

Annexe 1

Guide d'entretien : Monsieur Martin de Duve - Univers Santé

(Interview personnelles 02/03/2015)

1) Présentation personnelle

Bonjour, je m'appelle Imane EL MORABET, je suis étudiante en Master 2 à la LSM et je réalise mon mémoire sur la problématique de consommation d'alcool chez les jeunes étudiants de l'UCL. J'aimerais bien vous poser quelques questions sur le sujet.

2) Description des activités et des objectifs de l'ASBL

2.1. Quelle est votre fonction ?

Je m'appelle Martin de Duve, je suis directeur de l'ASBL Univers santé.

2.2. Quelles sont les principales activités dont univers Santé est responsable ?

Nous agissons dans le domaine de la promotion à la santé des jeunes. Nous sensibilisons les jeunes adultes en matière des problématiques d'alcool, de drogue, alimentation, sexe, sida, gestion de stress, santé mentale, gestion de blocus etc..

2.3. Quels sont vos objectifs ?

L'objectif est de développer la compétence psycho-sociale des jeunes étudiants, et leur auto-efficacité, c'est-à-dire adopter des comportements sains d'une manière autonome.

2.4. Est-ce que d'habitude, vos activités marchent bien ou y'a-t-il des obstacles ou des contraintes à respecter ?

En principe les activités entreprises par Univers Santé, marchent bien et réalisent des résultats positifs avec un impact réel considérable mais n'atteignant pas les objectifs attendus.

Les obstacles portent principalement sur le fait que les objectifs sont des objectifs à long terme et donc difficiles à évaluer.

Il y a également une nécessité d'agir et de communiquer de plusieurs manières pour influencer l'attitude et les comportements des jeunes. Coller des affiches seules n'est pas suffisant pour influencer l'attitude et le comportement de la cible.

3) Le thème du travail : consommation d'alcool chez les étudiants à Louvain-la-Neuve ?

3.1. *Que pensez vous actuellement de la problématique de l'alcoolisme chez les étudiants de l'UCL ?*

Cette problématique existe depuis longtemps. En 1532, le recteur de l'UCL se plaignait des problèmes et des dégâts que causaient des étudiants en tas d'ivresse.

La consommation d'alcool chez les jeunes est en modification inquiétante, parce qu'on passe à un modèle de valorisation et de banalisation de l'ivresse.

3.2. *Pensez vous que ce problème est en tendance de croissance ou de décroissance avec le temps en Belgique et particulièrement à Louvain la Neuve ?*

Il est difficile d'estimer la croissance ou la décroissance de la problématique pour des raisons de manque de données. Nous avons déjà réalisée une enquête en 2010 dont les résultats seront comparés avec ceux d'une autre enquête qui sera organisée en 2015. À ce moment là nous aurions plus d'information sur l'évolution de la consommation d'alcool chez les étudiants avec le temps.

3.3. *Pourquoi : Quel rapport avec l'effort préventif? Avez-vous des exemples ?*

Une campagne a déjà été organisée sur le site de Louvain-la-Neuve. L'objectif été d'inciter les jeunes à consommer davantage d'eau. Les affiches ont été affichées dans les bars et à l'extérieur dans les rues de Louvain la Neuve. Nous avons noté une modification considérable en matière de consommation d'eau qui a eu pour effet de réduire les risques d'une consommation excessive d'alcool vu que l'eau a un rôle de dilatation. Il y a eu donc des modifications positives en matière de comportement.

3.4. *Sur base de votre expérience : quels sont les problèmes que peut causer l'alcool aux jeunes ?*

Problèmes physiques

Problèmes à CT : accidents, bagarres,...

Problèmes à MT et LT : impact négatif sur le jeune cerveau qui arrive en phase de maturation à l'âge de 25 ans.

Les problèmes relationnels

Au niveau relationnel, l'alcool peut avoir des impacts positifs et négatifs. Concernant l'impact positif, la consommation d'alcool peut donner à l'individu plus d'aisance en matière de création de contacts sociaux et un sentiment de confiance en soi. Pour ce qui concerne les impacts négatifs, la consommation d'alcool peut détruire certaines relations à cause des problèmes comme la : violence, tromperies (libido), relations affectives regrettées et non protégées etc.

4) Attitude des étudiants sur le sujet ?

4.1. *Quel est le profil des étudiants que vous ciblez ? :*

Âge : 18 – 25 ans

Sexe : hommes et femmes

Études : UCL sites de Louvain-la-Neuve, Woluwe et Mons

4.2. *Pensez-vous qu'aujourd'hui, les étudiants sont plus sensibles et impliqués avec la thématique de l'alcoolisme qu'auparavant ?*

On estime avoir plus de sensibilisation dans les 10 années qui viennent.

Actuellement à Louvain-la-Neuve, il y'a 2000 étudiants sensibilisateurs (mais consomment aussi !). Ils sont conscients des risques d'alcoolisation et s'engagent à sensibiliser (12000/22000) étudiants disons moins impliqués mais qui participent de temps en temps dans les événements de sensibilisation.

Donc, sur le site de Louvain la Neuve, il y a un nombre significatif d'étudiants sensibles en la matière, mais leur nombre reste inférieur à ceux qui ne le sont pas.

5) Communication :

5.1. *Quels sont les moyens que vous utilisez en communication et qui influencent la persuasion et le comportement chez les étudiants ?*

- *La source du message (crédibilité)*

Il y'a une reconnaissance de la part des étudiants de LLN concernant la crédibilité vis-à-vis d'Univers Santé.

La reconnaissance de crédibilité de l'organisation est une condition nécessaire mais pas suffisante pour influencer l'attitude et le comportement des étudiants

- Le message

Ton : rationnel ou émotionnel ?

L'organisation utilise les deux tons car elle estime que les deux tons sont importants pour influencer le comportement et l'attitude des étudiants.

Le ton rationnel : via la diffusion d'informations sanitaires, des statistiques et des normes de consommation.

Le ton émotionnel : via des messages d'humour et des messages suscitant des émotions positives.

Univers Santé estime que le renforcement des comportements positifs nécessite la diffusion de messages émotionnels positifs pour encourager les étudiants.

Nous évitons les messages d'imposition car elles ont tendance à être rejetées par les étudiants.

Pensez vous que les messages d'appel à la peur sont efficaces ?

En général, nous évitons les messages d'appel à la peur car ils sont susceptibles d'être rejetés ou niés par les étudiants.

L'objectif est d'agir positivement sur la capacité et la santé psychosociale et éviter l'angoisse chez les étudiants.

On estime que les messages d'appel à la peur ne peuvent être efficaces que pour une minorité de public qui s'inquiète déjà de la question de la santé.

Que pensez-vous de la communication engageante ?

Nous faisons également de la communication engageante car elle peut avoir un impact positif sur l'attitude et le comportement des étudiants.

Univers Santé entreprend des actions et des activités sur le terrain comme : contact face-à-face entre les sensibilisateurs et les participants à l'événement.

Combien de fois vous répéter les messages dans vos campagnes de sensibilisation ?

La répétition du message est importante pour faciliter le rappel chez le public cible (ex : panneau fixé). Mais le rappel ne devrait pas dépasser un certain niveau. De plus le rappel devrait prendre une multiforme dans différents canaux.

Quels canaux utilisez-vous dans vos campagnes ?

Nous diffusons nos messages à travers une multitude de canaux visuels et auditifs :

- Panneaux, autocollants, gadgets..
- Sensibilisation par des pairs
- Action sur le terrain
- Articles dans les journaux
- Radio
- Internet (site d'Univers Santé, réseaux sociaux etc.)

5.2. *Vos moyens de communication sont-ils efficaces ?*

- Acquisition de conscience (rappel du message)

63% de notoriété

90% des étudiants estiment que les messages leur sont adaptés

- Changement d'attitude dans le sens souhaité

Les campagnes et les messages sont généralement perçus positivement

- Changement de comportement dans le sens souhaité

1/3 d'étudiants reconnaissent un changement de comportement dans le sens souhaité

1/3 reconnaissent avoir l'intention de changer leur comportement.

5.3. *Comment mesurez-vous l'efficacité de vos campagnes préventives ?*

- Sondage (auprès d'un échantillon de 2500 étudiants) avant et après le lancement de la campagne
- Gobelets réutilisables pour mesurer la consommation dans les bars. L'idée est qu'un gobelet est utilisé qu'une seule fois. Pour consommer encore une fois, il faut d'abord donner le gobelet précédent au service 'lavage', de cette manière on peut compter le nombre de verres consommés.

6) **Questions finales**

6.1. *Pensez vous que les étudiants sont une cible importante ? Pourquoi ?*

Oui ! Il s'agit d'une cible qui connaît une forte consommation inquiétante et c'est à cet âge qu'ils adoptent des comportements durables dans le temps. De plus, il s'agit d'un public de futurs décideurs et des cadres de demain. Il y'a donc une nécessité à ce que ce public soit sensibilisé d'avoir une qualité de vie et de bien-être meilleurs. S'ils le sont aujourd'hui, ils le seront demain et ils tendront à transmettre les mêmes valeurs aux générations futures. Il y'a donc une idée d'investissement sur le long terme.