



ADAPTER LES MESSAGES AUX « REBELLES » DES SNOWPARKS

Sa mort accidentelle a endeuillé l'une des plus grandes fêtes de la capitale et enflammé les réseaux sociaux. Le 19 septembre 2015, à la fin de la Techno Parade, qui avait rassemblé près de 350 000 personnes, un jeune homme de 21 ans entreprend la folle ascension de la statue de la place de la République. À un moment, il hésite. On le hue. Il repart. Et chute, filmé par les smartphones, qui diffuseront les vidéos sur la Toile. Un fait divers ? Peut-être. À ceci près qu'il témoigne d'un besoin grandissant de sensations fortes chez les adolescents et les jeunes adultes, doublé de la recherche d'une reconnaissance pour leurs exploits via le Web. Le résultat : une prise de risque spectaculaire dans le sport et dans les loisirs, devenue pour certains jeunes un mode de vie. En témoigne le développement des sports extrêmes comme le *freestyle* pratiqué dans les *snowparks*, ces équipements apparus au milieu des années 1990 sur le modèle

Singuliers terrains de jeu que les *snowparks*. Sur ces zones aménagées pour la pratique du *freestyle*, de plus en plus répandues dans les stations de ski françaises, se développe une socialité particulière : les filles sont peu présentes, et le risque est valorisé – au point que le danger « fait partie du jeu » pour les pratiquants de bon niveau. L'accidentalité est très élevée, et souvent grave, en particulier chez les jeunes de niveaux confirmés et experts : 27,1 % des 15-18 ans déclarent ainsi s'être blessés au cours de la saison passée, selon l'étude sur les risques en *snowparks*, présentée par le Laboratoire sports et environnement social de l'université de Grenoble au colloque de la Fondation MAIF qui s'est tenu le 2 octobre dernier à Paris. Pourtant, loin d'être des « risque-tout », les pratiquants experts témoignent d'un rapport au risque particulièrement réfléchi. Avec ce paradoxe : « Plus l'âge et le niveau d'expertise augmentent, moins le port du casque est observé », souligne Véronique Reynier, responsable du projet. Leur enjeu serait une différenciation identitaire par rapport aux débutants et aux touristes, doublée d'une trop grande confiance dans leur maîtrise de l'environnement. La réponse préventive ? Des campagnes adaptées à la culture du *freestyle*. Et différenciées en fonction des catégories de pratiquants. Pour les experts, les messages doivent être non pas assénés de l'extérieur, mais véhiculés par des pairs légitimes et reconnus – par exemple les *shapers*, qui préparent les terrains, et les *free riders* réputés. Pour les débutants, il convient d'énoncer les règles de sécurité pas toujours connues en adoptant le ton ludique propre à cette pratique. D'où le *serious game* « Snowpark Challenge », développé par la Fondation MAIF pour sensibiliser les jeunes aux bonnes pratiques à adopter (www.snowparkchallenge.com).



Les jeunes face au risque

Comment prévenir les accidents

Par Marie Zawisza, journaliste.

Alors que les jeunes expriment une soif croissante de sensations fortes, le dernier colloque de la Fondation MAIF s'est penché sur les ressorts de ce comportement pour tenter d'éviter les drames.

des skateparks urbains et devenus aujourd'hui incontournables dans les stations de ski françaises. Bien entendu, cette mise en danger ne se circonscrit pas à la seule pratique sportive : elle se retrouve dans nombre de divertissements prisés par les jeunes comme le *binge drinking* – boire énormément d'alcool dans un laps de temps très court –, qui se développe en France depuis le début des années 2000. Une pratique d'autant plus inquiétante que 30 à 50 % des accidents mortels de la route des 18-25 ans seraient liés à la consommation excessive d'alcool. Comment les jeunes évaluent-ils le risque lorsqu'ils cherchent à dépasser leurs limites dans le sport et les loisirs ? Comment peut-on baliser ce risque dont ils ont besoin pour se construire ?

C'est pour répondre à ce défi que la Fondation MAIF a organisé le 2 octobre à Paris un colloque autour des jeunes et du risque. Sept équipes scientifiques, mobilisées depuis 2011, y ont présenté

EN BREF

- **Pessimisme ambiant et réseaux sociaux accroissent le besoin de sensations fortes chez nombre d'adolescents.**
- **L'exemplarité positive des adultes et des pairs est un levier de prévention.**
- **Tout comme la mise en position de responsabilité.**

leurs premiers résultats, dressant une cartographie des comportements des jeunes face au risque et de ce qu'ils mettent alors en jeu. « Notre mission est de soutenir et de coordonner des projets de recherches scientifiques pour améliorer la prévention des risques d'accident, dans un but d'intérêt général », explique Christian Ponsolle, président de la Fondation MAIF.

Qu'il s'agisse de moto, de voiture, de ski hors-piste ou de *freestyle*, les constats dressés par les scientifiques convergent. Ainsi, pour les jeunes casse-cou le but n'est pas toujours de jouer avec la mort. Car si elle est maîtrisée, la prise de risque peut se révéler constructive. C'est ce qu'explique le cognitiviste Thierry Bellet, chargé de recherche à l'Ifsttar, qui étudie l'impact de la pratique sportive de la moto sur la sécurité routière : « Rien n'est plus dévalorisant pour un motard sportif que de réussir un virage parce qu'il a eu de la chance : l'objectif n'est pas l'accident mais au

...

●●● contraire d'affirmer son contrôle du véhicule. Un entraînement qui devient risqué seulement lorsque le jeune surestime ses capacités à maîtriser sa moto ! » Reste les motards « utilitaristes » qui eux sous-estiment souvent les risques auxquels ils s'exposent au guidon et passent sans le savoir la ligne de la prudence.

Autre facteur d'inconséquence : « Dans les *snowparks*, les plus jeunes reconnaissent que le regard de leurs pairs et la présence d'une caméra ou d'un smartphone filmant leur performance les incitent à prendre des risques », remarque Véronique Reynier, maître de conférences au sein du Laboratoire sport et environnement social à l'université Grenoble 1. Or ce signe de fragilité paraît inquiétant dans une société contemporaine marquée par un mal-être croissant de la jeunesse. « Quatre-vingt-cinq pour cent des adolescents vont bien et savent s'arrêter avant la cassure... mais les 15 % restants vont de plus en plus mal. On observe ainsi une hausse de 300 % d'automutilations chez les jeunes sur dix ans », constate le psychiatre Xavier Pommereau, directeur du pôle aquitain de l'adolescent au centre Abadie du CHU de Bordeaux, qui a ouvert le colloque scientifique de la Fondation MAIF par une conférence publique. Les causes de cette anxiété ? La société de consommation, le règne du zapping et le discours pessimiste des adultes sur le monde actuel et à venir. Mais aussi – et surtout – la révolution culturelle des nouvelles technologies, qui bouleversent le rapport au monde et à autrui. « On ne peut absolument pas comprendre et saisir l'épaisseur de la relation humaine et de l'émotion à

travers un écran ou une conversation *skype* », insiste le psychiatre.

Or c'est précisément pour réguler ces émotions si difficiles à appréhender que les jeunes adopteraient des comportements à risque. Une façon de mettre de côté leurs affects en expérimentant des sensations fortes qui les remplaceraient. « Plus la recherche de sensation et de plaisir est une motivation importante – par rapport à la recherche de liberté, d'aventure ou d'expression technique –,



L'exemplarité positive apparaît comme la clé de voûte de la prévention des risques chez les jeunes.

moins on observe de comportements sécuritaires », observe Mathilde Gletty, doctorante en psychologie, qui mène ses recherches, sous la direction du professeur Rémi Kouabenan, sur les pratiques, les perceptions et les croyances relatives au risque d'avalanche à l'université Grenoble-Alpes. Par ailleurs, une grande partie des victimes d'avalanches – environ trente morts par an – sont les jeunes montagnards habitant à proximité des

2 QUESTIONS À CHRISTIAN PONSOLLE



Pourquoi ce colloque autour de la question des jeunes face au risque ?

On observe une recrudescence des accidents chez les jeunes, ce qui est pour nous une préoccupation majeure. Par ce colloque, nous avons voulu rassembler les équipes de recherche que nous soutenons pour faire émerger des solutions innovantes, sensibiliser le grand public et le public professionnel et véhiculer auprès des jeunes des messages de prévention qui ne soient pas moralisateurs.



Dans quelle mesure pouvez-vous avoir un impact sur la prévention du risque ?

En fédérant les énergies scientifiques au service de la prévention. D'abord en encourageant la recherche et en favorisant ses dimensions applicatives pour la rendre utile – raison pour laquelle nous lançons régulièrement de nouveaux appels à projets dans le secteur de la prévention des risques accidentels. Mais aussi en médiatisant les résultats de ces travaux. Un exemple ? Nous avons

accompagné une recherche sur les casques de moto, qui a révélé que si tous les casques de moto sur le marché sont homologués, ils ne sont pas égaux en termes de protection, et pourraient être plus solides que ce que requiert la norme actuelle – donc sauver plus de vies. Face aux lobbies des fabricants, nous avons décidé de rendre publique cette recherche en alertant le magazine *60 Millions de consommateurs*. Notre but : faire évoluer la norme obsolète au vu des avancées scientifiques grâce à la pression des consommateurs.



Le président de la Fondation MAIF au colloque du 2 octobre.

domaines skiables. Pourquoi? Probablement parce que l'exposition répétée à une situation de risques les conduirait à surestimer leurs capacités de maîtrise du risque d'avalanche.

Et pour cause : si on pensait traditionnellement qu'une prise de risque excessive était liée à une difficulté cognitive à évaluer et analyser la criticité d'une situation, il apparaîtrait que la mise en danger de soi serait surtout due chez les jeunes à une méconnaissance des signaux envoyés par leur corps pour les avertir d'un danger potentiel. C'est ce que souligne Quentin Verneau, doctorant sous la direction de Valérie Pennequin au Laboratoire de psychologie des âges de la vie de l'université de Tours, dont les recherches portent sur le jugement du risque et la décision. « Dans le cadre de notre étude, on s'est rendu compte que les adolescents connaissent mal leur corps, et peinent à comprendre ses messages dans une situation critique. Il faudrait donc cibler la prévention non plus seulement sur les règles de sécurité – que les jeunes connaissent –, mais aussi sur l'apprentissage de l'écoute des messages émotionnels. »

Trouver des modes de prévention efficaces est en effet un défi d'autant plus difficile à relever que rien ne serait plus inefficace pour un jeune... que de poser une interdiction moralisatrice à l'âge de la construction de soi où l'on a besoin de se retrouver en position d'acteur. Reste à savoir comment. Pour les individus les plus fragiles, déjà victimes d'un accident, la réponse est souvent d'ordre thérapeutique. Aujourd'hui, 20 % des adolescents hospitalisés le sont pour un accident de la circulation. Et le taux de récurrence est élevé : parmi eux, un adolescent sur quatre aura un deuxième accident dans l'année. « Cette population à fort risque condense à des degrés variables différentes vulnérabilités psychologiques », constate le professeur Ludovic Gicquel, chef du pôle universitaire de psychiatrie de l'enfant et de l'adolescent du centre hospitalier Henri Laborit de Poitiers. Dans le cadre de ses recherches, il soumet un questionnaire à de jeunes accidentés afin de diriger les plus fragiles vers une prise en charge préventive – ou pas. L'objectif est de diminuer d'au moins 20 % le nombre d'accidents au sein du groupe bénéficiant de la prise en charge thérapeutique par rapport au groupe témoin.

Quant aux adolescents ne présentant pas de pathologies particulières, l'encadrement par des guides, des référents ou des « grands frères » reste essentiel pour baliser les périls et éviter l'accident grave. « Il faut s'appuyer sur des adultes ayant une légitimité aux yeux des jeunes. Mais pourquoi tous les moniteurs de ski ne portent-ils

SÉCURITÉ ROUTIÈRE : MONTRE-MOI L'EXEMPLE !

Des jeunes gens s'amuse dans une fête arrosée. L'un d'eux prend le volant, ses amis montent avec lui. Il contrôle mal son véhicule. C'est l'accident tragique. Voici le scénario classique d'une campagne de prévention contre l'alcool au volant destinée aux jeunes. Les 18-24 ans constituent en effet 9 % de la population générale, mais 26 % des morts sur la route dus à l'alcool. Le pari de ces campagnes ? L'identification à ce pair imprudent – cible descendante – les conduirait à changer leurs comportements. « Pourtant, notre étude sur l'impact des campagnes de prévention révèle qu'une cible ascendante – un pair prudent, qui ne boit pas avant de prendre le volant – génère plus d'anxiété chez le jeune. Ainsi, nos travaux suggèrent que plutôt que montrer un pair imprudent, qui boit de l'alcool et prend le volant, il pourrait être plus bénéfique en termes de prévention de mettre en scène une cible ascendante, autrement dit de montrer l'exemple à suivre », observe Natalia Rusnac, qui vient de soutenir sa thèse sous la direction de Patricia Tassi et de Florence Spitzenstetter au Laboratoire de psychologie des cognitions de l'université de Strasbourg. De quoi modifier les campagnes de prévention ? En effet. Avec un bémol : l'étude a été réalisée auprès de trois groupes de participants (628 au total entre 19 et 25 ans) – le premier formé par les bons dormeurs, le deuxième par des individus souffrant d'insomnie chronique, le troisième par des personnes qui se privent volontairement de sommeil et dorment au maximum six heures par nuit. Or les sujets en privation chronique de sommeil semblent réfractaires aux éléments de comparaison sociale. Les campagnes de prévention positives, c'est-à-dire avec des cibles ascendantes, n'auraient un impact que sur les bons dormeurs...

MIEUX VAUT PRÉVENIR...

La vocation première de la Fondation MAIF : financer et valoriser la recherche afin de prévenir les risques liés à la mobilité, mais aussi ceux de la vie quotidienne, les risques numériques et les risques naturels. En vingt-cinq ans, plus d'une centaine de projets de recherche ont été soutenus par la fondation, reconnue d'utilité publique. Pour en savoir plus et candidater : www.fondation-maif.fr



pas de casque ? Dans la pratique du VTT, les encadrants ne laissent pas partir un jeune s'il ne porte pas casque, lunettes et gants... et ils s'appliquent ces consignes à eux-mêmes », reprend Quentin Verneau.

Cette exemplarité positive apparaît en effet comme la clé de voûte de la prévention des risques. Ainsi, une étude de l'équipe de la faculté de psychologie de Strasbourg révèle que des spots publicitaires donnant à voir des individus responsables évitant les accidents auraient un impact supérieur aux campagnes classiques mettant en scène des personnages imprudents victimes d'événements tragiques (voir ci-dessus). Forte de ces résultats, la Fondation MAIF a lancé un concours vidéo, Grand Angle, appelant les candidats à imaginer des campagnes de sensibilisation sur la sécurité routière. « Notre pari : faire en sorte que des jeunes parlent à des jeunes, pour aborder les sujets sous un angle différent et obtenir un impact optimal », explique Marc Rigolot, directeur de la Fondation MAIF. Ou comment responsabiliser les jeunes au risque en les rendant acteurs... et adultes. ●