

## Présentation de la campagne nationale sur le bon usage des écrans

Les écrans occupent une place centrale dans nos vies professionnelles et personnelles. Et ce n'est sans doute qu'un début. La révolution numérique ne s'est pas accompagnée de précautions d'usage, d'une mise en garde auprès des utilisateurs. Ces derniers se sont laissés grisés par ces nouveaux outils destinés à leur faciliter la vie, au risque de tomber pour une partie d'entre eux dans un usage nocif. Les Français sont conscients de ce danger et expriment de plus en plus clairement leur inquiétude. C'est pour leur délivrer une information objective et des conseils pratiques, loin des débats et des polémiques, que l'Institut d'Education Médicale et de Prévention a souhaité lancer une campagne d'information nationale sur le bon usage des écrans. Une première en France !



### La surconsommation d'écrans, nouvel enjeu de santé publique

« Jamais l'homme n'a disposé d'autant d'écrans, non seulement pour regarder le monde, mais pour vivre sa propre vie »<sup>1</sup>. Chaque foyer français compte en moyenne 5,5 écrans permettant de regarder de la vidéo<sup>2</sup>. Si la télévision reste pour le moment l'écran le plus répandu, il est de plus en plus concurrencé par les smartphones et tablettes dont le taux d'équipement augmente régulièrement. Multi-équipés, les Français passent de plus en plus de temps devant un écran et cette hyperconnexion n'est pas sans impact sur leur équilibre mental. Relations sociales amoindries, sentiment de dépendance... Une majorité d'entre eux expriment leur préoccupation et leur vulnérabilité face à ces objets de plus en plus indispensables à leur quotidien.

### Toujours plus de temps consacré aux écrans dans les familles

En 7 ans, le temps quotidien passé devant un écran, hors temps de travail, a augmenté de 20 minutes environ chez les enfants et de 80 minutes chez les adultes. C'est ce qui ressort de la dernière étude menée par l'ANSES sur l'évolution des habitudes et modes de consommation (INCA 3)<sup>3</sup>.

---

<sup>1</sup> Gilles Lipovetsky et Jean Serroy, *L'Ecran global : culture-médias et cinéma à l'âge hypermoderne*.

<sup>2</sup> Observatoire de l'équipement audiovisuel des foyers - résultats du 1er semestre 2017

<sup>3</sup> Etude réalisée auprès de plus de 5 800 personnes (3 157 adultes âgés de 18 à 79 ans et 2 698 enfants de moins de 17 ans) en 2014 et 2015.

## **La télévision, une place de choix dans les foyers**

Le téléviseur continue à occuper la première place dans les foyers français puisque 93,9 % des Foyers en sont équipés. Mais le petit écran est de plus en plus concurrencé par les smartphones et tablettes qui permettent également de regarder des programmes de télévision. Que ce soit en live, en différé ou en replay, sur un téléviseur, un ordinateur, un smartphone ou une tablette, près de 8 Français sur 10 ont visionné chaque jour des programmes de télévision en 2016. Et ils y ont consacré en moyenne 3h52 !<sup>4</sup>

## **Une consommation d'Internet en augmentation constante**

En 2016<sup>5</sup>, la France comptait 45,7 millions d'internautes soit 87,7 % de la population ! Ce chiffre ne cesse de progresser depuis 10 ans avec quelques tendances marquantes :

- Les Français utilisent plusieurs écrans pour se connecter : 18,9 millions de Français se connectent sur 2 ou 3 écrans au cours de la journée, dont 70 % sur ordinateur et téléphone mobile.
- Le téléphone portable est le principal écran utilisé pour se connecter au web : chaque jour, 24,3 millions d'internautes se connectent sur leur mobile, contre 23,8 millions depuis un ordinateur et 12,5 millions depuis une tablette.
- Les réseaux sociaux ont un pouvoir d'attraction de plus en plus fort : 4 Français sur 5 se rendent chaque mois sur au moins un réseau social et ils sont 26,5 millions à s'y connecter quotidiennement.
- Les messageries instantanées ont toujours du succès : en complément des SMS ou des appels vocaux, 10,2 millions de Français communiquent chaque jour à travers les messageries instantanées, dont 5,5 millions sur mobile.

## **Des Français inquiets face à l'intrusion des écrans dans leur vie**

Comme le montre un sondage réalisé par l'IFOP en décembre 2012<sup>6</sup>, une majorité de la population s'inquiète de la place grandissante des écrans dans sa vie :

- Pour 71 %, cette omniprésence des écrans dans la vie quotidienne nuit à la qualité des relations. 75 % des femmes et 67 % des hommes pensent ainsi que les liens créés par les écrans ne peuvent remplacer les relations réelles et menacent la qualité des échanges au travail, en famille ou en couple.
- 69 % sont inquiets de la place croissante des écrans dans le quotidien de leurs enfants. Cette préoccupation est plus marquée chez les personnes diplômées, les plus âgées et les catégories sociales favorisées.
- 59 % se considèrent comme dépendants de leurs écrans (ordinateurs, Smartphone, tablettes).

---

<sup>4</sup> Source : Médiamétrie – année TV 2016

<sup>5</sup> Médiamétrie – l'année Internet 2016

<sup>6</sup> Sondage Ifop pour Psychologies magazine, réalisé auprès d'un échantillon représentatif de la population française âgée de 18 ans et plus de mille trois personnes, par questionnaire auto-administré en ligne les 20 et 21 décembre 2012.



## L'objectif de la campagne : informer... mais aussi fédérer

La pratique excessive des écrans devient un enjeu de société et de santé. Entre les discours alarmistes et les attitudes de déni, il devient difficile de démêler le vrai du faux et de savoir quels sont les dangers réels liés à un usage excessif des écrans.

En tant qu'acteur clé dans le secteur de la prévention depuis plus de 20 ans, l'IEMP a conçu cette campagne pour fournir des repères et une information scientifiquement fondée à tous ceux qui s'inquiètent du rôle croissant des écrans dans la vie quotidienne et ne savent pas vers qui se tourner pour faire face à ce nouveau risque.

La signature de la campagne « **Ensemble, gardons le contrôle** », est conçue comme un message fédérateur destiné à l'ensemble des acteurs de la société civile (citoyens, mutuelles, médecins, collectivités locales, entreprises, associations...) afin qu'ils contribuent, chacun à leur niveau, à favoriser la diffusion la plus large possible d'une « culture de l'usage raisonnable des écrans », d'une « pédagogie de l'auto-régulation ». Car l'enjeu n'est bien sûr pas de se passer des écrans qui constituent des facilitateurs indispensables au quotidien, mais bien d'apprendre à s'en servir pour le meilleur... tout en évitant le pire.



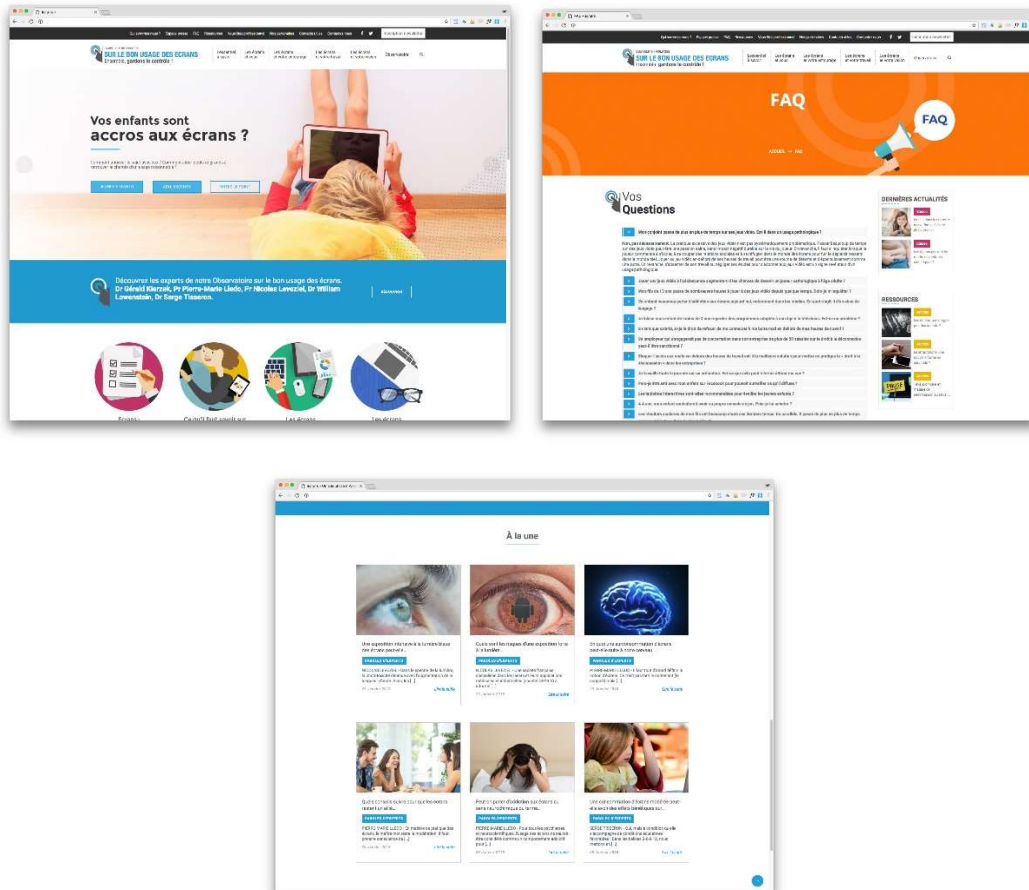
## Un site Internet d'information et de conseils : [lebonusagedesecrans.fr](http://lebonusagedesecrans.fr)

Premier site Internet français entièrement consacré à la problématique des écrans, il a pour objectifs :

- d'informer les utilisateurs d'écrans sur les risques liés à un usage abusif ;
- de leur donner des conseils pour limiter leurs risques ;
- de les guider dans la démarche à suivre pour sortir d'un usage pathologique.

Le site s'adresse aussi :

- aux parents qui se sentent souvent démunis face à la place croissante des écrans dans la vie de leurs enfants ;
- aux séniors, qui sont devenus en quelques années de gros consommateurs d'écrans, renforçant ainsi leur inactivité au détriment de leur santé ;
- aux professionnels de l'enfance (écoles, crèches...), professionnels de santé (médecins, orthophonistes, psychologues...) et organisations publiques ou privées (entreprises, institutions de prévoyances, mutuelles...) qui souhaitent sensibiliser leurs publics sur les règles de bon usage des écrans.



## La mise en place d'un « Observatoire sur le bon usage des écrans »

Pour développer sa campagne sur le bon usage des écrans, l'IEMP s'est entouré d'experts issus de différents horizons (ophtalmologue, psychiatre, addictologue, chercheur en neurosciences...) et rassemblés au sein d'un « Observatoire sur le bon usage des écrans ». Leur rôle est d'apporter, en fonction de leur expertise, un éclairage spécifique sur la problématique de l'usage des écrans, de valider au plan scientifique les messages diffusés dans le cadre de la campagne, mais aussi à terme de superviser des études qui seront réalisées afin de mieux comprendre le rapport que les Français entretiennent avec les écrans.