décrire dans ce résumé :

- Les activités réalisées (Qu'avez-vous fait ?) ;
- Les résultats (Qu'avez-vous atteint ?) ;
- Les défis rencontrés (Quelles difficultés avez-vous dû surmonter ?) ;
- Les facteurs de réussite (Qu'est-ce qui a fait ses preuves ? Que faudrait-il reprendre d'autres projets ?) ;
- Les enseignements tirés (Qu'est-ce qui a fonctionné ? Qu'est-ce qui n'a pas fonctionné ? Quelles leçons peut-on en tirer, par exemple pour la suite du projet ?).

Impact du projet ↑

Décrivez les différents effets et interactions du projet. Veuillez vous référer au modèle d'efficacité de la demande déposée. Quelles suppositions concernant l'impact du projet se sont confirmées ? Lesquelles se sont révélées incorrectes ? Quels effets sont quantifiables ? Lesquels ne le sont pas ?

Objectifs du projet ↑

Indiquez si et dans quelle mesure vous avez atteint tous les objectifs définis dans la demande. Si certains objectifs n'ont pas été atteints, merci d'expliquer pourquoi.

Économicité ↑

Exposez vos réflexions sur l'économicité du projet. Si possible, mettez les coûts en relation avec les résultats obtenus (p. ex. coûts par personne atteinte, coûts par personne ayant arrêté de fumer, coûts par résultat X). Comment l'économicité du projet pourrait-elle encore être améliorée à l'avenir ?

Réflexions générales ↑

Exposez vos réflexions détaillées sur le projet et ses résultats :

- Quels aspects ont été concluants ? À quels moments avez-vous eu du plaisir à travailler sur ce projet ?
- Quelles suppositions se sont révélées correctes / incorrectes ?
- Qu'est-ce qui n'a pas fonctionné comme prévu ? À quels moments le travail vous a-t-il moins motivé ?
- En quoi le projet a-t-il contribué à prévenir le tabagisme en Suisse ?
- Quelles recommandations pouvez-vous tirer de votre expérience (pour d'autres acteurs ou, le cas échéant, pour la suite du projet) ?

Réflexions sur le groupe cible ↑

Quels constats avez-vous faits au sujet de votre groupe cible, de ses besoins et de ses attentes ? Avez-vous réussi à impliquer ce dernier de manière adéquate ? Quels aspects pourraient encore être améliorés concernant le groupe cible ?

Réflexions sur l'égalité des chances ↑

Dans votre demande, vous avez montré comment vous vouliez promouvoir l'égalité des chances en matière de santé dans votre projet. Veuillez indiquer les mesures que vous avez prises pour y parvenir et les défis que vous avez rencontrés. Utilisez pour cela les 3 catégories suivantes :

a) Mesures pour l'égalité des chances


Quelles mesures avez-vous prises pour que votre projet atteigne les personnes socialement défavorisées ? Parmi ces mesures, lesquelles ont été fructueuses selon vous ? Quels défis se sont présentés ? Merci de motiver votre réponse.

b) Prise en considération du groupe cible


Votre offre était-elle facile d'accès et a-t-elle, selon vous, répondu aux besoins du groupe cible ? Merci de motiver votre réponse et d'indiquer comment la mise en œuvre du projet a pu impliquer les personnes concernées.

c) Possibilités d'agir et obstacles

Votre demande mentionnait l'influence des rapports sociaux sur les conditions de vie et les possibilités d'agir de votre groupe cible. Merci d'indiquer quelles mesures vous avez prises pour renforcer ces possibilités et quels obstacles vous avez rencontrés.

Réflexions sur la collaboration 

Avec quels partenaires avez-vous collaboré ? Avec lesquels n'avez-vous pas collaboré ? Pourquoi ? Quelles conclusions tirez-vous de ce travail commun ?

Étapes (dernière phase du projet) 

Comme pour le rapport intermédiaire, veuillez évaluer les étapes de la dernière phase du projet.

Annexes 

Indiquez toutes les annexes jointes au rapport. Il peut s'agir, par exemple, de rapports d'évaluation, de publications ou de documents complémentaires.