

## Résumé du rapport final – Splash Pub

« 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.

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 :

- Réaliser une revue de littérature sur le thème des jeux sérieux dans le domaine de promotion de la santé et prévention ;
- Mesurer l'effet du serious game Splash Pub développé par Unisanté (version tablette tactile, mandat externe confié à la HEP Vaud) ;
- 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.