

# Vapotage: Les EX Files

6e  
ANNÉES

Exposons

4e années: Expliquons

5e années: Examinons

6e années: Exposons

## EXPOSONS le Vapotage – Le jeu 6e Année: Notes et Réponses de l'Enseignant

Lien Kahoot:

<https://create.kahoot.it/share/vapotage-the-ex-files-exposons-le-vapotage-6e-annee/31cafabb-fb83-4469-a2dc-a677b93bbc66>

1. **SONDAGE:** Dans quelle mesure avez-vous confiance dans votre capacité à refuser une vape si elle vous était proposée?
  - Demandez aux élèves de noter/se rappeler comment ils répondent à cette question. Ne révélez pas que cela sera répété à la fin du jeu.
  - Message Clé: Chacun aura différents niveaux de confiance dans ses connaissances et son niveau de confort. Certains peuvent dire qu'ils ne refuseraient pas, ce qui crée la possibilité soit a) de développer des compétences en matière de refus, soit b) de fournir des informations permettant de prendre une décision plus éclairée.
2. Les vapes contiennent souvent plus de nicotine qu'un paquet de cigarettes.
  - Bonne Réponse: **Vrai**
  - Ceci est un rappel des élèves de 4e et 5e années qui reste un message important. Cela a été brièvement mentionnée dans la présentation et constitue un point pertinent car les e-liquides peuvent contenir différentes quantités de nicotine et de nombreux appareils peuvent délivrer autant de nicotine que 1 à 2 paquets de cigarettes ou plus
  - Message Clé: Le vapotage peut délivrer des quantités de nicotine plus élevées que ce à quoi on pourrait s'attendre.
3. Parmi les affirmations suivantes concernant le vapotage, laquelle est VRAI?
  - Bonne Réponse: **Vapoter peut provoquer des caries**
  - Les produits chimiques et la nicotine issus du vapotage entraînent des changements dans votre bouche qui peuvent entraîner des caries, une mauvaise haleine et d'autres problèmes de santé bucco-dentaire. Pour corriger les autres affirmations (rouge) les jeunes qui vapotent sont plus susceptibles de fumer des cigarettes, (bleu) la nicotine contenue dans les produits de vapotage augmente la fréquence cardiaque et (vert) la vapeur secondaire contient des produits chimiques nocifs et n'est pas de la vapeur d'eau inoffensive.
  - Message Clé: Le vapotage a un effet négatif sur votre santé bucco-dentaire.

4. La nicotine affecte les jeunes cerveaux de plusieurs manières. Lequel des éléments suivants est FAUX?

- Bonne Réponse: **La nicotine améliore la mémoire et la concentration**
- La nicotine a des conséquences réelles et significatives sur les jeunes et sur leur cerveau en développement. Le choix sain est de vivre sans nicotine et de permettre à votre cerveau de se développer sans produits chimiques ni médicaments (à l'exception des médicaments nécessaires)..
- Message Clé: Le nicotine issue du vapotage nuit à votre cerveau.

SLIDE # 10 : Diapositive de transition pour présenter la section suivante du Kahoot qui examinera comment l'industrie commercialise, promeut et fait la publicité des produits de vapotage. Les entreprises de vapotage (détenues principalement par de grandes sociétés de tabac) doivent rendre les jeunes accros à leurs produits afin de les conserver comme clients à vie.

SLIDE # 11 – tactiques de marketing utilisées par l'industrie du vapotage. Les jeunes sont attirés par les vapes parce qu'elles sont volontairement douces, bon marché et discrètes (faciles à cacher). L'industrie en profite et utilise différentes techniques pour commercialiser ses produits auprès des jeunes. Bien que des limites en matière de publicité soient mises en place par le gouvernement canadien (pas de publicité à la télévision ou à la radio par exemple), l'industrie a toujours une énorme présence en ligne et virtuelle qui cible les jeunes. Ils utilisent des influenceurs, des concours en ligne et en personne, le parrainage d'événements et des vidéos virales pour n'en nommer que quelques-uns. Ces méthodes sont subtiles mais efficaces.

5. Pourquoi les produits de vapotage aromatisés sont-ils un bon outil marketing?

- Bonne Réponse: **Tout ce qui précède**
- Identifier que les liquides à vapoter aromatisés comportent des risques et constituent un stratagème marketing de l'industrie. Ceci est lié à l'alphabétisation de consommateurs
- Message Clé: Les liquides de vapotage aromatisés sont conçus pour inciter les jeunes à utiliser des produits de vapotage et peuvent conduire à une dépendance à la nicotine.

6. Pourquoi les vapes sont-elles différentes des cigarettes?

- Bonne Réponse: **Tout ce qui précède**
- Illustrez comment les vapes ont été délibérément conçus de manière à ce que les jeunes les trouvent plus attrayants et intéressants afin qu'ils soient suffisamment curieux pour les essayer.
- Message Clé: Chaque aspect des vapes est conçu pour vendre.

7. Pourquoi les jeunes sont-ils le client privilégié des entreprises de la vape?

- Bonne Réponse: **Les jeunes deviennent des clients à vie**
- Illustre que le marketing de la vape s'adresse aux jeunes, car ils deviennent facilement dépendants de la nicotine et restaurant dont des clients payants potentiellement plus longtemps. Que les étudiants le réalisent ou non, les jeunes sont très sensibles à diverses tactiques de marketing.
- Message Clé: Le marketing de la vape cible les jeunes de manière évidente et subtile.

SLIDE # 18 Diapositive de Transition – Compétences en matière de prise de décision et de refus

Vous pouvez discuter un instant de la légende de cette diapositive. Comment une petite décision (essayer de vapoter lors d'une soirée) peut-elle avoir un grand impact sur la vie d'un étudiant? (Branchez-vous et discutez d'économie, de santé, de relations, de santé mentale, etc)

**SLIDES # 19 & 20 sont des scénarios de compétences en matière de prise de décision et de refus. Veuillez prévoir suffisamment de temps pour la discussion après la publication des résultats du sondage, car les étudiants voudront peut-être discuter d'autres options qu'ils souhaitent.**

SLIDE # 21 Diapositive de Transition – Examinons des supports de vapotage.

Les diapositives 22 à 26 présentent des publicités de sensibilisation et d'éducation au vapotage créées par ACT. Les étudiants sont invités à lier la publicité visuelle aux messages pouvant être extraits de chaque publicité. Le but de l'inclusion de cette section est d'établir un lien avec les résultats d'apprentissage traitant de l'éducation aux médias et de la réflexion critique sur la publicité.

Ces publicités disent la vérité sur le vapotage et nous espérons que lorsque les étudiants verront différentes publicités faisant la promotion du vapotage, ils se souviendront de ces vérités et des méfaits du vapotage.

Vous pouvez également discuter de la manière dont différents téléspectateurs ont perçu différents messages (comment ils interprètent la publicité), de la manière dont les médias sont délibérément conçus pour transmettre plus d'un message, de la manière dont plusieurs segments/annonces regroupés peuvent transmettre un message plus large ou promouvoir le même produit auprès d'un public cible. un public plus large (et comment les entreprises qui vendent des produits utilisent cette même méthode).

SONDAGE DIAPOSITIVE: Dans quelle mesure avez-vous confiance en votre capacité à refuser une vape si elle vous était proposée?

- Déterminez si les réponses des élèves ont changé depuis le début du jeu (diapositive 1).
- Questions de discussion:
  - Se sentent-ils désormais un peu plus en confiance et prêts à dire non au vapotage?
  - Que pensent-ils du vapotage maintenant?
  - Y a-t-il eu un changement dans leurs attitudes?
- Message Clé: Chacun aura différents niveaux de confiance dans ses connaissances et son niveau de confort. Certains peuvent dire qu'ils ne refuseraient pas, ce qui crée la possibilité soit a) de développer des compétences en matière de refus, soit b) de fournir des informations permettant de prendre une décision plus éclairée.
- Les jeunes prennent des décisions concernant le vapotage. Ces informations et quelques exemples de compétences de refus peuvent être très utiles pour les élèves de cet âge ou dans un avenir proche.