

# **Liber'Tabac Liber'Addict**



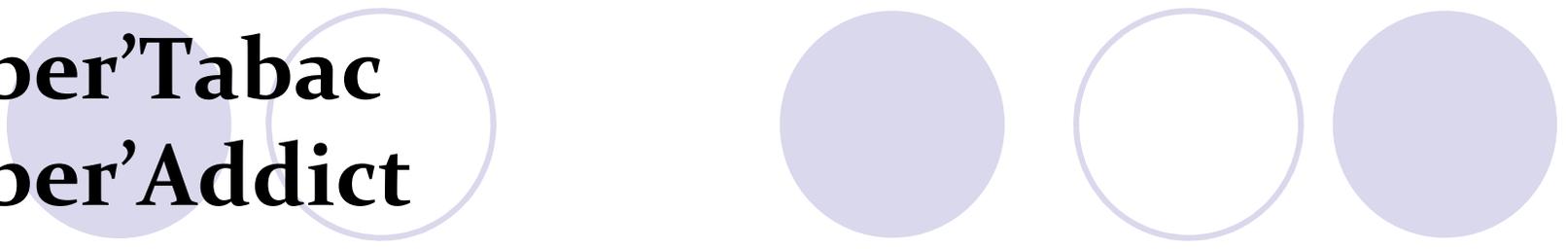
**Prévention et sevrage tabagique en milieu  
scolaire**

**Méthodologie et aspects pratiques**

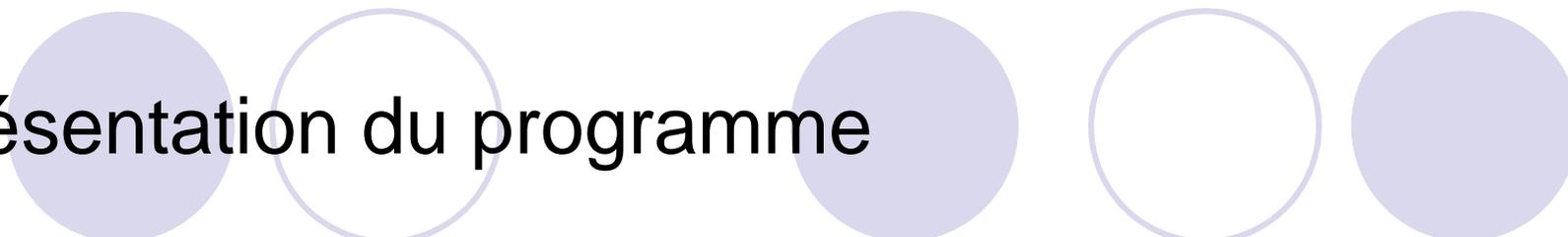
**Florence Morel  
Psychologue  
Unité d'addictologie de liaison  
CHU-Clermont-Ferrand**

**DIU tabacologie 20 mars 2014**

# Liber'Tabac Liber'Addict

A decorative graphic consisting of four circles arranged horizontally. The first circle is solid light purple and partially overlaps the text 'Liber'Addict'. The second circle is solid light purple. The third circle is a white outline. The fourth circle is solid light purple.

- Présentation du contexte du programme
- Epidémiologie
  - Chiffres de consommation
  - Polyconsommations
  - Motivations à consommer
- Critères d'une prévention efficace
- Présentation du programme Liber'Tabac et Liber'Addict
  - Objectifs
  - Méthodes
  - Contenu des interventions



# Présentation du programme

- **Au départ**

- **Projet régional** de lutte contre le tabagisme mené par la Ligue contre le cancer, le CHU de Clermont Ferrand et le Rectorat de Clermont Ferrand.
- Financement INPES
- Durée: 3 ans

- **Actuellement**

- Projet départemental toutes addictions financement MILDT et ARS
- 6 ans

# Un peu d'épidémiologie ...

- **Enquête en population générale**

**ESCAPAD**

**ESPAD**

**HSBC (Inserm)**

**HSBC**

**HSBC**

18 à 75 ans

17 ans

16 ans

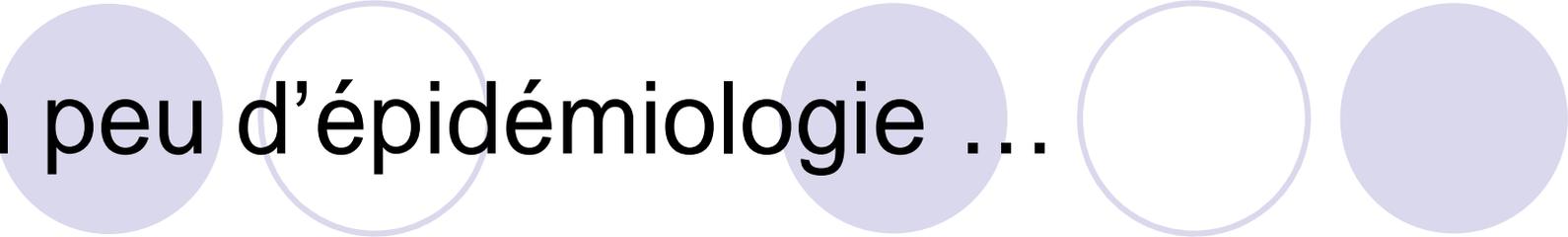
15 ans

13 ans

11 ans

**Baromètre santé  
(INPES)**

- **HBSC, Health Behaviour in School-aged Children** - Enquête auprès des collégiens (11, 13 et 15 ans), tous les 4 ans (2002,2006, 2010)
- **ESPAD, European School Survey Project on Alcohol and other Drugs** - Enquête auprès des 16 ans (et lycéens), tous les 4 ans (1999, 2003, 2007,2011)
- **ESCAPAD, enquête sur la santé et les comportements lors de l'appel de préparation à la défense** Enquête auprès des 17 ans (JDC 2000 ; 2001 ; 2002 ; 2003 ; 2005 ; 2008 et 2011)



# Un peu d'épidémiologie ...

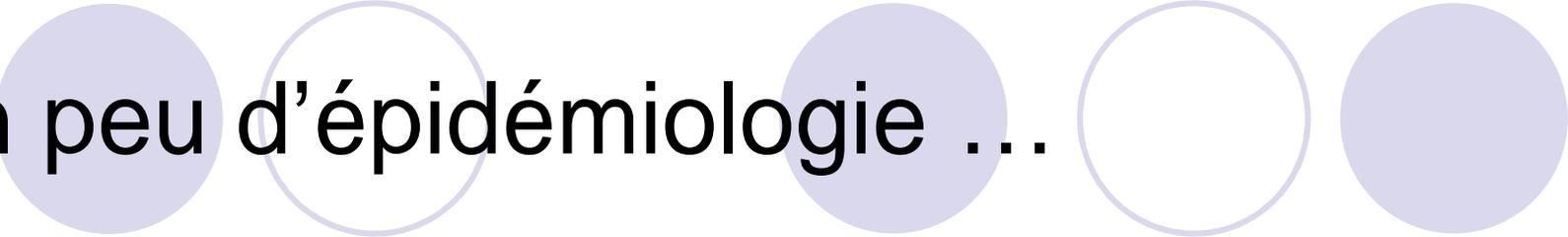
- **Les enquêtes HBSC, ESPAD et ESCAPAD**
- S'appuient sur un questionnaire anonyme, auto-administré et des protocoles identiques;
- Ont un questionnement standardisé commun;
- Reposent sur des échantillons aléatoires de grande taille;
- Offrent une très bonne comparabilité dans le temps
- Permettent des comparaisons internationales (HBSC et ESPAD)

# Un peu d'épidémiologie ...

- **En population adolescente**

## ***Parmi les jeunes collégiens (2010)***

- Expérimentation de tabac = 1/3 des collégiens  
Augmentation forte (12,7 % en 6ème vs 51,8 % en 3<sup>ème</sup>)
- Les garçons expérimentent le tabac plus tôt que les filles. Ils sont 2 fois plus nombreux que les filles en classe de 6ème mais ensuite le sex ratio s'inverse en 4ème.
- Avant 14 ans : consommation quotidienne de tabac rare (2%)
- Après 14 ans : 7,9 % d'élèves se déclarent fumeurs quotidiens, avec un doublement de cette proportion en troisième (15,8 %).



# Un peu d'épidémiologie ...

- **En population adolescente**

## *Parmi les jeunes collégiens (2010)*

- Malgré une expérimentation plus tardive, le tabagisme quotidien féminin se développe ensuite plus rapidement, au point d'être superposable à celui des garçons à la fin du collège.

# Un peu d'épidémiologie ...

## ***A la fin de l'adolescence (ESCAPAD 2011)***

- 17 ans : + de 4 jeunes sur 10 (42,0 %) déclarent avoir consommé du tabac au cours des 30 derniers jours
- Après une baisse significative de 5 % entre 2005 et 2008, l'usage quotidien a augmenté entre 2008 et 2011 (respectivement 28,9 % et 31,5 %), avec une légère prédominance masculine (30,2 % parmi les filles, 32,7 % parmi les garçons).
-



# Un peu d'épidémiologie ...

- ***En comparaison avec les autres pays européens***
- Les niveaux d'usage de tabac les moins élevés se retrouvent plutôt dans les pays d'Europe centrale et les Pays nordiques.
- Le niveau d'usage récent (au cours du mois) parmi les jeunes Français est plus élevé que la moyenne européenne (38 % contre 28 %) situant les jeunes Français à la 6ème position (sur 36 pays).

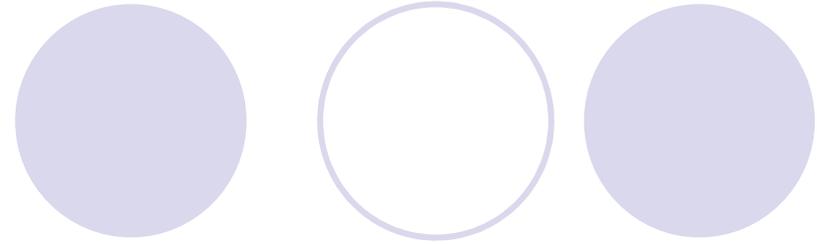
# Problématique

## Effets d'une consommation précoce

- Initiation tabagique : 13/14 ans.
- Initiation précoce = + forte dépendance, + faible capacité à s'arrêter de fumer et risque + élevé de maladies.
- Le risque encouru par un fumeur dépend de sa consommation moyenne journalière mais surtout de **l'ancienneté de son tabagisme**. → Doubler sa quantité de tabac par jour = doubler le risque  
→ Doubler la durée d'exposition = multiplier l'excès de risque par 20.

# Problématique

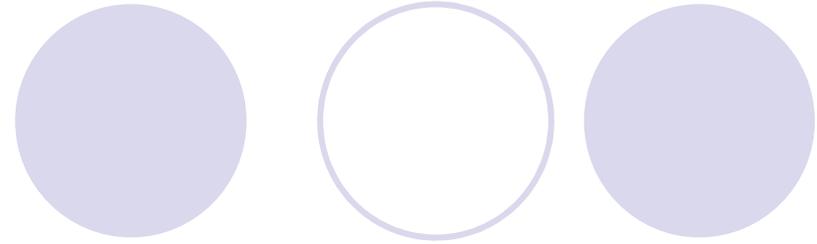
## Poly consommation



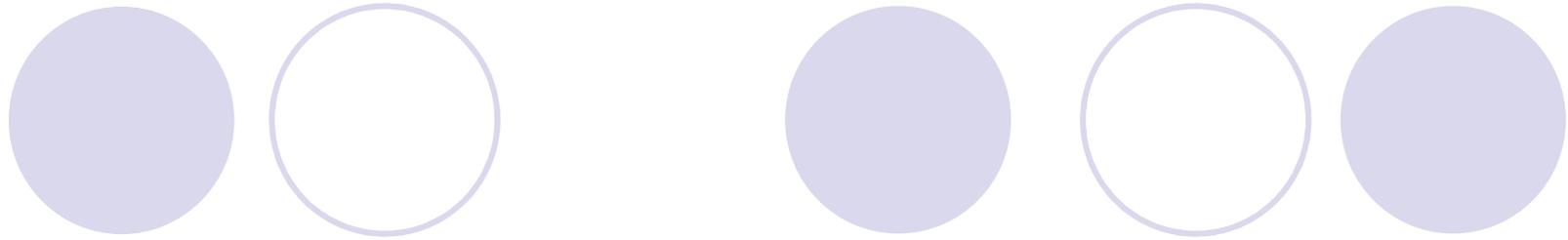
- L'usage du tabac et de l'alcool est souvent associé à celui du cannabis.
- Les 3/4 des expérimentateurs de cannabis déclarent fumer du tabac, dont 55 % régulièrement.
- Plus de la moitié des usagers de cannabis déclarent consommer régulièrement de l'alcool.

# Problématique

## Poly consommation



- A 17 ans, la poly-consommation répétée est deux fois plus fréquente chez les garçons (23,4 % contre 12,4 % chez les filles). Pour les deux sexes, elle concerne surtout tabac et cannabis.
- La poly-consommation répétée croît entre 17 et 19 ans, correspondant surtout à l'association tabac + alcool + cannabis.



# **DÉTERMINANTS DE L'ADOPTION D'UN COMPORTEMENT DE CONSOMMATION**

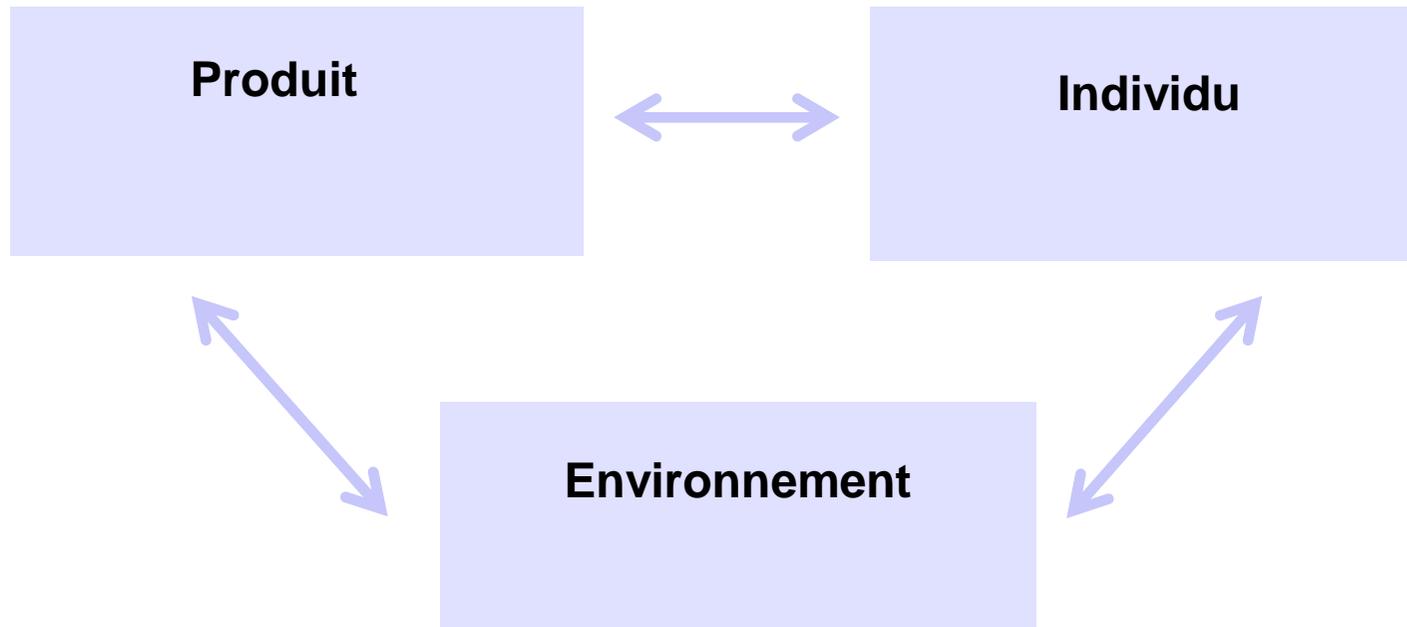
# Quels sont les déterminants de l'adoption d'un comportement de consommation ?



- Un comportement lié à la santé est une action faite par un individu et ayant une influence positive ou négative sur la santé
- « l'une des principales erreurs commise par les professionnels de la santé est de croire que ce sont avant tout des raisons de santé qui expliquent l'adoption des comportements liés à la santé »

# Quels sont les déterminants de l'adoption d'un comportement de consommation ?

- Déterminants multiples



# Quels sont les déterminants de l'adoption d'un comportement de consommation ?

- **Produit**

- Statut social du produit (représentations du produit)
- Accessibilité (prix, conditions de vente, technique de marketing)

- **Environnement**

- Contexte social
- Contexte familial
- Influence ou imitation des pairs
- Pratiques festives

- **Individu**

- Caractéristiques génétiques
- Caractéristiques psychologiques (recherche de plaisir et de convivialité, la volonté de vaincre sa timidité, l'envie de séduire, la recherche de sensation, la souffrance psychique, mauvaise image de soi, gestion des émotions ... )
- Perception des risques

**→ Les raisons qui poussent une personne à consommer sont multiples. Considérer l'ensemble de ces raisons est un élément important des démarches efficaces de prévention.**

# Quels sont les déterminants de l'adoption d'un comportement de consommation ?



- Qu'est ce qui peut faire que les gens ont envie d'adopter des comportements de santé ?

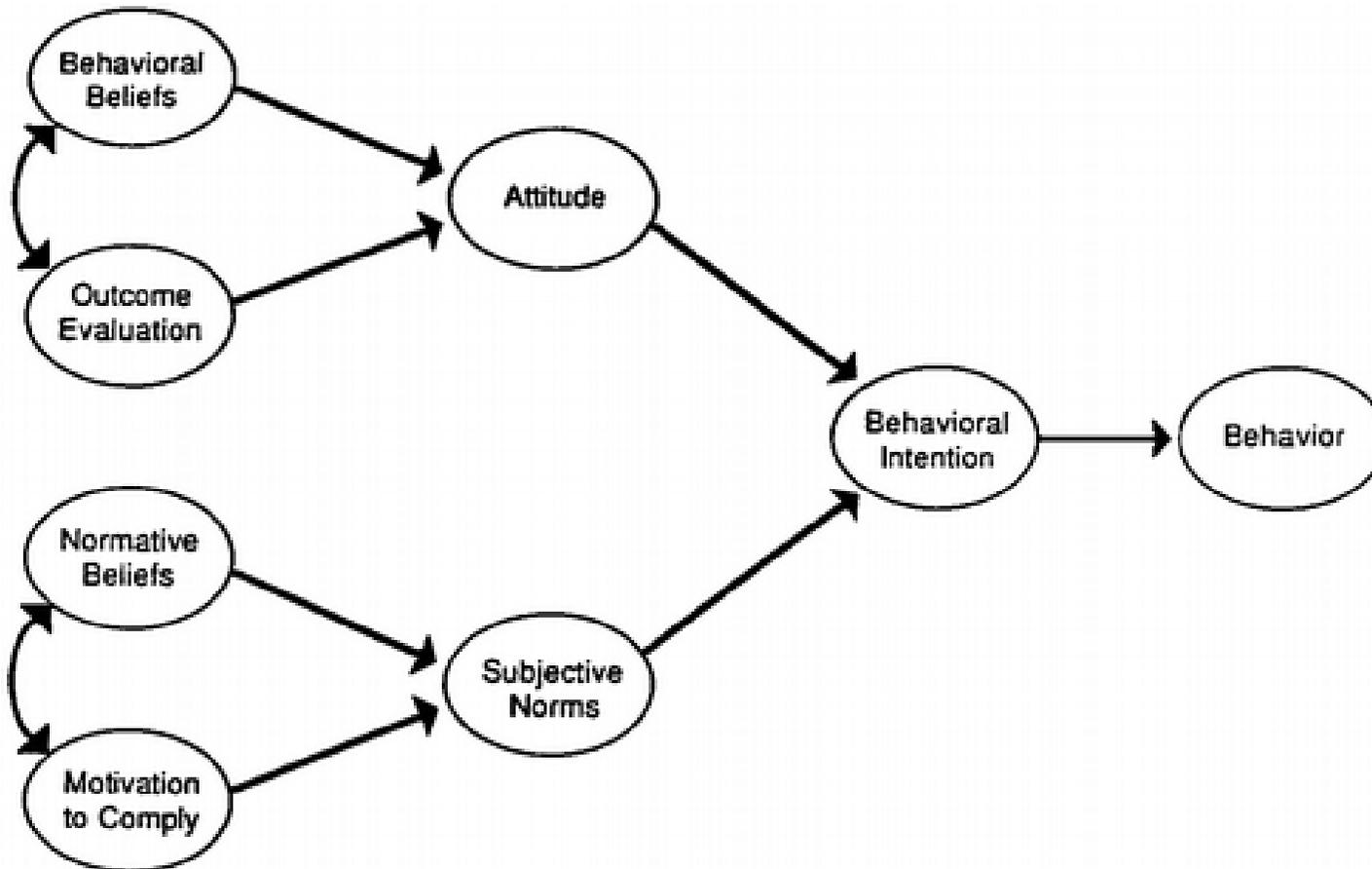
# Modèles psychosociaux relatifs aux comportements de santé



- Trois générations de théories se sont succédées :
  - Les théories **prédictives** du comportement (années 60-70)
  - Les théories de **changement** de comportement (années 80)
  - Les théories des systèmes **d'auto-régulation** et des **buts** relatifs aux comportements de santé (années 90)

# Modèles psychosociaux relatifs aux comportements de santé

- Les théories prédictives



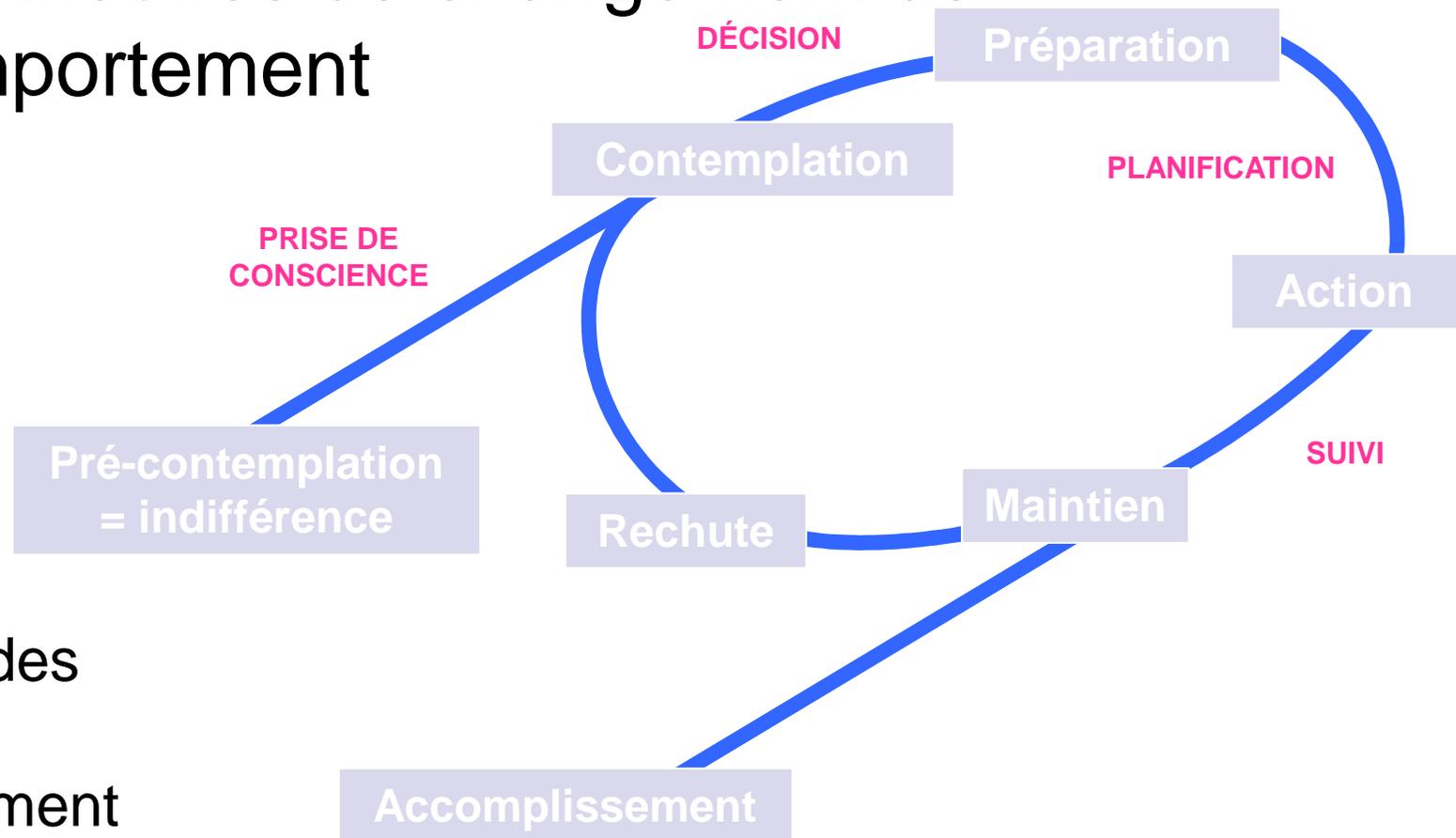
# Modèles psychosociaux relatifs aux comportements de santé

- **Limites** de ces théories :

- Reposent sur la conception que les individus sont parfaitement rationnels (évaluer le rapport coût / bénéfice = évaluer un rapport qualité / prix)
- Faiblement prédictives

# Modèles psychosociaux relatifs aux comportements de santé

- Les théories de changement de comportement



Les stades  
du  
changement  
*Prochaska et  
DiClemente*

# Modèles psychosociaux relatifs aux comportements de santé

## Pré-intention

### - raisons variées :

- Informations insuffisantes
- Manque de confiance en soi
- Echecs antérieurs
- Peur des conséquences du changement
- Autres priorités

## Intention

- Accepte l'info
- Accepte le changement pour et contre

## Préparation

Préparation au changement

**Perspectives positives  
du changement**  
**Aides pour faciliter  
changement**

**Information**  
**Explications sur les  
démarches**  
**Changement accessible**

## Chercher à lever les obstacles :

Info scientifiques  
Changement accessible  
pour tous  
Perspectives positives du  
changement  
Accepter délai

# Modèles psychosociaux relatifs aux comportements de santé

## Action

Changement des habitudes  
Rencontre de difficultés

## Maintien

- Accepte l'info
- Accepte le changement pour et contre

## Retour ou résolution

Préparation au changement

Explications scientifiques du changement  
Valorisation du changement

Explications scientifiques du changement  
Valorisation du changement

Explications scientifiques du changement  
Mécanismes neurobiologique de la dépendance pour déculpabilisation

# Modèles psychosociaux relatifs aux comportements de santé



- Les théories des systèmes d'auto-régulation et des buts relatifs aux comportements de santé
  - les buts de vie personnelle (états qu'on souhaite atteindre ou éviter)
  - l'auto-régulation (ensemble des processus volontaires destinés à atteindre les buts de vie personnels)

# Modèles psychosociaux relatifs aux comportements de santé

- Caractéristiques des buts de vie personnelle :
  - **La hiérarchisation** : exemple : pour certains, le travail passe avant la vie personnelle, avant la santé.
  - **L'alignement ou la dissonance** :
    - Certains buts vont dans le même sens (alignés) :
      - arrêter de fumer pour accroître ses capacités physiques et gagner une compétition.
    - D'autres s'opposent :
      - arrêter l'alcool pour être en bonne santé, ce but peut être en dissonance avec le but social de rester intégré dans son groupe.

**Il sera plus facile d'adapter le comportement si les buts sont alignés.**

- **L'orientation** :
  - Buts que l'on cherche à éviter / buts dont on cherche à s'approcher.
- **L'induction personnelle ou contextuelle** :
  - But fixé par soi-même :
    - arrêter de boire quand je conduis pour préserver ma vie
  - But fixé par le contexte :
    - arrêter de boire quand je conduis pour éviter le retrait du permis.

**L'adoption du comportement sera plus facile si le but est fixé par soi-même**

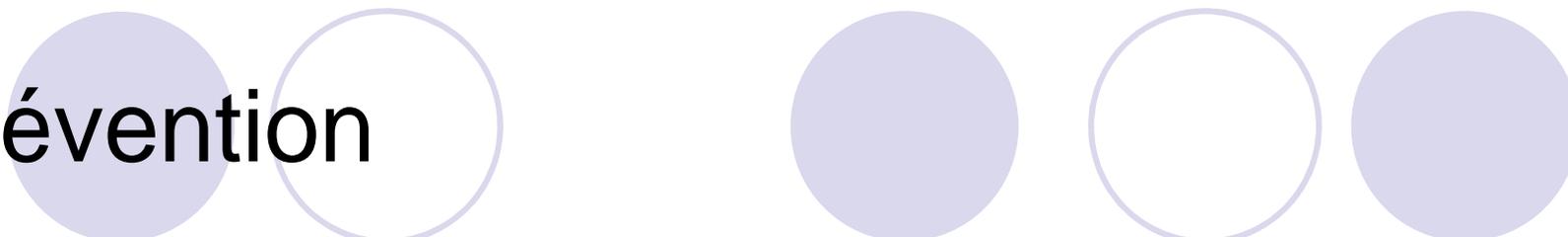
# Qu'est ce qui peut faire que les gens ont envie de changer ?

- Les facteurs de changement

- Que le changement soit perçu comme **important**
- Que la personne ait **envie** de changer
- Que la personne se sente **capable** de changer
- Qu'elle soit **prête**

# Qu'est ce qui peut faire que les gens ont envie de changer ?

- Les mécanismes en jeu dans les comportements de santé sont très complexes...
- *... ainsi, les décideurs devraient considérer l'importance de cerner le processus associé à la modification d'un comportement lié à la santé, avant de se précipiter dans le développement de programmes non adaptés au problème en cause.*
- « **Un sujet humain ne doit pas empiler des connaissances dans son cerveau en matière de comportements ou de mode de vie qui sont reconnus pour préserver de la maladie ; mais plutôt apprendre à articuler les connaissances avec son univers affectif, émotionnel et sensoriel** »

A decorative graphic at the top of the slide consists of two groups of circles. The first group on the left has a solid light purple circle on the left and an empty white circle with a light purple outline on the right. The second group on the right has a solid light purple circle on the left, an empty white circle with a light purple outline in the middle, and a solid light purple circle on the right.

# Prévention

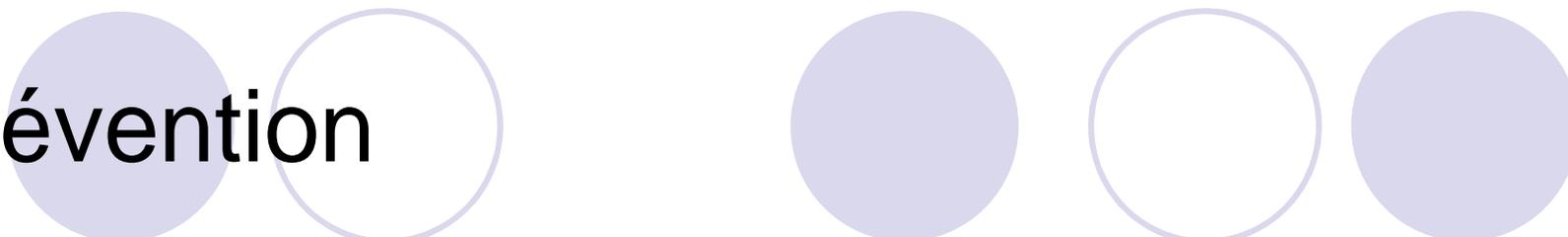
- **Difficultés de la prévention**

- Qu'est ce qui fait que les individus adoptent certains comportements ?
- Qu'est ce qui fait que les gens changent ?

- Trouver des messages généraux pour des problématiques individuelles

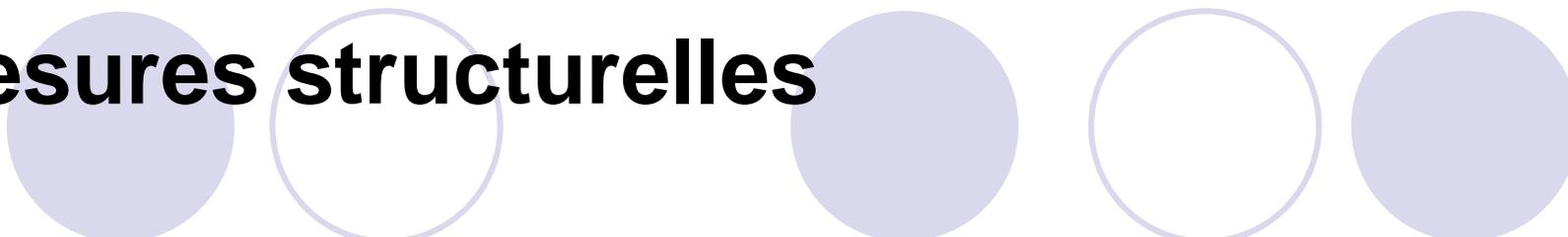
- Messages qui doivent avoir certaines caractéristiques pour parler au plus grand nombre

# Prévention

A decorative graphic consisting of six circles arranged in two groups of three. The first group on the left has a solid light purple circle on the left, a white circle with a light purple outline in the middle, and a solid light purple circle on the right. The second group on the right has a solid light purple circle on the left, a white circle with a light purple outline in the middle, and a solid light purple circle on the right.

- **Deux grandes familles de mesures** peuvent s'inscrire dans une politique efficace de réduction des méfaits liés à la consommation de substances psychoactives : **les mesures structurelles** et **les mesures liées à la prévention**.

# Mesures structurelles

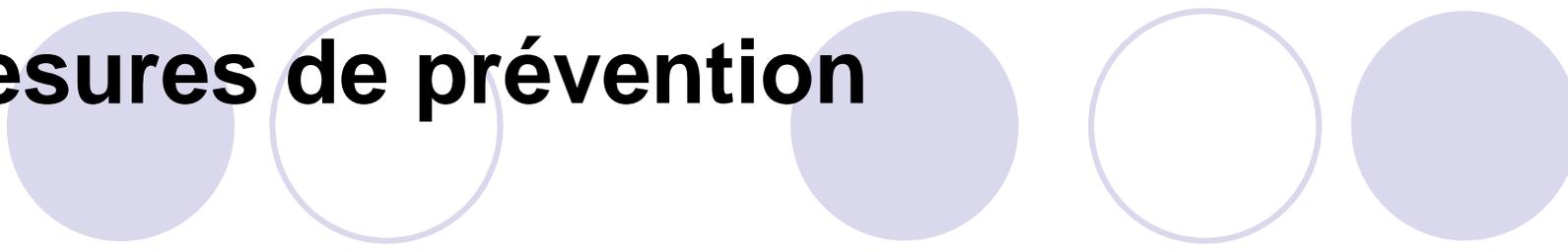


- Ensemble des dispositions visant à modifier l'environnement (le contexte social et économique)  
= **mesures administratives ou réglementaires**
- L'objectif :
  - **rendre l'accès à la substance + difficile** (en augmentant les prix, en diminuant les points de vente, en imposant un âge minimum légal pour acheter de l'alcool...),
  - **renforcer la répression** (en multipliant les contrôles routiers ...)
  - **limiter la publicité.**
- Si la plupart de ces mesures relèvent d'une politique nationale, leur application concrète est optimisée par le travail réalisé à échelon local.
- *Info sur la législation française en matière d'alcool :*  
<http://www.anpaa.asso.fr/image/stories/telechargement/alcool-memento.pdf>

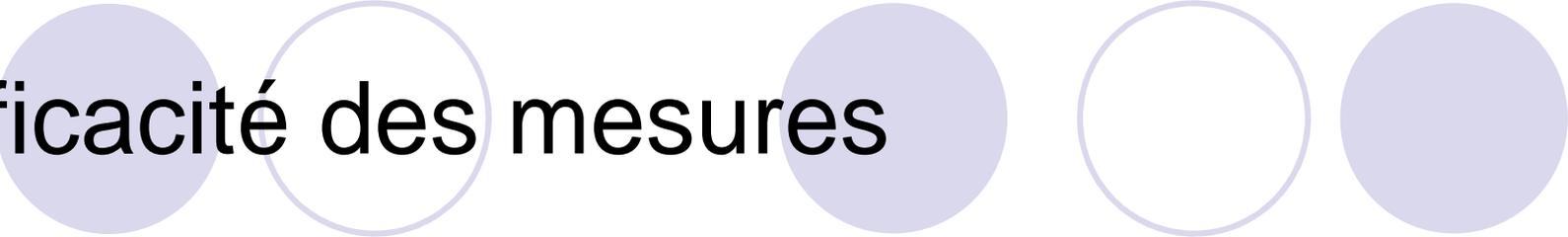
# Les mesures structurelles : efficacité

- Si elles sont appliquées correctement, permettent de réduire + ou - sensiblement les méfaits liés aux consommations excessives. Pour que ces mesures soient efficaces, 3 conditions incontournables doivent être réunies, à savoir :
  1. La présence d'un dispositif adapté de contrôles et de sanctions pour assurer leur bonne application.
  2. L'élaboration d'un mécanisme d'information et de sensibilisation pour les rendre acceptables par le grand public.
  3. Leur intégration dans des programmes à composantes multiples.

# Mesures de prévention

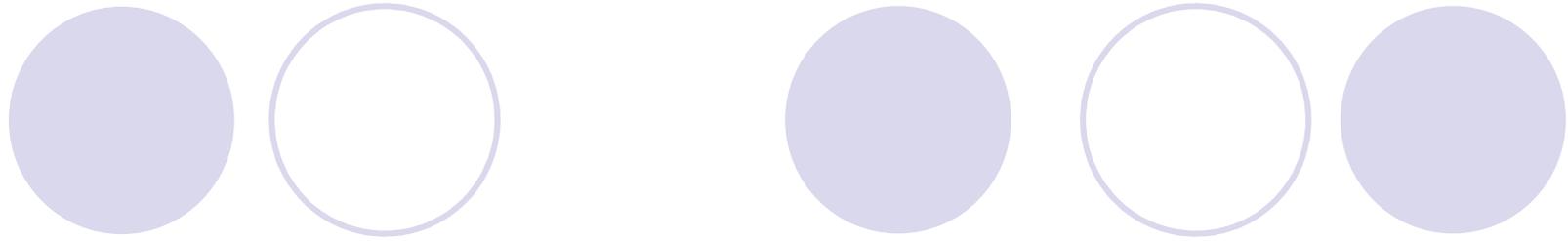


- Ensemble des dispositions visant à **modifier les comportements des individus** :  
= **mesures éducatives et de prévention**. Le repérage précoce et l'intervention brève en font partie.
- Contrairement aux mesures structurelles qui reposent sur l'interdiction et la dissuasion (le sujet limitera sa consommation le prix est élevé) les mesures de prévention visent une **modification en profondeur des représentations et des attitudes face au produit** (le sujet consommera moins d'alcool suite à une décision qu'il aura prise de manière libre et éclairée).

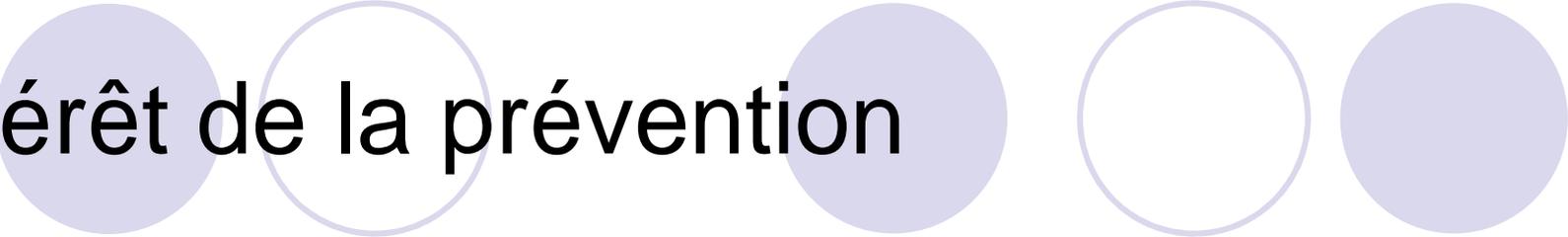


# Efficacité des mesures

- Un consensus au niveau scientifique : une politique efficace = **mesures structurelles** + **mesures individuelles**, les unes et les autres étant complémentaires. Si des leviers tels que l'accessibilité au tabac et la publicité ont fait leurs preuves, leur impact sera forcément limité en raison de leur caractère « extérieur » au sujet.
- Ces mesures devront obligatoirement s'accompagner d'initiatives visant à modifier en profondeur les comportements, à travers une amélioration des connaissances des populations concernées et d'un véritable travail de prévention visant l'ensemble des déterminants psycho-sociaux à l'origine des comportements à risque.



# **CRITÈRES D'EFFICACITÉ DE LA PRÉVENTION**

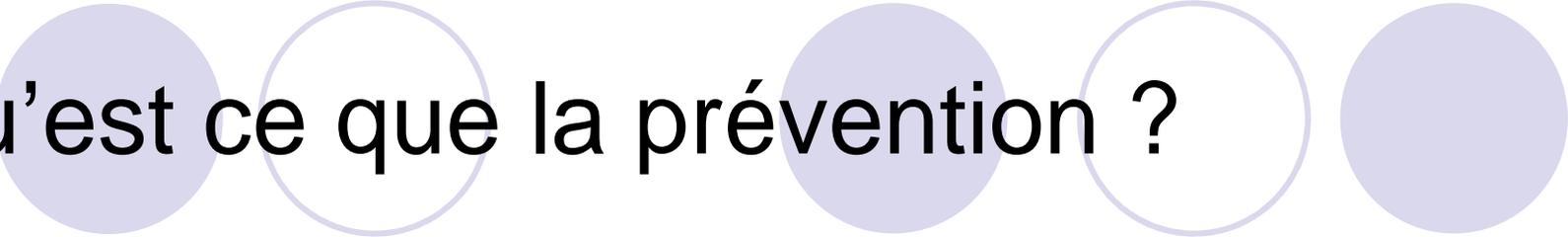


# Intérêt de la prévention

- Il importe de sensibiliser les jeunes et de leur transmettre une information fiable et valide sur les risques liés aux consommations excessives.
  - ⇒ impact limité sur leurs comportements immédiats,
  - ⇒ les aider à faire des choix éclairés.

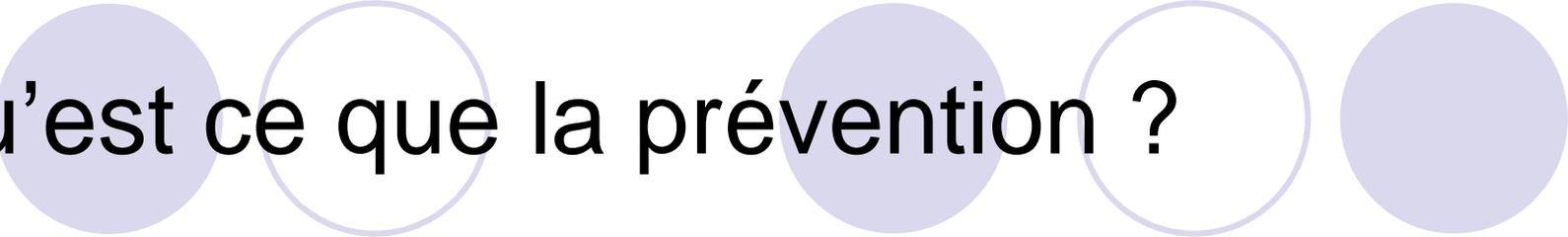
Combinée à un ensemble d'autres mesures, il est probable qu'elle agira sur le long terme en faveur d'un changement positif.

- **Si la sensibilisation et la transmission de connaissances ne sauraient être les objectifs ultimes d'une politique de l'alcool, ils en sont néanmoins des objectifs intermédiaires incontournables.**



# Qu'est ce que la prévention ?

- Un grand nombre de pays a adopté une approche basée sur des données scientifiques.
- En France : on priorise l'expérience de terrain, les ressentis et les opinions.
- La recherche permet d'identifier les méthodes de prévention les plus efficaces.
- Il est important que les décideurs et les acteurs de terrain aient accès aux connaissances qui leur permettront d'orienter leurs choix.
- Renforcer les liens entre le secteur de la recherche et celui des politiques publiques.



# Qu'est ce que la prévention ?

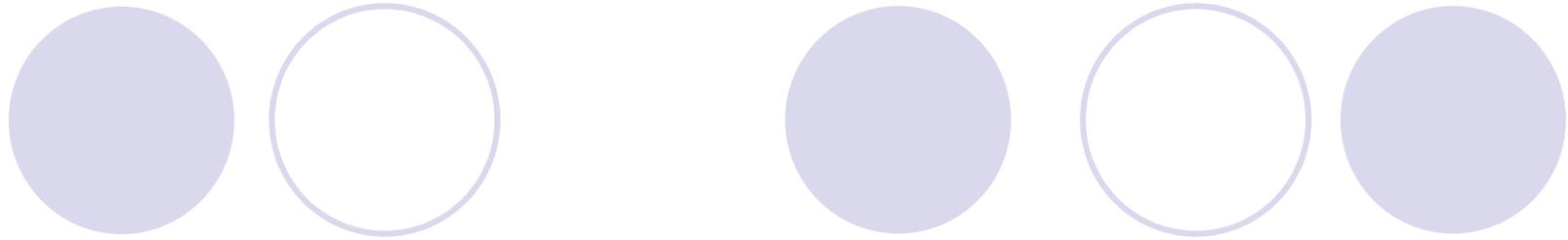
- **Ensemble des démarches visant à intervenir en amont d'un problème de manière à en empêcher sa survenue ou à en limiter les conséquences.**

En France, le concept de prévention recouvre traditionnellement trois notions distinctes :

- **La prévention primaire** regroupe les actions délivrées avant la survenue d'une maladie (ou d'un problème) de manière à l'éviter.

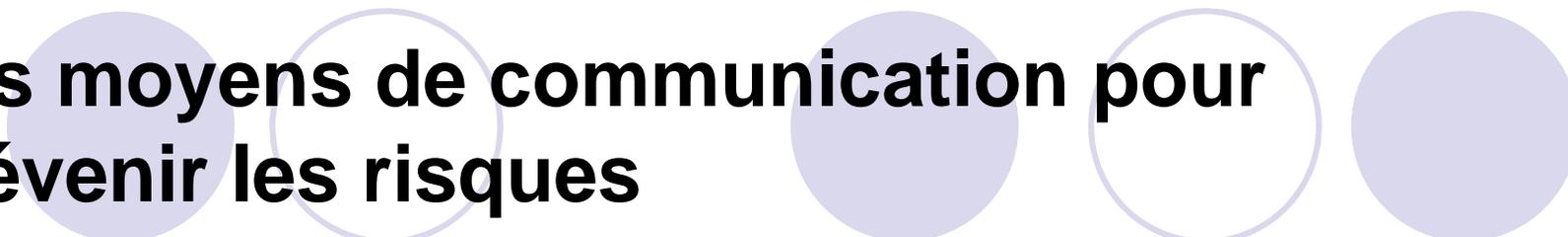
- **La prévention secondaire** vise à réduire les conséquences de la maladie (ou du problème) en intervenant de manière précoce.

- **La prévention tertiaire** a pour finalité de réduire les conséquences et la durée des invalidités associées à la maladie (ou au problème). En cela, elle se rapproche du soin.



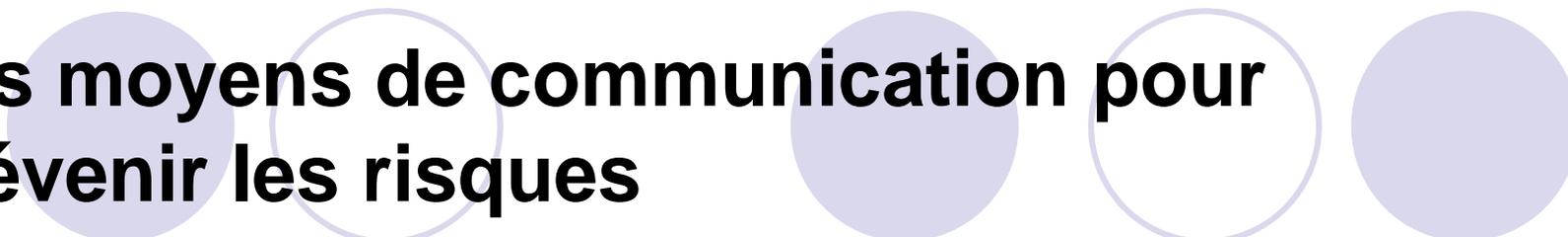
**LES MESURES DE  
PRÉVENTION LES PLUS  
EFFICACES**

# Les moyens de communication pour prévenir les risques



- La recherche en psychologie sociale s'efforce de trouver les moyens de rendre les messages de prévention efficaces.
- Il existe différentes façons de communiquer sur les risques.

# Les moyens de communication pour prévenir les risques



- Quatre façons de communiquer sur un risque :

- La contrainte
- La stigmatisation
- L'appel à la peur
- L'information

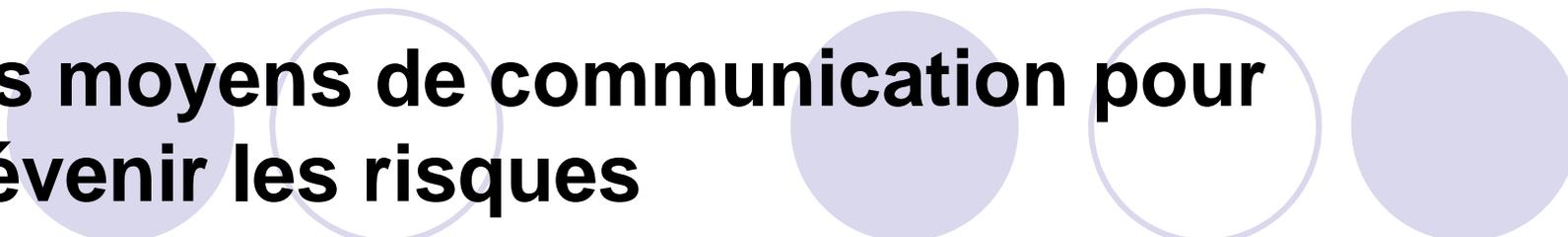


# Les moyens de communication pour prévenir les risques

- La contrainte



# Les moyens de communication pour prévenir les risques



## ○ La contrainte

- Le but visé par les campagnes de prévention est souvent la sécurité, mais pas seulement, une campagne peut être contraignante (remise en cause du but d'autonomie, je ne suis pas libre de faire ce que je veux).  
Les informations délivrées par les experts peuvent être perçues comme contraignantes car il paraît impossible de penser le contraire.

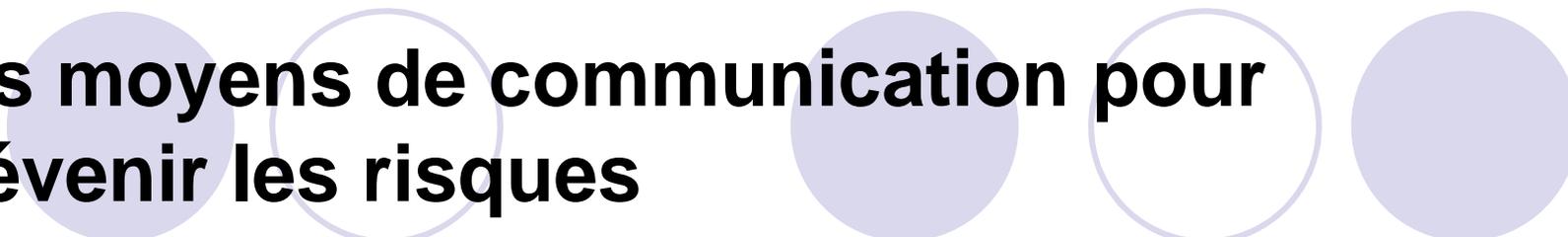
# Les moyens de communication pour prévenir les risques

- La stigmatisation



Un fumeur... c'est sal et ça pue ! Ras le bol du tabagisme dans les lieux publics !

# Les moyens de communication pour prévenir les risques



## La stigmatisation

- Cela renvoie une image négative du fumeur. Les non fumeurs sont valorisés, les fumeurs peuvent se sentir « rejetés ».

« De nombreuses études ont montré que les non fumeurs ont devant eux un avenir en matière de santé. Ce bien être acquis est le plus souvent associé à la réussite professionnelle et à la réussite sociale »

# Les moyens de communication sur les risques

- La peur
- Idée : le fait de faire peur aux gens, par le biais de messages inquiétants serait le moteur d'une motivation à agir, à réduire un état émotionnel déplaisant.



```
graph LR; A[Publicité choc MENACE] --> B[Emotion désagréable]; B --> C[Contrôle du danger = Adopter le comportement préconisé]; B --> D[Contrôle de la peur = stratégie de défense]; D --> E[1. Atténuer l'impact de la pub]; D --> F[2. Ne pas se sentir concerné]; D --> G[2. Sentiment d'incapacité à adopter le comportement];
```

**Publicité choc  
MENACE**

**Emotion  
désagréable**

**Contrôle du danger  
= Adopter le  
comportement  
préconisé**

**Contrôle de la peur =  
stratégie de  
défense**

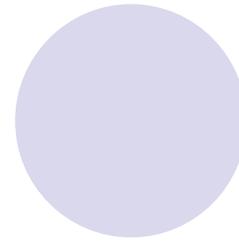
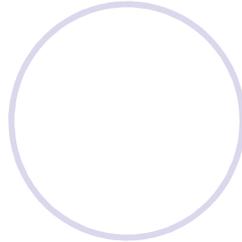
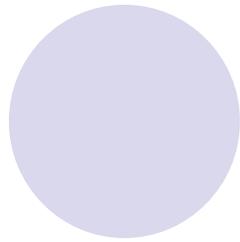
1. Atténuer l'impact de la pub
2. Ne pas se sentir concerné
2. Sentiment d'incapacité à adopter le comportement

**Publicité choc  
MENACE**

**Emotion  
désagréable**

**Contrôle du  
danger  
= stratégie de  
faire face**

**Contrôle de la  
peur =  
stratégie de  
contournement**



# Les moyens de communication pour prévenir les risques

## L'appel à la peur

Comment favoriser le contrôle du danger ?

→ Prendre en compte l'auto efficacité (Bandura, 1986) = capacité perçue par le sujet à pouvoir mettre en œuvre le comportement de prévention, la croyance à pouvoir adopter un comportement.

→ faire appel de manière équilibrée aux émotions.

# Les moyens de communication pour prévenir les risques

## L'appel à la peur

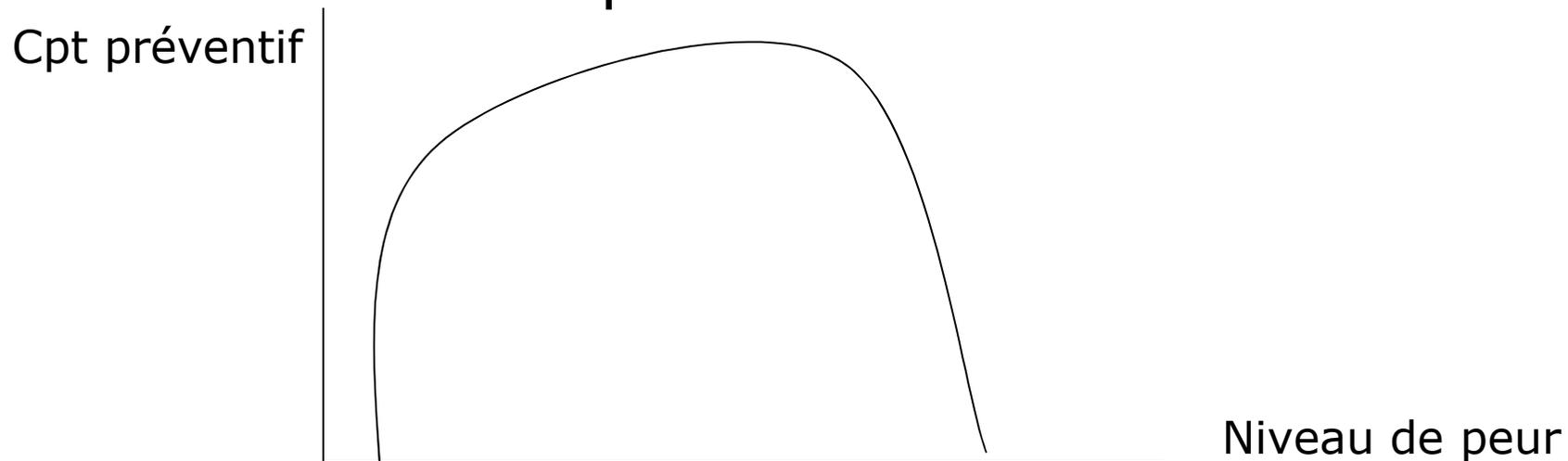
Menace et efficacité interagissent (auto efficacité et efficacité des méthodes de prévention).

- ➔ Forte menace + efficacité élevée = intention d'agir.
- ➔ Forte menace + efficacité faible = effet boomerang  
(contrôle de la peur)

# Les moyens de communication pour prévenir les risques

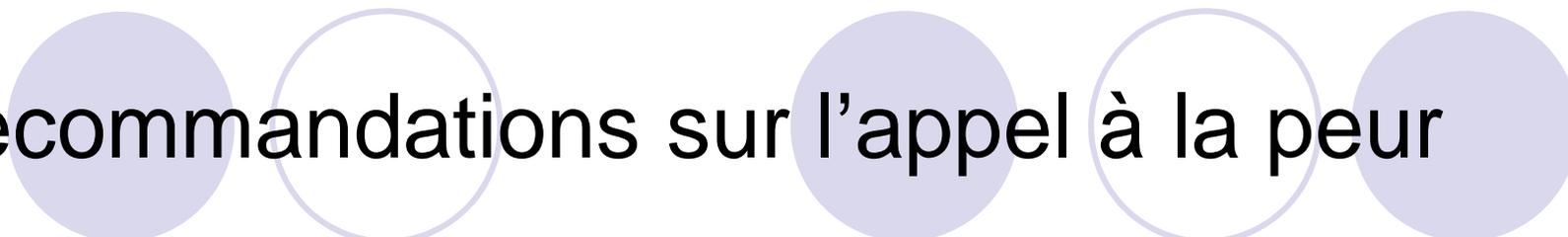
## L'appel à la peur

Quel niveau de peur induire ?



### Faire appel de manière équilibrée aux émotions

Le recours aux émotions, s'il est bien dosé, peut être une stratégie plus efficace pour capter l'intérêt et susciter une motivation au changement



# Recommandations sur l'appel à la peur

**L'utilisation de la peur en prévention doit prendre en compte un ensemble de facteurs individuels** pour une possible efficacité :

- 1. Le positionnement des individus en termes de seuil de tolérance à l'émotion négative ;*
- 2. Le positionnement attitudinal ;*
- 3. La propension individuelle au changement.*

- Cette prise en compte nécessaire de ces différents facteurs individuels va à l'encontre d'une diffusion indifférenciée et trop générale de tels messages ou actions.

# Les moyens de communication pour prévenir les risques

## ○ L'information

- C'est efficace dans la plupart des cas, si l'information est accompagnée des moyens que l'on doit mettre en œuvre pour changer de comportement.
- Et si l'on suit certaines recommandations ...

**→ 10 critères d'efficacité en matière de prévention.**

# Critères d'efficacité des messages de prévention

- (1) Ne pas se contenter de transmettre un savoir**
- (2) Communiquer à travers des messages adaptés**
- (3) S'inscrire dans une démarche de promotion de la santé**
- (4) S'inscrire dans la durée**
- (5) Intervenir à différentes étapes de la vie des jeunes et en fonction de la population concernée**
- (6) Articuler interventions collectives et interventions individuelles**
- (7) S'adresser aux jeunes de manière appropriée**
- (8) Impliquer les jeunes dans l'élaboration, la mise en œuvre et l'évaluation du projet**
- (9) Agir en direction des familles**
- (10) S'intégrer à un dispositif à composantes multiples**

# 1. Ne pas se contenter de transmettre un savoir

- Il est reconnu que l'amélioration des connaissances ne suffit pas à faire évoluer les comportements, il est important d'avoir d'autres objectifs :

- modification des représentations
- acquisition de nouvelles compétences

**le fait d'être conscient de l'existence d'un danger ne nous dissuade pas forcément d'adopter un comportement périlleux**

## 2. Communiquer à travers des messages adaptés

- Les théories issues des recherches en psychologie montrent que les messages les plus efficaces sont ceux qui :
  - Font appel de manière équilibrée aux émotions,
  - **Orientent vers des solutions concrètes,**
  - Connaissent bien la population ciblée de manière à s'adresser à elle de manière appropriée,
  - Utiliser le contre marketing.

## 2. Communiquer à travers des messages adaptés

- **Orienter vers des solutions concrètes**
- Pour être efficace, un message de prévention, surtout s'il est basé sur des émotions négatives, doit être accompagné de **recommandations concrètes**, incluant des **renseignements sur les orientations possibles** (lignes d'écoute téléphonique, site Internet...)

**Une règle de base est que l'on ne doit jamais laisser l'individu sans ressource face à l'information reçue.**

## 2. Communiquer à travers des messages adaptés

- **Partir des connaissances des publics**
- Il importe de **cibler les publics les plus concernés**, et de s'adresser à eux d'une manière spécifique.
- Il est indispensable de bien connaître leur **niveau de connaissances, leurs attentes et leurs représentations**, dans le but de concevoir des messages adaptés.

### 3. S'inscrire dans une démarche de promotion de la santé

- Les stratégies de prévention les plus efficaces sont celles qui reposent sur une approche globale (promotion de la santé).
- Objectif intermédiaire de la prévention :
  - Modification des « déterminants de la santé », c'est-à-dire des causes profondes (facteurs individuels et facteurs environnementaux) auxquelles on peut attribuer un problème donné.

### 3. S'inscrire dans une démarche de promotion de la santé



- Les motifs qui poussent un jeune à consommer sont complexes :
  - **Facteurs prédisposants** : facteurs qui augmentent la vulnérabilité de la personne face à la consommation de SPA (facteurs de risque)
  - **Facteurs de protection** : facteurs qui renforcent la capacité du jeune à se protéger (sa personnalité (par exemple ses capacités à résister à la pression des pairs, la facilité avec laquelle il va nouer des relations...), son environnement immédiat (qualité des relations intrafamiliales ou amicales, par exemple) ou bien de son environnement élargi (l'école ou la communauté).
- Identifier ces facteurs et bien comprendre la manière dont ils vont fragiliser ou protéger un jeune est un élément fondamental de la prévention.

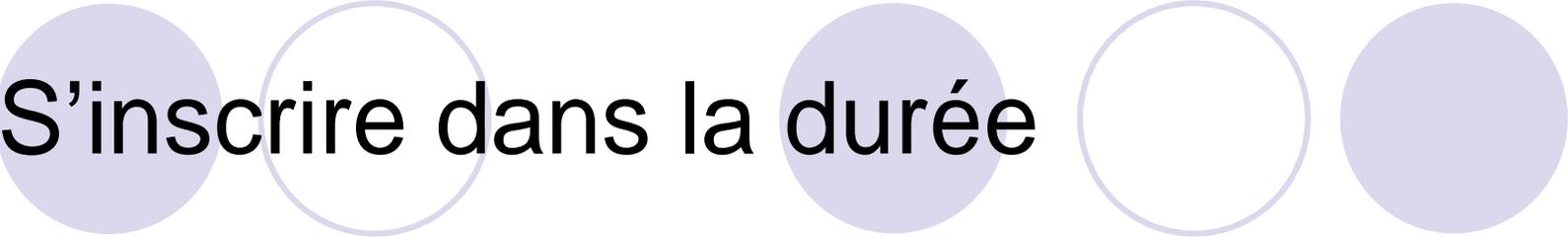
**Parmi les approches les plus efficaces figurent celles qui visent à renforcer les facteurs de protection tout en s'attaquent aux facteurs prédisposants.**

### 3. S'inscrire dans une démarche de promotion de la santé

- **Viser le renforcement des compétences psycho sociales des jeunes**
- = compétences permettant d'affronter les aléas de l'existence et d'établir des relations plus ou moins harmonieuses avec son entourage :
  - confiance en soi,
  - capacité à prendre des décisions réfléchies,
  - Capacité à contrôler ses émotions,
  - Capacité à communiquer...
- Se construisent à l'enfance et à l'adolescence,
- Jouent un rôle déterminant : un jeune doté de bonnes aptitudes personnelles et sociales est moins susceptible de s'engager dans des comportements à risque qu'un jeune chez qui celles-ci font défaut.

### 3. S'inscrire dans une démarche de promotion de la santé

- Un jeune « bien dans sa peau », sachant gérer ses émotions, établissant des relations harmonieuses avec son entourage et disposant d'un esprit critique sera moins enclin à s'engager dans une logique des comportements à risque répétés qu'un jeune en difficulté relationnelle ou psychologique.



## 4. S'inscrire dans la durée

- Les actions de prévention doivent s'inscrire dans la temporalité.
- 20 heures par an est requis, l'idéal étant que le programme s'étende sur plusieurs années.
- Une intervention isolée n'aura qu'un effet limité, des « piqûres de rappel » devant impérativement être organisées.
  - **Les jeunes doivent pouvoir bénéficier d'interventions adaptées tout au long de leur scolarité.**

## 5. Intervenir à différentes étapes de la vie des jeunes et en fonction de la population concernée

- Penser la prévention au regard des phases de développement des jeunes.
- L'enfant et l'adolescent traversent plusieurs étapes de développement plus ou moins délicates à gérer : séparation nécessaire d'avec les parents, passage du premier au second degré, puberté...
- Chacune de ces étapes représente un véritable défi pouvant s'avérer critique si le jeune ne dispose pas des ressources nécessaires pour la traverser.

## 5. Intervenir à différentes étapes de la vie des jeunes et en fonction de la population concernée

- Les programmes les plus efficaces sont ceux qui considèrent les différentes étapes de développement des jeunes, et prennent en compte les aspects liés aux processus de formation de l'identité.

## 6. Articuler interventions collectives et interventions individuelles

- Efficacité : action de prévention universelle + actions de prévention sélective visant les jeunes les plus à risque.
- Exemple : amélioration des compétences psychosociales en général (sur les aptitudes sociales : comment résister à l'influence des pairs, au poids des normes sociales...) + travail sur des aptitudes plus spécifiques, telles la gestion de la colère et des émotions pour les personnes les + à risque.

## 6. Articuler interventions collectives et interventions individuelles

- Réticence des jeunes à faire l'objet d'une intervention individuelle.
- Démarche en 2 temps :
  - interventions collectives qui permettent d'identifier les jeunes les plus à risques et de les amener à réfléchir sur leurs propres consommations,
  - engagement volontairement dans une démarche individuelle.

**« Règle générale : + le risque est grand pour un groupe ou un secteur de la population, + l'effort de prévention doit être intensif. »**

## 6. Articuler interventions collectives et interventions individuelles

- Intégrer un mécanisme de repérage et d'orientation
- Objectifs :
  - Inclure des informations sur les ressources et les lieux de prise en charge possible.
  - Lever les freins que les personnes rencontrent pour demander de l'aide.
- Selon sa compétence et son expérience, l'intervenant sera plus ou moins à même d'identifier les jeunes les plus à risque et d'interagir avec eux de manière ciblée. Cet aspect doit être considéré en amont de la préparation de l'intervention.

## 7. S'adresser aux jeunes de manière appropriée

- **Partir du point de vue des jeunes, de leurs représentations, de leurs expériences, de leurs motivations, de leurs valeurs et leurs besoins.**
  - Partir de leur situation et de leur vécu de manière à transmettre des messages qui feront écho à leur réalité.
  - Adapter son langage à celui des jeunes, reconnaître et accepter les différences.
  - Ne pas porter de jugement de valeur sur les témoignages des jeunes, mais les mettre à profit en vue d'une réflexion partagée.

**« les promoteurs de programmes doivent tenir compte des normes, des valeurs, du langage et de la culture propres à la jeunesse. »**

## 7. S'adresser aux jeunes de manière appropriée

- **Tenir compte des avantages liés aux consommations**
- Tabac = une aide pour chasser le stress ...

→ Tenir compte des avantages perçus et les analyser avec les jeunes de manière à les inviter à avoir une réflexion critique.

***« Le message ne peut être moralisateur et ne doit pas ignorer que la consommation de tabac peut avoir des avantages. Lister les dangers du tabac sans évoquer le plaisir et les effets positifs attendus est culpabilisant »***

## 7. S'adresser aux jeunes de manière appropriée

- **Apporter une information objective et scientifiquement exacte**
- Ne pas dramatiser la situation ou exagérer les risques encourus pour ne pas perdre en crédibilité.

***« Les messages explicites et implicites d'un programme doivent être réalistes et crédibles aux yeux des participants, et être transmis par des gens crédibles. »***

## 7. S'adresser aux jeunes de manière appropriée

- **Proposer des alternatives ayant un bénéfice immédiat**
- Ne pas mettre l'accent sur les dangers à long terme du tabac.
- Insister + sur les effets à court terme.
  - Apporter des solutions concrètes dont ils pourront tirer des bénéfices immédiats,
  - Insister sur les avantages directs qu'ils peuvent trouver à limiter/arrêter leur consommation.

## 7. S'adresser aux jeunes de manière appropriée

- **Ne pas être moralisateur**
- Les interventions délivrant un message du type « *le tabac est mauvais* » ne sont pas crédibles.
- Ce type de message n'est pas toujours consciemment véhiculé par l'intervenant. Il peut transparaître de manière implicite à travers son attitude générale, ses remarques ou ses réactions.

**Il importe que les personnes en charge des actions de prévention soient bien au fait de leurs propres représentations liées au tabac et qu'elles ne portent aucun « jugement de valeur ».**

## 7. S'adresser aux jeunes de manière appropriée

- **Privilégier la qualité de la relation**
- La qualité de la relation développée avec le jeune est tout aussi importante que la qualité du message transmis.
- Les personnes qui interviennent doivent :
  - être bien formées
  - disposer de bonnes capacités relationnelles
  - véhiculer des informations fiables.
  - éviter la technicité,
  - privilégier l'aspect interpersonnel
  - maîtriser les techniques de dynamique de groupe
  - utiliser un langage approprié.

**Les messages passeront d'autant mieux que l'intervenant sera jugé sympathique et crédible par les jeunes. Il doit disposer d'une grande connaissance de son sujet, maîtriser les techniques d'enseignement interactif, être à l'aise.**

## 7. S'adresser aux jeunes de manière appropriée

- Favoriser les méthodes interactives
- Pour être efficace, une intervention doit :
  - reconnaître et respecter les savoirs des individus,
  - les faire participer activement (Mises en situation, jeux de rôle, brainstorming)

→ Un jeune sera d'autant plus réceptif à un message qu'il se sentira acteur de l'intervention.
- Les petits groupes se prêtent à ce type d'exercices.

**Le fait d'échanger des idées et des expériences entre pairs est une motivation au changement plus forte que la nature du message transmis par l'intervention.**

## 7. S'adresser aux jeunes de manière appropriée

- Favoriser les méthodes interactives
- Rôle de l'animateur :
  - faciliter les activités en encourageant la participation active de chacun
  - veiller au bon déroulement
  - faciliter et modérer les échanges
  - rectifier au besoin les perceptions erronées

*« Les programmes interactifs se sont révélés 2 à 4 fois plus efficaces que les programmes qui ne l'étaient pas. Les programmes mettant l'accent sur l'interaction élève-élève (axée sur des tâches précises), plutôt que sur l'interaction élève-enseignant, ont des effets beaucoup plus positifs sur la consommation de SPA. »*

Les techniques suivantes fonctionnent bien dans cette démarche : jeu de rôle, questionnement socratique, simulations, remueménages, apprentissage coopératif et discussion entre pairs»

## 7. S'adresser aux jeunes de manière appropriée

- Favoriser les méthodes interactives
- Démarches associant prévention et création artistique ou culturelle (théâtre interactif)
- Avantages : capter l'intérêt des personnes et faire appel à leur participation.
- Précautions :
  - favoriser l'expression de tous les jeunes et pas uniquement des quelques personnes qui seront associées à la représentation.
  - Écriture des saynètes avec les jeunes et organisation de séances de débriefing organisées par petits groupes après les représentations.
  - s'assurer que cette interactivité soit réelle.

**Les démarches réellement participatives sont des démarches exigeantes, qui demandent du temps et des moyens et qui devraient reposer sur une assise théorique validée.**

## 8. Impliquer les jeunes dans l'élaboration, la mise en œuvre et l'évaluation du projet

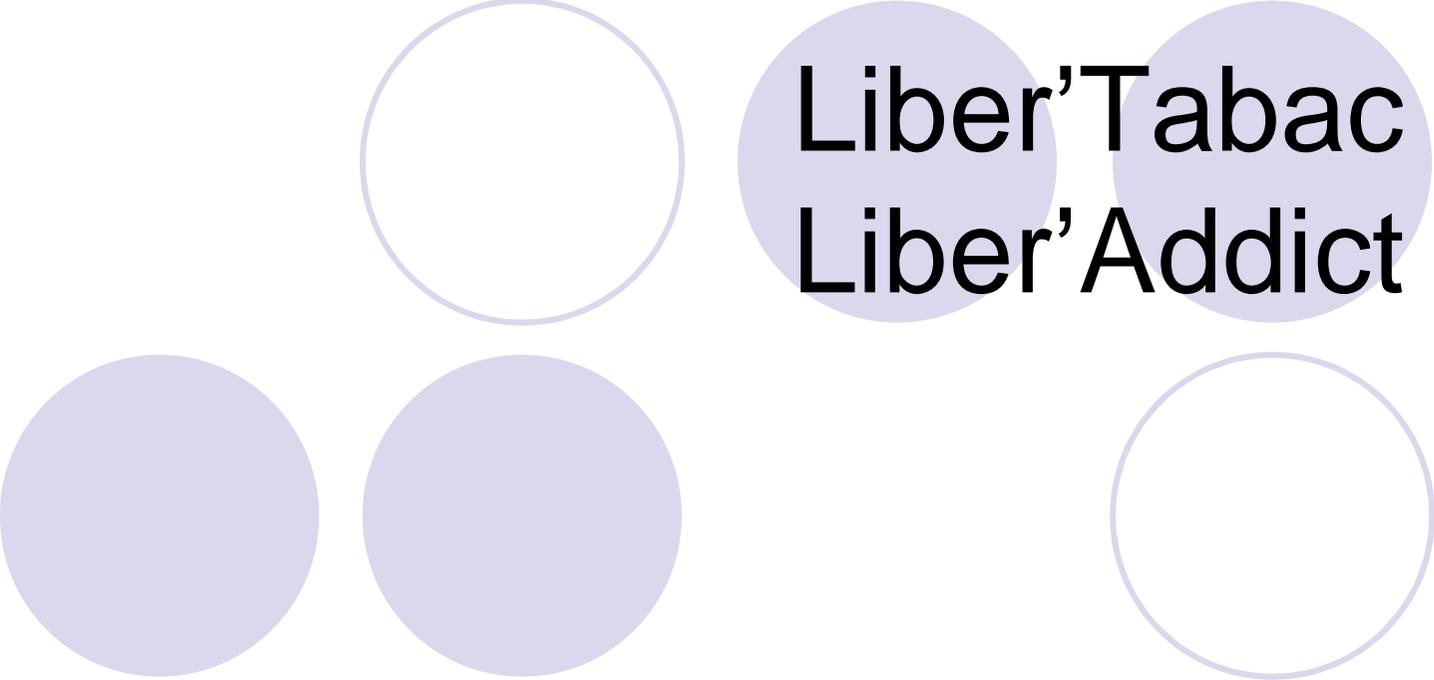
- Le fait de participer à un processus de prévention est une expérience qui peut suffire à une prise de conscience et à une modification des comportements.
- Cette approche implique, de la part des adultes, de prendre conscience des multiples compétences dont disposent les jeunes, et d'accepter de travailler en collaboration avec eux.

# 9. Agir en direction des familles

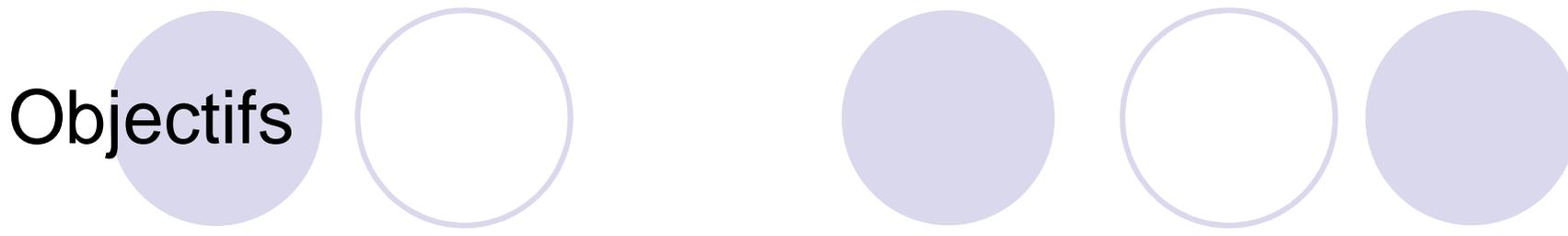
- Articuler les interventions en direction des jeunes à des interventions en direction des parents.
- Parents = tous premiers acteurs de prévention.
- La qualité des liens intrafamiliaux = facteurs de protection (nourrir le sentiment de confiance en soi et en son environnement).
- Une autorité bien dosée et posée avec affection de la part de parents qui se sentent légitimes dans ce rôle sera déterminante pour le jeune en construction
- Intérêt de renforcer les compétences parentales, sans culpabiliser, dramatiser ni banaliser
- Aider les parents à avoir l'attitude la mieux adaptée à la situation (redonner confiance, même démunis, rôle important)

## 10. S'intégrer à un dispositif à composantes multiples

- **Veiller à combiner plusieurs types de mesures qui agiront sur différents aspects du problème et impliquant de multiples acteurs.**
- Une politique efficace combine des mesures visant à limiter l'accessibilité de l'alcool à des actions permettant un renforcement du dépistage et de la prise en charge des jeunes les plus à risques, le tout complété par des interventions en milieu scolaire et des ateliers à destination des parents, et renforcé par des campagnes de sensibilisation à destination du grand public.
- **Coordonner le travail des forces de l'ordre, des acteurs de prévention, des services de santé, des acteurs économiques, des associations locales, des médias...**

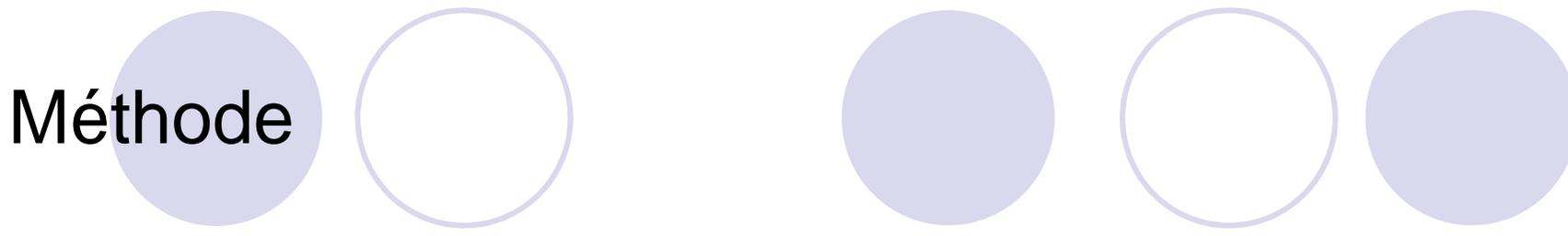


Liber' Tabac  
Liber' Addict



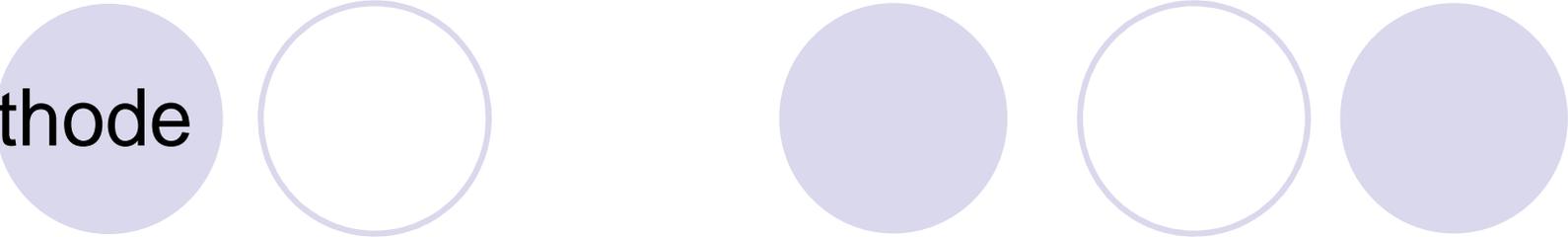
# Objectifs

- Participer à l'élaboration dans les collèges et les lycées de la région, des programmes d'actions sur le thème des addictions
- Accompagner ces actions et les évaluer pendant toute la durée du projet.



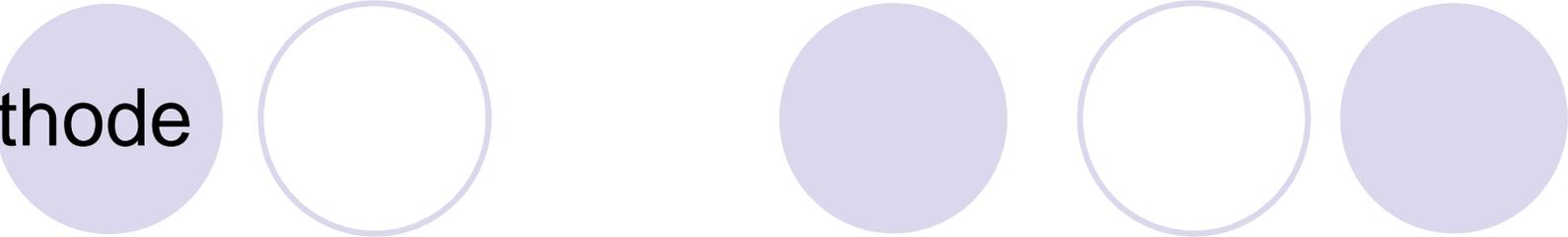
Méthode

- Formations des enseignants, infirmières, conseillers pédagogiques, chefs d'établissement
  - Porteurs de projet dans l'établissement
  - Garantir l'engagement de l'ensemble du personnel (notamment la direction)
  - Interventions de partenariats (ANPAA, CODES, Dispensaire Emile Roux..)



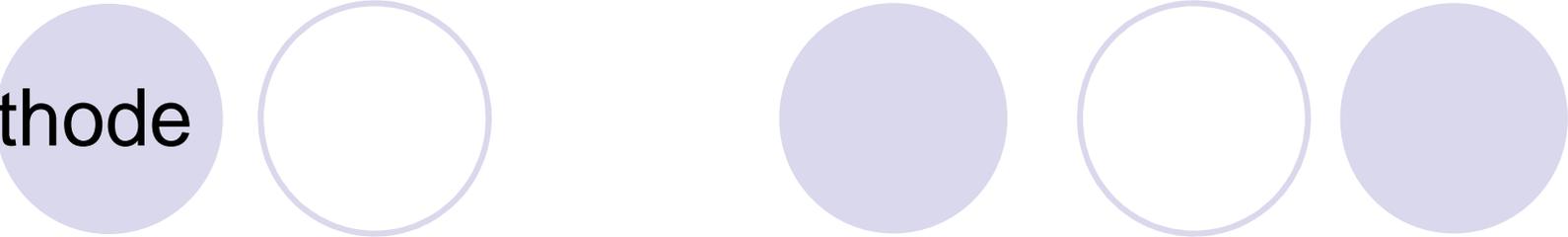
## Méthode

- Permettre à l'ensemble des personnels de l'établissement de s'approprier activement la problématique des SPA
- Acquérir une méthodologie et un savoir faire qui permet de traiter ultérieurement de façon autonome d'autres thématiques.



# Méthode

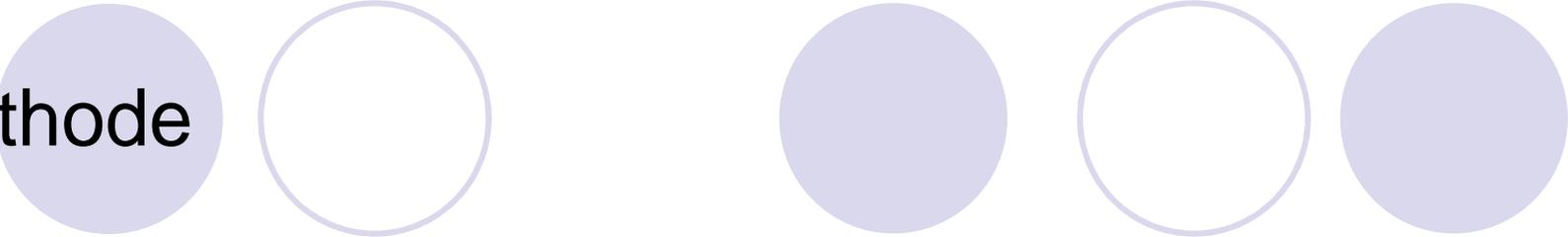
- Appui méthodologique aux établissements pour qu'ils puissent répondre à la problématique du tabagisme
  - Organisation
  - Analyse des besoins, état des lieux (questionnaires)
  - Éviter de stigmatiser les consommateurs
  - Organisation de journées banalisées
  - Ateliers avec les élèves
  - Évaluation



Méthode

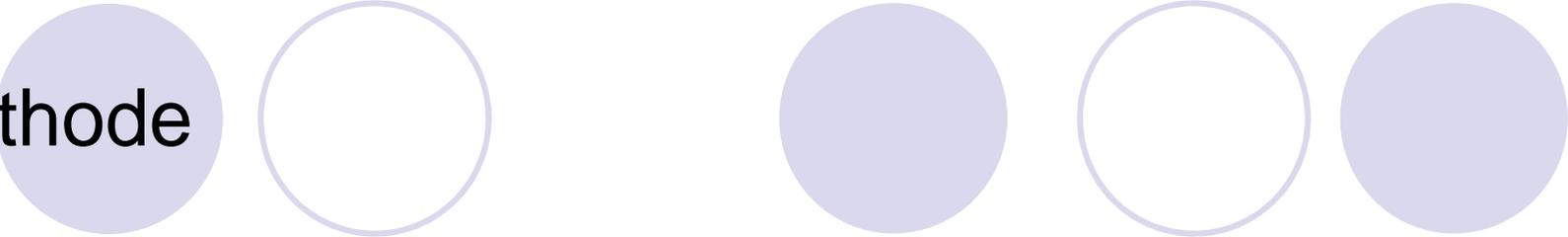
○ Accès au sevrage tabagique

- Formation des infirmières scolaires (repérage, entretien, orientation)
- Achats de testeurs de CO
- Organisation de groupes de motivation à l'arrêt



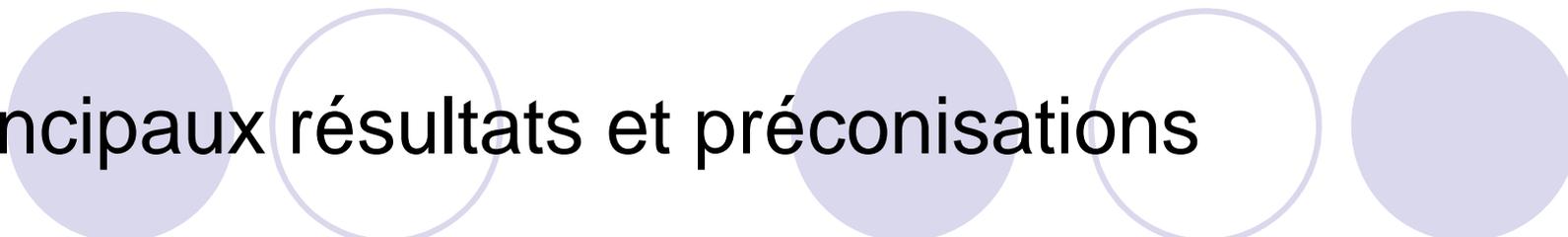
Méthode

○ Interventions auprès des élèves



Méthode

- Prise en charge collective des adolescents concernant leurs comportements addictifs



# Principaux résultats et préconisations

→ 48 établissements ont été touchés par le dispositif Liber'Tabac entre 2005 et 2008 (20 500 élèves).

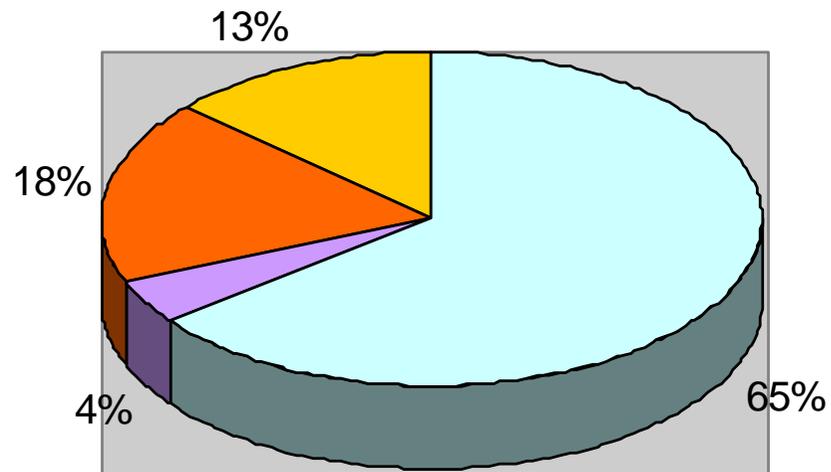


# Attitudes et comportements des collégiens et des lycéens vis-à-vis du tabac

- 1. Avoir un état initial de la consommation de tabac des élèves
- 2. Tenter de comprendre le comportement des élèves par rapport au tabac pour mettre en place des actions de prévention adaptées

# Attitudes et comportements des collégiens

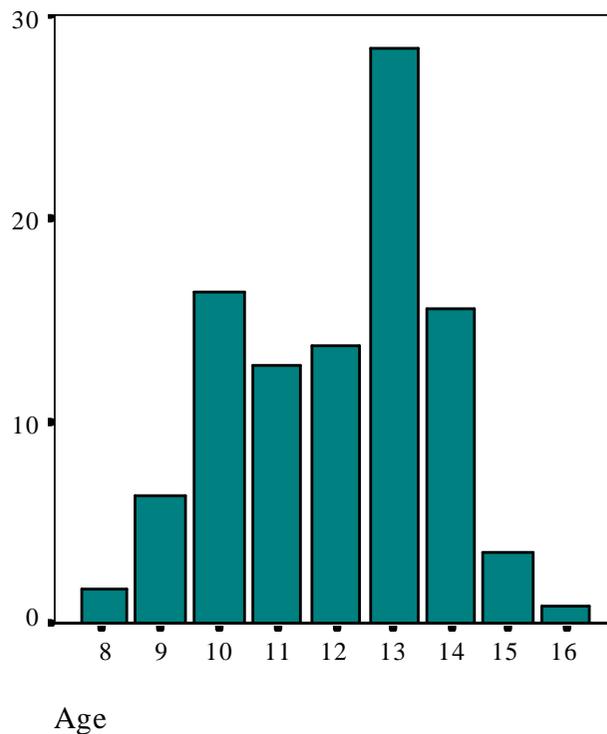
- Consommation déclarée de tabac



□ Non fumeur □ Ex fumeur □ Fumeur occasionnel □ Fumeur régulier

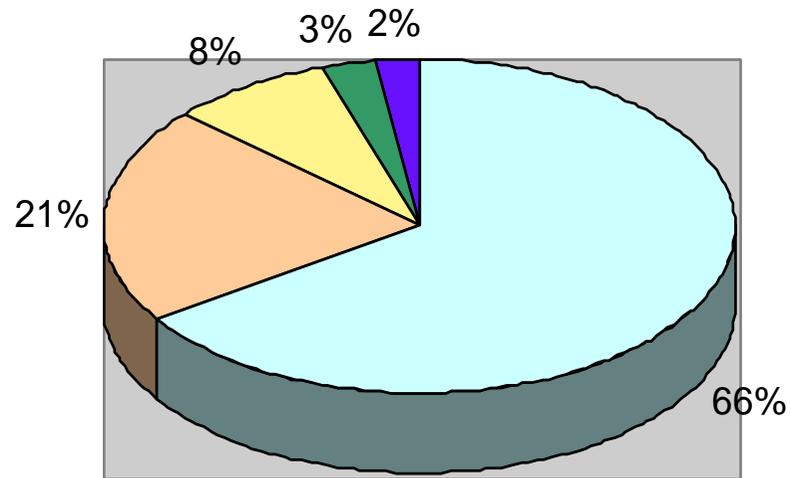
# Attitudes et comportements des collégiens

- Répartition des âges de la première cigarette



# Attitudes et comportements des collégiens

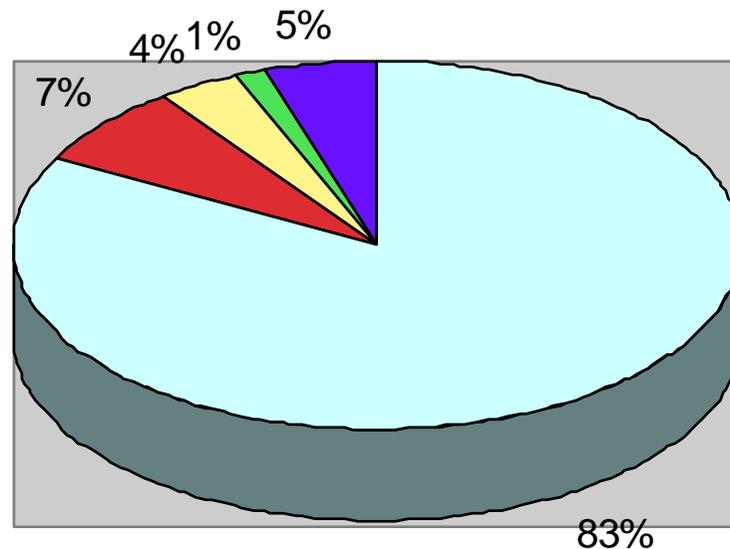
- Ivresse déclarée au cours des 12 derniers mois



□ 0 fois □ 1 à 2 fois □ 3 à 9 fois □ 10 à 19 fois □ 20 fois et +

# Attitudes et comportements des collégiens

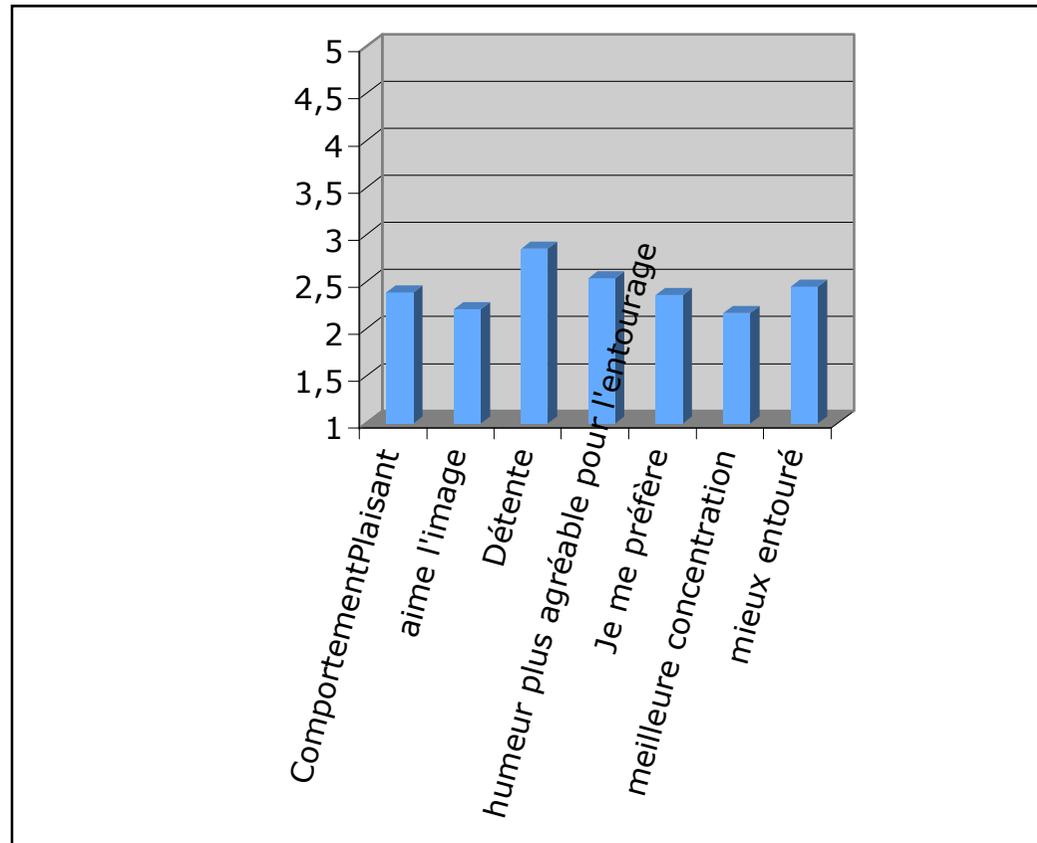
- Consommation déclarée de cannabis au cours des 6 derniers mois



□ Jamais □ 1 à 2 fois □ 3 à 9 fois □ 10 à 19 fois □ 20 fois et +

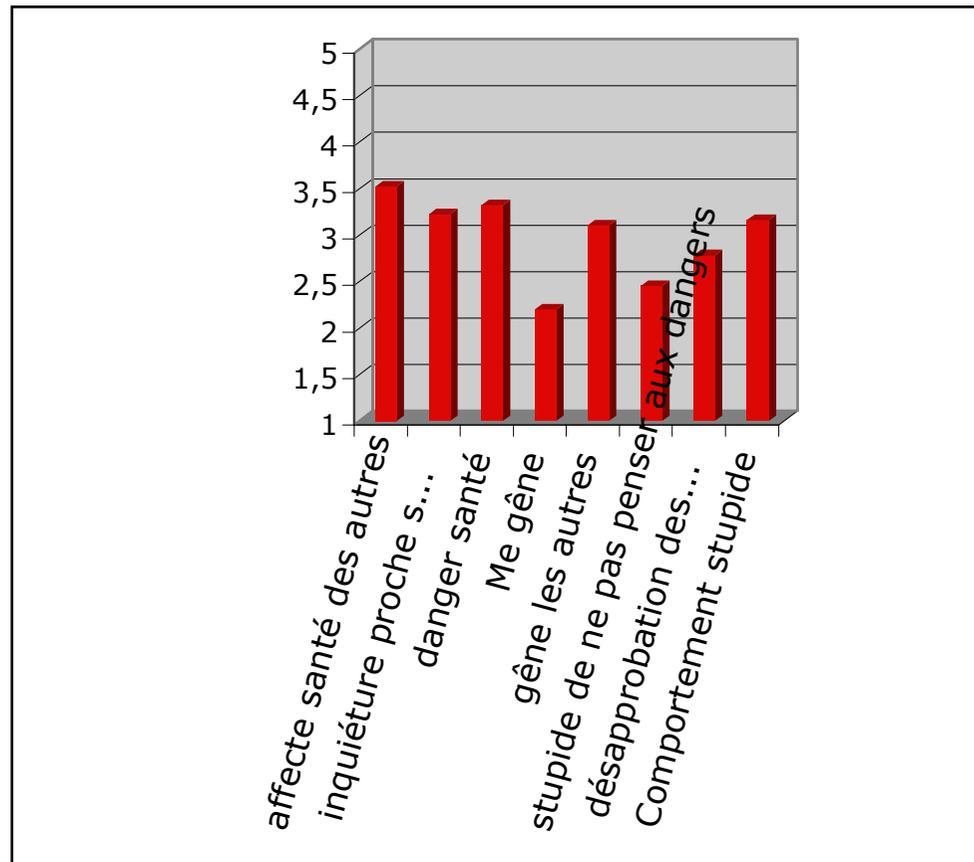
# Attitudes et comportements des collégiens

- Arguments positifs de la consommation de tabac



# Attitudes et comportements des collégiens

- Arguments négatifs de la consommation de tabac





# Attitudes et comportements des collégiens

## AUTO EFFICACITE

« Tu vas trouver ci-dessous, 11 situations de la vie quotidienne. Dis simplement, pour chacune d'elle, dans quelle mesure tu penses pouvoir t'abstenir de fumer »

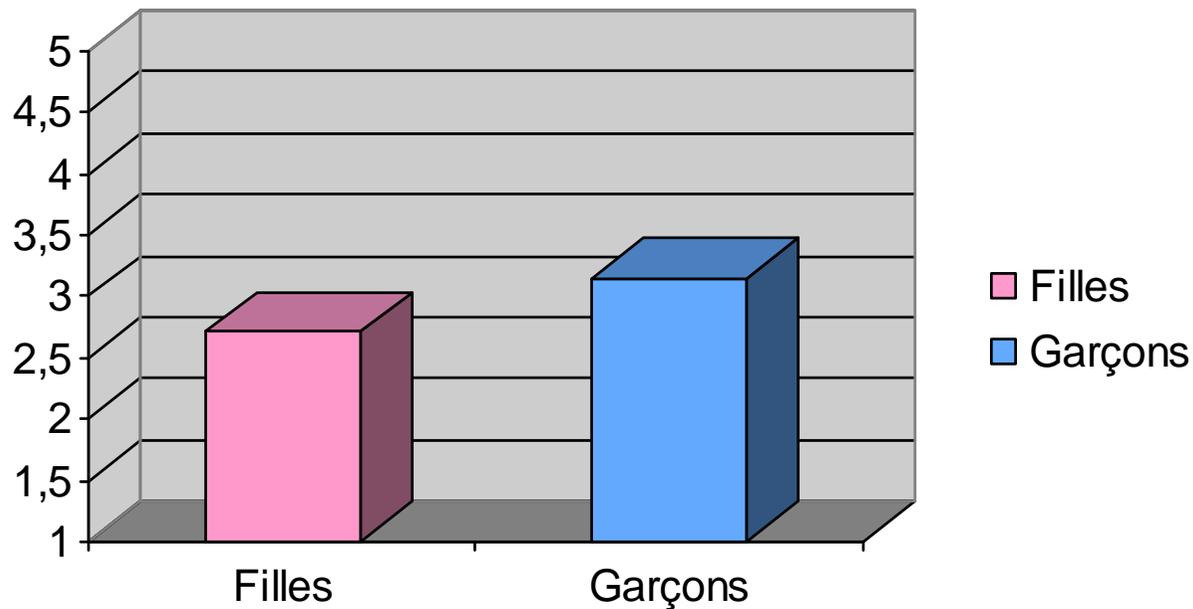
- ▶ *Lorsque les choses ne vont pas comme je le souhaite et que je suis frustré(e)*
- ▶ *Avec des amis dans une fête*
- ▶ *Lorsque je viens de me réveiller*

Pas sûr(e) du tout    Pas vraiment sûr (e)    Moyennement sûr(e)    Assez sûr(e)    Absolu-ment sûr(e)



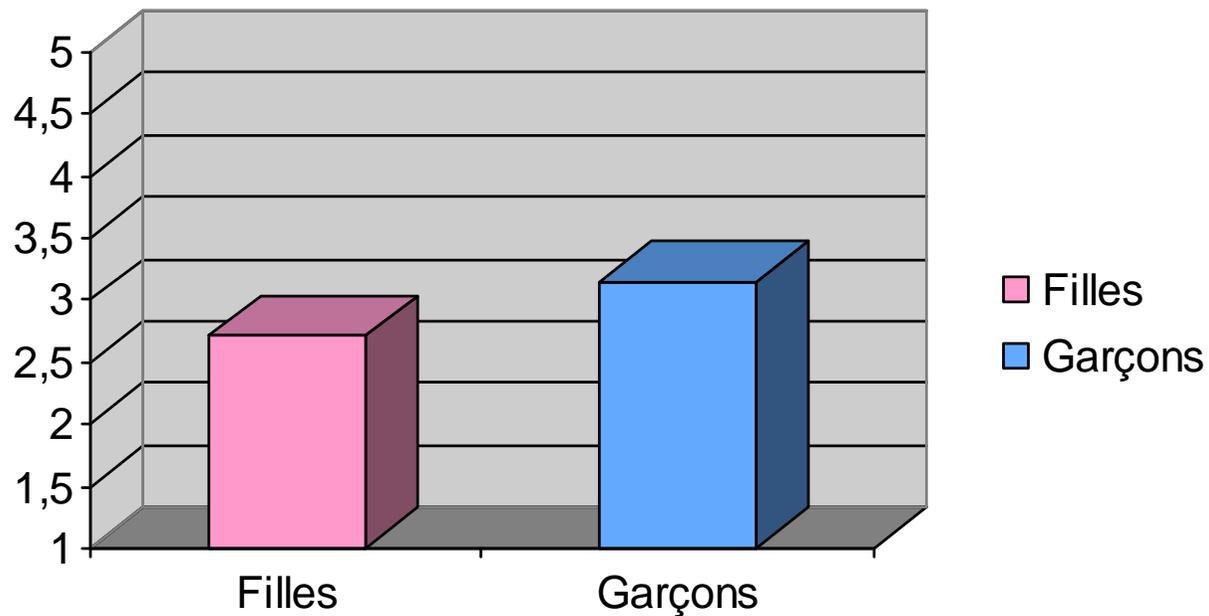
# Attitudes et comportements des collégiens

- Sentiment d'auto efficacité à ne pas fumer dans les situations de stress



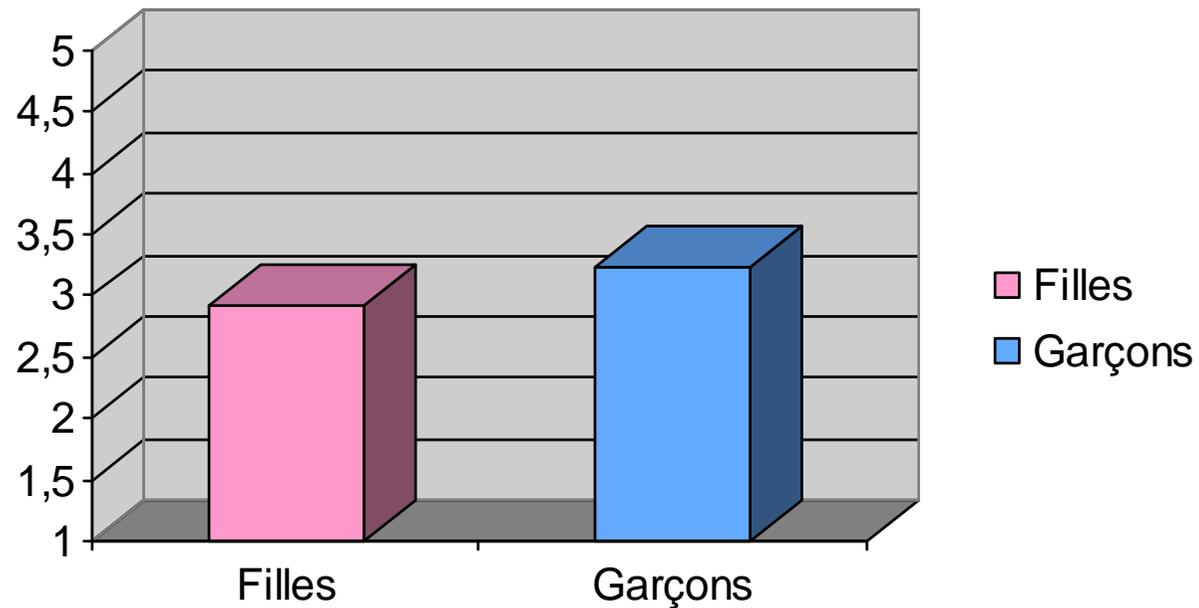
## Attitudes et comportements des collégiens

- Sentiment d'auto efficacité à ne pas fumer dans les situations de « fête »



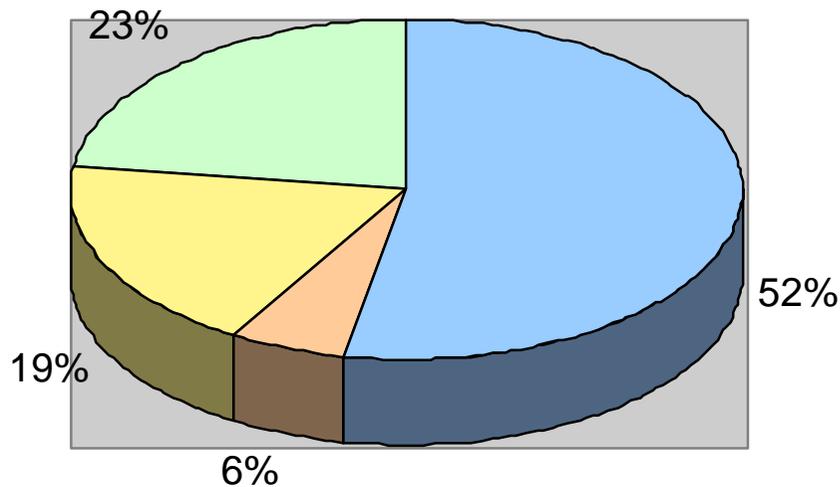
# Attitudes et comportements des collégiens

- Sentiment d'auto efficacité à ne pas fumer dans les situations de « dépendance »

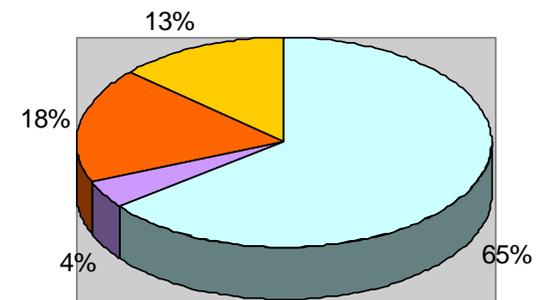


# Attitudes et comportements des lycéens

- Répartition des lycéens en fonction de leur consommation de tabac



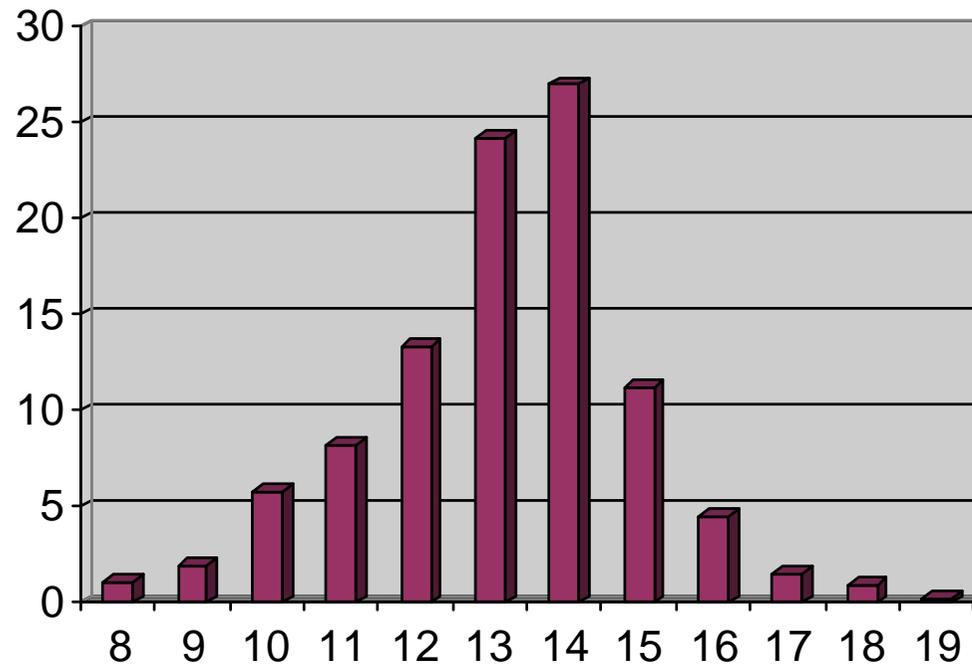
■ Non fumeurs ■ Ex fumeurs ■ Fumeurs occasionnels ■ Fumeurs réguliers



■ Non fumeur ■ Ex fumeur ■ Fumeur occasionnel ■ Fumeur régulier

# Attitudes et comportements des lycéens

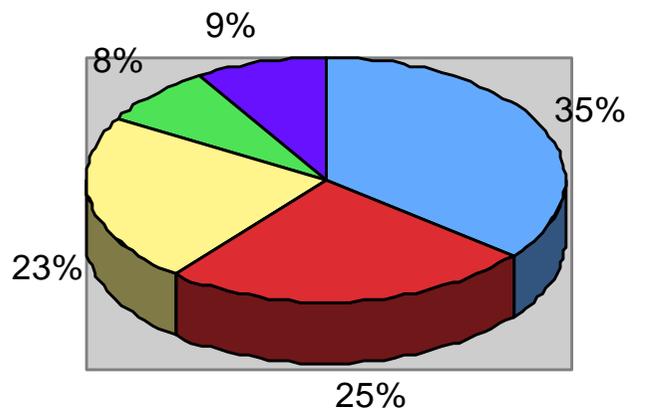
- Répartition des lycéens en fonction de l'âge de leur première cigarette



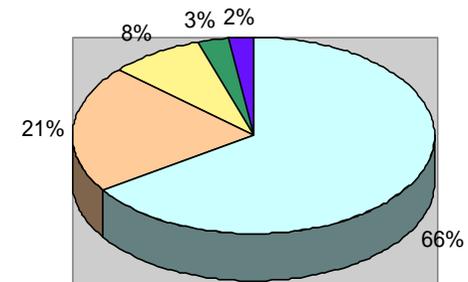
# Attitudes et comportements des lycéens

- Répartition des lycéens en fonction de l'âge de leur consommation d'alcool

## Ivresse durant les 12 derniers mois.



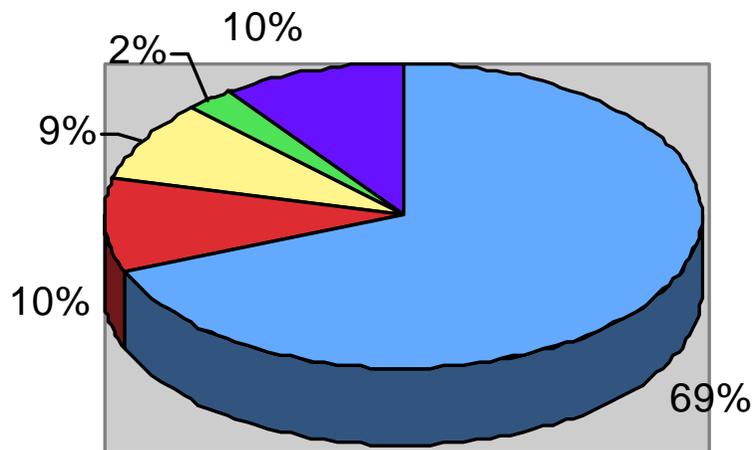
■ 0 fois      ■ 1 à 2 fois      ■ 3 à 9 fois  
■ 10 à 19 fois      ■ 20 fois et Plus



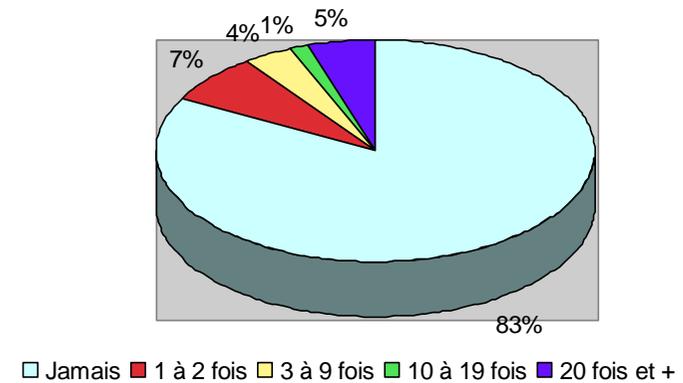
■ 0 fois   ■ 1 à 2 fois   ■ 3 à 9 fois   ■ 10 à 19 fois   ■ 20 fois et +

# Attitudes et comportements des lycéens

- Répartition des lycéens en fonction de l'âge de leur consommation de cannabis



■ 0 fois      ■ 1 à 2 fois      ■ 3 à 9 fois  
■ 10 à 19 fois      ■ 20 fois et plus



■ Jamais   ■ 1 à 2 fois   ■ 3 à 9 fois   ■ 10 à 19 fois   ■ 20 fois et +



# Attitudes et comportements des lycéens

## AUTO EFFICACITE

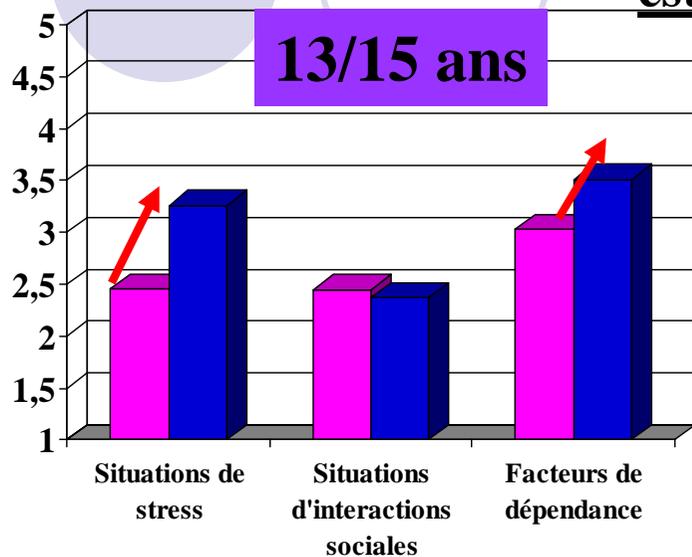
« Tu vas trouver ci-dessous, 11 situations de la vie quotidienne. Dis simplement, pour chacune d'elle, dans quelle mesure tu penses pouvoir t'abstenir de fumer »

- ▶ *Lorsque les choses ne vont pas comme je le souhaite et que je suis frustré(e)*
- ▶ *Avec des amis dans une fête*
- ▶ *Lorsque je viens de me réveiller*

Pas sûr(e) du tout    Pas vraiment sûr (e)    Moyennement sûr(e)    Assez sûr(e)    Absolu-ment sûr(e)

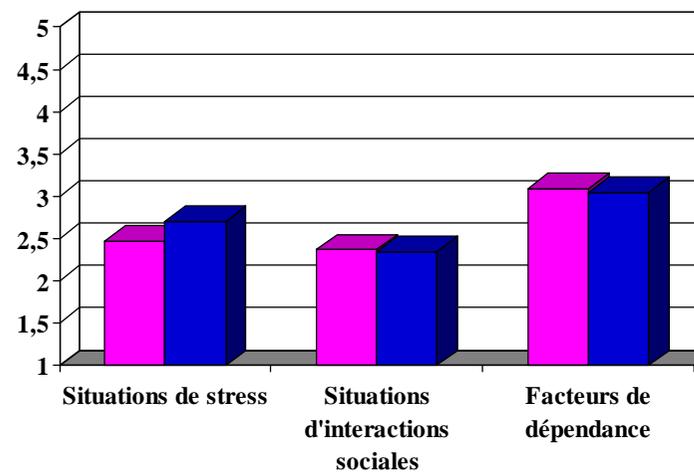


## Situations dans lesquelles les adolescents fumeurs déclarent qu'il est difficile de s'abstenir



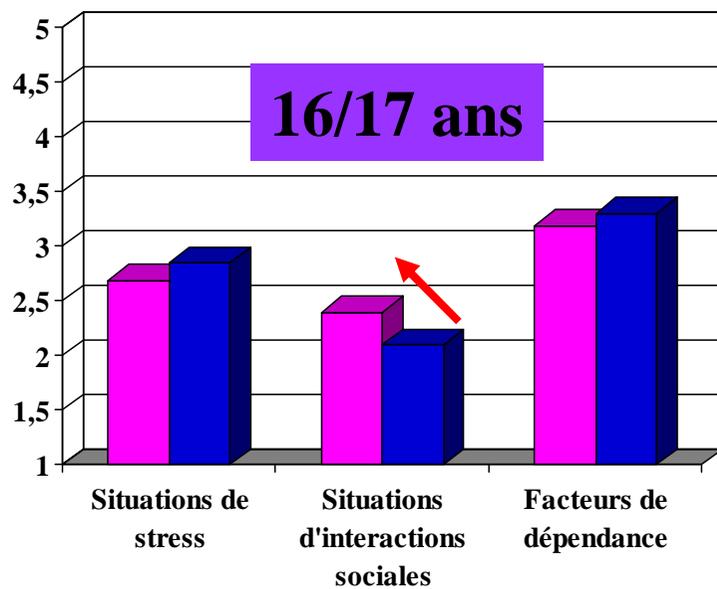
■ Filles  
■ Garçons

**18/23 ans**

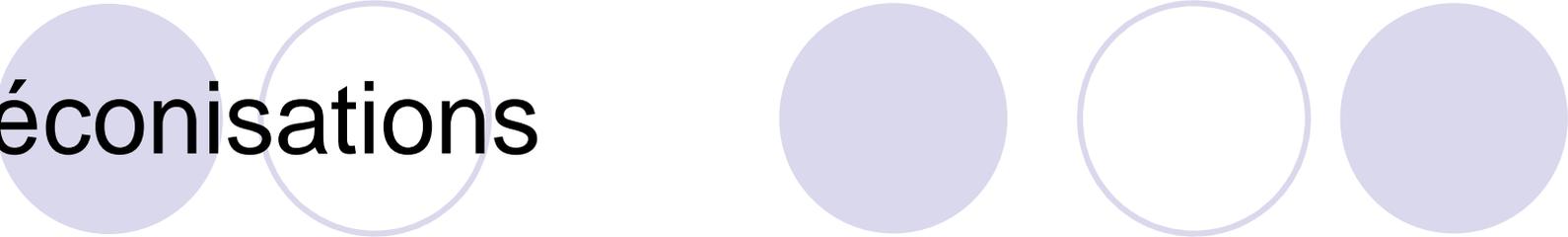


■ Filles ■ Garçons

■ Filles  
■ Garçons



# Préconisations

A decorative graphic consisting of two groups of three circles. The first group on the left has a solid light purple circle on the left, a white circle with a light purple outline in the middle, and a solid light purple circle on the right. The second group on the right has a solid light purple circle on the left, a white circle with a light purple outline in the middle, and a solid light purple circle on the right.

- Initiation au tabagisme → 13 ans
  - ✍ Prévoir des interventions dès le primaire

**Intervention précoce (13/18 ans) pour intervenir de manière différenciée chez les jeunes garçons et chez les jeunes filles.**



## Attitudes et comportements des collégiens et des lycéens

- Chez les 13/15 (collège) → orienter la prévention du tabagisme sur la dépendance psychologique, en particulier sur la gestion du stress.

**✍ Proposer des outils de gestion du stress aux jeunes filles à cet âge peut constituer un bon moyen de lutter contre une initiation tabagique massive des jeunes filles.**



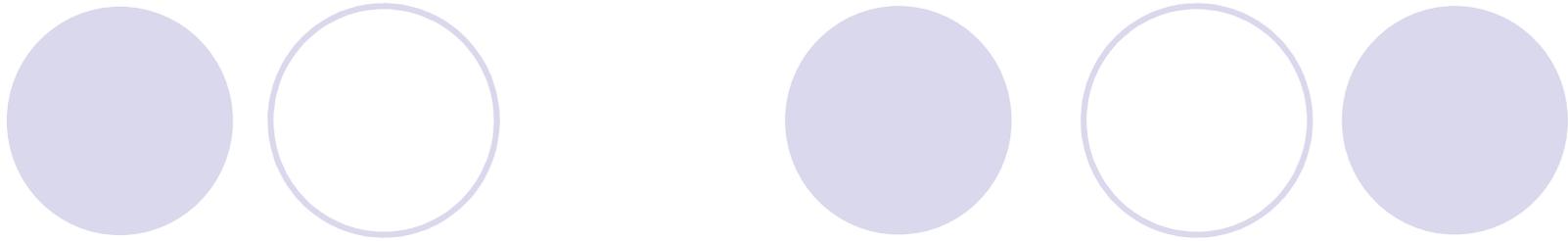
## Attitudes et comportements des collégiens et des lycéens

- Rétablir, chez les jeunes garçons, une conception plus juste de la dépendance physique et de ces effets.  
  
~~✍~~ **mettre en évidence cet état de dépendance chez eux** (Pouvez vous vous abstenir de fumer pendant les vacances ? Lors une fête ? ...).



## Attitudes et comportements des collégiens et des lycéens

- Chez les jeunes âgés de 16/17 ans (lycée) → prévenir chez les garçons l'influence des pairs
  - ✍ **Des exercices sur la prise de décision, la négociation, le refus semblent particulièrement adaptés pour lutter contre les rituels initiatiques (tabac, alcool ou substances illicites).**
- Chez les 18/25 ans (post bac), les interventions peuvent se faire de manière plus généraliste (sans différence selon le sexe) et centrées sur le sevrage.



○ Prévention

Interventions auprès des élèves

# Les interventions de Liber'Addict

- **Prévention auprès des élèves :**

- Connaissances sur les produits (quizz)

- Action des SPA au niveau du cerveau

- Les compétences psycho-sociales

# Les compétences psychosociales (charte d'Ottawa)

- Aptitudes à résoudre des problèmes
- Aptitudes à prendre des décisions
- Avoir une pensée créatrice
- Avoir une pensée critique**
- Communiquer efficacement**
- Aptitudes aux relations interpersonnelles**
- Avoir conscience de soi
- Avoir de l'empathie pour les autres
- Savoir gérer son stress
- Savoir gérer ses émotions

# Les compétences psychosociales (charte d'Ottawa)

## □ Avoir une pensée critique

- « *capacité à analyser les informations et les expériences de façon objective. Elle peut contribuer à la santé en nous aidant à reconnaître et à évaluer les facteurs qui influencent nos attitudes et nos comportements, comme les médias et les pressions de nos pairs.* »

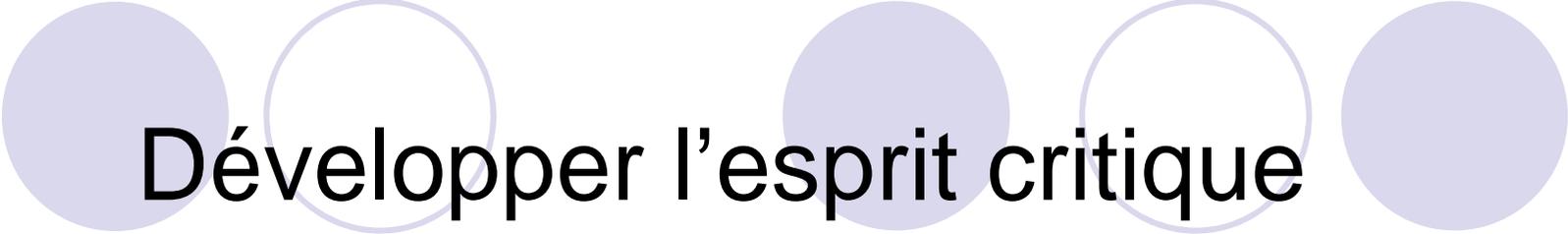
# Les compétences psychosociales (charte d'Ottawa)

## □ Communiquer efficacement

- « *capacité à s'exprimer de façon appropriée à notre culture et aux situations. Cela peut signifier être capable d'exprimer nos désirs à propos d'une action dans laquelle on nous demande de nous impliquer. Cela peut également signifier être capable de demander des conseils quand cela s'avère nécessaire.* »

# Les compétences psychosociales (charte d'Ottawa)

- **Aptitudes aux relations interpersonnelles**
- *« capacité à établir des rapports de façon positive avec les gens que nous côtoyons. Cela signifie être capable de lier et de conserver des relations amicales, ce qui peut être d'une grande importance pour notre bien-être social et mental. Cela signifie également garder de bonnes relations avec les membres de notre famille, source importante de soutien social. Il s'agit aussi de savoir interrompre des relations d'une manière constructive. »*



# Développer l'esprit critique

- → Exercice de réflexion
- **Objectifs :**
  - Reconnaître et évaluer les facteurs qui influencent nos attitudes et nos comportements comme les médias et les pressions de nos pairs.
  - Développer la capacité à analyser les informations et les expériences de façon objective.
  - Pouvoir en parler pour les aider à devenir acteurs de leurs décisions.



# Développer l'esprit critique

- Situation 1 : Je suis avec un groupe d'amis qui tente d'influencer un individu qui cède à la pression du groupe
  - Qu'est-ce que je pense du comportement de cet individu qui cède à la pression du groupe ?
- Situation 2 : Je suis avec un groupe d'amis qui tente d'influencer un individu qui réussit à résister à la tentative d'influence du groupe
  - Qu'est-ce que je pense de ce comportement ?



# Développer l'esprit critique

- Situation 3 : Je suis face à un groupe d'amis qui tente de m'influencer à faire un comportement que je n'ai pas envie de faire. Je ne parviens pas à m'affirmer, je cède à leur influence.
  - Qu'est-ce que je ressens si j'ai cédé à la pression du groupe ?
- Situation 4 : Je suis face à un groupe d'amis qui tente de m'influencer à faire un comportement que je n'ai pas envie de faire et je parviens à résister à l'influence du groupe.
  - Qu'est-ce que je ressens si j'ai réussi à résister à la pression du groupe ?
- Débriefing



# Savoir communiquer efficacement et développer l'aptitude aux relations interpersonnelles

→ Savoir dire non

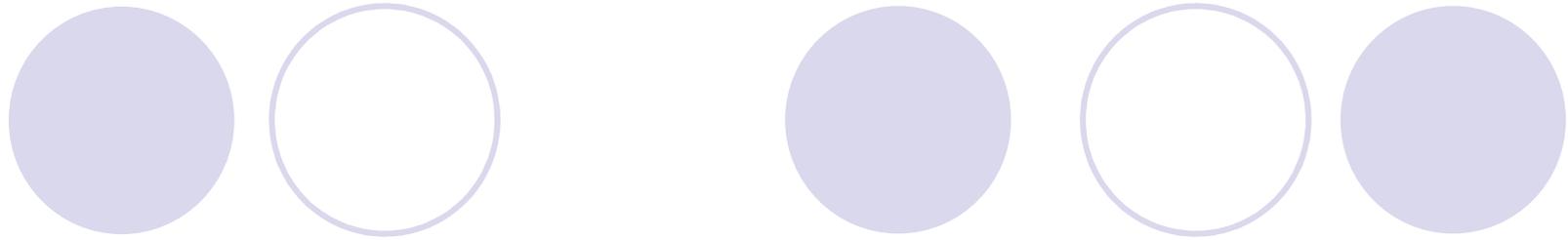
- **Objectifs :**

- être capable d'exprimer nos désirs à propos d'une action dans laquelle on nous demande de nous impliquer
- établir des rapports de façon positive avec les gens que nous côtoyons.



## Savoir communiquer efficacement et développer l'aptitude aux relations interpersonnelles

- Application :
- → Jeu de rôle « Je sais ce que je veux »
- **Objectifs :**
  - Faire l'expérience du phénomène de la pression du groupe.
  - S'exercer à tenir bon face à une volonté de persuasion.



- **Approche motivationnelle / arrêt consommation**



Les groupes de motivation  
Pour développer les stratégies  
d'adaptation et les capacités de  
prise de décision



# Approche motivationnelle

5 séances

## ☞ Séance 1 :

Séance d'information (différentes formes de dépendances, action des SPA au niveau du cerveau, le CO, les tests, la balance, les objectifs, début du carnet de bord)

A la fin, **définition des objectifs**, astuces pour supprimer les cigarettes

## ☞ Séance 2

Faire le point (atteinte des objectifs : oui ou non)

**Gestion du stress** - Travail sur les pensées alternatives - Refixer des objectifs

## ☞ Séance 3

Faire le point (atteinte des objectifs : oui ou non)

**Travail sur l'alimentation** - Refixer des objectifs

## ☞ Séance 4

Faire le point (atteinte des objectifs : oui ou non)

**Activités physiques** - Refixer des objectifs

## ☞ Séance 5

Faire le point (atteinte des objectifs : oui ou non, pourquoi ?)

Bilan -

# Approche motivationnelle

→ **Approche motivationnelle très efficace**

La prise de décision se base sur le rapport coût/bénéfice de la réalisation d'un comportement.





# Approche motivationnelle

## Balance décisionnelle

Je continue		Je change	
Avantages	Inconvénients	Avantages	Inconvénients

# Qu'est ce qu'on lui demande ?

- **Quelles sont ses motivations? Pertinentes ?**

- demander ses motifs aux changements.

- Motivations les + souvent citées:

- santé (risque maladies graves, sexualité, fertilité)

- intoxication

- aspect physique (visage, dents, doigts, voix)

- finances

- **liberté retrouvée**

- **estime de soi**

- **image sociale**

} motivations les +  
portées pour majorité

# Approche motivationnelle

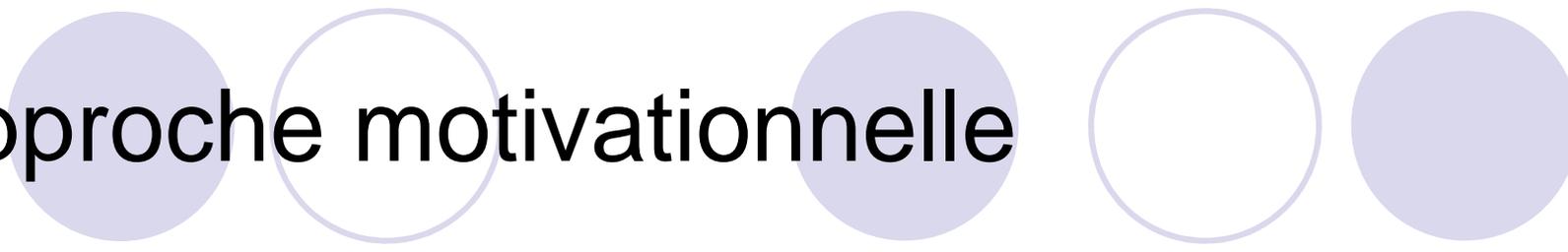


- 3 aspects importants à l'adolescence :

- Implémenter les intentions comportementales

- Travailler sur le sentiment d'efficacité personnelle

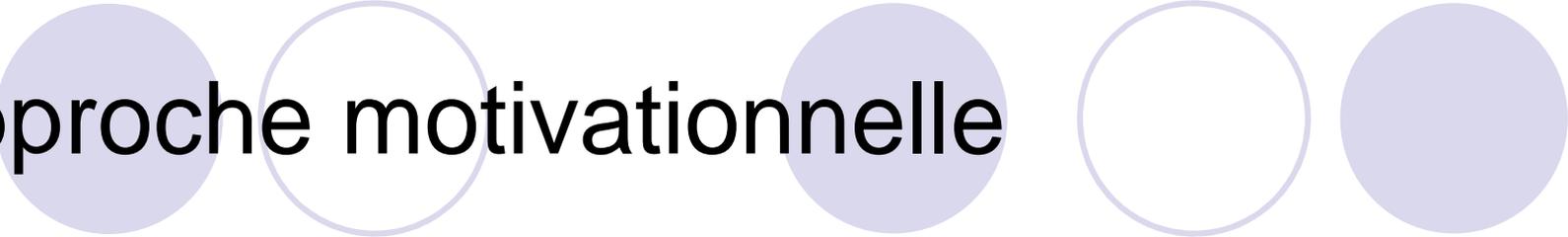
- Gestion des situations difficiles/stressantes



# Approche motivationnelle

- On distingue 2 aspects de l'intention comportementale :
  - La volonté (ce qu'on veut faire)
  - La planification des actions (ce qu'on va mettre en œuvre pour atteindre l'objectif)

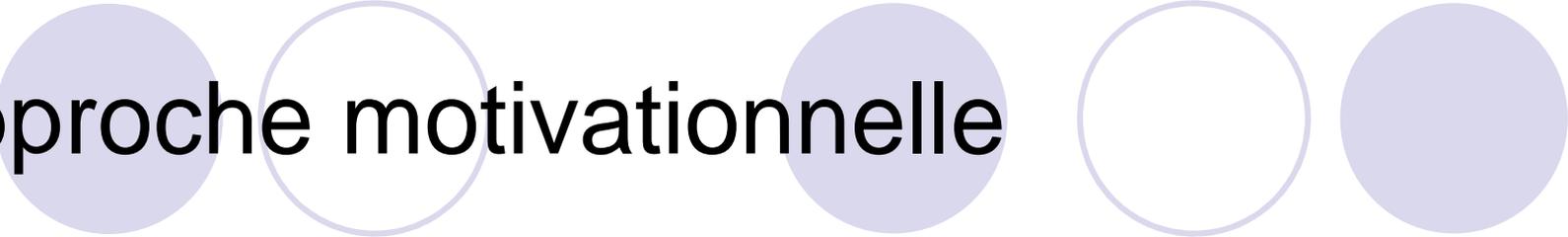
***Je peux décider de me mettre au sport, mais le problème se pose de savoir, ce que je fais comme exercices, quand je les fais, pendant combien de temps ...***



# Approche motivationnelle

= IMPLEMENTER l'action

= permettre à la personne de se dire quand, où et comment commencer à agir



# Approche motivationnelle

- Il faut permettre à une personne d'anticiper les conditions dans lesquelles elle pourra agir et ce qu'elle pourra faire.
- En permettant à une personne de se représenter la ou les situations et les moyens au service de son but, on lui facilite les choses.



# Approche motivationnelle

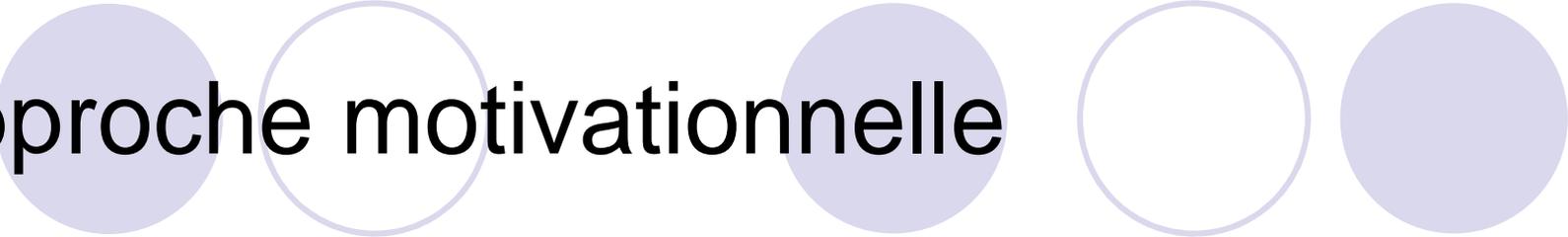
- **Implémenter les intentions comportementales**
- **Travailler sur le sentiment d'efficacité personnelle**
- **Gestion des situations difficiles/stressantes**



# Approche motivationnelle

**Efficacité personnelle** = degré de confiance qu'a un individu en ses capacités propres à s'engager dans un comportement ou un changement → notion de **confiance en soi pour réaliser le changement.**

**Degré de confiance en soi et en ses capacités** = une des composantes pour passer à l'action.

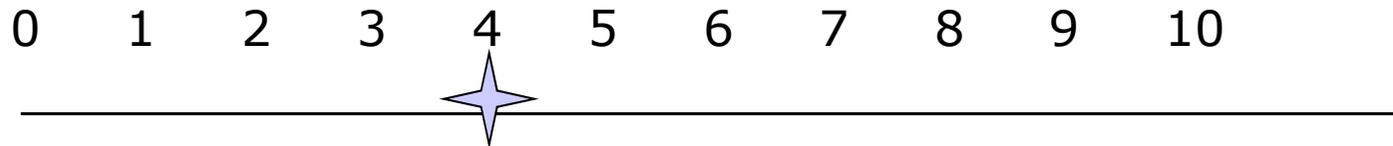


# Approche motivationnelle

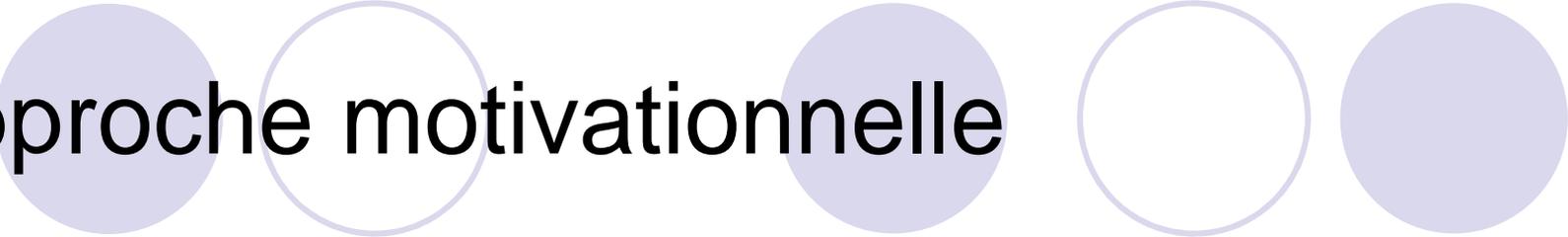
- L'autoefficacité affecte :
  - Décisions / changement des habitudes de vie
  - Motivation et persévérance
  - Restauration du contrôle après un faux pas
  - Maintien du changement obtenu

# Approche motivationnelle

- **Utiliser la règle de la confiance :**
- Proposer une **échelle visuelle analogique** concernant la confiance en soi :

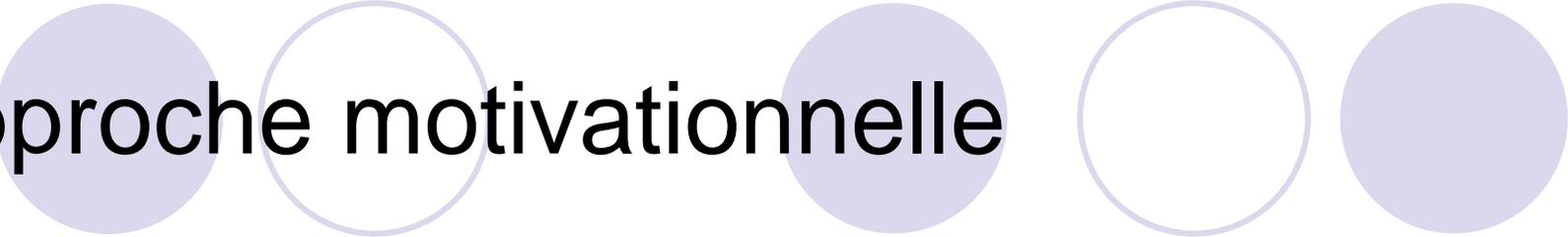


- « Pour quelles raisons êtes-vous déjà à 4? »
- « Quelles sont les raisons qui vous maintiennent à 4? »
- « Que faudrait-il pour que vous vous situiez plus haut sur l'échelle ? »



# Approche motivationnelle

- Pour augmenter le sentiment de compétence, on peut aider l'adolescent à :
  - Se fixer des objectifs réalisables à court terme
  - Se fixer des objectifs pas trop ambitieux ni trop faciles à réaliser
  - Apprendre à expliquer son comportement

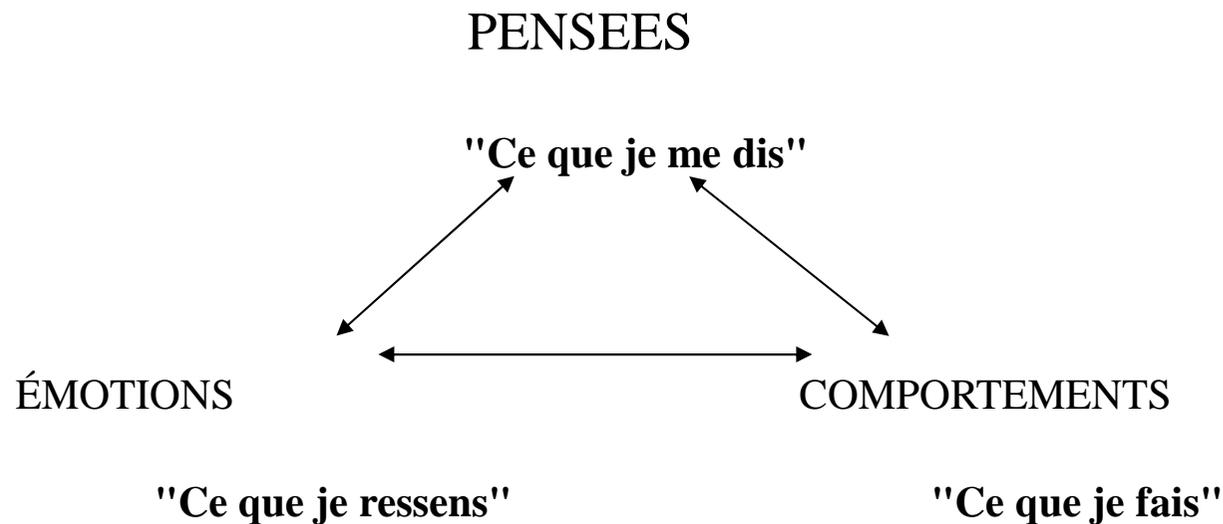


# Approche motivationnelle

- Implémenter les intentions comportementales
- Travailler sur le sentiment d'efficacité personnelle
- **Gestion des situations difficiles/stressantes**

# Approche motivationnelle

- Gestion du stress
- Une approche tirée des thérapies cognitivo-comportementales



La personne va apprendre à modifier chacune de ces réponses

# Approche motivationnelle

Situation	Pensées automatiques	Pensées alternatives
J'ai eu une mauvaise note	Je vais redoubler Mes parents vont me tuer Je suis trop nulle	

Ex : face à une difficulté à l'école « *je n'y arriverai pas , et si je redouble, comment je vais le dire à mes parents* »

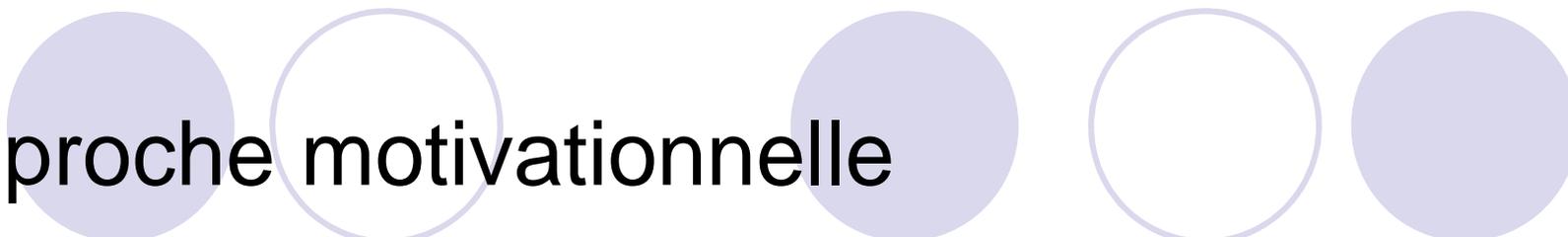
⇒ Anticipation anxieuse (le pire va m'arriver)

⇒ Association fautive (une difficulté entraîne une menace de redoublement)



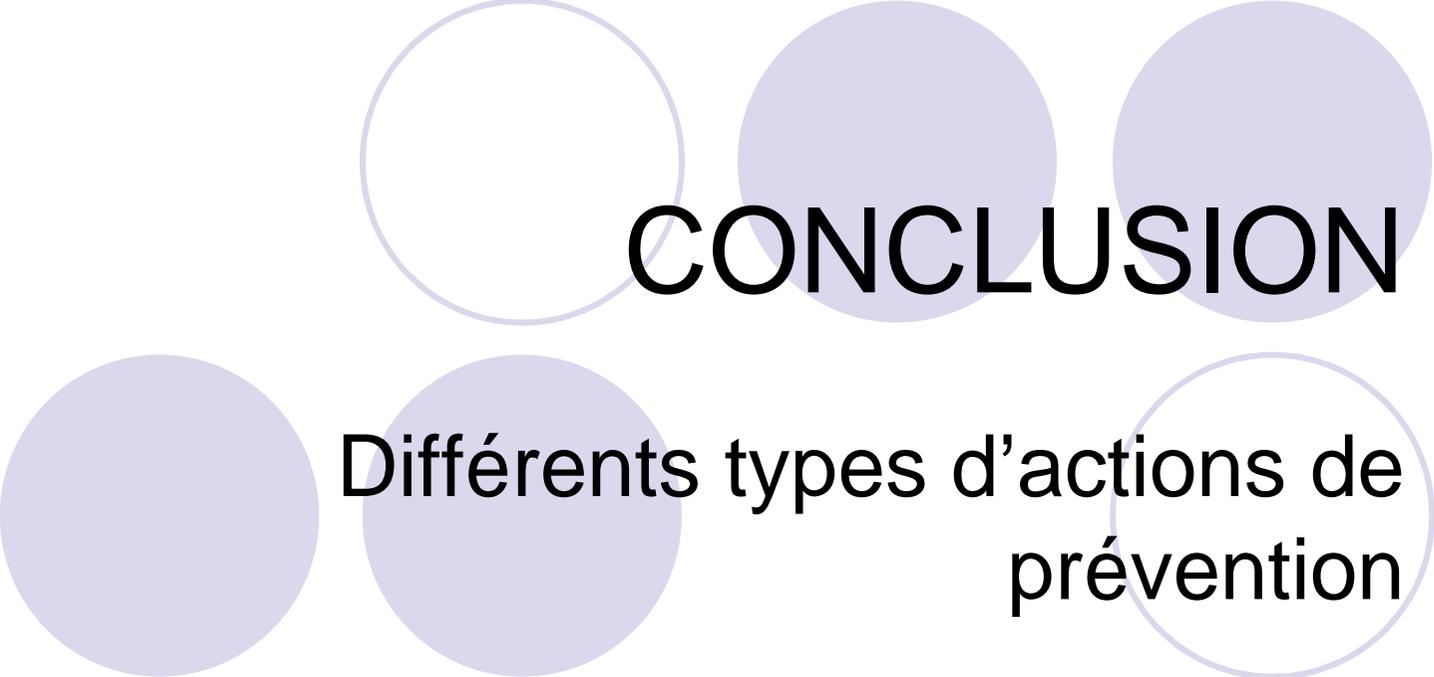
# Approche motivationnelle

- A partir d'une situation, on peut demander au jeune ce qu'il s'est dit, quelle était son interprétation de la situation.
  - On peut s'aider :
    - en détaillant avec le jeune une situation concrète
    - en demandant au jeune de noter sur un tableau à colonnes
- Prendre des exemples simples pour identifier les pensées automatiques
- Suggérer d'autres façon de raisonner
- Lui demander de trouver d'autres pensées plus adaptées



# Approche motivationnelle

- Agir sur les émotions : Techniques de relaxation
  - Technique respiratoire
  - Relaxation musculaire
  - Imagerie mentale



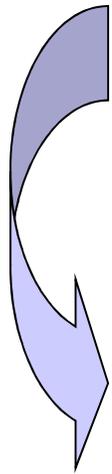
# CONCLUSION

Différents types d'actions de  
prévention

# CONCLUSION

## Différents types d'actions de prévention

- Stratégies répressives
- Stratégies informatives
- Stratégies éducatives
- Stratégies intégratives



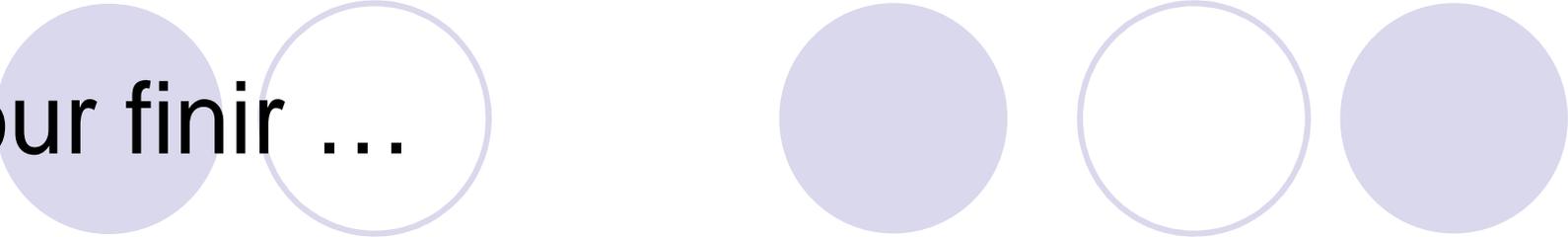
### ○ Promotion de la santé (OMS)

Processus qui permet aux populations d'améliorer leur propre santé en leur donnant les moyens d'un + grand contrôle sur celle-ci.

# CONCLUSION

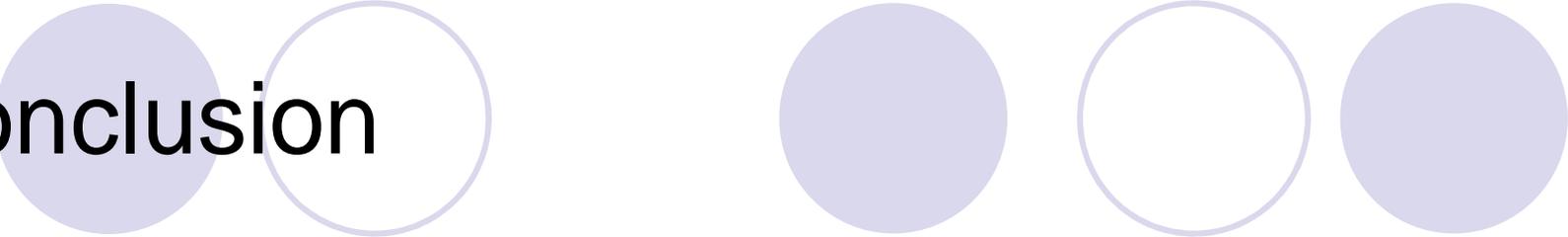
## Différents types d'actions de prévention

- Les programmes interactifs sont + efficaces que les interventions didactiques.
- L'implication des participants augmente la possibilité de modification des comportements (théorie de l'engagement et de la dissonance cognitive)
- Séance unique – efficace que séances réparties sur plusieurs semaines



# Pour finir ...

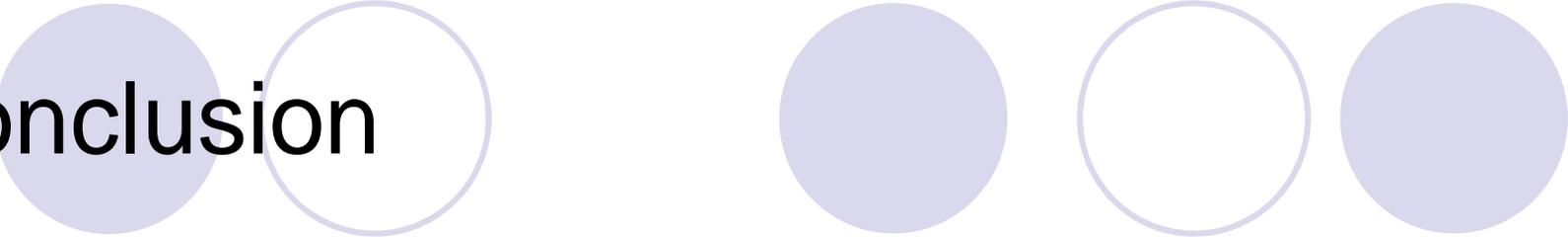
- Efficacité des méthodes centrées sur le développement des compétences transversales, en comparaison de celles qui portent sur la réduction de risques spécifiques.
- ➔ Complémentarité de différentes approches : développement de compétences, modification des représentations, soutien aux personnes déjà en difficulté.



# Conclusion

- **Principes généraux pour l'élaboration de dispositifs de prévention efficaces**

1. L'intégration de l'ensemble des acteurs
2. La présence d'une infrastructure de coordination et de suivi
3. L'existence de partenariats solides
4. La disponibilité de financements durables
5. La référence à une assise théorique détaillée
6. Les compétences des acteurs
7. La bonne conception du cycle du projet (intégrant les jeunes à chaque étape)
8. L'anticipation de l'évaluation et de la diffusion des résultats



# Conclusion

- L'absence de preuve d'efficacité n'implique pas nécessairement qu'une mesure doive être abandonnée.
- Le fait qu'aucune étude n'ait montré les effets durables de l'éducation ne prouve pas que ces effets soient inexistants. Il est possible que ces activités aient des effets à long terme qu'il est très difficile de séparer des autres influences dans les études scientifiques. Par conséquent, il serait inapproprié de stopper l'éducation sur les SPA.

# Analyse de la littérature internationale portant sur l'efficacité des mesures

- Méta-analyse Library Cochrane, aux Etats-Unis. Ces chercheurs ont comparé les résultats à long terme (plus de 3 ans) de 56 actions menées à travers la planète et visant à prévenir le mésusage d'alcool chez les moins de 25 ans : FOXCROFT DR. ET COLL., "Longer-term primary prevention for alcohol misuse in young people: a systematic review". *Addiction* 2003; 98: 397-411.

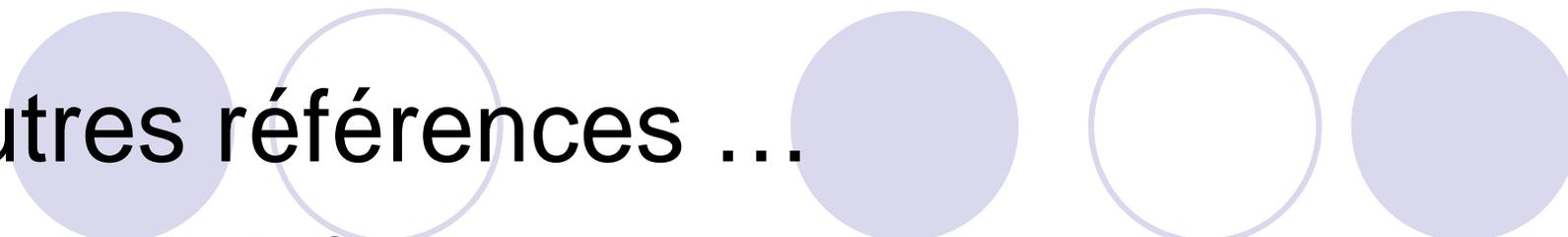
<http://mrw.interscience.wiley.com/cochrane/clsysrev/articles/CD003024/frame.html>

- BABOR, T. F., CAETANO, R., CASSWELL, S., EDWARDS, G., GIESBRECHT, N., GRAHAM, K., GRUBE, J., GRUENEWALD, P., HILL, L., HOLDER, H. D., HOMEL, R., ÖSTERBERG, E., REHM, J., AND ROSSOW, I. *Alcohol: No Ordinary Commodity, 2d edition*, Oxford UP, Oxford, 2010, 384 pages..../...INSTITUT NATIONAL DE PREVENTION ET D'EDUCATION POUR LA SANTE (INPES), *Comment améliorer la qualité de vos actions en promotion de la santé ? Guide d'autoévaluation construit par et pour des associations*, Septembre 2009, 38 pages.

<http://www.inpes.sante.fr/guide-autoevaluation-qualite/pdf/Guide-qualite-version-integrale.pdf>

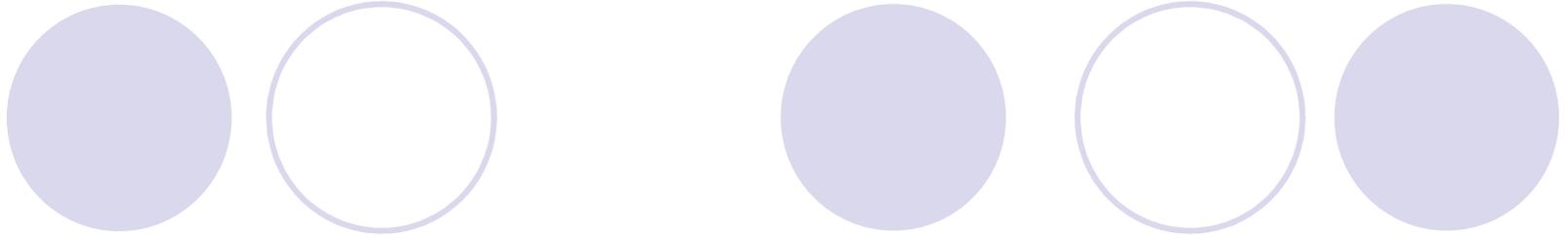
- AIRDDS BRETAGNE, ORS BRETAGNE, *tableau de bord sur les addictions en Bretagne*, Rennes, novembre 2012 : 29-31

<http://www.cirdd-bretagne.fr/outils/publications>



# Autres références ...

- Expertise INSERM :  
[Conduites addictives chez les adolescents : Expertise INSERM.](#)
- Journal of adolescent Health  
Short term Mediating Factors of a School-based Intervention to prevent Youth Substance Use in Europe  
F. Giannotta et al
- Revue cochrane pour le praticien  
Le feed back normatif peut-il diminuer la consommation excessive d'alcool des étudiants ?



● Merci de votre attention