



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

Rubrique : actualités - Date : jeudi 18 novembre 2010

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

L'Inpes et le ministère de la Santé et des Sports lancent le 16 novembre 2010 un dispositif inédit de communication sous la forme d'un manga interactif accessible à l'adresse www.attraction-lemanga.fr. Cette « expérience » entend mettre en évidence une contradiction qui n'apparaît pas toujours clairement aux yeux des jeunes : bien qu'ils associent cigarette et émancipation, le tabac les prive, en réalité, de leur liberté de choix.

La nouvelle campagne de l'Inpes vise les jeunes de 14 à 20 ans, tranche d'âge à laquelle beaucoup d'entre eux vont fumer leur première cigarette. Elle vise avant tout à faire prendre conscience aux adolescents que l'attractivité de la cigarette est liée à des stratégies marketing de l'industrie du tabac jouant sur la séduction, la transgression, la promesse de l'accès au monde des adultes, etc.

En effet, si les prises de risque, dont l'expérimentation du tabac, participent à la construction de l'identité des adolescents et s'ils sont sensibles à la promesse d'émancipation véhiculée par le tabac, ils rejettent dans le même temps massivement tout sentiment de dépendance à un produit et de soumission à la pression des pairs ou à une manipulation quelconque. C'est donc sur la révélation de cette ambivalence particulièrement sensible à l'adolescence que la campagne repose.

Version accessible (synopsis)

Pour réaliser cet animé inédit qui se déroule au Japon en 2040, l'Inpes a fait appel à Koji Morimoto, artiste japonais connu notamment pour avoir été co-directeur de l'animation du film Akira.

À travers l'histoire de trois adolescents (Hiro, Koichi et Ren) auxquels l'internaute peut s'identifier et qu'il va pouvoir incarner successivement, le manga interroge sa capacité à « résister » au tabac, aux représentations collectives de la cigarette mais aussi à l'influence de ses camarades. L'internaute peut ainsi prendre tour à tour le contrôle des trois personnages à des moments décisifs du scénario, prendre part au déroulement de l'histoire et être directement incité à « résister » au tabac.

En se mettant à la place des personnages, chaque internaute connecté pourra avoir une vue subjective des plans et agir (secouer la tête pour réveiller un personnage de l'état d'hypnose dans lequel il est plongé, présenter des objets de couleur pour composer le code secret du club, couvrir sa webcam pour combattre le patron du club, etc.) de façon à faire « progresser » l'histoire.

À la fin de l'expérience, l'internaute sera invité à s'informer sur les manipulations de l'industrie du tabac (site www.vous-decidez.fr), la dépendance liée au tabac et les aides existantes pour arrêter de fumer. Il pourra, s'il le souhaite, s'inscrire au coaching personnalisé proposé par le site www.tabac-info-service.fr. Il aura également la

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

possibilité de télécharger le manga en version papier et de partager l'URL du site avec ses amis. Mobilisation de blogueurs, page Facebook, bannières web et projection de la bande-annonce dans les rues des grandes villes et dans les salles de cinéma

Afin de promouvoir l'expérience « Attraction », des blogueurs appréciés des adolescents ou référents dans le domaine du divertissement et des mangas seront approchés. Ils recevront la bande-annonce, ainsi qu'un code leur permettant d'accéder à la totalité de « l'expérience » la veille du lancement officiel du site.

Une page de présentation du manga a par ailleurs été créée sur Facebook afin d'inciter les jeunes à s'y connecter et une campagne de bannières web sur les sites les plus fréquentés par les jeunes renverra vers le site officiel.

La distribution de 350 000 cartes postales reprenant des visuels du manga dans 1 800 établissements de convivialité (pubs, cafés, cinémas, écoles, cybercafés, etc.) s'ajoutera aussi au dispositif.

Enfin pour accompagner le lancement du site, des projections mobiles de la bande-annonce du manga seront organisées le 16 novembre dans les sept plus grandes villes de France (sur plus de 30 sites). 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 des rues 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 web pour en savoir plus.

La bande annonce du manga sera aussi diffusée du 24 novembre au 28 décembre au cinéma en amont du film « Harry Potter et les reliques de la mort ». 120 000 prospectus seront distribués à cette occasion à l'entrée des salles partenaires de l'opération.