



# Prévention du risque de maigreur extrême

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

Michel DUBOIS, LIP, UPMF Grenoble

Marie-Laure GAVARD-PERRET, CERAG, UPMF Grenoble

Agnès HELME-GUIZON, CERAG, UPMF Grenoble

Rebecca SHANKLAND, LIP, UPMF Grenoble

Proposition de table ronde pour l'Axe 4

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

- ❑ *Augmentation troubles du comportement alimentaire (TCA)*
  - *Obsessions corporelles (pesées hyper-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);

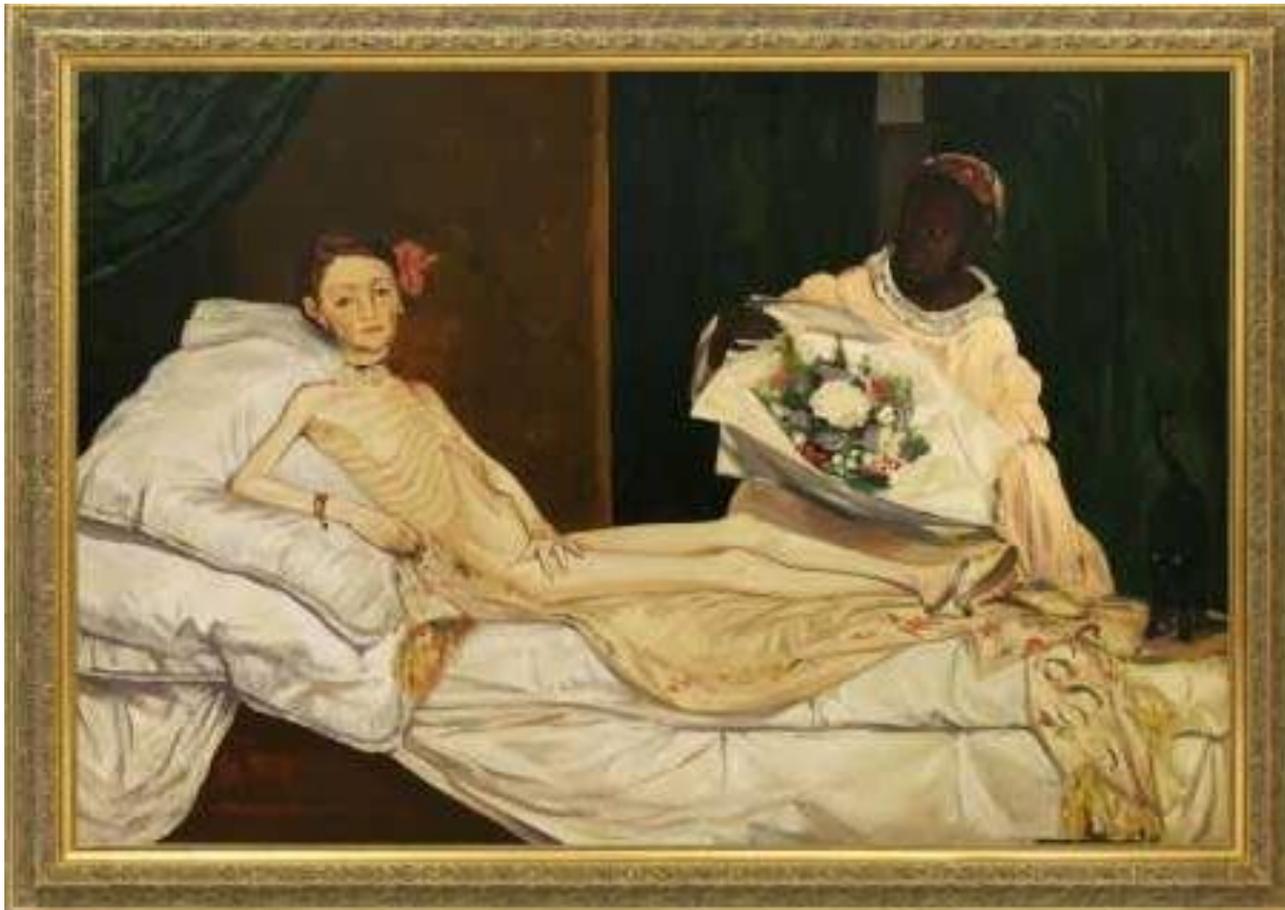
# Prévention du risque de maigreur extrême: Prise de conscience des autorités publiques

- ❑ « *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

- ❑ Des 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)

# Des leviers possibles pour les campagnes préventives

## ❑ 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)

## Des questions de recherche pour lever des doutes

- Un **message orienté perte** est-il plus efficace dans la lutte contre le risque de maigreur extrême qu'un **message orienté gain** ?
- Mais aussi:* un message orienté **gain/risque mental** est-il plus efficace dans la lutte contre le risque de maigreur extrême qu'un message orienté **gain/risque physique** ?
- Interactions** entre cadrage et type d'argument ?
- Place des **émotions** ressenties suite exposition au message ?
- Variables **modératrices** de ces effets?

# Méthodologie (1/2)

## □ Une expérimentation

- Manipulation de deux facteurs
  - ✓ Gain / perte
  - ✓ Conséquences physiques / mentales
- 4 messages de prévention (prétestés)
  - ✓ 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.

# Méthodologie (2/2)

## ☐ Mesures

- Efficacité (attitudes et intention de suivre la recommandation)
- Emotions suscitées par le message
- Variables individuelles (insatisfaction corporelle, pratiques alimentaires, etc.)

## ☐ Échantillon

- Étudiantes de L1
  - ✓ Population particulièrement exposée (Sanderson et Holloway, 2003)
  - ✓ Pourtant non directement ciblée aujourd'hui par les programmes de l'INPES
- 200 étudiantes de Grenoble Universités

## ☐ Collecte en cours

- Questionnaire en ligne

## 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.