CAS PRATIQUE 1

Campagne pour promouvoir un usage équilibré des écrans chez les enfants de 6-11 ans : rédaction d'un communiqué de presse

BRIEF « Cas pratique fictif » - CAHIER DES CHARGES RP

Contexte et données issues de la littérature scientifique

- On entend par « écran » tout appareil électronique qui affiche du texte, de l'image ou de la vidéo : téléviseur, moniteur d'ordinateur, téléphone portable, tablette mais aussi console de jeux et objet connecté.
- La quasi-totalité des enfants de 6-11 ans passe régulièrement du temps devant les écrans et ce temps augmente avec l'âge.
- Les enfants issus de familles les moins diplômées passent davantage de temps devant les écrans, traduction probable d'un manque de ressources, d'espace ou d'accès à des activités de loisirs.
- Les effets négatifs d'un usage excessif des écrans sur le sommeil, la sédentarité, le manque d'activité physique et sur la vue sont bien documentés. Ces effets semblent méconnus des parents.
- L'omniprésence des écrans dans la vie des enfants est une source d'inquiétude pour les parents qui se trouvent face à un nouveau devoir d'encadrement et de protection.
- Près de la moitié des parents ne se sent pas suffisamment accompagnée ou compétente pour réguler la consommation des écrans de leurs enfants alors même que le sentiment d'auto-efficacité est associé à une meilleure régulation du temps d'écran des enfants.
- Encadrer le temps d'écran des enfants via l'adoption de règles simples est efficace pour réduire le temps d'écran de ces derniers et permettre un usage équilibré des écrans.
- Le rôle de modèle des parents est essentiel, le temps d'écran des enfants étant étroitement lié au temps d'écran des parents.
- Un environnement familial propice à la communication amplifie les effets positifs des règles mises en place et atténue l'impact négatif du comportement des parents face aux écrans.

A noter :

En France, l'enquête Enabee (Étude nationale sur le bien-être des enfants), réalisée en 2022 par Santé publique France, contenait un module sur les écrans, offrant ainsi l'opportunité d'évaluer la place et l'usage des écrans auprès d'un large échantillon représentatif d'enfants âgés de 3-11 ans scolarisés en maternelle et élémentaire en France hexagonale.

Les résultats montrent qu'en 2022, la quasi-totalité des enfants de 3 à 11 ans était exposée à au moins un type d'écran et le temps d'exposition aux écrans augmentait avec l'âge. Ils mettent également en lumière l'implication des parents dans l'encadrement de l'exposition des enfants aux écrans et l'impact des inégalités sociales.

Pour en savoir plus et consulter l'intégralité des résultats :
https://www.santepubliquefrance.fr/presse/2025/temps-d-ecran-des-enfants-de-3-a-11-ans-un-usage-precoce-quotidien-et-marque-par-les-inegalites-sociales

La campagne

Dans ce contexte et compte tenu de ces différents éléments, Santé publique France lance une campagne d'information comprenant deux spots TV et un volet digital.

Objectif de santé publique :

Réduire les risques sanitaires liés à un usage excessif des écrans chez les enfants de 6-11 ans.

Cible principale :

Parents d'enfants de 6-11 ans, en particulier les familles les moins diplômées et les parents gros consommateurs d'écran.

Objectifs du dispositif :

Le dispositif vise à promouvoir un usage équilibré des écrans chez les enfants de 6-11 ans afin d'éviter les effets négatifs pour la santé.

D'un point de vue opérationnel, le dispositif visera plus particulièrement à :
• Favoriser l'implication des parents et leur donner des clés pour mettre en place un usage équilibré des écrans pour leurs enfants ;
• Faire connaître les risques associés à un usage non maitrisé des écrans sur le sommeil, l'activité physique et la vue.

Dans une moindre mesure, le dispositif de communication pourra contribuer à faire connaitre les recommandations relatives à l'activité physique, la sédentarité et à la durée de sommeil pour les enfants de 6-11 ans afin de tendre vers un « 24h sain ».

Site d'atterrissage de la campagne :

La campagne renverra le public cible vers la plateforme https://jeprotegemonenfant.gouv.fr/. qui met à disposition outils, conseils et des ressources pratiques pour mieux informer et accompagner les parents.

La campagne adoptera un discours empathique, qui comprend la difficulté que les parents rencontrent au quotidien. Un enjeu de cette communication est de ne stigmatiser ni les parents ni les enfants pour lesquels toute injonction ou un simple rappel des risques serait inefficace.

Elle sera également particulièrement attentive aux inégalités sociales de santé et évitera, par exemple, de mettre en scène des alternatives qui ne seraient pas accessibles à une partie de la population.

→ Il s'agira de diffuser des conseils soutenants, positifs et pragmatiques.

Diffusion : Rentrée scolaire de septembre.

La demande

En s'appuyant sur les éléments de contexte et sur les éléments de description de la campagne autour des écrans en cours de réalisation**, il est demandé de rédiger un communiqué de presse, qui aura pour but d'informer les médias (presse généraliste grand public et médias spécialisés santé) du lancement de la campagne de prévention, de son contenu, de ses enjeux et ses objectifs.**