



« Attraction » :
un manga interactif pour inciter les jeunes à résister à la cigarette

Dossier de presse
Novembre 2010

CONTACT PRESSE

Inpes : Sandra Garnier – Tél. : 01 49 33 23 06 – Email : sandra.garnier@inpes.sante.fr

Sommaire

Introduction	p. 3
Les jeunes et le tabac	p. 4
La première cigarette	p. 4
La prévalence du tabagisme des adolescents	p. 4
Les différentes raisons qui amènent les jeunes à fumer	p. 5
Attraction, un manga interactif pour dénormaliser le tabac auprès des jeunes	p. 6
Pourquoi un manga et pourquoi sur Internet	p. 6
Une animation interactive sur Internet	p. 6
Une métaphore de la manipulation du tabac et de la nécessité d'y « résister »	p. 7
Une projection dans les rues et une mobilisation des blogueurs.....	p. 8
Annexe : Koji Morimoto	p. 9

Introduction

Depuis le début des années 1990, de nombreuses mesures législatives et réglementaires ont été mises en place pour renforcer la lutte contre le tabagisme, dont certaines concernent les plus jeunes :

- hausses des prix (fortes et répétées) entre janvier 2002 et janvier 2004,
- interdiction de vente au moins de 16 ans depuis septembre 2004,
- interdiction de fumer dans les établissements scolaires en février 2007,
- interdiction totale de fumer dans les lieux publics en 2008,
- interdiction de vente au moins de 18 ans depuis mai 2010 (loi HPST),
- apposition prochaine de nouveaux avertissements sanitaires sur les paquets de cigarettes.

Toutefois, même si plusieurs enquêtes ont montré une baisse importante en France des prévalences tabagiques parmi les jeunes depuis la fin des années 90, les études montrent qu'un tabagisme « dur », de plus de 10 cigarettes par jour, persiste parmi les collégiens et les lycéens.

Il est admis aujourd'hui que la précocité de l'expérimentation est un facteur important pour l'installation durable dans la consommation et la dépendance¹. Ainsi, retarder l'âge de l'expérimentation demeure aujourd'hui un objectif majeur de santé publique auprès de ce public.

L'autre grand enjeu de la lutte contre le tabagisme des jeunes réside dans la prise de conscience des risques encourus. En effet, l'apparition tardive des premières conséquences sanitaires du tabagisme rend une partie des avertissements et des messages de prévention inefficaces auprès des jeunes publics pour qui les conséquences se profilent à trop long terme et qui, en quelque sorte, se sentent « immortels ».

Afin de dénormaliser le tabac auprès des jeunes et les sensibiliser aux facteurs pouvant amener à son expérimentation, l'Inpes et le Ministère de la santé et des sports lancent le 16 Novembre, un film interactif reprenant les codes du manga. Ce dispositif est accessible sur le web.

¹ Beck F, Godeau E, Legleye S, Spilka S. Les usages de drogues des plus jeunes adolescents : données épidémiologiques. *Médecine/science* 2007 ; 23 (12) : 1162-1168.

Les jeunes et le tabac

La première cigarette

Les âges moyens de la première cigarette et de l'entrée dans le tabagisme régulier ont baissé depuis une cinquantaine d'années. Les femmes, qui expérimentaient le tabac et commençaient à fumer plus tardivement que les hommes, se sont mises à débiter ces comportements aux mêmes âges que les hommes : ainsi, les hommes et femmes nés en 1980-85, ont, en moyenne, fumé leur première cigarette à 15 ans, et ont commencé à fumer régulièrement à 17 ans².

Les résultats de la dernière enquête nationale menée auprès des collégiens montrent ainsi que tout se joue entre 11 et 15 ans ; l'expérimentation passe de 8 % à 11 ans à 55 % à 15 ans et l'usage quotidien, quasi inexistant à 11 ans, atteint 18 % à 15 ans. Si les garçons sont plus précoces que les filles pour l'expérimentation (à 11 ans, 10 % ont déjà essayé de fumer contre seulement 5 % des filles), l'écart se resserre avec l'âge pour être très faible à 15 ans sur l'usage quotidien³. Cet aspect est d'autant plus préoccupant que la précocité de l'expérimentation reste un facteur de risque important pour l'installation durable dans la consommation et la dépendance⁴.

La prévalence du tabagisme des adolescents

Plusieurs enquêtes spécifiques aux jeunes nous permettent de mesurer le tabagisme dans cette population.

La dernière enquête Espad (2007), menée tous les quatre ans depuis 1999, montre que le tabagisme a chuté chez les jeunes (filles et garçons) de 16 ans⁵. Cependant, l'analyse en détail de cette baisse a permis de montrer que, chez les jeunes, certaines catégories de fumeurs sont plus difficiles à appréhender et moins aptes au changement de comportement que d'autres. Ainsi, entre 1999 et 2007, si la baisse du tabagisme des jeunes a été portée par les fumeurs réguliers, celle-ci a peu concerné les plus gros fumeurs (plus de 10 cigarettes par jour) et les plus occasionnels.

L'enquête Escapad, qui concerne les jeunes de 17 ans, présente les mêmes conclusions avec une très forte baisse du tabagisme chez les filles comme chez les garçons entre 2000 et 2008⁵.

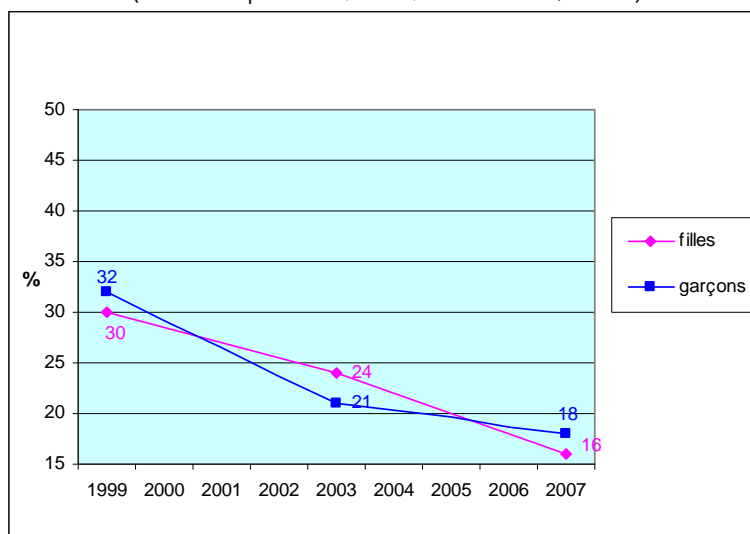
² Beck F, Guilbert P, Gautier A. (dir.) *Baromètre santé 2005, Attitudes et comportements de santé*. St Denis : INPES, 2007 : 608 p.

³ Legleye S, Le Nézet O, Spilka S, Janssen E, Godeau E, Beck F. 2008, « Tabac, alcool, cannabis et autres drogues illicites : Les usages des élèves de 11 à 15 ans » in Godeau E., Arnaud C., Navarro F. (dir), *La santé des élèves de 11 à 15 ans en France / 2006*, INPES, St Denis, 128-163.

⁴ Beck F, Godeau E, Legleye S, Spilka S. Les usages de drogues des plus jeunes adolescents : données épidémiologiques. *Médecine/science* 2007 ; 23 (12) : 1162-1168.

⁵ Legleye S, Beck F, Spilka S, Le Nézet O. Les caractéristiques sociales des consommations de drogues des garçons et des filles à l'adolescence, *BEH*, n°10-11, 94-96.

Évolution du tabagisme régulier en France à 16 ans, par sexe et en % (source : Espad 1999 ; 2003 ; 2007 – OFDT, Inserm)



Les différentes raisons qui amènent les jeunes à fumer

Il est impossible de considérer les jeunes comme un bloc homogène, toutefois, deux stades sont à prendre en compte pour mieux comprendre les motivations à l'entrée dans le tabagisme : l'enfance jusqu'à la préadolescence, et l'adolescence, qui marque une autre étape.

Si, entre 8 et 12 ans, les enfants ont tendance à «diaboliser» fumeurs et buveurs, dont l'univers leur paraît très lointain, voire menaçant, l'adolescence correspond souvent, en revanche, à l'entrée dans le tabagisme. Les adolescents s'éloignent alors du modèle parental, expérimentent leurs propres limites, se confrontent à la norme. La transgression de certains interdits, les prises de risque, dont l'expérimentation du tabac, participent à la construction de leur identité et de leur affirmation.

Fumer peut par ailleurs leur permettre d'intégrer un groupe, d'être accepté par leurs pairs, même si cette idée ne leur est pas toujours facile à admettre et à reconnaître. Dans certains contextes, les jeunes filles peuvent, par exemple, être amenées à fumer pour « jouer les dures » dans un monde très machiste⁶.

Le passage de l'expérimentation à l'installation dans le tabagisme dépend essentiellement de facteurs contextuels et personnels. Il est ainsi établi que le tabagisme est influencé par les parents (l'interdiction de fumer, le statut de la cigarette au domicile, ...), le fait d'avoir ou non pour meilleur ami un fumeur, les représentations collectives de la cigarette, car les adolescents sont à la recherche de modèles et de références et sont de ce fait particulièrement réceptifs aux comportements véhiculés par des images qui leur semblent positives et des personnalités légitimes. Par ailleurs, l'installation dans le tabagisme dépend également de facteurs personnels tels que l'estime de soi, l'indépendance, mais également le stress, la recherche de plaisirs nouveaux, la curiosité, l'essai par volonté de transgression.

Toutefois, si les adolescents sont sensibles à l'imagerie de liberté et à la promesse d'émancipation véhiculées par le produit tabac, ils rejettent dans le même temps massivement tout sentiment de dépendance à un produit et de soumission à la pression des pairs⁷. C'est sur la révélation de cette ambivalence particulièrement sensible à l'adolescence que la campagne présentée ci-après repose.

⁶ Denscombe M. Uncertain identities and health-risking behaviour: the case of young people and smoking in late modernity. *British Journal of Sociology* 2001 ; 52(1) : 157-77.

⁷ Amos A, Bostock Y. Young people, smoking and gender - a qualitative exploration. *Health Educ Res* 2007 ; 22(6) : 770-81.

« Attraction », un manga interactif pour dénormaliser le tabac auprès des jeunes

L'Institut national de prévention et d'éducation à la santé (Inpes) et le Ministère de la santé et des sports lancent un dispositif inédit de communication auprès des jeunes de 14 à 20 ans, sous la forme d'un manga interactif accessible sur le web.

Cette animation interactive a pour objectif de dénormaliser le tabac en mettant en avant une contradiction qui n'apparaît pas toujours clairement aux yeux des jeunes : bien qu'ils pensent que le tabac est le symbole de leur émancipation, il les prive de leur libre arbitre.

La campagne est conçue de façon à faire prendre conscience aux jeunes que l'attractivité de la cigarette est liée à des stratégies marketing jouant sur la séduction, la transgression, la promesse de l'accès à un monde plus mature, entretenues par l'industrie du tabac. La campagne vise ainsi à inciter les adolescents à « résister » au tabac afin qu'ils puissent dire « non » à la première cigarette et à s'interroger sur leur capacité à résister à l'influence des pairs et aux représentations collectives de la cigarette.

Le dispositif propose une expérience interactive sur Internet, sous la forme d'une animation d'une dizaine de minutes, traitée dans les codes du manga japonais.

Pour réaliser cet animé, l'Inpes a fait appel à Koji Morimoto, artiste japonais exerçant au sein du Studio 4°C à Tokyo, notamment connu pour avoir été co-directeur de l'animation sur le film mythique Akira.

Pourquoi un manga et pourquoi sur Internet ?

Plusieurs arguments ont guidé le choix créatif d'un manga pour approcher la cible des jeunes sur la question du tabagisme.

D'une part, la France est un des plus gros consommateurs de mangas illustrés au monde après le Japon et devant les Etats-Unis⁸. D'après le Syndicat national de l'édition, la part des mangas dans la bande dessinée a été créditée d'une croissance record de 22,9 % en 2005 et, pour 2006, une enquête de l'Ipsos estimait cette progression à 20% par rapport à l'année précédente. Les 12-20 ans représentent un public qui plébiscite ce genre avec des séries et des thématiques abordées qui leur sont spécifiquement dédiées. Le succès remporté par les films d'animation tant auprès des jeunes que des adultes avec des œuvres telles que « le Voyage de Chihiro » de Miyazaki ont participé de l'engouement pour ce genre.

D'autre part, l'univers du manga se prête particulièrement bien au message appelant à résister contre le tabac. En effet, le manga met traditionnellement en scène des héros qui portent des valeurs positives et se battent dans des univers où bien et mal se confrontent de manière métaphorique. Cette forme de narration et les codes qu'elle utilise permettent d'amener les jeunes à s'interroger sur leur capacité à résister à l'influence de leurs pairs notamment et d'incarner la manipulation et les stratégies de l'industrie du tabac sous une forme nouvelle.

Enfin, Internet est un espace de liberté, d'émancipation et de divertissement pour les adolescents : 79,1% des 11-15 ans et 87,2% des 16-25 ans utilisent ce média pour se divertir, s'informer, échanger entre eux,...

⁸ <http://www.lsa-conso.fr/le-manga-fait-vi-brer-les-ados,107907>

⁹ Source : Médiamétrie - 1T 2008 Base internautes 11ans et + DM (31,9 millions d'individus)

Une animation interactive sur Internet

Le film met en scène des adolescents qui perdent tout contrôle d'eux-mêmes quand ils pénètrent dans un lieu mystérieux, fascinant, caché dans les bas-fonds de Tokyo : un club, dirigé par un personnage intrigant et charismatique, où le monde du tabac a revêtu ses plus beaux atours : branché, glamour, et de ce fait, très attirant.

L'internaute incarnera successivement les trois héros du manga et devra faire des choix pour libérer les autres adolescents de l'état « d'hypnose » dans lequel ils sont plongés.

L'action démarre une fin d'après midi, dans une rue de Tokyo en 2040. Les trois adolescents qui vont devenir les héros de l'histoire, Hiro, Ren et Koichi, sont assis sur une plate-forme qui domine la ville, et sont accompagnés de leur petite créature digitale Lampin. Hiro a dans les mains un objet également présent dans une publicité : un losange de lumière qui semble être le sésame nécessaire pour pénétrer à l'intérieur d'un club mystérieux.



C'est le début du voyage des internautes qui, dès leur connexion au site, sont invités à allumer leur webcam pour participer au déroulement du manga. Ils vont pouvoir prendre le contrôle des trois héros à des moments clés et agir sur le déroulement de l'histoire. Ils seront ainsi directement incités à expérimenter les choix des héros et comprendre la nécessité de « résister » à ces premières cigarettes proposées.

En se mettant à la place des personnages, chaque internaute connecté pourra ainsi avoir une vue subjective des plans, agir (secouer la tête, couvrir sa webcam, se pencher...) de façon à faire « progresser » l'histoire. Dans le cas où l'internaute ne dispose pas d'une webcam, il pourra également profiter de l'ensemble des interactions à l'aide de la souris.

A la fin de l'expérience, l'internaute pourra accéder à plus d'informations sur les manipulations du tabac et à la possibilité de s'inscrire au coaching personnalisé via le site www.tabac-info-service.fr. Il aura également la possibilité de télécharger le manga en version papier et de partager avec ses amis l'url du site.

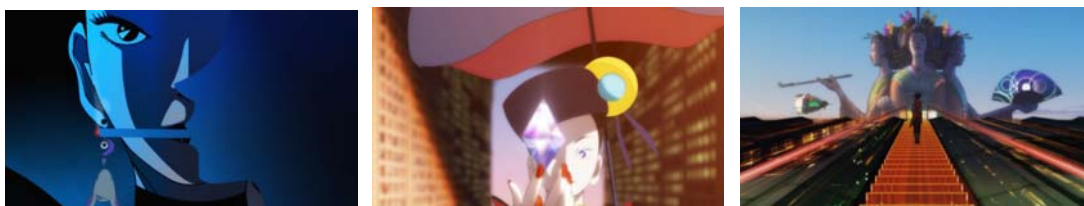
Le manga est disponible sur le site www.attraction-lemanga.fr à partir du 16 novembre 2010.

Cependant, les journalistes peuvent y accéder dès le 15 novembre grâce aux codes d'accès ci-dessous :

- login utilisateur : experience
- mot de passe : attraction

Une métaphore de la manipulation du tabac et de la nécessité d'y « résister »

Le décor et l'ambiance du club symbolisent le monde auquel souhaitent accéder les jeunes en fumant leur première cigarette, mais les trois héros sauront déjouer les pièges du patron de l'établissement en refusant la cigarette qui leur est proposée, et révéleront l'envers du décor. Le monde de séduction proposé par le club n'est qu'une illusion : les habitués ne sont pas les adolescents sûrs d'eux et attrayants mais des jeunes hypnotisés et détruits ; le patron du club est un être double ; la jeune fille séductrice vue dans la publicité au début du film et que l'on retrouve ensuite dans le club est une manipulatrice,...



Ce manga interactif confronte les jeunes à la tentation, à la prise de risque. Il leur permet d'approcher de ce qui les attire, de leur rappeler qu'il faut rester en alerte face aux stratégies marketing de l'industrie du tabac qui fait en sorte de rendre son produit toujours plus désirable en jouant notamment sur son caractère transgressif et adulte.

Il met en scène le refus de la cigarette de manière à ce que les jeunes prennent conscience des enjeux liés à ce geste. En effet, refuser la première cigarette, et non fumer, est la meilleure expression de leur libre arbitre, contrairement à ce qui pourrait apparaître de prime abord.

Une projection dans les rues et une mobilisation des blogueurs

Des projections de la bande annonce dans les villes

Pour accompagner le lancement du site www.attraction-lemanga.fr, 30 projections mobiles de la bande-annonce du manga seront organisées le 16 novembre dans les plus grandes villes de France.

Le 16 novembre, de la fin des cours au début de la soirée, les collégiens et lycéens des villes concernées par l'opération pourront ainsi découvrir des images du manga projetées sur les murs de la ville, proches des lieux qu'ils fréquentent.

Une hôtesse leur remettra une bande dessinée dévoilant les premiers extraits de l'histoire et les invitant à se rendre sur le site web pour en savoir plus...



Les vidéos projections sont prévues entre 17 heures et 21 heures dans les villes suivantes : à Paris sur 15 sites, et à Marseille, Lyon, Lille, Toulouse, Montpellier et Nantes sur 3 sites.

Une diffusion de la bande annonce du manga avant le film Harry Potter

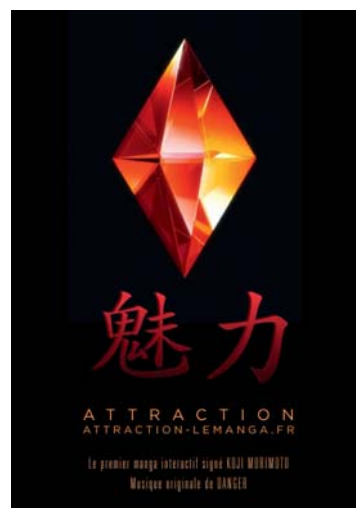
La bande annonce du manga sera diffusée du 24 novembre au 28 décembre au cinéma en amont du film « Harry Potter et les reliques de la mort ». A l'entrée des salles partenaires de l'opération, 120 000 flyers seront distribués aux spectateurs du film.

Des blogueurs et Facebook

Afin de susciter l'intérêt de faire connaître cette campagne, une quarantaine de blogueurs appréciés des adolescents ou référents dans le domaine du divertissement et des mangas seront approchés. Ils recevront ainsi en avant-première la bande-annonce du manga, ainsi qu'un code leur permettant d'accéder, la veille du lancement officiel du site, à la totalité de « l'expérience ».

Une page de présentation du manga a été créée sur Facebook afin d'inciter les jeunes à s'y connecter.

Une campagne de bannières web sur les sites les plus fréquentés par les jeunes et la diffusion de 350 000 cart'coms dans 1800 établissements de convivialité viennent également compléter ce dispositif.



Annexe : Koji Morimoto

Réalisateur émérite chez Studio 4C, Koji Morimoto a réalisé des projets ambitieux et novateurs dans le monde de l'animation, qui lui ont valu une renommée internationale.

Diplômé de l'institut de design d'Osaka, Morimoto a commencé sa carrière en tant qu'animateur chez Madhouse et Annapuru. Il est ensuite devenu freelance et a travaillé comme animateur sur des films comme « Tomorrow's Joe 2 » et « Bobby's girl ». Il a rapidement progressé pour rejoindre le projet de Katsuhiro Otomo, « Akira », où son rôle de co-animateur et de set designer a construit sa réputation dans l'industrie de l'animation. « Akira » est en effet un des principaux animés (tiré du manga éponyme) à avoir popularisé les codes du manga en occident.

Morimoto a été responsable de l'animation du film de Hayao Miyazaki, « Kiki's delivery service » (Kiki, la petite sorcière). Il a ensuite mis en scène « Magnetic Rose », la première partie du film d'animation Memories. Le film a été produit par Studio 4C, où Morimoto travaille aujourd'hui et où il continue de développer des travaux d'animation d'avant garde, comme le clip vidéo « Extra », la série de publicités « Eternal Family » pour la télévision, le court métrage « Noiseman soind insect », et « Beyond », une partie du film d'animation « The Animatrix » (série de 9 courts-métrages animés inspirés de l'univers de Matrix)..

En 2008, Morimoto signe « Dimension Bomb », un court métrage faisant partie du recueil « Genius Party Beyond », que l'on peut considérer comme le chef d'œuvre du style Morimoto.

A côté de son travail d'artiste visuel et de metteur en scène, Morimoto exerce également les activités d'illustrateur, de DJ, et de directeur artistique.