Projet MARK-ABORDS

MARKeting aux ABORDS des établissements scolaires

La santé des jeunes se joue aussi autour de l'école

EXPÉRIMENTATION
LYON 8e
2026-2029

MARK-ABORDS vise à observer et à réduire l'exposition des enfants et des jeunes au marketing du tabac, de l'alcool et de produits alimentaires peu favorables à leur santé autour des établissements scolaires.

Pourquoi s'intéresser aux abords des établissements scolaires ?

Le tabac, l'alcool et une alimentation déséquilibrée comptent parmi les principaux facteurs de risque de cancer sur lesquels il est possible d'agir.

Or, autour des établissements scolaires, **les enfants et les jeunes sont exposés à de multiples formes de marketing** susceptibles d'influencer leurs comportements de consommation : publicités dans l'espace public ou dans les magasins, densité des points de vente, promotions prix, packaging...

Certaines études menées à l'étranger ont montré que les quartiers prioritaires étaient plus exposées mais **aucun diagnostic n'existe encore en France.**

Une expérimentation à Lyon 8e

Le 8e arrondissement de Lyon a été choisi comme territoire d'expérimentation. Arrondissement le plus peuplé de Lyon, il concentre **plus de la moitié des habitants lyonnais vivant en quartier prioritaire**. Le projet rejoint également les orientations du Contrat Local de Santé de la Ville de Lyon pour des environnements plus favorables à la santé.

MARK-ABORDS permettra **d'observer** concrètement les différentes formes de marketing présentes autour d'un échantillon d'établissements scolaires choisi par un comité scientifique et de partager le **diagnostic**.

Du diagnostic à l'action

Sur la base de ce diagnostic, les jeunes, les habitants, les acteurs locaux, les équipes éducatives, les élus et les services de la collectivité seront invités à **identifier ensemble des pistes d'action** adaptées au territoire. Les enseignements du projet pourront ensuite être partagés avec d'autres territoires.

Une démarche progressive sur 36 mois

1 — OBSERVER
Recenser les différentes formes de marketing présentes autour des établissements scolaires, selon un protocole scientifique.

2 — CARTOGRAPHIER
Produire un diagnostic géolocalisé, illustré et partageable.
Une première en France !

3 — DIALOGUER
Partager les constats avec les jeunes, les riverains, les élus et les services de la collectivité, les équipes éducatives et les acteurs du territoire.

4 — AGIR
Identifier collectivement des pistes d'action locales et partager les enseignements de l'expérimentation avec d'autres territoires.

Les partenaires impliqués sur le territoire

PROMOTION SANTE ARA
Coordonne le projet, assure la production d'outils, la valorisation et l'évaluation, et garantit le lien avec les acteurs, élus et techniciens du territoire.

PARTENAIRES SCIENTIFIQUES
Construisent la méthode, participent à l'analyse des données et contribuent à l'évaluation et la valorisation scientifique.

ELUS ET TECHNICIENS DES COLLECTIVITÉS
Apportent leur connaissance du territoire et étudient les leviers d'action mobilisables localement.

HABITANTS ET ACTEURS LOCAUX
Apportent leur expérience quotidienne et contribuent aux propositions.

Coordination

Promotion Santé Auvergne Rhône-Alpes

Partenaires scientifiques du réseau CANCEPT

CANCEPT — EHESP — CRESS Aura — Centre Léon Bérard

Financement

République Française — Institut National du Cancer

INCa_20795

En lien avec le Contrat Local de Santé de la Ville de Lyon

Contact - Claudia DIAZ - Promotion Santé ARA / claudia.diaz@promotion-sante-ara.org