



# Prévention du risque de maigreur extrême

## *Comment améliorer l'efficacité des campagnes de communication ?*

Agnès HELME-GUIZON, CERAG, UPMF Grenoble

Rebecca SHANKLAND, LIP, UPMF Grenoble

Marie-Laure GAVARD-PERRET, CERAG, UPMF Grenoble

Michel DUBOIS, LIP, UPMF Grenoble

# Prévention du risque de maigreur extrême: Etat des lieux préoccupant

- ❑ Augmentation troubles du comportement alimentaire (TCA)
  - Obsessions corporelles (pesées très fréquentes, mesures, etc.)
  - Perturbations alimentaires (régimes anarchiques; vomissements; etc.).
- ❑ Anorexie = une des plus mortelles maladies du psychisme
  - Taux de mortalité à 10 ans = 5%
  - A plus long terme = environ 20%
- ❑ Environ 1% des adolescentes touchées par l'anorexie
  - En France : 30 à 40 000 anorexiques, en majorité jeunes filles/femmes
  - Aux USA : 3<sup>ème</sup> maladie chronique chez l'adolescente après obésité et asthme
- ❑ 3 à 12 % des adolescentes touchées par une forme boulimique
  - En augmentation ces trois dernières décennies, surtout l'anorexie-boulimie

Source : [http://www.lesjta.com/article.php?ar\\_id=1059](http://www.lesjta.com/article.php?ar_id=1059);

# Prévention du risque de maigreur extrême: Prise de conscience des autorités publiques

- ❑ « La lutte contre l'anorexie est désormais un enjeu de solidarité collective »
  - Charte sur l'image du corps et contre l'anorexie (2008)
- ❑ Prévention de la maigreur extrême = enjeu de santé publique
  - Limiter les dépenses de santé associées (infections, hospitalisation, etc.)
- ❑ Premières actions en faveur de cette lutte
  - France - Mai 2011 : interdiction vidéo de la marque The Kooples par JDP pour « maigreur excessive »
- ❑ Mais pas de campagne préventive en France
  - À la différence d'autres pays

<http://www.sante.gouv.fr/signature-de-la-charte-contre-l-anorexie-et-l-image-du-corps.html>

# Quelques campagnes à l'étranger (1/2)

USA, 2009



## Quelques campagnes à l'étranger (2/2)

Suède, 2007



# Prévention du risque de maigreur extrême: Champ de recherche fécond

- ❑ Travaux sur la prévention des risques de santé de plus en plus nombreux
- ❑ Prévention de la maigreur extrême : des questions sans réponses
  - Notamment relativement aux leviers persuasifs les plus adaptés
- ❑ Corpus sur la prévention du risque d'obésité en constitution
  - Analogies possibles avec le risque de maigreur extrême?
  - Campagnes actuelles de lutte contre l'obésité très « typées » :
    - ✓ Gains
    - ✓ Bénéfices santé

# Des leviers possibles pour les campagnes préventives

- ❑ Mettre en avant des gains / pertes ?
  - Théorie du cadrage (Tversky et Kahneman, 1981)
  - transposée aux questions de santé par Meyerowitz et Chaiken (1987) ou Rothman et Salovey, 1997
- ❑ Des résultats contradictoires
  - Des recherches ont souligné l'intérêt de mettre en avant les pertes potentielles (Banks *et al.* 1995 ; Meyerowitz et Chaiken, 1987)
  - Mais d'autres soulignent l'intérêt de la mise en avant des gains (Rothman *et al.* 1993)
- ❑ Quels bénéfices/risques mettre en avant ?
  - santé
  - autres (sociaux, esthétiques, etc.)
    - ✓ Cf. théorie de la motivation à la protection (*Protection Motivation Theory*; Rogers, 1975)
    - ✓ Cf. modèle des croyances envers la santé (*Health Belief Model*; Rosenstock, 1974)

# Les campagnes à l'étranger: des choix différents ?

- ❑ Mise en avant d'un risque de perte (*vs gain*)
- ❑ Mise en avant d'autres risques (*vs santé*) : par ex. apparence physique
  - Cf. littérature émergente mettant en avant l'intérêt d'**autres types de bénéfiques/risques** dans un cadre préventif :
    - ✓ Par exemple, des **bénéfices sociaux** (Pecheux *et al.*, 2006); Hoeck, Newcombe et Walker (2011); Ho (1998)
    - ✓ théorie de l'identité sociale de Tajfel et Turner (1979)
    - ✓ théorie de la motivation à la protection (Rogers, 1975) étendue aux dimensions sociales par Ho (1998)
  - Plus grande efficacité des messages émotionnels (*vs rationnels*)
  - Faible sensibilité des adolescents aux risques sur le long terme (Steinberg *et alii*, 2009; Fox *et alii*, 1998)



# Les objectifs de la recherche

- Etudier l'efficacité de deux facteurs d'exécution et leur interaction
  - Message orienté gain vs perte
  - Message orienté physique vs mental
- Mettre en évidence le rôle médiateur des réactions affectives
- Mettre en évidence le rôle modérateur de variables individuelles
  - L'auto-efficacité
  - La vulnérabilité perçue
  - L'internalisation de l'idéal de minceur
  - L'insatisfaction corporelle
  - L'IMC

# Méthodologie

## □ Une expérimentation en ligne

- Exposition d'étudiantes de L1 à un message de prévention
  - ✓ Population particulièrement exposée (Sanderson et Holloway, 2003)
  - ✓ Pourtant non directement ciblée aujourd'hui par les programmes de l'INPES
- Manipulation de deux facteurs
  - ✓ Gain / perte
  - ✓ Conséquences physiques / mentales
- Variables médiatrices
  - ✓ Réactions émotionnelles au message
- Variables modératrices
  - ✓ Internalisation de l'idéal de minceur
  - ✓ Désir de minceur, insatisfaction corporelle, boulimie
  - ✓ Vulnérabilité perçue
  - ✓ Auto-efficacité
  - ✓ IMC

# Prétest des messages de prévention

## Prétest 1

### ☐ Messages

- Si vous **ne** cherchez **pas** à **perdre** du poids de manière excessive, vous aurez de **bonnes** performances **physiques** et **bonne résistance** aux maladies.
- Si vous cherchez à **perdre** du poids de manière excessive, vous aurez de **mauvaises** performances **physiques** et **mauvaise résistance** aux maladies.
- Si vous **ne** cherchez **pas** à **perdre** du poids de manière excessive, vous aurez de **bonnes** performances **intellectuelles** et un **bon moral**.
- Si vous cherchez à **perdre** du poids de manière excessive, vous aurez de **mauvaises** performances **intellectuelles** et un **mauvais moral**.

### ☐ Echantillon

- Etudiantes de l'IUT d'Annecy et de Chambéry

### ☐ Mesures et résultats

- Vérification des manipulations
  - ✓ Gain vs perte : **NON**
  - ✓ Santé vs mental : **NON**
- Vérification des différences en termes d'émotions et de cognitions: **OK**

### ☐ Modifications

- Formulation du message de perte
- Simplification du message

# Prétest des messages de prévention

## Prétest 2

### ☐ Messages

- Avoir un poids **suffisant améliore** les performances **physiques**.
- **Ne pas** avoir un poids suffisant **détérioré** les performances physiques.
- Avoir un poids **suffisant améliore** les performances **intellectuelles**.
- **Ne pas** avoir un poids suffisant détériore les performances intellectuelles.

### ☐ Echantillon

- Etudiantes de la Rochelle en L1

### ☐ Mesures et résultats

- Vérification des manipulations
  - ✓ Gain vs perte : **OK +**
  - ✓ Santé vs mental : **OK ++**
- Vérification des différences en termes d'émotions et de cognitions : **OK**

# Etude finale

- ❑ Échantillon
  - 200 étudiantes de L1 de Grenoble Université
- ❑ Conditions expérimentales
  - Idem prétest 2
- ❑ Résultats
  - Analyse des données en cours de traitement

## Bibliographie sélective

- ❑ Anderson C.A. & Holloway R.M. (2003), Who benefits from what? Drive for thinness as a moderator of responsiveness to different eating disorder prevention messages, *Journal of Applied Social Psychology*, 33, 9, 1837-1861.
- ❑ Rothman A.J., Salovey P., Antone C., Keough K. et al. (1993), The influence of message framing on intentions to perform health behaviors, *Journal of Experimental Social Psychology*, 29, 5, 408-433.
- ❑ Ho R. (1998), The intention to give up smoking: disease versus social dimensions, *Journal of Social Psychology*, 138, 3, 368-380.
- ❑ Hoeck J., Newcombe R. et Walker S. (2011), Promoting youth smokefree behaviour: An evaluation of a social norms campaign, *Australasian Marketing Journal*, 19, 1, 58-64.
- ❑ Pecheux C., Derbaix C. et Charry K. (2006), Enfants, alimentation et obésité : quels rôles pour la publicité ?, *Actes du XXIIème Congrès de l'Association Française du Marketing*, 11 et 12 mai 2006, Nantes.