

Synthèse publiable du rapport final

Titre du projet	TARéSo-Pil – Produits du Tabac et de l'Alcool sur les Réseaux Sociaux : Dispositif pilote d'intervention en milieu scolaire auprès d'adolescents pour prévenir l'influence de contenus tabac/alcool publiés en ligne
Coordonnateur scientifique du projet	Laure AMBROISE UR 4161 CoActiS - Conception de l'Action en Situation, Université Jean Monnet
Référence de l'appel à projets (année)	Substances psychoactives et comportements avec pouvoir addictif – 2023

1) Contexte et objectifs du projet

En France, le tabac et l'alcool constituent deux des principales causes de décès évitables liés au cancer. L'adolescence représente une période de vulnérabilité particulière face à l'expérimentation de ces produits. Si des tendances encourageantes sont observées (recul de l'âge d'expérimentation, diminution des consommations), l'émergence de nouvelles formes de produits (cigarettes électroniques, puffs) fragilise ces acquis. Dans ce contexte, les réseaux sociaux (RS) jouent un rôle croissant dans la diffusion de normes sociales favorables à la consommation de produits du tabac et de l'alcool (PTA), auxquelles les adolescents sont particulièrement exposés.

Le projet TARéSo-Pil vise à co-construire un programme pilote de prévention intégrant un dispositif éducatif destiné à développer les compétences en littératie appliquée aux RS des adolescents, spécifiquement autour des PTA. L'objectif est de les outiller pour résister aux stratégies d'influence véhiculées sur les RS, tout en s'articulant avec les programmes de l'Éducation nationale et en étant transférable à des établissements de profils variés (rural/urbain, public/privé, REP/hors REP).

2) Méthodologies utilisées

Le projet s'est déployé en trois phases : capitalisation des expériences existantes et entretiens avec des référents scolaires, co-construction du dispositif éducatif, puis test dans huit établissements aux profils volontairement diversifiés. Le dispositif comprend trois sessions de 90 minutes portant sur l'analyse des stratégies marketing des PTA, les mécanismes d'influence sur les réseaux sociaux, et les responsabilités dans la production de contenus. L'évaluation repose sur un protocole avant/après mesurant les compétences en littératie, les normes perçues et les intentions de consommation.

3) Principaux résultats

Les effets les plus robustes concernent les compétences en littératie : le score global progresse significativement, avec des tailles d'effet fortes à très fortes sur les quatre dimensions évaluées (accéder, analyser, évaluer, produire). Le programme a bénéficié à

l'ensemble des élèves, y compris les plus faibles. Par ailleurs, les données révèlent que les adolescents perçoivent l'alcool comme deux fois plus présent que le tabac dans les contenus qu'ils consomment, avec des représentations nettement plus ambivalentes, soulignant la nécessité d'une attention particulière à ce produit.

4) Impacts potentiels de ces résultats

Ces résultats plaident pour l'intégration d'un volet éducation aux médias dans les programmes de prévention des conduites addictives en milieu scolaire. La prochaine étape envisagée est une évaluation d'impact avec groupe contrôle, suivi longitudinal renforcé et échantillon élargi.