



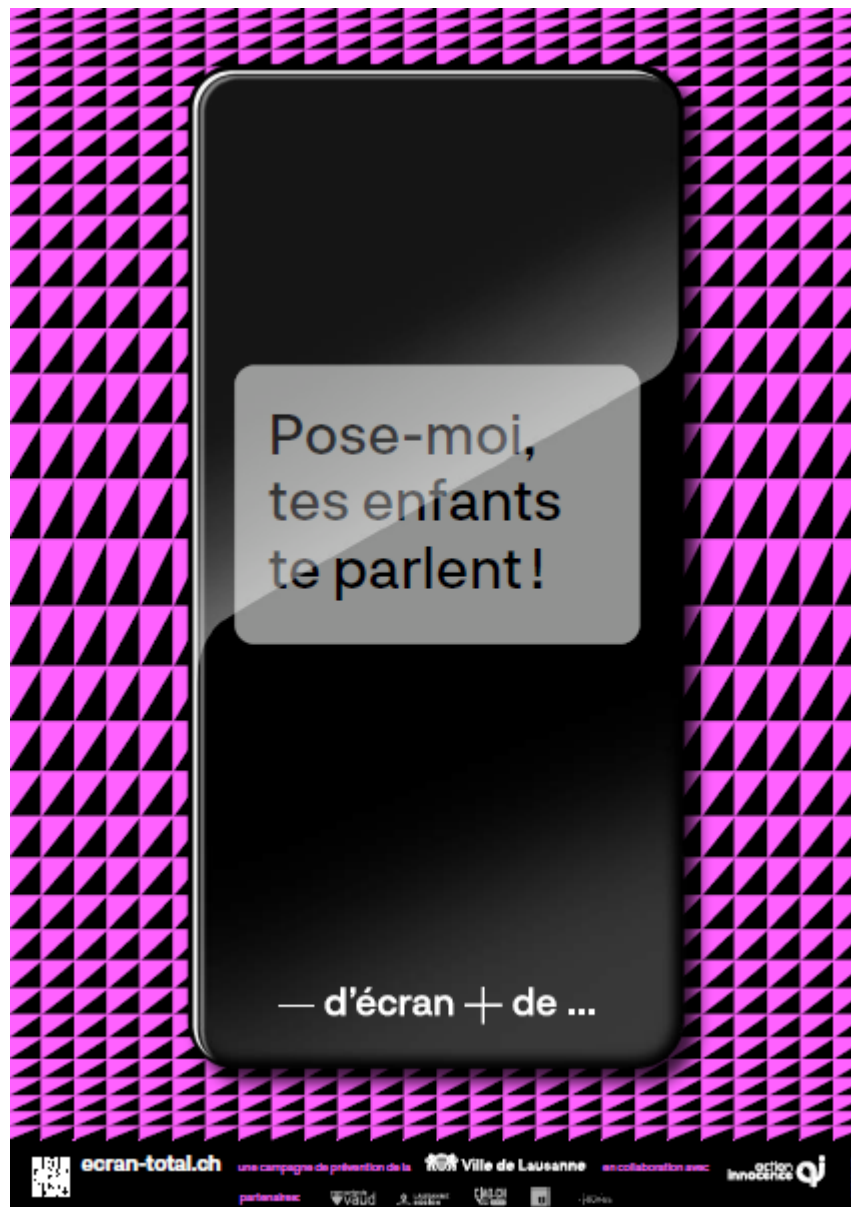
Ville de Lausanne

Secrétariat général EJQ

case postale 5032 – 1002 Lausanne

Direction de l'enfance,
de la jeunesse et des quartiers

Bilan de la campagne écran 2021-2022 « - d'écran + de ... »



La Direction de l'enfance, de la jeunesse et des quartiers (DEJQ) a souhaité continuer son travail de sensibilisation et de prévention en élargissant son spectre aux (pré-) adolescent·e·s. Ainsi, le Secrétariat général Enfance, jeunesse et quartiers (SGEJQ), en partenariat avec la fondation Action Innocence, a proposé une campagne intitulée « - **d'écran + de ...** » s'adressant prioritairement aux jeunes entre 11 et 15 ans (7P-11^e), mais aussi à leur entourage et au grand public. Onze slogans composés avec les jeunes ont permis de traiter toutes les facettes de cette problématique.

S'étalant sur toute l'année scolaire 2021-2022, cette action a permis de questionner le rapport que chacun·e d'entre nous entretient avec les écrans. Comment prévenir sans interdire et surtout comment maintenir le dialogue avec les jeunes autour de ce sujet bien souvent au cœur des préoccupations familiales.

Grâce à une communication ludique et décalée dans la ville, les bus et le métro ainsi que des actions dans les écoles et dans les rues lausannoises, la campagne a interpellé et suscité le débat auprès des différents publics visés.

Les questions mentionnées ci-après font écho aux deux principaux « objectifs » posés en début de campagne. Elles permettent d'analyser si les attentes de cette action de prévention sont atteintes (favoriser les échanges, des prises de conscience, etc.).

La campagne a-t-elle permis l'ouverture d'un dialogue auprès des jeunes et de la population ?

La campagne a-t-elle permis de questionner le rapport aux écrans de tout un chacun et, de fait, prévenir les risques liés à une consommation excessive ?

Il serait également intéressant de se demander dans quelle mesure la campagne pourrait influencer le comportement des jeunes et de leur entourage, après les avoir fait réfléchir à un usage modéré des écrans.

La campagne a permis et provoqué plusieurs occasions d'échanges et de rencontres entre les jeunes et leur entourage, les jeunes et le grand public mais aussi entre parents et professionnel·le·s et enfin entre professionnel·le·s. La thématique des écrans était à chaque fois au cœur du débat : à l'occasion d'une soirée parents, d'échanges informels, lors des distributions de cartes postales dans la rue ou en classe avec les ambassadeurs écrans. Ces échanges ont été appréciés car la campagne a été bien accueillie tant dans la rue que dans les écoles.

Au travers des différentes actions menées, la campagne a eu pour objectif d'amener (à terme) une modification des comportements en lien avec une prise de conscience des comportements à risque. Cette démarche s'est voulue inclusive en touchant un public d'âges, de profils et de catégories sociales variés.

La vocation de la campagne est donc en partie atteinte. Il est en effet compliqué de toucher tout le monde et de s'assurer que les discussions aient un impact réel et durable sur les comportements de chacun·e. Une prise de conscience des jeunes et du public a toutefois été relevée à plusieurs reprises dans les questionnaires et lors d'entretiens plus ou moins formels.

Recommandations

La campagne « - **d'écran, + de...** » s'est majoritairement déroulée dans de bonnes conditions. Il semble néanmoins indispensable de se questionner pour savoir quels enseignements sont à tirer de cette campagne pour les futures actions de prévention.

La coordination a été conséquente de par la multitude d'acteurs et actrices impliqué·e·s, la diversité des actions menées et le nombre conséquent de slogans (10) et de supports de communication (cartes postales en français et traduites en 11 langues, flyers aux parents, affichettes, affiches F4, autocollants, clips vidéo, sacs et BD).

La campagne s'étendant sur une année scolaire complète (contrairement aux précédentes actions de prévention dont la durée était limitée dans le temps), elle a permis de mener plusieurs actions successives auprès de publics variés. Une communication soutenue et des actions régulières ont visibilisé la campagne toute l'année. La prévention par les pairs sera d'ailleurs reprise à diverses occasions dans d'autres communes.

La volonté de traduire les supports de communication dans les onze langues les plus parlées à Lausanne a permis une meilleure réception des messages, tant dans la rue que dans les quartiers ou les cabinets médicaux. Cela a toutefois mobilisé un nombre important de ressources (traduction et relectures par des jeunes parlant la langue concernée).

Le retour des personnes impliquées dans cette campagne dans les écoles laissent entendre qu'il faudrait renforcer les ressources et la communication au sein des EPS. Annoncer et anticiper l'organisation à venir en début d'année scolaire, afin de s'assurer de la disponibilité des personnes clés comme les infirmières, les responsables des délégué·e·s de classe, les délégué·e·s PSPS, les membres du parascolaire, etc. Les élèves ambassadeurs et ambassadrices ont été très professionnel·le·s et ont respecté pleinement leurs engagements.

Le Conseil des jeunes s'est avéré être une ressource importante. Il a été d'une grande aide pour la création des slogans et la prévention dans l'espace public. Leurs conseils et remarques ont aussi permis de renforcer la présence et le rôle des jeunes dans le processus de la campagne. Cette collaboration pourrait être renouvelée lors d'une nouvelle édition.

Les recommandations qui suivent sont formulées dans l'optique d'une prochaine campagne à mener par la Ville de Lausanne.

Recommandation 1 :

Renforcer le dispositif d'accompagnement et les ressources dans les écoles.

Recommandation 2 :

Encourager une prévention par les pairs, avec anticipation dans l'organisation et le processus de recrutement des jeunes.

Recommandation 3 :

Privilégier le recrutement d'ambassadeurs et ambassadrices et imaginer une formation plus poussée.

Recommandation 4 :

Réfléchir à des canaux de communication spécifiques à chaque public (parents, enseignant·e·s, jeunes, etc.).

Recommandation 5 :

Revoir la manière d'inclure et d'informer de façon constructive les enseignant·e·s.

Recommandation 6 :

Encourager une communication dans différentes langues pour toucher un maximum de personnes.