

## Résumé du rapport final – Pertinence des messages de prévention et tabagisme chez les adolescentes et adolescents de 14 à 18 ans

En 2009, 24% des adolescent-e-s suisses de 14 à 19 ans étaient fumeuses ou fumeurs (Radtko, Keller, Krebs, & Hornung, 2009). L'adolescence étant une période de transition souvent stressante, caractérisée par des changements physiques, biologiques, identitaires et comportementaux, il n'est pas rare de voir apparaître des comportements à risque tels que le tabagisme. Bien que cette réalité soit connue, seul un nombre relativement restreint de programmes de prévention de la santé sont destinés aux plus jeunes et peu d'études ont spécifiquement examiné les messages de prévention sur les paquets de cigarettes.

La présente étude a été menée dans le but d'optimiser l'impact des messages de prévention du tabagisme figurant sur les paquets de cigarettes sur les comportements tabagiques des jeunes, en examinant les attitudes et les différences individuelles des fumeuses et fumeurs et des non-fumeuse-s, dans un échantillon d'adolescent-e-s d'âges différents domicilié-e-s en Suisse romande. Plus précisément, cette recherche se centre sur l'impact de différentes variables psycholinguistiques contenues dans les messages de prévention du tabagisme, sur le traitement de l'information, sur certains facteurs psychologiques et sur les comportements liés à la santé d'adolescentes et d'adolescents âgés de 14, 16 et 18 ans, au travers de trois phases. La première phase intitulée *Création des messages et impact mental* visait à identifier les variables qui ont un impact sur le traitement des messages de prévention chez les adolescentes et adolescents. La seconde phase, *Attitudes générales des populations ciblées*, consiste en un monitoring des attitudes, des intentions et des comportements des adolescentes et adolescents face au tabagisme ainsi qu'à l'alcool. Enfin, la phase *Changements d'attitudes* permettait de proposer des messages pertinents (identifiés lors de la première phase) et de mesurer l'impact de ces derniers sur les attitudes (identifiés lors de la seconde phase) et les comportements tabagiques suite à la lecture des messages. Une dernière phase devait permettre de mesurer les effets sur les attitudes et les comportements trois mois après la diffusion des messages de prévention du tabagisme. Le but ultime étant de déterminer quel contenu d'un message est pertinent pour dissuader les jeunes de commencer à fumer, de réduire leur consommation voire même de cesser ce comportement à risque.

Nos résultats démontrent qu'il y existe des différences importantes entre les groupes d'âge (14, 16 et 18 ans) et entre les personnes qui fument et celles qui n'ont jamais essayé. De manière générale, la consommation de tabac augmente avec l'âge, bien que la majorité des adolescent-e-s disent ne pas fumer (85%, n=238). La consommation d'alcool joue également un rôle important, qu'elle soit régulière ou sporadique, en augmentant la probabilité qu'une adolescente ou un adolescent a de fumer, quelque soit son âge. Il semble d'ailleurs qu'une seule expérience d'ivresse contribue déjà à des différences de traitement de l'information associées au tabagisme. De plus, une perception élevée des dangers du tabac diminue fortement le risque de fumer. Nous observons par contre peu d'effet quant aux changements de comportements, attitudes et croyances suite à la lecture des messages de prévention de l'OFSP et ceux développés dans cette recherche. Pour terminer, les messages expérimentaux semblent avoir un impact plus important chez les non-fumeuses et les non-fumeurs ainsi que chez les plus jeunes.