



Institut universitaire de médecine sociale et préventive - IUMSP  
Division des maladies chroniques – dMC  
Groupe de recherche sur la santé des adolescents – GRSA

## Evaluation 2015 du site [www.ciao.ch](http://www.ciao.ch)

Joëlle Duruz, Joan-Carles Suris

RAISONS DE SANTÉ 249 – LAUSANNE

*Unil*  
UNIL | Université de Lausanne



## Raisons de santé 249

**Étude financée par :**

Association CIAO

**Citation suggérée :**

Duruz J, Suris JC. Evaluation 2015 du site [www.ciao.ch](http://www.ciao.ch). Lausanne : Institut universitaire de médecine sociale et préventive, 2015 (Raisons de santé 249).

**Remerciements :**

A toutes les personnes ayant participé à l'enquête. Aux personnes ayant participé à la sélection des participants et à la récolte des données. A l'équipe CIAO et au GRSA.

**Date d'édition :**

Août 2015

# Table des matières

Table des matières .....	3
Liste des tableaux .....	5
Liste des sigles et abréviations .....	6
Résumé Exécutif .....	7
Executive Summary .....	9
<b>1 Introduction .....</b>	<b>11</b>
1.1 L'association CIAO .....	13
1.2 Contexte et objectifs de l'évaluation .....	14
<b>2 Questions d'évaluation .....</b>	<b>15</b>
2.1 Rôle dans le dispositif de santé publique .....	17
2.2 Notoriété .....	18
2.3 Efficacité .....	18
2.4 Qualité .....	19
<b>3 Méthodologie .....</b>	<b>21</b>
3.2 Revue de littérature .....	23
3.3 Enquête par questionnaire .....	23
3.3.1 Conception des questionnaires .....	23
3.3.2 Echantillonnage, prise de contact, passation et limites .....	24
3.3.3 Traitement de la Base de données .....	28
3.3.4 Analyses statistiques .....	30
<b>4 Résultats .....</b>	<b>35</b>
4.1 Revue de la littérature .....	37
4.1.1 Objectifs et méthode .....	37
4.1.2 Résultats .....	37
4.2 Enquête auprès des jeunes .....	45
4.2.1 Description de la population et utilisation d'Internet .....	45
4.2.2 Analyses .....	47
4.2.3 Interprétation des résultats .....	63
4.3 Enquête auprès des professionnels .....	66
4.3.1 Description de la population .....	66
4.3.2 Analyses .....	68
4.3.3 Interprétation des résultats .....	74
<b>5 Conclusions et recommandations .....</b>	<b>77</b>
5.1 Limites et objectifs de l'étude .....	79
5.2 Bilan des résultats .....	80
5.2.1 Revue de littérature .....	80
5.2.2 Enquête par questionnaire .....	80
5.3 Rôle, notoriété et efficacité de ciao.ch : Recommandations .....	82
5.4 Conclusions finales .....	84
<b>6 Références .....</b>	<b>87</b>
<b>7 Annexes .....</b>	<b>97</b>

7.1	ANNEXE 1 : Grille de recherche uDDSP .....	99
7.2	ANNEXE 2 : Questionnaires .....	103
7.3	ANNEXE 3 : Résultats qualitatifs .....	115

## Liste des tableaux

Tableau 1	Population jeunes .....	45
Tableau 2	Appareils possédés .....	45
Tableau 3	Appareil le plus utilisé pour aller sur Internet.....	46
Tableau 4	Utilisation d'Internet.....	46
Tableau 5	Echantillon valide.....	47
Tableau 6	Moyen le plus utilisé pour aller sur Internet .....	47
Tableau 7	Fréquence de la recherche d'informations sur les thématiques liées à la santé .....	48
Tableau 8	But des recherches sur Internet (N=1'512) .....	49
Tableau 9	Sources d'informations mobilisées par les jeunes.....	50
Tableau 10	Pourquoi les jeunes préfèrent Internet aux autres sources d'informations (N=1'512) .....	50
Tableau 11	Notoriété de ciao.ch .....	51
Tableau 12	Comment les jeunes ont découvert le site .....	52
Tableau 13	Raisons invoquées pour ne pas avoir visité le site .....	52
Tableau 14	Raisons de la première visite sur le site .....	53
Tableau 15	Fréquence des visites sur le site .....	53
Tableau 16	Raisons invoquées pour ne pas retourner sur le site .....	53
Tableau 17	Raisons qui poussent à vouloir se rendre sur le site .....	54
Tableau 18	Raisons qui poussent à ne pas vouloir se rendre sur le site .....	54
Tableau 19	Fonctions utilisées sur ciao.ch .....	55
Tableau 20	Fonctions utilisées sur ciao.ch en fonction du sexe .....	56
Tableau 21	Caractéristiques appréciées sur ciao.ch .....	56
Tableau 22	Avis des utilisateurs sur les différents aspects du site .....	57
Tableau 23	Thématiques consultées sur ciao.ch.....	57
Tableau 24	Thématiques consultées sur ciao.ch selon le sexe .....	58
Tableau 25	Consultation isolée des thématiques .....	59
Tableau 26	Utilité des informations trouvées sur ciao.ch.....	60
Tableau 27	Perception du rôle joué par CIAO.....	61
Tableau 28	Utilité perçue du site .....	62
Tableau 29	Population professionnels .....	67
Tableau 30	Utilisateurs du site selon le sexe et la profession.....	67
Tableau 31	Thématiques préoccupantes pour les jeunes.....	68
Tableau 32	Thématiques les plus importantes pour les jeunes et pour les professionnels .....	69
Tableau 33	Aspects perçus comme importants pour les jeunes.....	70
Tableau 34	Notoriété du site auprès des professionnels.....	70
Tableau 35	Raisons qui poussent les professionnels à visiter le site .....	71
Tableau 36	Qualité de l'information sur les sites du type ciao.ch .....	72
Tableau 37	Impact positif de ciao.ch.....	73
Tableau 38	Raisons invoquées pour recommander le site .....	73
Tableau 39	Raisons invoquées pour ne pas recommander le site .....	74

## Liste des sigles et abréviations

IUMSP : Institut universitaire de médecine sociale et préventive de Lausanne

VD : Canton de Vaud

# Résumé Exécutif

## Introduction et objectifs

En 2015, l'Association CIAO a démarré un processus de réflexion en profondeur sur son offre et son identité de manière générale, avec l'objectif de pouvoir être reconnue comme un service d'utilité publique. L'évaluation vise ainsi à situer le rôle du site ciao.ch au sein du dispositif de santé publique, et plus particulièrement des outils de prévention-santé destinés aux adolescents. La notoriété et l'effet du site sur son public-cible et pour les professionnels travaillant au contact des adolescents sont également évalués. Les résultats de cette évaluation permettront à l'équipe de CIAO de compléter les indices qu'elle possède déjà dans les aspects évalués. Les recommandations finales conduiront à une éventuelle redéfinition de certains aspects du site, de son public et de ses vecteurs de promotion, dans le but de correspondre au mieux aux besoins et aux modes de vie de ses bénéficiaires, et de garantir son efficacité.

## Méthodes

L'évaluation est effectuée via une enquête par questionnaire, sur des échantillons de convenance composés respectivement de 1'512 jeunes et de 126 professionnels. 87% de l'échantillon « jeunes » est composé de répondants ayant rempli le questionnaire dans le cadre scolaire et de 13% d'utilisateurs de ciao.ch, ayant répondu via un questionnaire mis en ligne sur le site. L'analyse statistique issue de l'enquête est complétée par une revue de littérature.

## Résultats et conclusions générales

De nos jours, le fait d'«aller sur Internet» au sens classique du terme (se connecter via un navigateur pour rechercher des informations), doit se compléter par une seconde définition : Internet est aussi un outil auquel nous avons accès en permanence via des appareils mobiles, et que nous utilisons sans même nous en rendre compte pour interagir en tout temps avec les autres et avec notre environnement. La notoriété du site est en quelque sorte victime de cette évolution des mœurs et des technologies : bien que la majorité des jeunes qui entendent parler du site pour la première fois souhaitent s'y rendre par la suite, une redéfinition du public-cible ainsi qu'une mise au goût du jour de ciao.ch (apparence, langage, etc.) et de ses vecteurs de promotion est nécessaire pour assurer sa pérennité. En termes d'effet, le site revêt deux rôles : premièrement, il sert à informer et à satisfaire la curiosité de manière générale, ce qui peut avoir un impact sur les connaissances de ses utilisateurs et leur autonomie et, par-là, prévenir les problèmes avant leur apparition (prévention primaire). Deuxièmement, il remplit une fonction plus spécifique, en offrant un service d'aide et de conseils de spécialistes destiné aux personnes qui rencontrent des difficultés ou qui se posent des questions spécifiques (prévention secondaire). Les professionnels interrogés sont conscients du potentiel impact positif du site et du fait qu'il peut compléter leur propre travail, mais la notoriété du site auprès de ceux-ci peut également être améliorée.

En conclusion, ciao.ch est un outil dont la légitimité et l'impact potentiel ne sont plus à prouver, mais qui doit impérativement s'adapter à son public et à son époque, en réfléchissant à la manière d'optimiser sa dimension informative (avec les deux aspects : informations générales et

service de soutien/conseils) aussi bien que sa vocation de service interactif où les jeunes peuvent échanger dans un esprit d'autonomie surveillée.

# Executive Summary

## Introduction and Objectives

Throughout 2015, Association CIAO has started an in-depth reflection process on its offer and its global identity, with the goal of being recognized as a public utility service. The assessment aims at determining the role of the website *ciao.ch* within the public health system, especially in the field of health-prevention tools for adolescents. The reputation and effect of the site on its target audience and the professionals working with adolescents are also evaluated. The results of this evaluation will allow the CIAO team to complete and confirm the tendencies they already suspected in their self-evaluations. The final recommendations will potentially lead to a redefinition of some of the website's characteristics, its audience and its promotion vectors in order to match the needs and lifestyles of its beneficiaries and ensure its effectiveness.

## Methods

A survey was used for the evaluation based on a convenience sample including 1'512 adolescents and 126 professionals. The sample is divided into 87% of the respondents who completed the survey at school and 13% of *ciao.ch* users who responded via an online questionnaire on the website. Statistical analysis was complemented by a literature review.

## General Findings and Conclusions

Nowadays, the conventional sense of Internet use (to connect through a browser to search for information) must be completed with a second definition: thanks to mobile devices, the Internet is also a continuously accessible tool that is used at all times without even realizing it, to interact with others and with our environment. The notoriety of the site *ciao.ch* is suffering from the consequences of this very fast technological and lifestyle evolution. Although young people who hear about the site for the first time express interest to visit it afterwards, a redefinition of the target audience as well as an update of the appearance, language and promotion vectors of the website seem to be needed to ensure its sustainability. In terms of effect, the site assumes two roles: first, it aims at informing and responding to general curiosity, which may have an impact on the knowledge of its users and their autonomy and avoid problems before they occur (primary prevention). Secondly, it performs a specific function, offering a support service and expert advice for people facing specific issues (secondary prevention). The surveyed professionals are aware of the potential positive impact of the site and the fact that it can supplement their own work, but the reputation of the site among them can also be improved.

In conclusion, the legitimacy and potential impact of the tool *ciao.ch* are undoubtedly established. However, it must always adapt to its audience and socio-cultural and temporal context, reflecting on how to maximize its informative dimension (with two aspects: general information and support services) as well as its vocation as an interactive service where young people can share experiences in a spirit of supervised independence.



# 1

# Introduction



# 1 Introduction

## 1.1 L'association CIAO<sup>1</sup>

L'Association romande CIAO œuvre depuis 1997 dans le domaine de la prévention et de la promotion de la santé, auprès des jeunes de 13 à 20 ans. Au travers de son site [www.ciao.ch](http://www.ciao.ch), elle met à disposition les compétences de professionnels reconnus dans leur domaine spécifique pour répondre aux besoins d'information et d'orientation des adolescents dans tous les domaines de la santé tant physique que mentale.

En plus de proposer des pages d'information spécifiques et détaillées et de nombreux outils interactifs (chats, forums, etc.), CIAO offre un service de questions-réponses, gratuit et entièrement anonyme, permettant aux jeunes de poser leurs questions directement à des professionnels qui leur répondent dans un délai de deux jours ouvrables.

Les services proposés couvrent un ensemble très large de thématiques liées à la santé : stress, estime de soi, sexualité, alcool, tabac et drogues, santé, alimentation et activité physique, violences, formation et travail, argent, religion, racisme, etc. Les thématiques abordées font l'objet de mises à jour régulières en fonction des besoins observés, et les outils interactifs sont soumis à un contrôle permanent afin d'éviter tout débordement. Depuis juin 2013, une application permet aux utilisateurs de se rendre sur le site et de poser des questions depuis leurs appareils mobiles.

CIAO fonctionne grâce à un large réseau de partenaires (répondants, financeurs privés et publics, etc.) et a, pour la première fois en 2014, bénéficié d'un financement fédéral (soutien de l'Office Fédéral des Assurances Sociales).

En 2014, [ciao.ch](http://ciao.ch) comptabilise :

- 1,8 million de pages vues
- 10'000 visites par semaine
- 3376 questions posées par les jeunes et traitées par les répondants dans les 48 heures

L'Association innove en proposant chaque année de nouveaux outils et de nouvelles thématiques et affine sa stratégie de manière continue. En 2013, trois priorités ont été dégagées sur un horizon de cinq ans :

- CIAO est l'institution romande leader dans la réponse en ligne aux besoins d'information et d'orientation des jeunes dans tous les domaines de la santé
- La majorité des jeunes romands connaît et utilise les prestations de CIAO

---

<sup>1</sup> Ces éléments sont tirés du rapport d'activité 2014 de l'association

- CIAO s'appuie sur une assise financière pérenne pour mener sa mission avec efficience

## 1.2 Contexte et objectifs de l'évaluation

Dans ce contexte et avec pour objectif d'être reconnue comme un service d'utilité publique, l'association CIAO a souhaité confier un mandat afin de mener une évaluation. Celle-ci devrait permettre de démontrer le rôle du site ciao.ch dans l'ensemble des dispositifs de prévention adressés aux 13-20 ans, d'analyser son effet et sa notoriété auprès du public-cible ainsi que sa qualité et son utilité perçue, par les utilisateurs et par les professionnels travaillant au contact des adolescents.

Confiée au Groupe de Recherche sur la Santé des Adolescents (GRSA) de l'Institut Universitaire de Médecine Sociale et Préventive du CHUV, cette évaluation devrait donc permettre d'analyser la *pertinence*, la *notoriété*, la *qualité* dans la mise en œuvre, et, dans une certaine mesure, *l'effet* du site ciao.ch et des outils qu'il propose à ses utilisateurs, ainsi que la manière dont il touche son public-cible.

Au terme de cette évaluation, nous devrions également être en mesure d'émettre des recommandations pratiques et des pistes de réflexion pour assurer l'amélioration continue du projet, en adéquation avec les besoins (et leur évolution) identifiés auprès des trois publics faisant l'objet de l'étude : utilisateurs, public-cible, et professionnels des domaines éducatif, social et médical.

Au cours de l'année 2015, l'association CIAO a démarré un processus de réflexion en profondeur sur son offre et son identité de manière générale. Ainsi, la présente évaluation devrait également permettre à l'association de compléter les indices qu'elle possède (par ses statistiques de fréquentation et par l'analyse des questions posées) en matière de notoriété, d'appréciation et d'efficacité. Les résultats pourront ainsi servir de base à une potentielle redéfinition, plus ou moins conséquente, d'une partie de l'outil.

Dans ce contexte, les objectifs intermédiaires de l'évaluation peuvent être formulés comme suit :

- Démontrer le rôle de ciao.ch dans le dispositif de prévention et de santé publique
- Analyser la qualité et l'effet de ciao.ch sur le public-cible et les utilisateurs
- Mesurer la notoriété et l'audience de ciao.ch
- Proposer des recommandations d'amélioration

# 2

## Questions d'évaluation



## 2 Questions d'évaluation

Les objectifs d'évaluation décrits ci-dessus ont permis de formuler des questions d'évaluation selon quatre catégories (souvent liées) : rôle dans le dispositif de santé publique, notoriété, efficacité et qualité. Les questions formulées ci-dessous sont à considérer davantage comme des fils rouges que comme des questions appelant des réponses concrètes et uniques. Elles ont permis d'émettre des hypothèses de travail générales, servant par la suite de base de réflexion pour concevoir les questionnaires puis décider des analyses à effectuer.

La méthodologie et les analyses statistiques prévues sont détaillées dans la partie 3.

### 2.1 Rôle dans le dispositif de santé publique

Afin de situer ciao.ch au sein du dispositif de santé publique en tant qu'institution œuvrant pour la promotion de la santé des adolescents, nous nous poserons les questions suivantes :

- Quels sont les liens entre ciao.ch et les autres acteurs de la santé des adolescents ?
- Quelle est l'utilité perçue de ciao.ch par les professionnels qui travaillent au contact des jeunes ?
- Quelle est la réalité reflétée par l'utilisation que font les jeunes de ciao.ch (évolution des mœurs, nouvelles technologies, etc.)?
- Dans quelle mesure l'utilisation que les jeunes font de ciao.ch permet-elle d'attester de sa pertinence ?

Du point de vue du rôle de ciao.ch dans le dispositif de santé publique, nous partons de l'hypothèse que le site tient un rôle de soutien pour certains adolescents qui rencontrent ou ont rencontré un problème de santé (physique ou mentale), ou qui sont simplement à la recherche d'informations. Nous nous demanderons ce qu'il en est des adolescents qui ne connaissent pas le site, et des professionnels des domaines médical, éducatif et social qui travaillent avec les jeunes. La perception du site par le public-cible (raisons qui poussent –ou non- à le visiter, impact possible et qualité), en fonction du fait que les répondants soient utilisateurs ou non, et connaissent le site ou non, sera également étudiée.

Le rôle perçu par ces différents publics (public-cible, utilisateurs et professionnels), ainsi que la manière d'utiliser et de concevoir l'intérêt et la fonction du site, permettront de déterminer dans quelle mesure celui-ci occupe effectivement un rôle situé dans le prolongement de l'action des autres mesures de santé publique auprès des jeunes romands de 13 à 20 ans.

## 2.2 Notoriété

La notoriété du site sera évaluée par le biais des questions suivantes :

- Le public-cible connaît-il l'existence du site ? Si oui, l'utilise-t-il, si non, pourquoi ?
- Les acteurs de la santé et de l'éducation des jeunes connaissent-ils l'existence du site ?
- Comment améliorer la notoriété du site ? Quels publics cibler et de quelle manière ?

Concernant la notoriété de ciao.ch, l'enquête par questionnaire permettra de déterminer dans quelle mesure le public-cible ainsi que les professionnels travaillant à leur contact connaissent et utilisent l'offre de CIAO. Cette évaluation de la notoriété du site permettra ensuite de déterminer comment il est possible de la renforcer ; c'est-à-dire de le faire connaître d'avantage, et d'amener les personnes qui ne le connaissent pas ou peu à l'utiliser à bon escient.

Les résultats devraient permettre de proposer des recommandations ciblées (dans quels contextes, vers quel public et de quelle manière il faudrait effectuer l'information et la promotion), sur la base des caractéristiques des répondants (quel est le profil des personnes qui ne connaissent et/ou n'utilisent pas le site) et des principales raisons qui les poussent à consulter le site ou non.

## 2.3 Efficacité

La mesure de l'efficacité consiste à vérifier l'atteinte des objectifs poursuivis par l'institution via le programme mis en œuvre. Nous nous poserons les questions suivantes :

- La littérature scientifique permet-elle d'attester de l'impact des sites du type de ciao.ch ?
- Quelle est la perception du soutien offert par ciao.ch et de la possibilité d'influencer le comportement des utilisateurs ?
- Quelles sont l'utilisation et l'efficacité perçue des différentes fonctions et des différents thèmes proposés ?
- Quels sont les liens entre les thèmes et outils proposés par CIAO et les préoccupations du public-cible ?

L'efficacité, et plus encore l'impact d'un outil tel que ciao.ch, est très complexe à saisir. En effet, le site couvre de nombreuses thématiques, de diverses manières (outils interactifs, témoignages, rubriques d'informations, etc.). L'effet propre du site lui-même n'est donc pas réellement mesurable (on ne peut pas distinguer les changements qui sont imputables au site uniquement de ceux qui sont dus à des facteurs extérieurs), et l'impact global sur la santé des adolescents l'est encore moins.

Dans ce contexte, la revue de littérature devrait apporter des éléments de réponse, grâce à des études d'impact menées à plus large échelle et sur le long terme, puis l'enquête permettra ensuite d'analyser quelle est l'efficacité *perçue* du site. En faisant le lien entre les préoccupations des jeunes en matière de santé ainsi que leur manière de s'informer et les thématiques proposées par CIAO, nous obtiendrons des indices sur l'effet possible du site. La vision des jeunes sur ce que celui-ci peut leur apporter (ou non) et sur la manière dont il est susceptible de changer leur comportement (ou non) sera étudiée, tant pour les utilisateurs que pour ceux qui ne connaissent pas le site ou qui ne souhaitent toujours pas le visiter après en avoir lu une présentation. L'enquête auprès des professionnels nous permettra également de confronter leur point de vue sur la question à celle du public-cible.

Les questions liées à la qualité (point 2.4 ci-dessous) permettront encore de déterminer si ciao.ch répond aux besoins, aux attentes et aux capacités des adolescents, ce qui en conditionne directement l'efficacité (dans le sens où seul un outil adapté et suscitant de l'intérêt peut avoir une réelle efficacité).

## 2.4 Qualité

La qualité du site sera évaluée en tenant compte des questions suivantes :

- la littérature scientifique permet-elle d'identifier des bonnes pratiques ? Dans quelle mesure ciao.ch répond-il à ces critères ?
- Dans quelle mesure ciao.ch est-il apprécié et compris par les jeunes ?
- Qu'est-ce qui fonde l'intérêt de ciao.ch ? (qu'est-ce qui renforcerait son intérêt auprès du public-cible ? qu'est-ce qui est apprécié par les utilisateurs ?)
- Quels thèmes mériteraient plus (ou moins) d'attention ?

Comme dit plus haut, la manière dont ciao.ch répond aux besoins des jeunes, est apprécié et compris par ceux-ci peut largement en influencer l'effet positif sur leur comportement en matière de santé. Pour juger de la qualité du site, nous commencerons par déterminer dans quelle mesure il répond aux critères identifiés dans la littérature, puis l'analyse sera complétée par des questions concrètes sur l'appréciation des différents aspects du site par les jeunes, et sur ce qui fonde son intérêt. Les réponses des non-utilisateurs (à des questions non spécifiques au site ciao.ch) seront alors également intéressantes pour déterminer quels aspects mériteraient plus ou moins d'attention, et lesquels pourraient être repensés ou mis à jour pour répondre au mieux à leurs envies et à leurs besoins.



# 3

# Méthodologie



# 3 Méthodologie

## 3.2 Revue de littérature

La méthodologie de la revue de littérature est développée dans la partie 4.1.1. ci-dessous. Le détail des démarches complémentaires effectuées par l'Unité de documentation et de données en santé publique (uDDSP) se trouve en ANNEXE 1.

## 3.3 Enquête par questionnaire

### 3.3.1 Conception des questionnaires

Afin de répondre aux questions d'évaluation de la manière la plus complète possible, quatre questionnaires différents ont été conçus<sup>2</sup>. Les deux premiers sont destinés au public-cible :

1. Un questionnaire destiné aux écoliers romands se trouvant dans la tranche d'âge ciblée par CIAO (dès 13 ans), dont la passation s'est effectuée via les directions et les enseignants de différents établissements scolaires.
2. Un questionnaire destiné aux utilisateurs du site, dont la passation s'est effectuée directement via un lien sur [ciao.ch](http://ciao.ch), ainsi qu'une fenêtre *pop-up* apparaissant à l'ouverture de la page d'accueil.

Ces deux questionnaires « jeunes » ont été conçus sur le même modèle :

- Une première partie « informations de base » comprenant les données sociodémographiques.
- Une deuxième partie « internet et nouvelles technologies », comprenant des questions sur l'utilisation d'Internet (appareils utilisés, fréquence, etc.) et les fins auxquelles il est utilisé, sur différents supports
- Une troisième partie « Internet et les questions liées à la santé » qui vise à connaître les préoccupations des jeunes, leur manière de rechercher les informations sur les sujets liés à la santé, leurs sources et leurs motivations.
- Enfin, une quatrième partie « [ciao.ch](http://ciao.ch) », différente selon que le répondant soit un utilisateur du site ou non, et comprenant des questions sur le site lui-même, son efficacité, son rôle, son utilité et son appréciation par les jeunes (pour les non-utilisateurs, ce qui les pousse à avoir envie de visiter le site ou non, et pourquoi).

---

<sup>2</sup> Voir détail des questionnaires en ANNEXE 2

Les deux autres questionnaires sont destinés aux professionnels du domaine de la santé, de l'éducation et du social travaillant au contact des adolescents :

3. Questionnaire « professionnels », pour lequel ont été sollicités des médecins, enseignants, animateurs socioculturels, éducateurs spécialisés, etc., travaillant avec des 13-20 ans.
4. Questionnaire « répondants », destiné aux répondants CIAO, à savoir les partenaires de l'association qui assurent le service de réponse aux questions posées par les adolescents sur le site.

Ces deux questionnaires sont également conçus sur le même modèle, le questionnaire « répondants » ayant simplement été adapté au fait que ceux-ci étaient déjà familiers avec le site.

- Première partie « informations de base » (sexe, âge, canton, niveau de scolarité).
- Deuxième partie « Les préoccupations des 13-20 ans » comprenant des questions sur les sujets qui préoccupent ces derniers selon les professionnels, et sur les aspects qui priment lorsqu'ils recherchent des informations sur ces sujets.
- Troisième partie « Ciao.ch », avec des questions générales autour du site (notoriété et utilisation par les professionnels eux-mêmes, raisons invoquées pour le visiter ou non, etc.) et de son efficacité perçue.

Les quatre questionnaires ont été pensés de manière à pouvoir effectuer des analyses croisées adaptées aux besoins de l'enquête (contexte, questions d'évaluation, public concerné, etc.) et adaptables en cours de travail si nécessaire. Les questions et la forme choisies devaient permettre de couvrir l'ensemble des questionnements évaluatifs, voire de les pousser plus loin par la suite, en proposant une base de données utilisable par CIAO en complément de la présente évaluation.

Les questionnaires ont été conçus et mis en ligne entre janvier et février 2015, via la plateforme « Sphinx Online Manager ». Plusieurs pré-tests et vérifications ont été effectués par les différentes parties prenantes du projet (GRSA-IUMSP, équipe CIAO, jeunes de la tranche d'âge ciblée, professionnels).

### 3.3.2 Echantillonnage, prise de contact, passation et limites

#### 3.3.2.1 Questionnaire « Ecoles »

**Echantillonnage** Au vu des très nombreuses sollicitations reçues de nos jours par les écoles, des contraintes que représente la passation d'un questionnaire, et des délais souvent relativement longs pour l'obtention des autorisations nécessaires, l'échantillon « jeunes » était difficile à constituer de manière à ce qu'il soit représentatif. Ne pouvant pas réellement sélectionner les jeunes à interroger, nous avons procédé de façon à obtenir le plus de répondants possible dans l'ensemble de la Suisse romande.

**Prise de contact** Un courrier expliquant les objectifs de l'étude et le déroulement et l'objet de l'enquête a été envoyé (entre novembre 2014 et février 2015) aux directions

générales des établissements secondaires des six cantons romands. Par la suite, la procédure a différé d'un canton à l'autre : les cantons du Valais et du Jura n'ont jamais donné suite à la demande, malgré plusieurs relances. Par conséquent, leur avis n'est pas à considérer comme étant représenté dans les résultats. Les cantons de Fribourg, Genève et Vaud ont appliqué une procédure formelle de demande d'autorisation de mener une enquête, autorisation qui nous a été accordée dans les trois cas, dans des laps de temps plus ou moins longs. Dans le canton de Neuchâtel, une procédure simplifiée nous a permis de prendre rapidement contact avec le service compétent.

Une fois les autorisations accordées, nous avons été mis en contact avec des directeurs d'établissement des quatre cantons ayant accepté de participer. Contactés personnellement, ceux-ci ont été informés en détail des modalités de l'enquête (âge des élèves à sélectionner notamment) et des objectifs de l'évaluation. Nous leur avons fourni les accès au questionnaire en ligne (ainsi que l'accès à une version « test » pour eux-mêmes), un courrier d'information aux élèves, ainsi qu'une lettre pour l'obtention du consentement parental. Les directeurs acceptant de collaborer ont été libres de définir les modalités de passation.

En cas de non-réponse, les directeurs d'établissement ont été relancés par courriel et par téléphone.

#### Passation

Comme dit plus haut, les directeurs d'établissement ont été laissés libres de définir les modalités de passation et de sélectionner les classes qui participeraient (pour autant que les élèves aient entre 13 et 20 ans). La plupart ont choisi de faire remplir le questionnaire en salle d'informatique. Certains n'ont sélectionné que les classes qui avaient un cours d'informatique hebdomadaire, afin de faire remplir le questionnaire pendant le cours.

Les cantons de Fribourg et Neuchâtel ont été très efficaces et ont rapidement fait passer le questionnaire à plusieurs centaines d'élèves. Pour ces deux cantons, la passation a été terminée début mai. Pour les cantons de Vaud et de Genève, les demandes d'autorisation ont nécessité plus de temps, et les directeurs étaient déjà extrêmement sollicités. La passation a tout de même pu démarrer dans le courant du mois de mai, moyennant une prolongation du délai de réponse, initialement prévu à fin avril.

Les réponses étant anonymes et les élèves n'indiquant que leur canton d'habitation et leur année scolaire (et pas l'établissement), nous ne sommes malheureusement pas en mesure de savoir combien d'établissements ni combien de classes par établissement ont participé dans chaque canton.

#### Limites

Comme il a été relevé dans la partie « échantillon », la principale limite de l'enquête dans les écoles est le fait que nous n'ayons pas pu sélectionner les répondants selon une méthode d'échantillonnage garantissant la représentativité. Cette limite a été corrigée par le biais de pondérations calculées pour les analyses statistiques.

Une autre limite importante a été constatée une fois la passation commencée : il s'agit d'un problème de confusion entre le questionnaire

« écoles » et le questionnaire « site ». En effet, le lien vers le questionnaire en ligne transmis aux directions et aux enseignants n'étant pas très user-friendly, les enseignants ont souvent dirigé les élèves vers le site de CIAO, et certains d'entre eux se sont ainsi rendus sur le mauvais questionnaire, qui comprenait des questions qui ne les concernaient pas s'ils ne connaissaient pas le site (fréquence de visite des différents thèmes, etc.). Ainsi, nous avons perdu un certain nombre de répondants (N=163), la plupart des réponses de ceux qui se sont trompés de lien étant à considérer comme invalides (cette limite sera développée plus loin).

Comme nous l'avons déjà mentionné plus haut, nous ne sommes pas en mesure de savoir combien d'établissements ni combien de classes ont effectué la passation. Si cela ne pose pas de problème fondamental quant aux résultats, il aurait toutefois été intéressant de pouvoir observer certaines différences selon les régions (milieu plus ou moins urbain par exemple) ou d'un établissement à l'autre dans les villes. On peut penser que dans les établissements Lausannois par exemple, les situations socioéconomiques des élèves sont différentes d'un quartier à l'autre, ce qui pourrait influencer leurs réponses ou leur motivation à participer. Par ailleurs, les méthodes et le contexte d'enseignement et d'éducation peuvent varier d'un établissement à l'autre et influencer les réponses des élèves. Par conséquent, nous ne serons pas en mesure d'effectuer des comparaisons inter-cantoniales fiables, les réponses ne pouvant pas être considérées comme représentatives du canton.

### 3.3.2.2 Questionnaire « Site »

**Echantillonnage** Les personnes ayant eu la possibilité de répondre au questionnaire sont toutes celles qui ont visité le site [ciao.ch](http://ciao.ch) depuis le 19 février 2015 (date de mise en ligne du questionnaire) et jusqu'au lundi 15 juin 2015 (date de clôture du questionnaire). Une fenêtre avec un message invitant à remplir le questionnaire a été programmée pour apparaître à l'arrivée sur le site, et un lien a également été placé en évidence sur la page d'accueil.

Nous pouvons postuler que le public visé correspondait à celui identifié par les statistiques de fréquentation du site, soit 10'000 répondants potentiels par semaine. Malheureusement, nous ne pouvons pas définir précisément le profil de ces personnes, car il est impossible pour CIAO de déterminer (autrement que par les profils créés par les utilisateurs qui posent des questions ou postent des témoignages) l'âge et le sexe de ses utilisateurs. Il s'agit donc d'un public-cible davantage que d'un échantillon, étant donné que tous les visiteurs du site, quels qu'ils soient, ont pu remplir le questionnaire.

**Limites** Le questionnaire destiné aux utilisateurs s'est heurté à une limite importante, que nous avons déjà évoquée ci-dessus : des répondants remplissant le questionnaire depuis l'école et ne connaissant pas le site, sont passés par le mauvais lien et ont répondu à une enquête dont la plupart des questions ne les concernaient pas. Bien qu'une partie de leurs réponses reste valide (deux premières sections du questionnaire), ils ont la plupart du temps répondu au hasard pour les questions spécifiques à [ciao.ch](http://ciao.ch). De plus,

confrontés à des questions qu'ils ne comprenaient pas toujours, de nombreux élèves se sont manifestement (et à juste titre) désintéressés du questionnaire et ont donné des réponses volontairement erronées. Il s'agit d'une limite importante dans le sens où cela nous a forcé à nettoyer la base de données finale, et à perdre plusieurs dizaines de réponses (N=163). La manière dont le tri a été effectué afin d'éliminer les réponses invalides sera développée dans la partie 3.2.3.2. ci-dessous.

Cependant, le problème ayant été identifié assez rapidement (grand nombre de réponses, souvent groupées, avec de nombreuses réponses visiblement erronées et des remarques négatives laissées en fin de questionnaire), nous avons pu limiter la perte en ajoutant sur le site le lien vers le questionnaire « écoles » accompagné des indications nécessaires à éviter les erreurs, ainsi qu'un message d'avertissement au début du questionnaire « site ».

Enfin, relevons la limite constituée par le fait que le questionnaire se trouve sur le site lui-même : les statistiques de fréquentation de CIAO montrent que certaines personnes ne se rendent sur le site qu'une seule fois, et/ou pour une très courte visite. De plus, contrairement à l'enquête passée dans les écoles, le moyen de diffusion du questionnaire « utilisateurs » ne permet pas de contrôle sur l'identité de ceux-ci (on ne sait par exemple pas si la personne qui a répondu a véritablement l'âge qu'elle indique). Ce biais implique qu'il faut prendre les résultats liés au fichier « utilisateurs » avec un certain recul.

### 3.3.2.3 Questionnaire « Professionnels »

Echantillonnage	Comme pour l'enquête auprès des jeunes, il convient de parler d'un public-cible plus que d'un échantillon, en raison de la méthode de sélection et de prise de contact avec les participants.
Prise de contacts	En ciblant les « professionnels du domaine médical, éducatif et social travaillant au contact des 13-20 ans » de manière large, nous avons tout d'abord fait circuler l'information et le lien par courriel dans plusieurs réseaux professionnels. Nous avons contacté plusieurs établissements scolaires, pris contact avec des fondations et associations (dans le domaine socioculturel notamment), inséré l'information dans des newsletters professionnelles et pris contact par courrier postal avec environ 1'000 médecins de famille membres de la FMH (qui ne fournit malheureusement pas les adresses courriel des médecins). Les personnes contactées personnellement ont été encouragées à faire à leur tour passer l'information dans leur réseau, pour autant que les personnes concernées correspondent au public visé (méthode « boule de neige »).
Limites	<p>La principale limite de cette enquête est liée à la méthode d'échantillonnage qui, en raison de la difficulté à toucher des professionnels ayant du temps à consacrer à l'enquête, a dû être simplifiée au maximum.</p> <p>De plus, il est relativement complexe d'obtenir un grand nombre d'adresses courriel afin de pouvoir diffuser largement l'information et la technique « boule de neige » ne permet pas de pouvoir obtenir beaucoup de</p>

répondants supplémentaires, le public-cible étant déjà très sollicité.

Concernant les professionnels du domaine médical, le fait que nous ayons dû les contacter par courrier postal constitue une importante limite : les personnes qui recevaient le courrier étaient obligées de copier l'adresse du lien dans leur navigateur afin d'accéder au questionnaire. Cette adresse étant longue et, à nouveau, peu user-friendly, cette limite pourrait avoir participé à réduire le nombre de réponses espéré.

#### **3.3.2.4 Questionnaire « Répondants »**

Prise de contacts	L'ensemble des répondants CIAO ont été contactés directement par les responsables de l'Association et ont été sollicités puis relancés par courriel.
Limites	Le nombre de personnes concernées étant de l'ordre d'une cinquantaine de répondants potentiels, les résultats obtenus ne peuvent pas être généralisés. Le fichier « répondants » sera donc fusionné avec le fichier « professionnels ».

### **3.3.3 Traitement de la Base de données**

En préambule, notons que la taille de l'échantillon final utilisé dans cette étude (n=1675) est comparable aux tailles d'échantillons couramment utilisées lors de sondages à l'échelle nationale et qu'elle permet d'obtenir une précision similaire à celle atteinte lors de ces sondages.

#### **3.3.3.1 Fusion des bases de données**

Une fois extraites de Sphinx vers Excel, les quatre bases de données ont été regroupées en deux fichiers : un fichier « jeunes » regroupant les questionnaires « Ecoles » et « Utilisateurs » et un fichier « professionnels » regroupant les questionnaires « Professionnels » et « Répondants ».

Les questions similaires ont été fusionnées sous un même nom de variable et les variables différant d'un fichier à l'autre ont été laissées vides pour le fichier dont le questionnaire ne comprenait pas la question concernée. Une variable supplémentaire « FICHER » a été créée afin de pouvoir distinguer les personnes appartenant aux deux fichiers d'origine lorsque nécessaire.

#### **3.3.3.2 Elimination des réponses invalides dans le fichier « jeunes »**

En réponse au problème décrit ci-dessus de confusion entre les questionnaires « Ecoles » et « Site », il était nécessaire de vérifier si certains répondants avaient rempli le questionnaire « Site » alors qu'ils n'étaient pas concernés par les questions posées (celles-ci étant construites et formulées pour une personne étant déjà familière avec le site), et de les éliminer lors des analyses afin d'éviter de biaiser les résultats. Pour ce faire, nous avons commencé par vérifier si des utilisateurs (i.e. les personnes appartenant au fichier « Site » et ceux appartenant au fichier « Ecoles » et ayant répondu qu'ils avaient déjà visité le site) avaient répondu que CIAO était

« inutile ». Le résultat s'étant avéré positif, cela donnait un indice important, dans le sens où il est peu probable qu'une personne réellement utilisatrice du site lui attribue une utilité nulle. Nous avons alors répliqué le test en vérifiant si certains utilisateurs avaient coché « jamais » à tous les items de la question concernant les thèmes les plus visités sur ciao.ch. De la même manière, nous avons vérifié si certains répondaient partout « je ne connais pas » ou « jamais » à la question concernant les différentes fonctions du site.

Ces tests s'avérant tous positifs (un nombre significatif de personnes cumulant les trois critères testés), nous avons été en mesure de conclure que certains répondants s'étaient trompés de questionnaire et étaient donc à supprimer. Nous avons ainsi pu créer une variable « INVALIDE », et la coder de manière à pouvoir éliminer de l'analyse les répondants au questionnaire « Site » qui n'en étaient manifestement pas réellement des utilisateurs. Dans l'échantillon final, le nombre de réponses invalides est de 163, soit près de 10% de l'échantillon.

Notons que cela peut induire des biais dans le sens où, du moment que l'on supprime des individus, cela a une influence sur les résultats (en l'occurrence, rapporté à l'ensemble de l'échantillon, invalides y compris, cela aurait pu nous conduire à surestimer le poids de ceux qui ne connaissent pas le site, et donc à sous-évaluer la notoriété). Mais nous avons jugé plus important de supprimer complètement les individus dont on sait que les réponses ne sont pas fiables, plutôt que de prendre le risque de péjorer l'ensemble des résultats en les incluant.

### **3.3.3 Regroupements et tris**

Pour les jeunes, les utilisateurs du site ont été séparés des non-utilisateurs par la création d'une variable spécifique, réunissant les répondants du fichier « Site » et ceux du fichier « Ecoles » ayant répondu qu'ils s'étaient déjà rendus sur ciao.ch.

Pour certaines analyses (dans les deux enquêtes), des regroupements par critères ont été effectués, par exemple pour créer des tranches d'âge. Les items de certaines questions ont également été regroupés en deux ou trois catégories selon les besoins de l'analyse, par exemple en des catégories « positif/négatif », regroupant les « souvent - très souvent - toujours » et les « rarement - jamais ». Cela sera signalé lorsque nécessaire dans la partie résultats.

### **3.3.4 Pondérations**

La procédure utilisée pour construire les échantillons n'est pas de type probabiliste, ce qui implique que la structure des échantillons obtenus peut être sensiblement différente de celle des populations étudiées. Ceci est d'autant plus vrai que nous ne connaissons pas réellement la population des utilisateurs de CIAO (nombre d'utilisateurs, caractéristiques de ces derniers). Il en résulte que nous avons à travailler avec des échantillons dits de convenance. Cela n'est pas forcément un handicap, car :

- Certaines caractéristiques des utilisateurs de CIAO coïncident avec la population générale de la tranche d'âge étudiée et l'Office Fédéral de la Statistique dispose alors de données fiables.

- Selon les analyses requises, il n'est pas toujours nécessaire de disposer d'un échantillon représentatif de la population.
- Certaines parties de l'échantillon peuvent être tout-de-même automatiquement représentatives ; lorsque des classes entières d'adolescents ont rempli un questionnaire, l'échantillon obtenu peut être considéré comme proche d'un vrai échantillon probabiliste.

Lorsqu'un échantillon n'est pas représentatif de la population étudiée, mais que dans le même temps on dispose de certaines informations concernant les caractéristiques réelles de ladite population, alors il est possible de corriger l'échantillon en calculant des pondérations. Cela revient à modifier l'importance relative de chaque répondant de l'échantillon de manière à ce que la distribution des caractéristiques connues de la population soit identique à celle obtenue au niveau de l'échantillon. Une telle procédure n'a pas d'influence quant à la taille totale de l'échantillon.

Après avoir considéré en détail les caractéristiques de l'échantillon qui auraient pu nécessiter des pondérations, celui-ci s'est avéré nécessaire dans un seul cas : dans le fichier « jeunes », la distribution des répondants en fonction du canton de résidence est très différente de la distribution de l'ensemble de la population de cette tranche d'âge en Suisse romande. En particulier, les cantons du Jura et du Valais n'ont fourni qu'un tout petit nombre de répondants. Pour ce qui est des quatre autres cantons, des collectifs de plusieurs centaines de répondants, suffisants pour le présent rapport, ont été collectés, mais leurs proportions ne répliquent pas celles de la population réelle de ces cantons. Par conséquent, il a été décidé de calculer des pondérations pour les répondants des cantons de Genève, Vaud, Neuchâtel et Fribourg de façon à ce que leurs proportions soient correctes, et à attribuer une pondération unitaire aux quelques répondants du Valais et du Jura afin de ne pas les exclure des analyses.

Pour conclure ce chapitre, il convient de noter que même si les analyses ne portent pas sur des échantillons totalement représentatifs, la première raison en est qu'il n'existe pas de base de données répertoriant les utilisateurs de CIAO. Par conséquent, même si les données étaient représentatives, elles ne seraient représentatives que du public *potentiel* de CIAO et non de ses utilisateurs réels. Un autre point important réside dans le fait que même en l'absence d'une vraie représentativité au sens statistique du terme, tous les répondants font bien partie des utilisateurs réels ou potentiels de CIAO. Par conséquent, leurs avis sont pertinents. Pour terminer, et pour modérer les conséquences liées au fait de travailler avec des données de convenance, nous pouvons rappeler qu'une partie des données ont été récoltées dans des classes d'école et que ces jeunes constituent un échantillon proche de la réalité.

### 3.3.4 Analyses statistiques

En fonction des hypothèses découlant des questions d'évaluation générales et des premiers résultats disponibles, nous avons pu déterminer dans les grandes lignes les analyses à effectuer (croisement des différentes variables, etc.). Ci-dessous, l'objectif des analyses est décrit de manière thématique (selon les grands axes de l'évaluation : rôle dans le dispositif, notoriété et

appréciation<sup>3</sup>, effet), et en lien avec les recommandations attendues. Nous proposons ensuite des pistes d'analyse concrètes.

#### 3.3.4.1 Base de données « jeunes »

**Rôle dans le dispositif** Afin de cerner quelle est la place de ciao.ch dans le dispositif de prévention et d'information-santé destiné aux jeunes, nous questionnerons la pertinence de l'outil de manière globale, puis nous tenterons d'identifier d'éventuels obstacles pratiques à l'utilisation. Nous nous intéresserons également à la nécessité de travailler sur la promotion du site et sur le développement de l'application mobile.

Pour cela, nous analyserons les points suivants :

- Quel est le moyen d'accès à Internet le plus utilisé par les jeunes, en vérifiant s'il y a des différences entre les utilisateurs et non-utilisateurs du site (des différences reflèteraient l'existence de plusieurs profils d'utilisateurs d'Internet, dont certains seraient plus disposés à utiliser un outil comme ciao.ch) et en comparant avec l'âge des répondants
- Quelles sont les thématiques qui préoccupent le plus les jeunes
- Quel est le but recherché par les jeunes lorsqu'ils font des recherches sur Internet (là aussi, en différenciant les utilisateurs et non-utilisateurs de ciao.ch)
- Quelles sont les sources d'information préférées des jeunes pour se renseigner sur les thématiques liées à la santé mentale et physique

**Notoriété et appréciation** Initialement, les questions d'évaluation prévoyaient une section « notoriété » et une section « qualité » distinctes. Dans le cadre de l'enquête par questionnaire (le revue de littérature comprend quant à elle une partie sur les critères de qualité), nous avons fusionné ces deux sections dans une partie « notoriété et appréciation ».

Cette partie de l'analyse permettra de mesurer ce qui plaît plus ou moins aux jeunes sur ciao.ch, et ce qui est plus ou moins connu et pourquoi. La perception générale du site et de sa faculté potentielle à influencer ou non le comportement en matière de santé, permettra de cerner les points sur lesquels il est nécessaire de travailler pour optimiser la notoriété du site. Nous tenterons d'identifier les aspects (thématiques et fonctionnalités) à repenser, et ceux sur lesquels la communication et la promotion devraient être poussés plus loin.

---

<sup>3</sup> Les questions quant à la notoriété du site étant directement en lien avec l'appréciation de celui-ci par les jeunes et les professionnels, les aspects « notoriété » et « qualité » sont ici regroupés.

Effet La question de l'efficacité du site sera analysée essentiellement via les sections du questionnaire sur l'utilité perçue par les jeunes (avec comparaison entre utilisateurs et non-utilisateurs).

Nous observerons notamment :

- Quelles sont les personnes qui disent vouloir visiter le site (ou non) après en avoir lu une brève présentation, et pourquoi
- Quel est le lien entre l'utilité perçue du site avec les raisons qui poussent à aller le visiter ou non
- Quel est le rôle que les jeunes attribuent à ciao.ch dans leur quotidien

### 3.3.4.2 Base de données « professionnels »

Rôle dans le dispositif Pour analyser dans quelle mesure ciao.ch répond à un réel besoin, nous comparerons notamment les thèmes soulevés comme étant importants/préoccupants par les jeunes eux-mêmes à ceux que les adultes travaillant à leur contact identifient comme tels. Cela nous permettra de déterminer si ciao.ch agit en prolongement et/ou en complément du rôle des adultes, et si ces derniers ont une perception « juste » des sujets qui sont importants aux yeux des jeunes.

Dans ce but, l'enquête devra nous permettre de déterminer :

- Quels sont les thèmes perçus comme préoccupants pour les adolescents
- Quels sont les aspects (caractéristiques du site : anonymat, service de ré pondance, etc.) perçus comme importants pour les adolescents

Ces deux principales analyses seront croisées avec le domaine d'activité (cette perception pouvant être influencée par la profession : un médecin pourrait percevoir la santé physique comme plus importante, etc.) et avec le fait de connaître, utiliser et/ou recommander le site dans le cadre de la pratique professionnelle.

Notoriété et appréciation Cette partie de l'analyse sera centrée sur les professionnels et leurs propres connaissances et utilisations du site. Nous nous pencherons sur les aspects suivants :

- Quels sont les professionnels qui utilisent/prévoient d'utiliser le site et pourquoi
- Quelle est l'utilité de ciao.ch perçue par les professionnels (pour leur propre utilisation dans le cadre de leur métier)
- Comment évaluent-ils la qualité de l'information sur ce type de sites
- Quels sont les autres sites qu'ils utilisent

Effet                    Afin d’analyser l’efficacité du site via le point de vue des professionnels, nous allons considérer quels en sont pour eux les impacts positifs possibles pour les jeunes et leur entourage et quelles sont les raisons qui les poussent à vouloir ou non recommander le site aux jeunes avec lesquels ils travaillent, aux parents de ceux-ci, ou encore à leurs collègues. Les raisons invoquées nous permettront de déterminer plus précisément quelle image, positive ou négative, est donnée par ciao.ch, et de réfléchir ainsi plus globalement autour de l’identité du site.



# 4

# Résultats



# 4 Résultats

## 4.1 Revue de la littérature

### 4.1.1 Objectifs et méthode

Sur la base des questions et de la demande d'évaluation, nous avons procédé à une recherche de références dans le but de découvrir des éléments démontrant l'utilité de ce type d'outils, leur efficacité sur le public-cible et son entourage, et sur la santé publique en général.

La démarche a consisté à réaliser une recherche par combinaison de différents mots-clés dans des publications spécialisées. Elle a été effectuée par mots libres dans un premier temps, puis a été complétée par une stratégie affinée à l'Unité de documentation et de données en santé publique (uDDSP) dont la méthode détaillée se trouve en ANNEXE 1. Les références étudiées ont donc fait l'objet d'un double examen qui en assure la fiabilité.

Afin de faciliter la lecture et de ne pas proposer un compte-rendu trop conséquent, le texte ci-dessous ne comprend pas l'ensemble des références trouvées, mais propose une synthèse de des résultats les plus pertinents. En effet, les éléments issus de revues systématiques ont été privilégiés à ceux issus d'études de valeur statistique limitée (études de cas, etc.). Une bibliographie thématique regroupant la totalité des articles selon des critères spécifiques est disponible en fin de document.

### 4.1.2 Résultats

#### 4.1.2.1 Utilité et pertinence

Pour commencer cette revue de littérature, il convient de porter le regard sur l'utilité et la pertinence des outils du type de *ciao.ch*. Il s'agit de trouver dans la littérature scientifique des éléments attestant le fait que ces outils répondent à un réel besoin.

#### *La recherche d'informations sur Internet*

Il a été démontré à plusieurs reprises qu'Internet constituait une opportunité unique pour atteindre certains groupes de population spécifiques et parfois difficile d'accès [8, 21]. Internet est un moyen confidentiel d'aborder des sujets embarrassants, et un chemin adapté et anonyme vers des informations qui demandaient autrefois un contact direct [8]. Bernhardt & Hubley [2] notamment, ont relevé ces aspects, tout en soulignant le caractère complémentaire d'Internet avec les autres sources d'information plus traditionnelles. Internet serait une nouvelle manière de soulever des inquiétudes, des attitudes, des émotions et d'entretenir des relations : toute une culture s'y construit et s'y développe [3].

### *Les informations-santé sur Internet*

Concernant les informations spécifiques à la santé et les sites spécialisés sur le sujet, la littérature permet sans conteste d'en appuyer la pertinence. En 2001, Cline & Haynes [5] relevaient déjà la nécessité pour les professionnels de la santé publique de s'intéresser à la recherche d'informations-santé sur Internet en raison des implications concrètes que cela peut avoir sur le système de santé. Internet serait l'une des composantes interdépendantes d'un système de communication autour de la santé [5]. Les mêmes auteurs soulignent le fait que l'automédication permise par Internet fonctionne également comme un « filtre » : les fausses alertes et les « petits bobos » sont de plus en plus réglés en ligne, ce qui permet aux professionnels de ne traiter que les personnes qui ont un réel problème. En plus de ce potentiel d'optimisation de l'efficacité du système de santé, Internet est un outil dont le rapport coût-efficacité est optimal pour les jeunes et pour ceux qui s'en occupent [31]. Au début des années 2000 déjà, il est ainsi démontré que de plus en plus de personnes se tournent vers Internet pour les informations sur la santé, et les complètent avec les informations « hors-ligne » lorsque nécessaire [20]. Les nouvelles technologies étaient donc déjà perçues, il y a plus d'une décennie, comme une opportunité de transformer la santé : Internet offre un moyen unique de promotion de la santé, au travers d'outils interactifs notamment [23], cela grâce à son accessibilité 24 heures sur 24, à l'absence de barrières sociodémographiques, et à la possibilité pour tout un chacun de l'utiliser, même en cas de problèmes de mobilité, d'ouïe, d'élocution, ou encore dans le cas de personnes porteuses d'une maladie stigmatisante [82]. Internet fonctionne ainsi comme un complément aux formes de soutien traditionnelles.

Skinner & al. [21] ont mis en avant la pertinence des sites spécialisés en évoquant la prolifération des informations sur le Net, et la difficulté que cela engendre pour trouver des informations spécifiques et adaptées. Un site spécialisé permet d'opérer un équilibre entre le rôle essentiel des nouvelles technologies dans la recherche d'informations et le fait de bénéficier d'une expertise fiable et disponible. De plus, étant donné qu'Internet pousse à pratiquer l'automédication, il est nécessaire d'opérer un contrôle sur la qualité de ces informations [5].

### *Les sites spécialisés sur la santé des adolescents*

Skinner & al. [21] définissent notamment l'adolescence comme la période où se développent les comportements à risque, et aussi comme celle où les parents « sortent » de la relation entre leurs enfants et les professionnels de la santé. Dans un contexte où les adolescents s'éloignent petit à petit des sources d'information traditionnelles, le rôle des professionnels de la santé est donc d'assister les adolescents dans la recherche d'informations pertinentes, et de renforcer la connexion entre adolescents et professionnels en améliorant, respectivement, leur appréciation critique de la qualité des informations, et leur disponibilité. La technologie étant partie intégrante de la vie des adolescents, il est important de délivrer l'information d'une manière qui soit pertinente d'un point de vue culturel et générationnel. Dans ce contexte, les technologies mobiles sont, à nouveau, une opportunité d'atteindre une large population de jeunes ainsi que leurs parents [32], voire parfois des groupes spécifiques de cette population, par exemple les jeunes hommes [45] ou les fumeurs [61].

Au centre de la question de la pertinence des sites d'information pour adolescents on trouve donc le rôle d'Internet en tant que médiateur entre un système de santé où les professionnels ont parfois du mal à établir une relation avec l'adolescent, et les adolescents eux-mêmes, qui connaissent des changements, s'éloignent du cadre parental, et ont besoin d'informations pertinentes et utiles. Selon Gray & Klein [8], fournir des informations spécialisées via Internet est alors un moyen de protéger les jeunes tout en favorisant leur autonomie. De plus, cet outil présente le potentiel de combler les écarts en termes d'éducation à la santé sexuelle générés par les différentes approches des écoles et des parents [31]. Il s'agit d'une voie sécurisée à proposer aux adolescents pour communiquer avec les prestataires de soins, d'autant plus qu'il s'agit d'un médium dans lequel ils possèdent une excellente expertise [16].

#### 4.1.2.2 Efficacité : la « Health Literacy »

La question de l'amélioration, par les outils de prévention et d'information-santé en ligne, de la *health literacy* (que l'on peut traduire par « culture de la santé »)<sup>4</sup>, est un aspect omniprésent dans la littérature sur le sujet (dans la littérature récente, mais également dans celle datant des débuts de la démocratisation d'Internet). Cela englobe deux aspects distincts : premièrement, cela implique l'amélioration continue des connaissances en matière de santé, ainsi que la possibilité de rechercher soi-même des informations sur des sujets spécifiques, ce qui permet ainsi aux jeunes de répondre par eux-mêmes à certaines questions mais également de prévenir certains comportements à risque. Deuxièmement, la *health literacy* est aussi une limite à l'efficacité des outils, dans le sens où elle constitue également un pré requis à la compréhension et à la mise en œuvre des informations [86].

La possibilité pour les jeunes de rechercher de l'information par eux-mêmes leur confère une indépendance nouvelle en matière de santé. Cela encourage leur réflexion critique (aller chercher soi-même des informations, mais également trier les informations plus ou moins pertinentes et crédibles) et renforce leur autonomie dans la gestion de leur propre santé (« self-management », voir par exemple [15, 100]). Le simple fait d'avoir l'opportunité d'améliorer ses connaissances générales (même sans rencontrer de problème particulier) peut avoir un impact positif sur le comportement en matière de santé [40]. L'exposition plus importante aux informations générales, additionnée à l'accès plus facile aux informations spécifiques, offre ainsi aux adolescents de nouvelles opportunités d'améliorer constamment leur *health literacy*, et donc leur indépendance et leur comportement en matière de santé.

Relevons toutefois que ces conclusions encourageantes sont à relativiser : les jeunes ne vont pas encore systématiquement chercher spontanément les informations, il est donc important de continuer à livrer les informations de manière ciblée [35]. L'intégration de ce principe (exposer les jeunes à des sources d'information en ligne crédibles pour améliorer leurs connaissances en matière de santé) à l'école peut ainsi être un bon moyen d'espérer un impact plus global sur la santé publique [84].

---

<sup>4</sup> Le terme anglophone sera utilisé dans la suite du texte

#### 4.1.2.3 Impact : évaluations d'interventions spécifiques

De nombreuses études récentes proposent des évaluations d'interventions auprès des jeunes via les nouvelles technologies, spécifiques à certaines thématiques de santé (santé sexuelle, drogues, etc.), certains publics, voire certaines pathologies. Les études ont souvent pour objet l'impact d'interventions concrètes dans des domaines précis, par exemple un outil en ligne pour arrêter de fumer [52].

Bien que l'impact soit difficile à mesurer dans le cas de sites généralistes (celui-ci s'opérant sur la santé du public-cible de manière globale), un impact concret est souvent démontré lorsqu'il s'agit d'outils destinés à des sujets spécifiques, comme l'usage de substances [55] ou certaines infections sexuellement transmissibles (IST) [67]. Dans ces cas précis, l'impact mesuré est la diminution de l'usage des substances concernées chez le public-cible, ou la baisse du nombre de jeunes contractants des IST parmi les bénéficiaires de l'intervention.

Dans ce contexte, les nouvelles technologies (le Web en général mais aussi les applications sur smartphone, etc.) sont des moyens d'accès allant dans deux sens : elles sont un moyen d'accès aux informations pour les jeunes, et un moyen d'accès aux jeunes pour les professionnels de la santé [90]. Elles sont également une ressource importante pour la prévention et la promotion de la santé auprès des jeunes, car elles permettent de cibler les interventions et de proposer celles-ci sur un support qui soit « teen-friendly » ([13, 39]). Leur caractère accessible, facilement acceptable (même pour les interventions les plus *invasives*, voir [38]), adapté, et « confortable » [36] sont relevés dans de nombreuses études (voir par exemple [37, 38, 48, 57, 65]), et souvent par le public-cible lui-même.

#### 4.1.2.4 Qualité et bonnes pratiques

Afin de garantir l'utilité et l'efficacité des outils tels que *ciao.ch*, la recherche met en avant un certain nombre de bonnes pratiques et de critères de qualité à mettre en œuvre, ainsi que des contre-indications et des pièges dont il faut se méfier. Voici un bref aperçu de ce qu'il en ressort.

##### *Caractéristiques des outils en ligne*

Dans le labyrinthe d'informations qui composent le Web, les utilisateurs ont avant tout besoin de pouvoir trouver des informations fiables et spécifiques [21]. Comme nous l'avons déjà évoqué plus haut, la possibilité d'aborder des questions potentiellement embarrassantes de manière anonyme et exempte de jugement, et l'accessibilité en tout temps de ce média sont parmi ses atouts centraux pour les questions liées à la santé. Ces particularités d'Internet, appréciées par les utilisateurs, seraient donc à mobiliser et à utiliser en combinaison avec d'autres sources d'information [85]. La nature interactive du média est également un moyen de pallier aux écarts existant entre utilisateurs en termes de connaissances et de compétences pour la recherche d'informations sur la santé en général [27].

##### *Thématiques abordées*

Skinner & al. [21] proposent une liste des sujets les plus demandés par les internautes : questions de santé mentale, informations liées à l'école, relations amicales, problèmes sociaux, questions

médicales spécifiques, image de soi, nutrition, violence et sécurité, santé sexuelle. Akre & al. [45] mettent l'accent tout particulièrement sur la sexualité, et particulièrement les questions qui sont habituellement taboues (i.e., dans le monde « hors-ligne »). Les IST, les régimes, l'exercice et les comportements sexuels sont également relevés par Borzekowski & Rickert [4]. Morahan-Martin [98] note également les thématiques des drogues et de l'alcool.

#### *Recherche et évaluation*

En matière de recherche et d'évaluation, les auteurs s'accordent à dire que la recherche doit être poussée plus loin [31] et absolument rester courante, car dans le domaine des nouvelles technologies, les données publiées ne serait-ce que cinq ans plus tôt sont déjà obsolètes [3]. Certains auteurs ont également travaillé sur les différentes approches nécessaires pour contenir l'information et en comprendre les effets. Dans une étude de 2007, Sillence & al. [20] ont par exemple étudié le design et l'impression laissée par les sites, l'expertise et la crédibilité des sources, l'accessibilité et la consistance des informations, ainsi que l'identification sociale et la personnalisation rendue possible par le site. Toutes ces dimensions sont à prendre au sérieux par les professionnels de la santé afin de crédibiliser au mieux l'information.

#### **4.1.2.5 SYNTHÈSE**

Au travers de cette revue de littérature, et bien que les sites d'information et prévention-santé généralistes destinés aux adolescents fassent encore l'objet de peu de recherches, nous sommes en mesure de relever quelques points intéressants sur les impacts que l'on peut attendre. Nous avons vu notamment que l'impact des outils spécifiques est maintenant largement confirmé (voir par exemple [46], où il est démontré la réduction de la consommation d'alcool grâce à une intervention via ordinateur). En 2009, Stinson conclut également une étude sur le fait que la recherche permet maintenant de démontrer que les interventions de self-management via Internet débouchent sur des impacts concrets tels qu'une amélioration dans le cadre de certaines maladies [100].

En 2001, Borzekowski & Rickert [4] relevaient que beaucoup de modèles de changement de comportement en matière de santé considèrent l'importance pour les individus d'améliorer leurs connaissances sur les questions de santé en particulier et des les intégrer dans leur vie quotidienne, ce qui met en avant la nécessité de les aider à la prise de décision grâce à de l'information accessible, pertinente et ciblée. En 2006, Borzekowski [3] définit Internet comme une ressource pratique, efficiente et efficace pour délivrer des informations permettant de modifier les comportements, de réduire les risques et de promouvoir la santé. L'effet serait déterminé à la fois par le site lui-même et la manière dont il fournit l'information, et par l'adolescent et ses caractéristiques propres. En effet, nous avons vu que tirer un maximum du potentiel d'Internet comme source d'informations sur la santé dépend de la capacité de la personne à pouvoir chercher, évaluer puis utiliser l'information [85].

La moitié des personnes rapportent que les informations trouvées sur Internet ont affecté leurs décisions quant au traitement et aux soins [98]. Concrètement, Internet pourrait donc influencer les décisions et améliorer la communication avec les professionnels [20], et particulièrement pour les utilisateurs qui ne peuvent pas ou ne veulent pas avoir de relation en face-à-face avec les

professionnels [82]. Tout cela permet d'attester d'un potentiel impact positif sur la santé des adolescents [43], en plus du fait que les interventions via Internet soient bien acceptées et appréciées par les adolescents (voir par exemple [73]).

Notons toutefois que dans le cas de ciao.ch, mesurer l'impact de l'outil serait extrêmement complexe : en effet, s'agissant d'un site généraliste et ciblant une population très large, il n'est pas possible d'en saisir les effets propres, et donc d'en mesurer l'impact global sur la santé des adolescents romands.

#### *Sites et outils basés sur ce principe*

Du point de vue de l'utilité et de l'impact des outils du type ciao.ch, nous pouvons sans risque affirmer que cela est attesté par la littérature (voir bibliographie : sites d'informations-santé destinés aux adolescents et évaluations d'interventions spécifiques). Cette revue nous a en effet permis de confirmer la pertinence, non seulement des outils d'information-santé en ligne, mais également de ceux destinés spécifiquement aux adolescents, et cela d'autant plus lorsque le site est, comme c'est le cas de ciao.ch, géré et contrôlé par un réseau de professionnels de la santé disponibles quasiment en direct pour répondre aux questions des adolescents.

L'évolution rapide des technologies et des modes de vie soulève toutefois la question de l'obsolescence des outils proposés ; plusieurs des questions posées lors de l'enquête devraient nous permettre de savoir ce qui est plus ou moins apprécié par les utilisateurs, ou attendu par le public-cible. L'accès et la compréhensibilité des informations, ainsi que la nécessité de travailler sur la promotion du site seront également considérés plus loin.

#### *CIAO*

En atteignant une population-cible spécifique à laquelle il offre la possibilité d'obtenir des informations ou de poser des questions de manière anonyme et interactive dans de très nombreuses thématiques 24 heures sur 24, CIAO répond à un réel besoin. De plus, nous avons vu que ce type d'outil peut avoir des implications concrètes sur le système de santé, tout en fonctionnant comme un « filtre » : ciao tient bel et bien ce rôle, car il propose, dans un premier temps, de nombreuses informations fiables et détaillées, puis un service de réponse rapide, direct et professionnel pour les questions spécifiques, et en dernier lieu une réorientation vers des services d'urgence ou des spécialistes.

Le site permet ainsi de mobiliser les avantages spécifiques d'Internet, au travers d'une seule et même plateforme qui complète les autres sources d'information et comble, par son large réseau de professionnels, les risques liés à la prolifération des informations en ligne.

En tant qu'outil ciblé sur les adolescents, le site est également un moyen d'information pertinent d'un point de vue générationnel : les jeunes accèdent aux informations par le biais d'une technologie qui leur est familière, exempte des barrières que l'on retrouve dans le monde « hors-ligne ». Ils gagnent ainsi en autonomie et peuvent améliorer leurs connaissances (qu'ils aient des problèmes et des questions, ou simplement par curiosité) tout en étant assurés de bénéficier de l'expertise de professionnels si cela s'avère nécessaire.

Quant à la facilité à comprendre et à appliquer les informations au quotidien, CIAO s'en assure grâce à la qualité et à la concision des informations proposées, à des études menées régulièrement auprès des jeunes et à la disponibilité des répondants.

En matière de bonnes pratiques, certains éléments relevés dans la littérature permettent d'attester de la qualité de ciao.ch : l'accessibilité et l'interactivité par exemple sont parmi les éléments qui fondent le concept de CIAO. Les outils interactifs permettent aux jeunes d'échanger sur les sujets qui les préoccupent (toujours sous contrôle), et les professionnels garantissent de répondre à leurs questions dans les 48 heures.

Ciao.ch se distingue même en évitant certaines des importantes limitations identifiées dans la littérature : il concentre prévention, information, réponses directes et orientation dans un même outil faisant l'objet d'améliorations continues et d'un contrôle strict. Ainsi, les utilisateurs n'ont pas à faire le tri dans les informations et les problèmes plus graves ne risquent pas, a priori, de passer inaperçus et de s'aggraver<sup>5</sup>. Le site ne nécessite pas la maîtrise de compétences spécifiques et est adapté à son public, tant dans le langage que dans le choix des informations, de manière à ce que les interrogations ne restent pas sans réponse.

D'autres critères de qualité devraient quant à eux pouvoir être évalués grâce à l'enquête auprès des jeunes (public-cible et utilisateurs): au niveau des thématiques les plus demandées, certaines pourraient par exemple être identifiées par le biais de l'enquête comme méritant plus ou moins d'attention.

Enfin, en termes de qualité, notons que ciao.ch est certifié HON code depuis 2003. L'adhésion du site à la charte de HON démontre sa volonté de contribuer à une information médicale de qualité à travers la publication d'information transparente et objective. Le site répond aux critères AA+ définis par la fondation « Accès pour tous ». Cette fondation est l'organe de labellisation indépendant pour les sites web accessible, et le standard AA+ est compatible avec les recommandations de la Confédération.

### *Limites*

De nombreuses recherches permettent d'attester de l'utilité des outils du type de ciao.ch. Toutefois, elles permettent aussi de relever un certain nombre de limites.

Dans une étude de 2012, Suris & al. [25] relevaient par exemple que seuls 5,2% des jeunes étudiés avaient utilisé Internet pour rechercher des informations sur la santé, la sexualité ou la médecine au cours des 30 derniers jours. Cela mène à relativiser la fréquence à laquelle les jeunes l'utilisent à cette fin précisément. Par ailleurs, il faut noter qu'en-dehors des médias, les parents et les pairs restent la première ressource mobilisée pour les questions liées à la santé, et que l'utilité perçue des différentes sources varie d'un sujet à l'autre. Les adolescents attribuent beaucoup de valeur aux informations sur Internet, mais les autres sources ne sont pas à négliger [4]. L'information-santé en ligne ne devrait pas se substituer aux propos d'un professionnel. Sans remettre en question la place d'Internet comme source d'informations, il convient pour les professionnels de se soucier de leur qualité, car les personnes qui les lisent les prennent au sérieux [98]. Cette

---

<sup>5</sup> Par exemple, un jeune qui évoquerait la question du suicide serait immédiatement redirigé vers les services d'urgence adéquats

notion de contrôle sur la qualité des informations (qui ne devrait pas être un problème pour les sites spécialisés tenus par des professionnels) est également importante du fait qu'Internet confond la réalité (« ce qui est vrai ») avec ce qui est « populaire » [98]. D'un point de vue plus pratique, relevons également que malgré la démocratisation rapide de l'utilisation d'Internet et sa faculté à atteindre des populations difficiles d'accès, son utilisation reste tout de même conditionnée au fait de posséder une connexion, ce qui n'est malheureusement pas le cas partout dans le monde. Les biais liés aux caractéristiques de l'outil ne sont pas à négliger : risque de mauvaise interprétation des messages, impersonnalité, risque de harcèlement, ou nécessité de maîtriser des compétences spécifiques [82]. Enfin, il faut également noter que dans le cas d'interventions liées à des problématiques spécifiques (IST par exemple), un effort doit être fait sur le ciblage des populations à risque et sur le fait d'attirer leur attention en particulier [29].

En termes de qualité, il faut tout d'abord évoquer encore une fois la question de la diversité des sources d'information : certaines sont scientifiques et tout à fait crédibles, et d'autres sont de crédibilité inconnue et ne font pas l'objet de contrôles [5]. Ce problème de crédibilité et des limites à l'expertise des informations sur Internet conduisent Gray & al. [85] à rappeler que les problèmes sérieux ne sont pas résolubles par ce biais. En 2006 [8], les mêmes auteurs incitent les professionnels de la santé à se préoccuper des stratégies à mettre en œuvre pour maximiser le potentiel et minimiser les nuisances (contenus indésirables, obstacles dans l'accès aux informations, etc.). Dans une revue de 2001, l'Organisation Mondiale de la Santé [99] insiste également sur les questions de la certification, de l'évaluation de la qualité et de la crédibilité des programmes, et parle d'assurer la qualité du secteur de la « pseudo-santé » en contrôlant les obstacles aux bonnes pratiques telles que le langage, en renforçant la coordination et l'harmonisation, en contrôlant les coûts, et en assurant un contrôle qualité tout en gardant conscience de l'ambivalence des utilisateurs. Les questions du suivi, de l'amélioration continue des sites et de l'accompagnement des jeunes dans la bonne utilisation d'Internet [3] ainsi que la nécessité d'un contrôle strict sur les outils interactifs [82] sont également des gages de qualité.

Une limite importante réside également dans le fait que la qualité des informations trouvées dépend des compétences de la personne qui effectue la recherche [21]. La problématique des compétences et du recul de l'utilisateur est mise en avant par plusieurs auteurs [9, 10]. Selon Gray & al. [85], pour maximiser l'impact des outils, il faut avant tout développer ces compétences, travailler sur l'accessibilité de l'information et inciter les utilisateurs à prendre la responsabilité de progresser. Ils évoquent également des challenges auxquels font face les adolescents qui recherchent des informations sur la santé et parlent de ce que l'on peut traduire par une « alphabétisation » en matière de santé : en amont de l'outil lui-même, il faudrait donc améliorer les capacités des utilisateurs en identifiant les déficiences.

Enfin, il faut également noter le fait que l'accès aux informations n'est pas, encore de nos jours, le même partout et pour tout le monde [5]. De plus, les utilisateurs ont encore une forte tendance à passer par des moteurs de recherche généraux comme Google (pour des raisons de niveau de compréhension dès que l'on va vers des outils spécialisés) : les professionnels de la santé devraient donc s'impliquer dans le développement et la promotion de standards uniformisés, et donner aux utilisateurs les outils nécessaires à maximiser l'impact positif sur la santé [98].

## 4.2 Enquête auprès des jeunes

### 4.2.1 Description de la population et utilisation d'Internet

Parmi les 1'675 jeunes ayant répondu au questionnaire, 913 sont des filles et 762 des garçons. 262 ont moins de 12 ans, 1'235 ont entre 12 et 15 ans, 133 entre 15 et 18, et 45 ont plus de 18 ans. La grande majorité des répondants (90.7%) est à l'école obligatoire (répondants au questionnaire « écoles »).

**Tableau 1** Population jeunes

	Total (N)	Q Ecoles (%)	Q Site (%)
<b>Filles</b>	913	76.7	23.3
<b>Garçons</b>	762	86.35	13.65
<b>&lt;12 ans</b>	262	87.79	12.21
<b>12-15 ans</b>	1'235	85.67	14.33
<b>15-18 ans</b>	133	43.61	56.39
<b>&gt;18 ans</b>	45	26.67	73.33

Le tableau 1 démontre que 15,6% (262 personnes) de l'échantillon est en-dessous de l'âge du public-cible de CIAO, et ce en raison de la passation du questionnaire dans des établissements scolaires où les élèves disponibles étaient parfois plus jeunes que la tranche d'âge fixée pour l'enquête.

**Tableau 2** Appareils possédés

	N	%
<b>Ordinateur personnel</b>	799	47.7
<b>Ordinateur familial</b>	790	47.2
<b>Smartphone</b>	1'492	89.0
<b>Tablette</b>	1'029	61.4

Parmi les 1'675 jeunes interrogés, 799 possèdent un ordinateur personnel, 790 un ordinateur familial, 1'492 un téléphone avec une connexion Internet (Smartphone) et 1'029 une tablette.

Ainsi, seul 5% de l'échantillon n'a pas accès à un ordinateur à la maison, et la très grande majorité des jeunes interrogés possède un Smartphone. La tablette est également un moyen d'accès à Internet accessible par la majorité des jeunes.

63% des répondants disent aller le plus souvent sur Internet avec leur Smartphone, contre seulement 23% pour l'ordinateur, qui ne se retrouve pas très loin devant les tablettes. Ainsi, même si cela n'exclut pas que les autres appareils soient aussi utilisés régulièrement, ce résultat démontre que pour le public concerné, l'utilisation massive des appareils mobiles est à prendre en compte lorsqu'il s'agit de leur proposer des outils d'information et de prévention en ligne.

**Tableau 3**      **Appareil le plus utilisé pour aller sur Internet**

	Total
<b>Ordinateur</b>	382 (22.97%)
<b>Smartphone</b>	1'046 (62.90%)
<b>Tablette</b>	235 (14.13%)

La moitié des jeunes interrogés définissent leur utilisation d'Internet comme quotidienne. Moins de 8% se disent « accro », tandis que seuls 2% disent ne presque pas utiliser Internet. Ce résultat peut être biaisé par le caractère pouvant être perçu comme péjoratif de la réponse « je suis complètement accro à Internet ». Toutefois, il est intéressant de constater que les jeunes n'affirment que dans 22% des cas être « presque tout le temps sur Internet », alors que la grande majorité d'entre eux possède un Smartphone, qui, par définition, permet d'être connecté en permanence.

**Tableau 4**      **Utilisation d'Internet**

	N	%
Je n'utilise presque pas Internet	35	2.09
Je vais sur Internet seulement quand j'en ai besoin	292	17.43
Je vais sur Internet tous les jours	842	50.27
Je suis presque tout le temps sur Internet	373	22.27
Je suis complètement accro à Internet	133	7.94

En éliminant les réponses invalides selon méthode définie au point 3.2.3.2. ci-dessus, l'échantillon final est de 1'512 jeunes.

**Tableau 5** Echantillon valide

	Total	Q Ecoles	Q Site
<b>Filles</b>	<b>824</b>	680	144
<b>Garçons</b>	<b>688</b>	639	49
<b>&lt;12 ans</b>	<b>243</b>	227	16
<b>12-15 ans</b>	<b>1'132</b>	1'029	103
<b>15-18 ans</b>	<b>103</b>	52	51
<b>&gt;18 ans</b>	<b>34</b>	11	23

## 4.2.2 Analyses<sup>6</sup>

### 4.2.2.1 Rôle dans le dispositif

Pour débiter cette analyse, il convient de porter notre attention sur des aspects généraux, à savoir sur les questions liées à l'utilisation d'Internet en général, au type d'informations (divers aspects de la santé physique et mentale) qui intéressent le plus les adolescents, leur manière de les rechercher et les sources qu'ils privilégient. Ces analyses préliminaires portent sur l'ensemble de l'échantillon (utilisateurs et non-utilisateurs du site) et permettront, dans la discussion, de traiter de la place de ciao.ch dans le dispositif romand de prévention-santé, et de la pertinence de ses différents aspects.

Le moyen le plus utilisé par les ados pour se rendre sur Internet est le Smartphone. Les filles l'utilisent un peu plus que les garçons, qui préfèrent plus souvent l'ordinateur ou les tablettes (5% de plus que les filles). Les 12-18 ans sont les plus nombreux à préférer le Smartphone, tandis que les plus jeunes utilisent beaucoup plus les tablettes (31% des moins de 12 préfèrent les tablettes aux autres supports, contre seulement 13% des 12-15 ans). Les plus jeunes (moins de 12 ans) et les plus âgés (plus de 18 ans) sont plus nombreux à préférer l'ordinateur que les jeunes de 12 à 15 ans.

**Tableau 6** Moyen le plus utilisé pour aller sur Internet

	Ordinateur	Smartphone	Tablette
<b>Total (N=1'504)</b>	<b>22.90%</b>	<b>59.98%</b>	<b>17.11%</b>
Filles (N=827)	19.94%	65.63%	14.43%
Garçons (N=676)	26.54%	53.07%	20.39%
<12 ans (N=392)	27.25%	41.47%	31.28%
12-15 ans (N=947)	20.74%	65.97%	13.29%
15-18 ans (N=116)	22.28%	73.13%	4.59%
>18 ans (N=49)	31.75%	61.00%	7.25%

<sup>6</sup> A partir de ce point, les chiffres présentés sont des résultats pondérés et arrondis

Lorsque les jeunes recherchent des informations pour eux-mêmes sur Internet, ils utilisent en priorité leur Smartphone ou leur ordinateur. En effet, parmi les 1428 jeunes qui possèdent un ordinateur, 33% d'entre eux affirment l'utiliser « souvent » ou « tout le temps » pour rechercher des informations pour eux-mêmes. C'est également le cas de 34% des possesseurs de Smartphone, contre seulement 25% des possesseurs de tablettes.

Ces chiffres relativement bas démontrent toutefois que les jeunes interrogés n'ont que peu recours à la technologie pour rechercher des informations pour eux-mêmes. En effet, nous verrons plus loin qu'ils privilégient souvent d'autres sources d'information.

Nous avons demandé aux répondants à quelle fréquence ils utilisaient Internet pour rechercher des informations sur certains sujets liés à la santé physique et mentale. Les jeunes sont très nombreux à affirmer ne jamais ou presque jamais rechercher des informations sur ces sujets.

**Tableau 7** Fréquence de la recherche d'informations sur les thématiques liées à la santé

Thématique consultée (N=1'512)	Jamais (%)	Rarement (%)	De temps en temps (%)	Souvent (%)	Très souvent (%)
Sexualité	69.14	12.16	9.94	4.46	4.29
Alcool et drogues	82.21	9.15	4.76	2.07	1.80
Tabac	85.70	8.25	3.58	1.03	1.42
Stress	70.86	14.66	8.29	4.35	1.84
Estime de soi	73.87	12.54	6.74	4.86	1.99
Dépression, anxiété	80.32	8.46	4.49	3.64	3.10
Famille	70.48	13.87	9.51	3.85	2.28
Santé physique (maladies, blessures)	54.89	19.02	14.99	7.89	3.21
Problèmes de poids (alimentation et activités physiques)	70.29	12.67	7.52	5.64	3.88
Violence	78.74	10.99	5.87	2.01	2.39
Travail et école	35.46	21.96	24.21	13.84	4.52
Argent	78.19	10.25	5.90	2.95	2.70
Religion	80.98	11.11	4.40	2.41	1.10
Relations amoureuses	71.40	10.85	8.74	5.70	3.30
Relations amicales	67.70	12.86	8.67	6.37	4.42
Racisme	84.56	9.56	3.21	1.73	0.93

Le tableau 7 montre que certains de ces thèmes sont plus consultés que d'autres par les jeunes. Les thématiques de la santé physique et du travail sont celles qui ressortent le plus nettement (pourcentage de « jamais » beaucoup moins élevé). Plus loin, nous comparerons la fréquence de recherche d'informations sur ces sujets avec la fréquentation des différentes thématiques sur le site ciao.ch, afin de voir si les observations coïncident et de déterminer quelles thématiques mériteraient plus ou moins d'attention.

Lorsque les jeunes recherchent des informations sur ces sujets sur le Net, c'est le plus souvent dans le but répondre à des interrogations ou d'élargir leurs connaissances sur le sujet. En effet, comme le montre le tableau 8 ci-dessous, le pourcentage de ceux qui invoquent ces raisons est nettement supérieur au pourcentage de ceux qui disent utiliser Internet dans le but d'identifier ou de résoudre un problème (pour eux-mêmes ou pour les autres).

**Tableau 8 But des recherches sur Internet (N=1'512)**

	% de personnes répondant « souvent » ou « très souvent »
Répondre à des questions que tu te poses	38.41
Résoudre un problème personnel	18.98
Résoudre un problème pour un(e) ami(e) ou un membre de ta famille	10.26
Élargir tes connaissances sur le sujet	28.79
Voir si d'autres personnes ont le même problème ou se posent les mêmes questions que toi	16.32
Te rassurer	21.28

Toujours en matière de recherche d'informations liées à la santé (voir liste de thèmes ci-dessus), les sites spécialisés restent largement dans l'ombre des moteurs de recherche généraux comme Google®. En effet, 42% de l'échantillon affirme ne jamais se rendre sur des sites spécialisés, et moins de 40% des répondants affirment en consulter au moins de temps en temps. Par contre, plus de la moitié des jeunes interrogés affirme utiliser « tout le temps » Google® pour ce type de recherches, contre à peine plus de 10% qui ne l'utilisent jamais ou rarement.

Pour les questions liées aux thématiques considérées ici, les sources d'information préférées par les ados en-dehors d'Internet sont les pairs et les parents (mère surtout), loin devant les professeurs, enseignants et professionnels de la santé, que les ados consultent très peu pour répondre à leurs questions. Les médias ne sont pas non plus une source d'information privilégiée par les ados.

**Tableau 9 Sources d'informations mobilisées par les jeunes**

Source d'information (N=1'512)	Jamais ou rarement (%)	Souvent ou très souvent (%) <sup>7</sup>
Amis	28.53	43.10
Père	44.57	34.19
Mère	30.73	48.92
Frères, sœurs, cousins	54.28	24.52
Professeurs, enseignants	73.83	12.45
Médecin, psychologue, infirmière scolaire	82.08	8.14
Livres, journaux, magazines	67.95	13.68
Télévision	65.06	16.47

Lorsque les jeunes préfèrent Internet aux autres sources d'information, c'est, pour beaucoup d'entre eux (62.5%), pour trouver facilement des réponses adaptées à leur question ou à leur problème. A l'inverse, le fait de se sentir soutenu ou en confiance sont les raisons les moins invoquées pour privilégier Internet. Les aspects de la gratuité, de la compréhensibilité des informations et de l'anonymat ne sont pas non plus à négliger dans le choix d'Internet comme source d'information.

**Tableau 10 Pourquoi les jeunes préfèrent Internet aux autres sources d'informations (N=1'512)**

	D'accord (%)
Se sentir soutenu	22.35
Voir qu'on n'est pas seul dans cette situation	40.68
Ne pas se sentir jugé	43.56
Anonymat	47.04
Les informations sont faciles à comprendre	54.48
Se sentir en confiance	32.60
Gratuité	56.70
Trouver facilement des réponses adaptées	62.53
Parler sans gêne de sujets délicats	39.68

Il est à noter que cette question a été posée selon le postulat que les jeunes auraient dans une large mesure tendance à préférer Internet aux autres sources d'informations. Or, les résultats présentés ci-dessus (tableau 10) vont à l'encontre de ce postulat, et montrent bien que les jeunes

<sup>7</sup> L'item « de temps en temps » a été laissé de côté, car lorsqu'il existe une réponse intermédiaire, celle-ci est souvent sélectionnée par défaut.

ne privilégient pas particulièrement Internet, mais préfèrent avoir recours à leurs pairs et à leur famille pour répondre à leurs interrogations en matière de santé.

#### 4.2.2 Notoriété et appréciation

A présent, considérons plus concrètement la notoriété du site ciao.ch lui-même. Bien que les analyses suivantes portent pour la plupart sur les utilisateurs du site, certaines analyses sont également effectuées sur l'ensemble de l'échantillon, afin de déterminer quelles sont les attentes du public-cible envers ce type de site, et quels sont les aspects qui les incitent ou non à en devenir des utilisateurs réguliers.

Au moment de l'enquête 21.5% de l'échantillon « jeunes » (ayant répondu depuis l'école) a déjà entendu parler du site, et parmi eux, 25.3% l'ont déjà visité (ce chiffre inclut parfois des personnes qui ont effectué leur première visite au moment de se rendre sur le site pour répondre au questionnaire). Ce résultat est similaire à celui de l'évaluation 2012 du site en termes de notoriété (25,8% des jeunes en avaient déjà entendu parler), mais il a fortement diminué en trois ans si l'on considère la proportion de personnes qui l'ont effectivement visité, qui s'élevait à 50% en 2012.

Un bref texte de présentation a été proposé aux jeunes qui n'avaient jamais entendu parler du site. Après lecture de ce texte, seule la moitié des répondants (52.3%) pense aller voir le site.

Le tableau 11 ci-dessous est détaillé en distinguant les filles et les garçons :

**Tableau 11 Notoriété de ciao.ch**

	Total (N)	Oui (%)			Non (%)		
		Filles	Garçons	Total (N)	Filles	Garçons	Total (N)
Avez-vous déjà entendu parler de ciao.ch ?	1'300	22.71	20.25	280	77.29	79.75	1'020
Avez-vous déjà visité le site ?	285	31.74	17.32	72	68.26	82.68	213
Après avoir lu le texte de présentation, souhaitez-vous visiter le site ?	1'020	57.36	47.16	534	42.64	52.84	486

Ce tableau nous montre que si la notoriété du site (personnes qui en ont déjà entendu parler) ne varie pas entre les filles et les garçons, la proportion de filles l'ayant visité après en avoir entendu parler est presque deux fois plus élevée que pour les garçons. Les filles sont également plus nombreuses à vouloir se rendre sur le site après en avoir lu une brève présentation. Le fait que presque la moitié des jeunes interrogés n'ait pas envie d'aller voir le site, et également le fait que ceux qui en entendent parler ne s'y rendent pas forcément, amène à se demander de quelle manière les jeunes entendent parler du site et quelles sont les raisons qui les poussent à vouloir s'y rendre ou non.

**Tableau 12** Comment les jeunes ont découvert le site

Comment as-tu découvert le site ? (N=285)	%
Par des amis ou des copains	4.95
Par un membre de la famille	5.71
Par une présentation dans le cadre de l'école	43.46
Par un enseignant, une infirmière scolaire, etc.	27.36
Dans les médias	2.97
En faisant des recherches sur Internet	11.08
Autre	4.45

Pour les personnes qui connaissent déjà le site, celui-ci a dans la plupart des cas été découvert dans le cadre de l'école, par une présentation ou par le biais d'un adulte (c'est le cas pour une partie des répondants à l'enquête « Ecoles », ceux-ci s'étant rendus pour la première fois sur le site afin de répondre au questionnaire).

**Tableau 13** Raisons invoquées pour ne pas avoir visité le site

Pourquoi n'as-tu pas visité le site ? (N=213)	%
Cela ne m'intéresse pas	29.7
J'en ai entendu parler puis je n'y ai plus pensé ensuite	58.8
On m'a dit que ce n'était pas bien	1.2
Je ne pense pas en avoir besoin	36.4
Ce n'est pas ou plus de mon âge	1.6
Autre	10.5

Les personnes ayant entendu parler de CIAO mais n'ayant jamais visité le site invoquent à 58% le fait de ne plus y avoir pensé comme principale raison pour ne pas s'y être rendu. Le fait de ne pas être intéressé ou de simplement considérer ne pas en avoir besoin sont les deux autres raisons qui reviennent le plus fréquemment. Les jeunes sont très peu nombreux (moins de 2%) à avoir entendu du mal du site ou à considérer qu'ils ont passé l'âge. Pour cette question, les répondants avaient la possibilité de cocher simultanément plusieurs options.

**Tableau 14 Raisons de la première visite sur le site**

Pourquoi es-tu venu sur ciao.ch pour la première fois ? (N=285)	%
Par curiosité	54.8
Parce que je suis tombé(e) dessus par hasard	9.5
Pour chercher des informations spécifiques	37.6
Pour donner mon avis	9.8
Pour poser une question	29.2

Plus de la moitié des répondants (54.8%) affirment s'être rendus pour la première fois sur le site par curiosité. Ils sont également nombreux à s'y être rendus afin de chercher des informations spécifiques ou de poser une question. Là aussi, il était possible de cocher plusieurs options.

Parmi les 10% de répondants qui disent s'être rendus sur le site pour donner leur avis, on retrouve probablement les jeunes qui ont coché cet item car ils se sont rendus sur le site pour répondre à cette enquête. Il est intéressant de noter que moins de 10% des utilisateurs du site l'ont découvert par hasard (par exemple en faisant des recherches sur Internet).

**Tableau 15 Fréquence des visites sur le site**

Retournes-tu régulièrement sur ciao.ch ? (N=285)	%
Je n'y suis jamais retourné(e)	8.8
Je consulte le site seulement si j'en ai besoin	47.3
J'y vais de temps en temps	30.5
Je consulte le site régulièrement	13.4

47% des utilisateurs du site disent ne s'y rendre que lorsqu'ils en ont besoin. 30% d'entre eux y retournent de temps en temps, et seuls 13% consultent le site régulièrement. Un peu moins d'un jeune sur dix n'a consulté le site qu'une seule fois et n'y est jamais retourné ensuite.

**Tableau 16 Raisons invoquées pour ne pas retourner sur le site**

Pourquoi n'es-tu pas retourné(e) sur ciao.ch ? (N=25)	N
Je n'y ai pas pensé	13
Je n'ai pas aimé	1
Je trouve le site inutile	4
Je n'en ai plus eu besoin	7

La moitié des répondants qui sont allés une seule fois sur le site et n'y sont jamais retournés invoquent le fait de ne plus y avoir pensé. 27% n'en ont plus eu besoin. Les répondants sont moins de 4% à ne pas retourner sur le site car ils n'ont pas apprécié leur première visite.

**Tableau 17 Raisons qui poussent à vouloir se rendre sur le site**

Pourquoi souhaitez-tu aller voir le site ? (N=534)	%
J'ai juste envie de voir de quoi il s'agit	65.1
Je vais peut-être tomber sur les informations intéressantes	67.4
J'ai une question à poser ou un renseignement précis à chercher	13.4
Je veux voir de quoi les gens parlent, quel genre de questions ils se posent	31.9
J'ai besoin d'un lien ou d'une adresse	1.9
Autre	4.1

Les personnes qui ne connaissent pas le site et disent vouloir le visiter après avoir lu le texte de présentation souhaitent le faire principalement par curiosité ; pour voir de quoi il s'agit, ou parce qu'ils pourraient tomber sur des informations qui les intéressent. Les répondants sont moins nombreux à souhaiter s'y rendre pour une question spécifique.

**Tableau 18 Raisons qui poussent à ne pas vouloir se rendre sur le site**

Pourquoi ne souhaitez-tu pas aller voir le site ? (N=486)	%
Cela ne m'intéresse pas	52.1
Je n'ai pas de questions ou de problèmes particuliers	61.5
Je pense que j'ai passé l'âge	7.3
Je n'ai pas envie ou pas le temps	25.3
C'est la honte	4.2
Autre	4.9

Quant à ceux qui ne souhaitent pas visiter ciao.ch, ils invoquent en majorité le fait de ne pas avoir de questions ou de problèmes particuliers, ou simplement de ne pas être intéressés. 25% d'entre eux disent ne pas en avoir l'envie ou le temps, et ils sont très peu nombreux à penser avoir passé l'âge ou à penser que « c'est la honte ».

Tableau 19 Fonctions utilisées sur ciao.ch

Fonctions utilisées (N=285)	Je ne connais pas (%)	Jamais (%)	De temps en temps (%)	Souvent (%)	A chaque fois ou presque (%)
Application mobile	56.06	16.44	10.02	2.86	14.62
Fonction « rechercher »	22.22	23.32	34.16	14.22	6.08
Espace perso	31.71	22.24	25.05	12.54	8.47
Forums	28.41	20.66	27.55	13.82	9.56
Témoignages	22.90	18.24	29.71	18.95	10.19
Questions-réponses	17.10	12.13	21.15	20.30	29.32
Tchat	35.90	42.28	13.87	4.31	3.64
Rubriques d'information	24.08	9.44	28.50	26.93	11.05
Tests, jeux, quizz	23.95	22.08	31.20	16.17	6.59
Dictionnaire et publications	35.29	32.95	22.53	6.71	2.51
Liens et adresses	32.97	35.05	21.64	8.24	2.09
« Sais-tu que ? »	42.86	18.72	25.89	10.12	2.41
« Zoom sur »	49.30	22.82	21.79	5.68	0.70

Les utilisateurs de ciao.ch (N=285) utilisent dans une très large mesure les questions-réponses. Il s'agit clairement de la fonction centrale du site, avec les rubriques d'information, les forums et les témoignages. Plus de la moitié des utilisateurs (56%) ne connaît pas l'application mobile ainsi que plusieurs des outils spécifiques proposés sur le site (outils interactifs, rubriques « sais-tu que ? » et « zoom sur »). Les utilisateurs sont nombreux à ne jamais utiliser le Tchat (42%).

Les filles représentant plus de 70% des utilisateurs du site, nous avons reproduit ce tableau en distinguant filles et garçons, afin de déterminer si l'utilisation qu'ils font du site est comparable. Le tableau 20 ci-dessous (à lire avec précaution étant donné que l'échantillon des garçons est très limité) nous montre qu'il n'y a pas de différences majeures entre les deux sexes, si ce n'est que les garçons sont plus nombreux à ne pas connaître l'application mobile et la fonction « rechercher », et que les filles sont plus nombreuses à se rendre de temps en temps sur les jeux, tests et quizz ainsi qu'à consulter les liens et adresses.

**Tableau 20 Fonctions utilisées sur ciao.ch en fonction du sexe**

Fonctions utilisées (N=210F, 74G)	Je ne connais pas		Jamais		De temps en temps		Souvent		A chaque fois ou presque	
	Filles (%)	Garçons (%)	Filles (%)	Garçons (%)	Filles (%)	Garçons (%)	Filles (%)	Garçons (%)	Filles (%)	Garçons (%)
Application mobile	52.75	65.37	17.59	13.23	10.25	9.45	3.04	2.36	16.38	9.69
Fonction « rechercher »	17.53	35.41	24.82	19.10	36.69	27.04	14.25	14.16	6.08	6.72
Espace perso	29.45	38.06	22.92	20.31	25.78	22.99	13.93	8.61	7.92	10.03
Forums	27.21	31.8	21.47	18.36	28.62	24.54	12.83	16.61	9.87	8.69
Témoignages	20.67	29.19	17.95	19.06	31.36	25.04	19.79	16.59	10.22	10.12
Questions-réponses	16.97	17.48	10.80	15.87	22.03	18.66	21.78	16.12	28.42	31.87
Tchat	33.79	41.84	43.38	39.17	14.54	11.97	3.96	5.28	4.32	1.74
Rubriques d'information	22.45	28.66	10.14	7.47	29.49	25.72	26.90	27.03	11.02	11.12
Tests, jeux, quizz	21.52	30.76	21.63	23.37	33.99	23.35	14.90	19.75	7.96	2.76
Dictionnaire et publications	35.02	36.04	37.44	20.36	21.02	26.77	4.56	12.76	1.96	4.07
Liens et adresses	31.73	36.46	35.94	32.55	24.55	13.48	6.26	13.81	1.52	3.69
« Sais-tu que ? »	41.19	47.54	19.30	17.11	26.95	22.90	9.44	12.04	3.12	0.40
« Zoom sur »	48.84	50.59	24.42	18.33	20.22	25.06	5.56	6.02	0.95	0

**Tableau 21 Caractéristiques appréciées sur ciao.ch**

Caractéristiques du site	Apprécié	
	Filles (%)	Garçons (%)
Pouvoir poser des questions	72.37	69.42
Pouvoir lire les questions des autres	81.25	69.87
Trouver facilement des informations sur les sujets qui m'intéressent	78.70	76.97
Avoir un spécialiste qui répond aux questions	78.82	69.95
Possibilité de s'exprimer et d'échanger	66.08	59.62
Être anonyme	81.46	67.47
Aborder les sujets délicats sans tabou	81.21	69.22

Les utilisateurs du site, filles et garçons confondus, apprécient particulièrement le fait de pouvoir poser des questions (environ 70% de l'échantillon dit apprécier cette fonction), trouver facilement des informations spécifiques (plus de 75%), et bénéficier des réponses de spécialistes (environ 70%). Le fait de pouvoir lire les questions des autres intéresse plus les filles que les garçons. L'anonymat et le fait de pouvoir aborder des sujets délicats sans tabou est également plus important pour les filles que pour les garçons (aspects appréciés par plus de 80% des filles contre moins de 70% des garçons). Par ailleurs, la possibilité de s'exprimer et d'échanger est globalement appréciée (par la majorité des utilisateurs) mais ne semble pas pour autant être un aspect fondamental.

**Tableau 22 Avis des utilisateurs sur les différents aspects du site**

Avis des utilisateurs (N=284)	Nul (%)	Pas terrible (%)	Pas mal (%)	Bien (%)	Excellent (%)
L'utilité du site en général	4.88	3.00	14.50	35.56	42.03
L'apparence du site	5.15	4.90	26.74	45.84	17.37
La facilité d'utilisation du site	4.77	4.70	15.31	39.33	35.88
La qualité des informations	5.20	3.90	12.92	46.05	31.92
La facilité à comprendre les informations	4.65	4.63	12.62	38.55	39.56

Concernant la qualité du site d'un point de vue pratique, les utilisateurs sont dans l'ensemble très satisfaits, particulièrement de l'utilité du site en général, jugée excellente par 42% des utilisateurs. L'apparence du site suscite légèrement moins d'enthousiasme.

**Tableau 23 Thématiques consultées sur ciao.ch**

Thématiques consultées (N=285)	Jamais (%)	De temps en temps (%)	Souvent (%)	A chaque fois ou presque (%)
Stress	39.64	30.25	20.12	9.99
Estime de soi	39.60	22.30	22.86	15.24
Sexualité	28.88	23.70	20.89	26.53
Boire, fumer, se droguer	48.77	24.27	16.89	10.06
Santé	36.71	30.46	23.79	9.04
Manger-bouger	47.20	25.02	17.30	10.48
Moi, toi et les autres	37.42	23.75	20.99	17.83
Violences	54.10	22.91	14.19	8.79
Formation et travail	57.30	25.95	11.23	5.52
Argent	69.77	19.41	7.70	3.11
Religion et croyances	76.73	18.35	2.52	2.39
Discrimination et racismes	72.51	18.24	5.17	4.08

Au niveau des thématiques proposées sur le site, celles qui suscitent le plus d'intérêt sont la sexualité, loin devant « estime de soi », et « moi, toi et les autres ». Ces thématiques sont les seules à être consultées « à chaque fois ou presque » par plus de 15% des répondants (jusqu'à 26% pour la thématique « sexualité »).

A l'opposé, les thématiques « formation et travail », « argent », « religions et croyances », et « discrimination et racismes » sont les moins consultées par les utilisateurs du site (moins de 6% des répondants la consultent « à chaque fois ou presque »).

Notons également que pour l'ensemble les 12 thématiques, au moins 30% des répondants disent ne jamais les consulter. Seule la thématique « sexualité » se situe légèrement en-dessous de ce pourcentage (28.9% de « jamais »), ce qui en fait de loin la thématique la plus populaire de ciao.ch.

**Tableau 24** Thématiques consultées sur ciao.ch selon le sexe

Thématiques consultées	Jamais		De temps en temps		Souvent		A chaque fois ou presque	
	Filles (%)	Garçons (%)	Filles (%)	Garçons (%)	Filles (%)	Garçons (%)	Filles (%)	Garçons (%)
Stress	32.20	60.56	30.78	28.75	24.79	6.99	12.23	3.69
Estime de soi	33.10	57.89	23.51	18.88	25.57	15.24	17.83	7.98
Sexualité	29.52	27.07	23.61	23.94	21.95	17.91	24.92	31.08
Boire, fumer, se droguer	47.74	51.66	25.56	20.66	17.08	16.37	9.62	11.31
Santé	32.38	48.87	31.90	26.39	25.25	19.70	10.47	5.03
Manger-bouger	41.67	62.73	26.19	21.73	20.28	8.92	11.85	6.61
Moi, toi et les autres	33.08	49.61	23.30	25.01	23.12	15.04	20.50	10.34
Violences	51.54	61.29	23.33	21.73	15.35	10.94	9.77	6.05
Formation et travail	55.16	63.28	26.98	23.06	12.36	8.06	5.50	5.60
Argent	70.64	67.30	18.99	20.61	7.45	8.42	2.92	3.66
Religion et croyances	78.18	72.66	17.17	21.68	1.88	4.32	2.77	1.33
Discrimination et racismes	73.03	71.04	18.59	17.25	4.62	6.71	3.76	5

Lorsque l'on répète cette analyse en séparant les filles et les garçons, on constate qu'il n'existe que peu de différences entre leurs réponses. Le principal constat que l'on peut faire est que, pour plusieurs des thématiques, les garçons sont plus nombreux que les filles à répondre « jamais ». La seule différence notable est que les filles sont plus nombreuses à se rendre « souvent » sur les thématiques « stress », « manger-bouger », « estime de soi », et « moi, toi et les autres ».

Devant ces constats (certains thèmes semblent être très importants et très fréquentés par les jeunes, d'autres beaucoup moins voire pas du tout), nous avons souhaité approfondir l'analyse, afin de déterminer plus précisément l'intérêt suscité par les différentes thématiques. En effet, au vu du tableau 24 ci-dessus, on peut se demander, d'une part, si les thématiques « importantes » (sexualité et relations notamment) devraient être encore plus mises en valeur en tant que thèmes centraux sur ciao.ch, ou s'il conviendrait, au contraire, de profiter de leur notoriété pour se préoccuper davantage des thèmes qui retiennent moins l'attention (Argent, religion, racisme, violences, etc.). Quant à ces derniers, faut-il les mettre de côté au profit de quelques thématiques centrales, ou plutôt tenter de sensibiliser les jeunes à ces sujets dont ils ne se préoccupent pas (pas assez) ?

Afin de vérifier si certains thèmes apparemment peu populaires méritaient une attention accrue, nous avons généré un score permettant de savoir pour chaque thématique si celle-ci était souvent consultée isolément (i.e, par exemple, si les personnes qui consultent la thématique « religion » sont nombreuses à ne se rendre *que* sur celle-ci). Si le chiffre ainsi obtenu est bas (nombre peu élevé d'autres pages visitées), cela signifie que certaines personnes se rendent sur ce thème en particulier (et non en naviguant au hasard sur le site) et qu'il nécessite donc une attention particulière.

**Tableau 25 Consultation isolée des thématiques**

Thématiques	Nombre moyen d'autres pages visitées par ceux qui ne se rendent jamais sur le thème	Nombre moyen d'autres pages visitées par ceux qui se rendent sur le thème au moins de temps en temps
Stress	3.1	7.7
Estime de soi	2.9	7.6
Sexualité	3.0	7.0
Boire, fumer, se droguer	3.7	7.6
Santé	2.8	7.5
Manger-bouger	3.2	8.1
Moi, toi et les autres	2.6	7.6
Violences	3.5	8.7
Formation et travail	3.6	8.2
Argent	4.0	9.6
Religion et croyances	4.3	10.1
Discrimination et racismes	4.2	9.8

Nous voyons grâce à ce tableau qu'aucun thème apriori impopulaire ne présente un second chiffre (colonne de droite) suffisamment bas pour affirmer que celui-ci est souvent consulté isolément. Au contraire, ce sont les thèmes les plus populaires qui présentent les chiffres les plus

bas (qui sont donc le plus souvent consultés isolément), et les thèmes les moins populaires qui présentent les chiffres les plus élevés. Cette vérification nous permet donc de confirmer l'intérêt des jeunes pour les différentes thématiques du site. Rappelons le fait que ces résultats correspondent à la fréquentation reportée par les jeunes eux-mêmes, et non aux statistiques du site (nombre de clics sur chaque page). Ainsi, malgré les plusieurs biais développés plus haut, ces résultats peuvent être considérés comme reflétant l'intérêt des utilisateurs pour les différentes thématiques proposées.

#### 4.2.2.3 Effet

Afin d'analyser l'*effet*, et indirectement l'*impact* du site sur ses utilisateurs, considérons à présent une série de questions concernant le rôle joué par CIAO aux yeux des jeunes, ainsi que les résultats perçus ou attendus par les utilisateurs. L'utilité du site en général sera également considérée au travers de l'avis des non-utilisateurs (public-cible) sur la question, ce qui permettra de faire le lien avec les questions liées au rôle de *ciao.ch* dans le dispositif d'information et de prévention-santé pour adolescents.

**Tableau 26** Utilité des informations trouvées sur *ciao.ch*

Les informations permettent (N=284)	Oui (%)
D'éviter des problèmes	48.44
D'éviter que les problèmes ne s'aggravent	63.22
De résoudre les problèmes	65.89
De prendre les bonnes décisions	69.47
De corriger les mauvaises habitudes	52.49
D'aider et de soutenir les autres	54.20
De satisfaire la curiosité	79.63

Du point de vue de l'impact perçu de *ciao.ch* par ses utilisateurs, ceux-ci considèrent dans une large mesure (presque 80%) que les informations du site permettent de satisfaire la curiosité. Le fait de résoudre ou d'éviter l'aggravation des problèmes et d'aider à prendre les bonnes décisions viennent ensuite avec plus de 60% de réponses positives. Les dimensions les moins importantes sont le fait d'éviter les problèmes, de corriger les mauvaises habitudes, et de pouvoir aider et soutenir les autres.

Ces résultats démontrent de manière intéressante que CIAO remplirait, pour les jeunes, un véritable rôle de prévention secondaire : il ne permet pas particulièrement d'anticiper l'apparition des problèmes, mais aide à les comprendre et à limiter l'aggravation de ceux-ci. La satisfaction de la curiosité par le biais des informations générales semble rester l'atout central du site.

**Tableau 27 Perception du rôle joué par CIAO**

CIAO, c'est (N=284)	Oui (%)
Pour t'aider au quotidien	57.68
Pour pouvoir te débrouiller si tu as des questions ou des problèmes	80.35
Pour pouvoir aider tes amis quand ils ont des questions ou des problèmes	45.64
Pour avoir des informations fiables sur la santé en général	68.23
Pour connaître les préoccupations des autres jeunes de ton âge	64.11
Pour avoir l'avis d'un professionnel sans consulter de médecin	71.34
Un outil indispensable pour beaucoup de jeunes	65.34
Un outil que les jeunes devraient utiliser davantage	76.25

Du point de vue du rôle joué par CIAO pour les personnes interrogées, les jeunes sont relativement peu nombreux (une légère majorité des utilisateurs) à considérer que le site les aide au quotidien. Le fait de pouvoir aider leurs pairs lorsqu'ils rencontrent des problèmes est l'aspect le moins mis en avant (moins de la moitié des répondants le voient comme un rôle de ciao.ch). Le rôle principal de CIAO (relevé par 80% des utilisateurs) semble toucher à l'indépendance qu'il confère aux jeunes : il leur permet de pouvoir se débrouiller lorsqu'ils ont des questions ou des problèmes. Par ailleurs, le fait de bénéficier de l'avis de professionnels, et d'informations fiables et accessibles sont également des aspects qui semblent fondamentaux aux yeux des jeunes.

Nous pouvons donc définir le rôle de ciao.ch comme un rôle d'accompagnement, et une source d'informations fiables et de connaissances dans les domaines proposés. Ces informations, ajoutées à la possibilité de bénéficier du soutien de professionnels, permettent aux jeunes une certaine indépendance dans la gestion de leurs questionnements et problèmes liés à la santé, et de prévenir l'aggravation de ceux-ci en obtenant les informations nécessaires et adaptées au bon moment.

En partant de l'idée que l'utilité perçue de CIAO est différente selon le profil des répondants, nous avons croisé leurs réponses avec plusieurs caractéristiques :

**Tableau 28** Utilité perçue du site

Utilité perçue	Inutile (%)	Utile, pour les jeunes qui ont des problèmes (%)	Utile, pour tous les jeunes (%)	Utile, et pas seulement pour les jeunes (%)
<b>Total (N=1512)</b>	7.62	32.95	21.37	26.39
<b>Filles (N=831)</b>	3.29	30.84	25.77	29.22
<b>Garçons (N=680)</b>	12.90	35.53	16.01	22.93
<b>Utilisateurs du site (N=284)</b>	4.31	14.45	37.83	41.36
<b>Non utilisateurs du site (N=1020)</b>	9.07	35.57	17.13	24.09
<b>Répondants au fichier « Ecoles » (N=1300)<sup>8</sup></b>	8.05	36.60	18.08	24.03
<b>&lt;12 ans (N=395)</b>	5.22	30.09	18.03	28.43
<b>12-15 ans (N=949)</b>	8.39	36.92	21.55	22.95
<b>15-18 ans (N=118)</b>	9.62	18.74	31.60	35.89
<b>&gt;18 ans (N=49)</b>	7.25	13.32	20.13	53.67

Dans le tableau 28, nous pouvons observer que les garçons, les non-utilisateurs ainsi que les plus de 12 ans sont les plus nombreux parmi les répondants qui jugent ciao.ch « inutile ». Ceux qui trouvent le site utile pour tous les jeunes sont majoritairement les utilisateurs du site, les 15-18 ans et les filles, et ceux qui le jugent utile mais pas seulement pour les jeunes sont les utilisateurs et les répondants dont l'âge se situe en-dessus de celui du public-cible. Il est intéressant de relever que les utilisateurs du site et les personnes de plus de 15 ans considèrent dans une moindre mesure que celui-ci est utile spécifiquement aux jeunes qui ont des problèmes.

Ces tendances confirment les analyses effectuées plus haut, à savoir que ciao.ch fonctionne avant tout comme une plateforme d'information, tandis que la résolution de problèmes concrets reste réservée à l'entourage (famille et pairs notamment). Les personnes qui ne connaissent et/ou n'utilisent pas le site en ont l'image quelque peu péjorative d'un site où ne se rendent que les personnes qui ont des problèmes (confirmé par les remarques laissées en fin de questionnaire). Globalement, les filles trouvent CIAO plus utile que les garçons, et des différences selon les tranches d'âge sont nettement visibles.

<sup>8</sup> Le nombre élevé de réponses négatives pour les répondants du fichier « Ecoles » peut être expliqué en partie par un effet de groupe : les jeunes ont répondu au questionnaire en salle d'informatique, certainement côte à côte. Ainsi, ils ont pu se concerter, et ceux qui n'étaient pas intéressés par le questionnaire ont pu influencer leurs camarades. Cette hypothèse est confirmée lorsque l'on regarde la base de données, où il est bien visible que les réponses et remarques enregistrées au même moment (élèves d'une même classe) coïncident souvent, d'autant plus lorsqu'il s'agit de réponses invalides (personnes qui ont répondu n'importe comment).

### 4.2.3 Interprétation des résultats

Dans cette section, nous développerons certains des éléments considérés dans les résultats, et discuterons les tendances qui semblent pouvoir jouer un rôle dans l'amélioration de ciao.ch. Il s'agit des observations dont l'interprétation nécessitait de poser des hypothèses et d'approfondir la réflexion au-delà des chiffres présentés dans les tableaux de la section précédente. Bien entendu, lorsque les résultats ne sont pas repris ci-dessous, cela ne signifie pas qu'ils ne sont pas pertinents, mais que les chiffres parlent d'eux-mêmes et qu'il n'est pas nécessaire de pousser plus loin leur interprétation.

#### 4.2.3.1 Rôle dans le dispositif

- Nos résultats démontrent que le Smartphone est le moyen de connexion à Internet préféré des jeunes. L'utilisation massive des appareils mobiles est à prendre en compte lorsqu'il s'agit de leur proposer des outils en ligne. Le fait d'adapter les outils en question aux interfaces mobiles semble indispensable pour assurer, d'une part une bonne fréquentation, et d'autre part une satisfaction optimale lors de l'utilisation de l'outil.
- Le fait qu'une partie de l'échantillon soit en-dessous de l'âge ciblé par l'association a permis de constater un plus grand intérêt pour ciao.ch de la part des plus jeunes des répondants, qui se situent dans la partie inférieure de la tranche d'âge ciblée (13-20 ans), voire en-dessous de cette tranche d'âge (répondants de 11-12 ans). Au travers de l'analyse, nous avons pu constater que si les plus jeunes ne connaissent pas plus le site que les ados de 14-15 ans, ceux-ci se montrent toutefois plus intéressés à s'y rendre, et semblent plus réceptifs au questionnaire et aux thèmes abordés. L'une des interprétations possibles est qu'à une époque où des informations de toutes sortes sont accessibles en tout temps et où nous avons internet « dans la poche » en permanence, les adolescents en savent beaucoup plus sur les sujets liés à la santé, et à la sexualité notamment. Des connaissances qui nécessitaient autrefois des recherches bien spécifiques ou des informations de la part d'adultes sont aujourd'hui faciles à acquérir de manière indépendante par de très jeunes adolescents. Il pourrait donc exister un décalage et un effet de génération en lien avec cette prolifération d'informations faciles d'accès et avec les nouvelles technologies : alors que les 14-18 ans sont déjà des utilisateurs expérimentés d'Internet et des réseaux sociaux, avec des connaissances relativement avancées dans tous les sujets auxquels ils s'intéressent, les 10-13 ans seraient quant à eux encore dans une phase de découverte d'Internet et des nombreuses connaissances qu'ils peuvent y acquérir, et auraient donc plus besoin d'outils tels que ciao.ch pour les accompagner et les aider à faire le tri dans ces informations (voir revue de littérature : il est important de proposer aux jeunes des outils fiables).
- Les résultats de l'enquête ainsi que de la revue de littérature démontrent que les jeunes utilisent peu Internet pour rechercher des informations liées à la santé. Trois thématiques se détachent car elles suscitent tout de même un certain intérêt, avec plus de 30% des jeunes qui s'y intéressent au moins « rarement » : santé physique, travail et relations amicales. Ce résultat est intéressant car il ne s'agit pas des thématiques centrales de ciao.ch, ce qui confirme son statut de site spécialisé plutôt utilisé pour les thématiques de la sexualité et des relations amoureuses.

- Ainsi, les questions préliminaires sur la recherche d'informations sur Internet démontrent que les jeunes ne semblent pas utiliser ce moyen en priorité pour trouver des informations liées à la santé. Bien qu'Internet présente les avantages d'être un outil adapté aux jeunes, facile d'accès, anonyme, gratuit et exempt de jugement, ce sont les parents et les pairs qui restent les ressources privilégiées par les adolescents en matière de sujets liés à la santé. Par ailleurs, le rôle de spécialiste de ciao.ch lui confère une utilité spécifique pour les jeunes qui rencontrent des problèmes ou des questions en particulier.

#### 4.2.3.2 Notoriété et appréciation

- Les résultats quant à la notoriété du site montrent que la majorité des personnes qui n'ont jamais visité ciao.ch après en avoir entendu parler n'y ont tout simplement pas pensé. Ce résultat ne relèverait donc pas d'un manque d'intérêt mais plutôt d'une image et/ou d'une promotion pas assez percutante ; lorsque les jeunes entendent parler du site, cela ne les marque pas suffisamment pour qu'ils pensent à s'y rendre ensuite. Ce résultat est également expliqué par le fait que certaines personnes qui entendent parler du site n'y repensent pas simplement parce qu'elles n'en ont pas besoin. Enfin, les jeunes ont bien entendu d'autres ressources à disposition pour répondre à leurs questions.
- Parmi les personnes ayant déjà entendu parler du site, un tiers des filles et moins de 20% des garçons s'y sont rendus ensuite. Parmi eux, une personne sur dix n'y est allée qu'une seule fois. Les personnes qui ne se sont rendues qu'une fois sur le site disent ne pas y avoir songé ou ne plus en avoir eu besoin. Ce résultat démontre que les jeunes ne pensent pas spontanément à y avoir recours en cas de besoin (ils n'ont pas le « réflexe » de penser à cet outil pour répondre à leurs questions). Il est également possible qu'ils ne pensent pas à y retourner car ils n'ont pas trouvé des informations attendues, ou car ils y ont trouvé toutes les informations désirées du premier coup. A nouveau, le fait que le site ne marque peut-être pas suffisamment les esprits est également à considérer.
- Les résultats de l'enquête démontrent que la plupart des utilisateurs du site l'ont découvert dans le cadre de l'école. Ceci constitue pour CIAO l'atteinte d'un objectif fixé lors d'une précédente évaluation<sup>9</sup>. Afin de renforcer encore la notoriété du site, il faudrait à présent en améliorer la visibilité en ligne, à savoir non seulement en assurant sa promotion dans les espaces publics, mais également en augmentant la probabilité que les jeunes tombent dessus par hasard en cherchant des informations, ce qui est très peu le cas pour le moment. Afin d'assurer la promotion du site par le public-cible lui-même, travailler sur sa présence sur les réseaux sociaux peut également jouer un rôle en matière de notoriété.
- La moitié des utilisateurs de ciao.ch utilise régulièrement les questions-réponses, l'une des prestations centrales du site. Celle-ci a une double utilité: les jeunes peuvent poser eux-mêmes une question à laquelle ils obtiennent une réponse de spécialiste dans les 48 heures, mais ils ont également la possibilité de lire les questions des autres et les réponses qui leur sont données. Plus loin dans l'analyse et dans les conclusions, nous considérerons donc les

---

<sup>9</sup> « Evaluation 2012 de ciao.ch », recommandation 4

questions-réponses parmi les fonctions d'*information* du site<sup>10</sup>. Bien qu'il y ait une dimension interactive de par la réponse individuelle du professionnel, le jeune qui a posé la question n'a pas la possibilité de réagir à cette réponse ou de donner des nouvelles sans passer par une nouvelle question. Ainsi, nous choisissons de considérer cette fonction au même titre que les rubriques d'information et les témoignages, qui constituent une palette d'informations à disposition pour les utilisateurs.

#### 4.2.3.3 Effet

- Les résultats démontrent que la satisfaction de la curiosité est la principale raison des visites sur *ciao.ch*, qui fonctionne donc avant tout comme une plateforme d'information. Cela explique en partie le fait que la fréquentation des thèmes ne soit pas très élevée : les jeunes se rendent beaucoup sur le site par curiosité, mais n'ont recours aux outils spécifiques qu'en cas de besoin, ce qui est le cas d'une petite proportion des visiteurs. En termes d'efficacité, cela signifie que le site aurait principalement un effet sur la *health literacy* des jeunes, soit sur leur culture générale dans les domaines liés à la santé. En ce sens, le site remplirait un rôle de prévention primaire dont les adolescents eux-mêmes ne se rendent pas forcément compte (les jeunes interrogés ne pensent pas que le site peut leur permettre d'éviter des problèmes). En effet, des jeunes avec de bonnes connaissances sont moins enclins à développer des comportements à risque dans les domaines concernés.
- La possibilité de poser des questions à des spécialistes confère au site un rôle d'information plus spécifique, une possibilité d'accompagnement individualisé. Les jeunes qui ont un problème ou une question précise peuvent recourir à *ciao.ch* pour résoudre leur problème, trouver des réponses ou être orientés vers un autre service, mais le caractère généraliste du site semble primer sur cet aspect plus individuel. Même s'il n'est pas mobilisé par tous les utilisateurs, ce service relève du rôle de prévention secondaire de CIAO : les jeunes qui ont un problème peuvent recourir au site pour tenter de résoudre celui-ci ou éviter qu'il ne s'aggrave, et pour s'assurer de prendre les bonnes décisions<sup>11</sup>.
- Le fait de bénéficier de l'avis de professionnels et d'informations fiables et accessibles, sont des aspects qui semblent fondamentaux aux yeux des jeunes. Ce résultat démontre que l'efficacité du site (et par là aussi son appréciation par les jeunes) est donc directement liée à ces aspects. Et si les jeunes pensent que le rôle du site est de leur permettre une certaine indépendance, il faut continuer à leur fournir un outil remplissant ces critères essentiels.
- Les réponses aux questions sur l'utilité et l'effet du site, ainsi que les remarques laissées en fin de questionnaire par les répondants démontrent que les personnes qui ne connaissent pas le

---

<sup>10</sup> Par opposition, nous entendons par fonctions « interactives » celles qui permettent aux jeunes d'interagir directement entre eux : forums, témoignages, *tchats*

<sup>11</sup> Notons ici qu'il aurait été intéressant de poser une série de questions préliminaires sur l'état de santé des jeunes et sur leur perception de leurs problèmes liés à la santé (est-ce qu'ils se posent souvent des questions, est-ce qu'ils pensent « avoir des problèmes » dans une série de domaines –alcool, tabac, relations, famille, etc.-).

site ont tendance à le voir comme étant réservé aux adolescents « à problèmes » qui n'auraient pas d'autre soutien à disposition, ou qui auraient par exemple des problèmes d'alcool ou de dépression (voir remarques des jeunes en ANNEXE 3). Pour lutter contre cette idée reçue qui prive certainement CIAO de nombreux bénéficiaires potentiels, il conviendrait de renforcer l'image positive du site, en confirmant le statut qu'il a auprès des jeunes, à savoir celui d'un site d'information qui peut les aider à améliorer leurs connaissances, à répondre à leurs questions et, le cas échéant, à régler ou à prévenir un problème concret grâce aux questions-réponses. L'image négative d'un site réservé aux adolescents isolés ou mal dans leur peau est à rectifier pour élargir l'audience de ciao.ch.

- Comme nous l'avons démontré à plusieurs reprises au cours de l'analyse, les filles et les plus jeunes des adolescents interrogés sont en général plus réceptifs à l'offre de CIAO. S'il était d'ores et déjà connu que les utilisateurs du site sont majoritairement des filles, la question de l'âge serait intéressante à prendre en compte également. Dans cette optique et en lien avec les divers résultats discutés ci-dessus, il convient de se poser la question d'une éventuelle redéfinition du public-cible, et de la manière de sensibiliser et de promouvoir le site auprès de ce public.

## 4.3 Enquête auprès des professionnels

### 4.3.1 Description de la population

Rappelons tout d'abord qu'en ce qui concerne les données récoltées auprès des professionnels, le nombre restreint de questionnaires remplis ainsi que l'absence de données fiables relatives aux caractéristiques de la population étudiée font qu'il n'est ni souhaitable, ni possible de calculer des pondérations. De ce fait, les résultats obtenus à partir des données des professionnels ne doivent pas être considérées comme représentatifs de la population, mais plutôt comme les avis, non généralisables, exprimés par certaines personnes indirectement concernées par ciao.

L'échantillon final est composé de 126 professionnels, dont 32 répondants CIAO. Les femmes sont légèrement plus représentées que les hommes, et la majorité des répondants (63.5%) a plus de 40 ans. La tranche d'âge la plus importante est celle des 50 ans et plus, qui représente presque 40% de l'échantillon total.

Etant donné que 70% de l'échantillon exerce dans le canton de Vaud (en raison de la méthode d'échantillonnage), cette donnée n'a pas été incluse dans le tableau 30 ci-dessous ni prise en compte plus loin dans les analyses.

Les domaines d'activité sont plutôt bien équilibrés, avec une légère surreprésentation des professionnels du domaine de l'éducation. Notons que pour certains répondants, leur champ d'activité était parfois « à cheval » entre ces différents domaines et ceux-ci ont donc sélectionné le plus important.

**Tableau 29** Population professionnels

	Total (N=126)	%
<b>Professionnels</b>	94	74.6
<b>Répondants CIAO</b>	32	25.4
<b>Femmes</b>	70	55.6
<b>Hommes</b>	56	44.4
<b>20-29 ans</b>	22	17.5
<b>30-39 ans</b>	24	19.0
<b>40-49 ans</b>	30	23.8
<b>50 ans et plus</b>	50	39.7
<b>Médical</b>	41	33.3
<b>Educatif</b>	49	39.8
<b>Social</b>	33	26.8
<b>Ont visité CIAO au moins une fois</b>	76	60.3
<b>Ont visité CIAO plusieurs fois</b>	59	46.8

Au moment de l'enquête, 46,8% des répondants ont déjà visité le site plusieurs fois. En croisant ce résultat avec le sexe et le domaine d'activité, le tableau 31 montre des tendances intéressantes (nous considérons comme utilisateurs du site les professionnels s'y étant rendus plusieurs fois) :

**Tableau 30** Utilisateurs du site selon le sexe et la profession

	Utilisateurs du site (%)
<b>Femmes (N=70)</b>	58.6
<b>Hommes (N=56)</b>	32.1
<b>Médical (N=41)</b>	48.8
<b>Educatif (N=49)</b>	28.6
<b>Social (N=33)</b>	69.7

Alors que presque 60% des femmes interrogées se sont déjà rendues plusieurs fois sur le site au moment de l'enquête, c'est le cas pour seulement 32% des hommes. Malgré la taille réduite de l'échantillon, le tableau 31 démontre également que la moitié des médecins utilise le site, que moins de 30% des enseignants s'y sont déjà rendus plusieurs fois, et que presque 70% des professionnels du domaine social y ont recours.

Plus loin, nous tenterons de déterminer si ces différences sont liées à un besoin (site comme outil utilisé dans la pratique professionnelle), à la notoriété du site (i.e., par exemple, les enseignants

sont moins nombreux à entendre parler du site), ou encore à l'appréciation du service par les professionnels.

## 4.3.2 Analyses

### 4.3.2.1 Rôle dans le dispositif

Afin d'évaluer la pertinence du site aux yeux des professionnels travaillant au contact des 13-20 ans, nous avons cherché à savoir quelle était leur représentation des besoins des jeunes et de leurs préoccupations. Pour cela, nous leur avons demandé, pour les mêmes thématiques que celles proposées dans le questionnaire « jeunes », dans quelle mesure ils considéraient ces sujets comme étant préoccupants pour les adolescents.

**Tableau 31** Thématiques préoccupantes pour les jeunes

Thématiques (N=126)	Je ne sais pas (%)	Pas préoccupant du tout (%)	Pas très Préoccupant (%)	Assez Préoccupant (%)	Très préoccupant(%)
Sexualité	2.4	-	3.2	46.0	48.4
Alcool et drogues	3.2	0.8	21.4	54.8	19.8
Tabac	4.0	6.3	3.3	42.0	14.3
Stress	2.4	4.8	23.8	50	19.0
Estime de soi	1.6	0.8	7.9	44.4	45.2
Dépression, anxiété	3.2	4.8	27.8	50	14.3
Famille	0.8	2.4	37.3	45.2	14.3
Santé physique	4.8	16.7	41.4	25.4	4.8
Problèmes de poids	1.6	7.9	24.6	52.4	13.5
Violence	4.0	2.4	36.5	46.8	10.3
Travail, école, études	2.4	1.6	19.8	54.8	21.4
Argent	7.1	1.6	31.0	49.2	11.1
Religion	12.7	38.9	37.3	7.9	3.2
Relations amoureuses	2.4	2.4	4.8	43.6	46.8
Racisme	6.3	9.5	44.4	31.7	7.9

Les professionnels sont nombreux à penser que les thématiques « sexualité », « estime de soi » et « relations amoureuses » sont préoccupantes pour les jeunes. A l'opposé, « santé physique », « violences » et « religion » sont perçus comme étant peu importantes. La thématique de la religion est celle qui suscite le plus d'interrogations.

Comparons à présent la représentation des professionnels avec les préoccupations soulevées par les jeunes :

**Tableau 32** Thématiques les plus importantes pour les jeunes et pour les professionnels

Jeunes (consultées « très souvent »)	Professionnels (perçues comme « très préoccupantes »)
Problèmes de poids Travail et école	Sexualité
Dépression, anxiété	Relations amoureuses
Relations amoureuses	Estime de soi
Santé physique	Travail et école
Sexualité	Alcool et drogues
Relations amicales	Stress
Stress	Tabac Dépression, anxiété Famille
Argent	Problèmes de poids
Estime de soi	Argent
Famille	Violence
Alcool et drogues	Racisme
Tabac	Santé physique
Racisme	Religion
Violence	
Religion	

Ce tableau démontre que les professionnels ont une représentation qui se rapproche plutôt bien des préoccupations des jeunes (n.b. nous avons considéré ici le « classement » des thématiques pour les recherches sur Internet en général, et non pas les thématiques populaires sur [ciao.ch](http://ciao.ch), qui présentent des tendances un peu différentes). Toutefois, ils sous-estiment largement l'importance des thématiques liées aux problèmes de poids et à la santé physique et psychique (dépression et anxiété). Par contre, ils surestiment l'importance de la thématique « alcool et drogues ».

Ce résultat permet d'appuyer la pertinence du site et son rôle de complément pour les professionnels. [Ciao.ch](http://ciao.ch) peut être un soutien important pour les professionnels travaillant avec les jeunes, dans la mesure où il complète leur rôle en fournissant aux jeunes des informations fiables dans des sujets qui ne peuvent pas toujours être abordés en détail dans le contexte où le professionnel exerce (enseignement, visite médicale, etc.).

D'après les professionnels interrogés, lorsque les jeunes se posent des questions ou rencontrent des problèmes dans ces différents thèmes, les aspects les plus importants sont le fait de se sentir soutenus par leurs pairs et de ne pas se sentir jugés. Le fait de pouvoir aborder des sujets délicats sans crainte est également un aspect important.

**Tableau 33 Aspects perçus comme importants pour les jeunes**

Aspects importants pour les jeunes (N=126)	Je ne sais pas (%)	Pas important du tout (%)	Pas très important (%)	Assez important (%)	Très important (%)
Se sentir soutenus par leurs pairs	-	-	1.6	27.0	71.4
Se sentir soutenus par des adultes	-	-	11.1	58.7	30.2
Savoir qu'ils ne sont pas seuls dans cette situation	0.8	0.8	6.3	46.0	46.0
Ne pas se sentir jugés	0.8	-	6.3	23.0	69.8
Pouvoir rester anonymes	1.6	2.4	20.6	41.3	34.1
Pouvoir trouver des réponses et des solutions par eux-mêmes	4.8	4.0	25.4	44.4	21.4
Pouvoir solliciter l'avis d'un professionnel	0.8	3.2	27.0	51.6	17.5
Pouvoir aborder des sujets délicats sans crainte	-	-	4.0	44.4	51.6

Le fait de pouvoir trouver des réponses par eux-mêmes et de solliciter l'avis de professionnels semble un peu moins essentiel. Ce résultat, bien qu'il soit à nouveau à prendre avec le recul nécessaire, démontre tout de même que les professionnels travaillant avec les jeunes perçoivent chez eux un besoin d'interactivité et d'échange plus important que celui d'indépendance et de soutien de la part des professionnels. Si les besoins des jeunes vont effectivement dans ce sens, ciao.ch semblerait avoir un intérêt à mettre l'accent sur les outils qui permettent cette dimension « soutien entre pairs », tout en maintenant l'anonymat des jeunes qui ont recours au site.

#### 4.3.2.2 Notoriété

Dans la section précédente, nous avons considéré l'avis des professionnels sur ce qui préoccupe les jeunes et sur les aspects importants pour ces derniers lorsqu'ils cherchent à résoudre leurs problèmes ou répondre à leurs questions liées à la santé. A présent, nous allons considérer la notoriété du site auprès des professionnels eux-mêmes.

**Tableau 34 Notoriété du site auprès des professionnels**

		N
<b>Professionnels (N=94)</b>	Connaissent le site	61
	Ne connaissent pas le site	33
	Ont déjà visité le site une fois	17
	Ont déjà visité le site plusieurs fois	37
	N'ont jamais visité le site	7
<b>Répondants CIAO (N=32)</b>	Utilisent le site dans le cadre professionnel	22
	Utilisent le site dans le cadre privé et professionnel	4
	N'utilisent pas le site	6

Tout d’abord, il est intéressant de noter que parmi les 61 professionnels qui connaissent le site, 17 ne s’y sont rendus qu’une seule fois, et 7 n’y sont jamais allés. Parmi les partenaires de CIAO, 6 n’utilisent pas le site en-dehors de leur activité de répondant. Les raisons invoquées sont principalement et comme pour les jeunes, le fait de ne pas y avoir pensé (41.2%) et de ne pas en avoir eu besoin (35.3%). Les personnes qui ont coché l’option « autre » invoquent également le manque de temps, et les autres ressources et sollicitations. Quant aux répondants qui n’utilisent pas le site en-dehors de leur activité pour CIAO, en plus du manque de temps et du fait de ne pas y penser spontanément, ils invoquent surtout le fait qu’ils préfèrent recommander le site plutôt que l’utiliser eux-mêmes.

Parmi les 33 professionnels qui ne connaissent pas le site, 21 pensent aller le visiter après en avoir lu une brève présentation. Les 12 personnes ne pensant pas s’y rendre invoquent des raisons diverses, mais l’item « c’est un site pour les jeunes, cela ne me regarde pas », a été sélectionné par 5 d’entre eux.

**Tableau 35 Raisons qui poussent les professionnels à visiter le site**

Pour quelles raisons avez-vous visité le site ou prévoyez-vous de le faire ?	Oui (%)			
	Médical (N=34)	Educatif (N=35)	Social (N=30)	Total (N=99)
Juste pour voir de quoi il s’agit	76.4	85.7	63.3	75.8
Pour chercher des informations, me documenter sur un sujet	50.0	45.7	83.3	58.5
Pour voir quelles questions sont posées par les jeunes	88.2	62.9	86.7	78.8
Pour pouvoir le recommander aux jeunes avec lesquels je travaille	97.1	82.9	76.7	85.8
Pour pouvoir l’utiliser comme source d’informations dans mon métier	53.0	62.9	83.3	65.7
Pour vérifier la qualité des informations	38.2	22.9	50.0	36.4
Pour trouver des liens ou des adresses	58.8	48.6	50.0	52.6
Pour trouver des idées, des pistes de réflexion	54.7	57.2	80.0	66.6

Pour les 99 personnes ayant déjà visité le site ou prévoyant de le faire, les trois raisons les plus invoquées pour avoir eu envie de visiter le site sont le fait de vouloir le recommander aux jeunes avec lesquels ils travaillent, de voir quelles sont les questions posées par les jeunes, ou simplement de voir de quoi il s’agit.

Les raisons les moins souvent invoquées sont le fait de vouloir vérifier la qualité des informations et trouver des liens ou des adresses.

Il est très intéressant de constater les importantes différences existant entre les trois domaines d’activité : les professionnels du domaine médical se rendent presque tous (97%) sur le site pour pouvoir le recommander ensuite aux jeunes avec lesquels ils travaillent, et très peu pour se renseigner. Les professionnels de l’éducation y vont surtout par curiosité, et les professionnels du

domaine social s’y rendent beaucoup pour chercher des informations, pour se documenter dans le cadre de leur métier, et pour trouver des idées et des pistes de réflexion.

Afin de compléter l’évaluation de la notoriété du site auprès des professionnels, nous leur avons demandé de juger de la qualité de la promotion et de l’information sur l’existence des sites du type ciao.ch. Les répondants sont relativement nombreux (15%) à juger l’information insuffisante contre moins de 5% qui la jugent largement suffisante. Il n’y a pas de différence significative visible entre les différents domaines d’activité.

**Tableau 36** Qualité de l’information sur les sites du type ciao.ch

Qualité de l’information sur les sites du type ciao.ch	Médical (N=41)	Educatif (N=49)	Social (N=33)	Total (N=123)
Insuffisante	8	7	4	19 (15.4%)
Plutôt insuffisante	20	26	13	59 (47.9%)
Plutôt suffisante	9	15	15	39 (31.7%)
Largement suffisante	4	1	1	6 (4,9%)

#### 4.3.2.3 Effet

Lorsque l’on demande aux professionnels dans quelle mesure CIAO et ses outils peuvent avoir un impact positif, on constate que l’efficacité du site repose, selon eux, surtout sur son rôle d’information. L’impact positif serait en premier lieu lié à l’amélioration des connaissances des jeunes dans les thématiques proposées, mais également à leur comportement. Par contre, le site n’aurait, selon les répondants, qu’une influence limitée sur la pratique professionnelle ainsi que sur l’entourage des jeunes.

**Tableau 37 Impact positif de ciao.ch**

CIAO peut avoir une influence positive sur (N=10712)	Pas du tout (%)	Plutôt non (%)	Plutôt oui (%)	Tout à fait (%)
Les connaissances théoriques des jeunes dans les thèmes proposés	-	2.8	61.7	35.5
Le comportement des jeunes dans les thèmes proposés	-	6.5	76.6	16.8
La santé mentale des jeunes (estime de soi, confiance, relations aux autres, etc.)	-	14.0	58.9	27.1
La santé physique des jeunes (problèmes de poids, sexualité, etc.)	-	14.0	65.4	20.6
L'autonomie des jeunes	1.9	14.9	63.5	19.6
Le bon déroulement de votre pratique professionnelle	6.5	29.9	53.3	10.3
L'entourage des jeunes qui s'en servent	1.9	20.6	67.3	10.3

Parmi les professionnels interrogés, 99 recommandent le site (ou projettent de le faire suite à l'enquête) aux jeunes avec lesquels ils travaillent et/ou aux parents de ces jeunes et/ou à leurs collègues. Concernant les raisons qui les poussent à vouloir recommander le site, celles qui remportent le plus d'adhésion sont le fait que le site complète le travail des professionnels et le fait que, selon eux, les jeunes apprécient de pouvoir poser des questions anonymement et d'avoir accès à des outils interactifs.

Les raisons les moins souvent invoquées sont le fait que le site puisse *mieux* répondre aux jeunes que les professionnels, avec des informations qui ne se trouvent parfois pas ailleurs et sont prises plus au sérieux par les jeunes.

**Tableau 38 Raisons invoquées pour recommander le site**

Raisons pour recommander le site (N=99)	D'accord (%)
C'est un outil qui complète le travail des professionnels	95.0
Cela favorise l'autonomie des jeunes	86.9
Certaines informations ne se trouvent pas ailleurs	61.6
La possibilité de poser des questions de manière anonyme est importante pour les jeunes	98.0
Les outils interactifs (chat, forum, etc.) sont importants pour les jeunes	97.0
Cela peut faciliter mon travail	75.8
Cela peut aider mes collègues	78.8
Cela peut aider les parents des jeunes qui rencontrent des difficultés	89.9
Le site peut répondre mieux que moi aux questions des jeunes	60.6
Les jeunes prennent les informations plus au sérieux sur Internet	49.5

<sup>12</sup> Ce chiffre englobe les 61 professionnels qui connaissent le site, les 21 qui ne connaissent pas mais qui pensent aller voir par la suite, et les 32 répondants CIAO moins les 7 d'entre eux qui n'utilisent pas le site.

Les professionnels qui ne pensent pas recommander le site (à l'un ou l'autre des trois publics cités ci-dessus), bien qu'ils soient peu nombreux et qu'ils soient en grande majorité en désaccord avec les items proposés, ne le recommandent pas surtout en raison des dérives qui peuvent être liées à Internet, et du fait que les jeunes sont déjà suffisamment connectés sans cela. Par contre, il ne semble pas que les sites d'information prolifèrent ; en effet, le fait qu'il existe déjà assez de sites de ce type et que les jeunes devraient préférer d'autres sources d'information sont évoqués dans moins de 10% des cas.

**Tableau 39 Raisons invoquées pour ne pas recommander le site**

Raisons pour ne pas recommander le site (N=45)	D'accord (%)
Le site ne me plaît pas	11.1
Cela ne va rien changer	13.3
Les jeunes devraient utiliser en priorité d'autres sources d'information	8.9
Les jeunes vont déjà beaucoup trop sur Internet	17.8
Je crains qu'Internet ne finisse par remplacer les professionnels	15.5
Je crains les dérives liées à Internet (isolement, harcèlement, etc.)	24.5
Les jeunes se débrouillent très bien sans cela	15.6
Il existe déjà assez de sites de ce genre	4.5

### 4.3.3 Interprétation des résultats

Comme pour l'enquête auprès des jeunes, les résultats discutés ci-dessous sont développés car leur interprétation appelle à une réflexion approfondie et débouchent parfois sur plusieurs hypothèses. Les résultats qui ne sont pas repris de la section précédente sont, là aussi, ceux pour lesquels les chiffres parlent d'eux-mêmes. Encore une fois, soulignons que les résultats et leurs interprétations sont à considérer comme des pistes de réflexion, ne sont pas généralisables, et à prendre avec le recul nécessaire. En effet, le nombre de répondants à l'enquête « professionnels » (N=126) est extrêmement bas si l'on considère le nombre de personnes contactées, directement ou indirectement (rien que pour les professionnels du domaine médical, plus de 1'000 courriers ont été envoyés). Au-delà de l'analyse de leurs réponses, cela pourrait illustrer un manque d'intérêt personnel pour le site de la part des personnes travaillant au contact du public-cible. Cela d'autant plus que nous avons bien informé les professionnels sur les objectifs de l'étude, à savoir l'optimisation de la qualité du site, dans l'optique d'obtenir un impact positif sur la santé physique et mentale des adolescents.

#### 4.3.3.1 Rôle dans le dispositif

- Lorsqu'il s'agit d'évaluer l'importance pour les jeunes des différentes thématiques liées à la santé, les professionnels interrogés choisissent massivement, à quelques exceptions près, l'option « assez préoccupant ». Il est possible que les personnes interrogées choisissent cette option par défaut (malgré le fait que l'item « je ne sais pas » leur soit proposé) parce qu'il est, même pour eux, difficile de savoir réellement à quoi s'intéressent les adolescents. Il y aurait des sujets particulièrement importants (sexualité et relations amoureuses par exemple), d'autres pas du tout (religion et racisme par exemple), et d'autres, « neutres » (alcool et tabac par exemple), qui pourraient susciter de l'intérêt sans être particulièrement préoccupants. Par ailleurs, les professionnels sont peut-être peu informés sur ce qui préoccupe vraiment les jeunes avec lesquels ils travaillent en-dehors des aspects liés à leur domaine d'activité. Dans les deux cas, CIAO pourrait être pour eux une ressource leur permettant de se renseigner sur le type de questions et de problèmes rencontrés par les adolescents, via les questions posées sur le site et les témoignages notamment.
- Les résultats obtenus dans la comparaison des thématiques mises en avant par les professionnels avec celles mises en avant par les jeunes montrent que les professionnels ont tendance à se raccrocher à leur propre domaine d'activité, en donnant des réponses correspondant à ce qu'ils perçoivent eux-mêmes comme des priorités (par exemple, la thématique « travail et école » paraîtrait essentielle à un enseignant, qui percevrait les thématiques liées à la santé physique comme moins importantes). L'influence de la pratique professionnelle sur la perception des besoins des jeunes confirme que ce dernier agit véritablement en complément de l'action des différents professionnels dont l'activité est liée à la santé des adolescents. En effet, ceux-ci n'ont pas la possibilité de répondre eux-mêmes à l'ensemble des besoins en informations des jeunes avec lesquels ils travaillent ; on ne peut par exemple pas demander à un enseignant de se préoccuper des problèmes de santé de chacun de ses élèves. Le site tient donc ici un rôle de complément et de relais lorsque l'information désirée nécessite un investissement qui dépasse le cadre professionnel, ou lorsque l'adolescent ne désire pas impliquer ses pairs et ses parents. Les professionnels ayant leur propre représentation de ce qui préoccupe les jeunes, nous pouvons donc dire que ciao.ch peut les aider à *comprendre* encore mieux les jeunes au-delà de leur champ de connaissances professionnel, à compléter leurs connaissances sur les préoccupations des jeunes dans les domaines qui ne sont pas les leurs.
- Malgré la difficulté de cerner précisément les préoccupations des adolescents, nos répondants travaillent avec eux et pour eux au quotidien, et sont donc particulièrement bien placés pour observer l'évolution de leurs modes de vie. Ainsi, si les professionnels interrogés soulignent l'importance du soutien des pairs (via des outils interactifs en ligne notamment) et de l'anonymat, il faut effectivement retenir ces aspects et réfléchir à la meilleure manière de les développer. Mais attention, comme il l'a été largement démontré dans la littérature à ce sujet, proposer des outils interactifs nécessite un contrôle strict, une « autonomie surveillée », et ce d'autant plus lorsqu'il s'agit de questions liées à la santé. CIAO opère depuis toujours ce contrôle sur ce qui se dit et s'échange sur le site, et doit maintenir ce principe pour éviter toute dérive.

#### 4.3.3.2 Notoriété et appréciation

- Les professionnels auraient envie de voir davantage de promotion autour des sites du type ciao.ch, mais il est rare qu'ils se rendent eux-mêmes sur ces sites, ne serait-ce que par curiosité. Les professionnels travaillant avec et pour les 13-20 ans peuvent-ils s'attrister du manque d'informations autour de ces sites, tout en ne s'intéressant pas à leur contenu ? Si les professionnels recommandent le site mais sont peu nombreux à s'y rendre, cela peut être parce qu'ils y voient un outil qui les « décharge ». Ils s'en remettent en quelque sorte à CIAO, plutôt que de s'impliquer dans la compréhension des besoins des jeunes et de la manière dont il est possible de les soutenir. En soi, c'est un indicateur positif pour CIAO, car cela dénote une certaine confiance de la part des professionnels. Mais il ne faudrait pas que ceux-ci s'y appuient au point de ne pas chercher à s'impliquer dans les sujets qui préoccupent les jeunes ; il est important qu'ils aient également un regard critique, bénéfique pour l'amélioration continue du site, sur ce qui est proposé aux jeunes pour les soutenir au quotidien.
- La notoriété du site auprès des professionnels semble largement conditionnée par leur propre utilisation du site : les médecins le recommandent beaucoup à leurs patients, les professionnels du domaine social y ont eux-mêmes recours dans leur pratique quotidienne, et les enseignants y jettent un coup d'œil par curiosité. Ce résultat permet de relativiser l'apparent manque d'intérêt des professionnels pour le site : cela démontre qu'au-delà de l'utilité du site pour les jeunes, il tient également un rôle pour les professionnels eux-mêmes, qui diffère d'un domaine d'activité à l'autre.
- La question de la qualité de l'information sur ce type de sites nous permet de relever encore une fois ce décalage qui existe entre l'enthousiasme des professionnels et leur demande pour plus de promotion, et le fait qu'ils soient très peu nombreux à avoir pris le temps de répondre au questionnaire. De plus, ceux qui l'ont fait disent ne pas avoir le temps pour aller voir le site, alors que les personnes qui ont répondu au questionnaire sont logiquement les personnes qui sont aussi les plus enthousiastes quant au principe.

#### 4.3.3.3 Effet

- Les résultats obtenus auprès des professionnels confirment ceux que l'on a obtenus auprès des jeunes : l'impact perçu du site s'opérerait surtout sur la *health literacy*, et se situerait plutôt au niveau individuel (et peu au niveau de l'entourage des jeunes et de la pratique professionnelle). Il est intéressant de souligner ici que beaucoup de professionnels pensent que le site peut améliorer les connaissances théoriques des jeunes dans les domaines concernés, mais qu'ils sont peu nombreux à considérer qu'il peut leur faire gagner en autonomie. Leur rôle, essentiel, serait donc *complété* par les outils du type ciao.ch. Ce résultat s'inscrit tout à fait dans la lignée de ce qu'en dit la littérature : les outils en ligne permettent d'améliorer les connaissances (d'autant plus lorsque l'information est fiable, professionnelle et contrôlée), et d'orienter les jeunes vers les services « hors-ligne » qui interviennent lorsqu'il s'agit de résoudre les problèmes concrets. Dans cette optique de prolongement et de complémentarité entre le rôle d'accompagnement de CIAO et celui des professionnels, l'éventuelle redéfinition du site peut donc passer par un développement des outils interactifs, importants pour les adolescents de nos jours.

# 5

## Conclusions et recommandations



# 5 Conclusions et recommandations

## 5.1 Limites et objectifs de l'étude

Les questions d'évaluation générales posées au début de l'étude (définies davantage comme un « fil rouge » pour le développement de l'enquête) ont donc débouché sur des éléments de réponse concrets, mais il n'est malheureusement pas possible de cerner tous les besoins et tous les enjeux de manière précise et exhaustive.

Par exemple il n'est pas envisageable, dans le cadre d'une étude comme celle-ci, de cerner l'*impact* du site en termes de santé publique, ce qui reviendrait à étudier dans quelle mesure les 13-20 ans qui utilisent le site sont en meilleure santé (au sens large) que ceux qui ne l'utilisent pas. Toutefois, l'enquête menée auprès des jeunes a par exemple permis de proposer des pistes de réflexion sur ce qui intéresse les jeunes, de récolter des indices sur les publics plus ou moins réceptifs à l'offre de CIAO, ou encore de réfléchir autour des possibles manières d'optimiser cette offre afin de garantir sa notoriété et son efficacité.

La présente évaluation comprend un certain nombre de biais méthodologiques et de limites, rendant parfois l'interprétation des résultats délicate. Bien que les analyses aient toujours été effectuées avec la plus grande objectivité possible, les résultats sont à prendre avec le recul nécessaire ; les chiffres obtenus sont souvent basés sur un nombre de répondants peu élevé et ne permettent donc pas de généralisations. La forme de l'enquête (choix des questions, de leur contenu et de leur forme lors de l'élaboration du questionnaire) ainsi que les limites liées à l'échantillonnage et à la validité des réponses ont conduit à des hypothèses empiriques qui peuvent être tout à fait contestables. Les résultats et leur interprétation doivent faire l'objet d'une réappropriation par l'équipe et le comité de CIAO, et fonctionner comme des indices qu'il est possible d'adapter et de développer en fonction des objectifs visés (voir objectifs CIAO sur cinq ans fixés en 2013 et énoncés en introduction, et objectifs de l'évaluation).

Les résultats et leurs limites démontrent par exemple qu'il serait intéressant, dans le cadre d'une étude plus conséquente<sup>13</sup> que nous n'étions pas en mesure de mener ici, de faire le lien entre l'état de santé physique et mentale des jeunes (bien-être psychologique, présence de maladies fréquentes ou chroniques, contexte familial et émotionnel, etc.) et leur utilisation et perception de ciao.ch. En effet, la littérature établit que les jeunes qui ont plus de problèmes ont davantage recours aux outils du type ciao.ch, alors que les autres les utiliseraient par curiosité. Ce constat est un exemple parmi d'autres de ce qui peut aider l'association à prolonger les réflexions en la matière afin de garantir une offre optimale à ses utilisateurs actuels et potentiels.

---

<sup>13</sup> Voir une étude qualitative, plus restreinte

## 5.2 Bilan des résultats

### 5.2.1 Revue de littérature

Ciao.ch offre aux jeunes la possibilité de bénéficier d'informations thématiques, fiables et spécifiques, de poser des questions à des professionnels, et de partager leurs expériences et leurs inquiétudes avec leurs pairs via des outils interactifs. Cela leur confère une autonomie accrue dans la gestion de leurs problèmes et questionnements liés à la santé, et peut leur permettre d'être redirigés vers les services appropriés en cas d'urgence ou de besoin. Ces deux aspects ont une répercussion positive directe sur le système de santé, car des jeunes avec de bonnes connaissances en matière de santé n'auront recours aux services de professionnels qu'en cas de besoin, et seront capables de gérer les « petits bobos » par eux-mêmes. A l'inverse, si une personne vient sur ciao.ch en sous-estimant la gravité de son problème, celle-ci sera dirigée vers un professionnel compétent. CIAO est donc un complément aux structures (préventives et curatives) traditionnelles, contemporain et adapté à son public. Il cumule l'expertise et le contrôle par les professionnels et les avantages spécifiques aux outils en ligne, tels que l'anonymat et l'absence de barrières sociodémographiques.

### 5.2.2 Enquête par questionnaire

Notre échantillon est de 1'512 jeunes, dont 54% de filles, et 75% de 12-15 ans. Ces jeunes, parmi lesquels 1'300 ont répondu à l'enquête dans le cadre de l'école, sont 60% à préférer aller sur Internet sur leur Smartphone. Internet est une source d'informations adaptées, gratuites et faciles à comprendre, qui garantit aux jeunes la possibilité d'évoquer et de partager leurs inquiétudes sans tabou et sans peur du jugement.

Parmi les 1'300 jeunes ayant répondu dans le cadre de l'école, 22% ont déjà entendu parler du site, et parmi eux 25% l'ont déjà visité. Parmi les 78% qui ne connaissent pas le site, 52% pensent s'y rendre après en avoir lu une présentation et après avoir répondu au questionnaire. Les filles et les plus jeunes des répondants sont les plus nombreux à souhaiter se rendre sur le site.

Le principal vecteur de promotion du site est l'école (71% des utilisateurs l'ont découvert dans le cadre de l'école, par un enseignant ou par l'infirmière scolaire), et la principale raison de la première visite sur le site est la curiosité, pour 54% des répondants. Les personnes qui ne souhaitent pas se rendre sur le site sont 62% à penser qu'ils n'en ont simplement pas besoin car ils n'ont pas de questions ou de problèmes particuliers.

Les fonctions de ciao.ch les plus appréciées par les utilisateurs sont les questions-réponses, l'application mobile (qui est aussi, paradoxalement, la fonction la plus souvent inconnue des répondants), les rubriques d'information et les témoignages. Ces fonctions sont utilisées « à chaque fois ou presque » par, respectivement, 29, 15, 11 et 10% des utilisateurs. L'apparence du site est l'aspect qui suscite le moins d'enthousiasme de la part des utilisateurs qui ne sont que 17% à la qualifier d'« excellente » (les autres aspects tels que l'utilité et la qualité des informations récoltant quant à eux entre 32 et 42% d'« excellent »). Les thématiques les plus

consultées sont la sexualité, les relations et l'estime de soi, avec, respectivement 27, 18 et 15% des utilisateurs qui disent les consulter « à chaque fois ou presque ».

Une large majorité (80%) des utilisateurs interrogés pense que ciao.ch peut satisfaire leur curiosité, mais aussi les aider à prendre les bonnes décisions (69%), résoudre leurs problèmes et éviter qu'ils ne s'aggravent (respectivement 66 et 63%). L'autonomie que leur confère le site (pouvoir se débrouiller lorsqu'ils ont des questions ou des problèmes) ainsi que la possibilité de bénéficier de l'avis d'un professionnel sans consulter de médecin sont les rôles principaux attribués au site par ses utilisateurs (respectivement 80 et 71%).

Les utilisateurs du site pensent que celui-ci est utile pour tous les jeunes (38%). Pour 41% d'entre eux, il est même « utile, et pas seulement pour les jeunes ». Les non-utilisateurs quant à eux le perçoivent à 36% comme un site utile uniquement aux jeunes qui ont des problèmes, voire comme inutile, pour 9% d'entre eux.

Les professionnels interrogés (N=126) sont 60% à avoir déjà consulté le site au moins une fois. Ce dernier bénéficie d'une plus grande notoriété auprès des femmes (58% en sont utilisatrices contre 32% des hommes). L'intérêt du site varie selon les domaines d'activité : les professionnels du domaine social y ont beaucoup recours à titre personnel (83% d'entre eux l'utilisent comme source d'information), les professionnels du domaine médical qui connaissent le site sont 97% à le recommander à leurs patients, et les enseignants sont avant tout (86%) curieux de voir de quoi il s'agit.

Les professionnels estiment que le site opère principalement un effet sur les connaissances des jeunes qui s'en servent (35% répondent « tout à fait »), mais qu'il a également dans une certaine mesure un impact positif sur leur santé mentale (27%) et physique (21%) ainsi que sur leur autonomie (20%). 95% d'entre eux perçoivent CIAO comme un outil pouvant compléter le travail des professionnels.

La prestation proposée par CIAO via le site ciao.ch répond donc à une réelle demande : un quart des adolescents romands interrogés connaît le site, et la moitié de ceux qui ne le connaissent pas souhaitent s'y rendre après avoir reçu des informations sur son contenu. Les effets perçus par les jeunes qui l'utilisent démontrent que le site remplit effectivement un rôle dans le dispositif de santé publique, par l'autonomie qu'il leur confère en leur permettant d'améliorer leurs connaissances en matière de santé, et par la possibilité qu'il leur offre de poser des questions directement à un spécialiste, et de partager des questionnements et/ou des expériences avec leurs pairs. Toutefois, l'enquête nous a également permis de constater une importante évolution de l'utilisation d'Internet et des nouvelles technologies. Nous avons ainsi soulevé la nécessité de rajeunir l'image du site et de l'adapter aux évolutions susmentionnées. Certaines adaptations semblent ainsi indispensables pour ramener ciao.ch « à la mode », afin, d'une part, que les jeunes qui en ont besoin connaissent son existence, et d'autre part, de pouvoir assurer de manière générale un impact positif sur les connaissances des jeunes en matière de santé.

## 5.3 Rôle, notoriété et efficacité de ciao.ch : Recommandations

Concernant les jeunes, nous avons constaté un décalage entre la perception du site qu'en ont les utilisateurs réguliers et celle qu'en ont les personnes qui ne le connaissent pas. Les premiers sont unanimes quant à son utilité, sa qualité et son rôle de soutien au quotidien dans la résolution de leurs éventuels problèmes et pour apporter des réponses à leurs questions. Concernant les seconds, une part significative (plus importante encore dans certaines tranches d'âge) des répondants laisse clairement entendre qu'ils ne sont pas intéressés, et ont parfois tendance à dénigrer le site et ses utilisateurs, ou à répondre volontairement de manière erronée. Si un possible effet de groupe lors de la réponse dans le cadre de l'école (les élèves sont côte à côte en salle d'informatique et peuvent facilement être dissipés et se concerter) est important à garder à l'esprit, cela soulève tout de même le fait qu'il y a un travail à faire sur l'image du site pour le rendre plus attractif.

Un outil comme ciao.ch, dont la légitimité et l'impact potentiel ne sont plus à prouver (confirmé par la revue de littérature et par l'enquête par questionnaire), doit toutefois être mis à jour en fonction de l'évolution des modes de vie de son public, qui a par ailleurs tendance à montrer peu d'intérêt pour ce qui lui est présenté comme des mesures de prévention-santé. Dans cette optique, nous recommandons à l'équipe CIAO de considérer en détail les résultats de l'enquête auprès des jeunes afin de réfléchir au meilleur moyen de réaffirmer la place de ciao.ch dans le dispositif de santé publique (rôle situé dans le prolongement de l'action des autres mesures de santé publique), de travailler sur la promotion et sur l'image du site, le mettre au goût du jour et l'adapter aux besoins et aux envies des adolescents. Dans cette optique et au vu des résultats de cette étude, nous pensons qu'il est nécessaire d'inclure au maximum les jeunes au processus de réflexion s'il on veut en faire un service d'utilité publique.

- **Recommandation 1** : Proposer un moyen d'intégrer concrètement les jeunes au processus de réflexion sur l'adaptation de l'offre de CIAO.

Comme nous l'avons développé lors de la discussion des résultats, il semblerait qu'une redéfinition de l'âge du public-cible du site serait appropriée, à une époque où les technologies et l'accessibilité des informations influencent largement et de plus en plus précocement la *health literacy* des adolescents. Cibler les plus jeunes pour les guider dans leurs débuts sur Internet et dans l'acquisition des connaissances en matière de santé leur permettant d'éviter les comportements à risque pourrait primer sur le fait d'essayer de « coacher » des jeunes qui ont déjà de nombreuses connaissances et de nombreuses ressources à mettre en œuvre dans ce domaine. Par ailleurs, les résultats démontrent également que le site bénéficie d'une plus grande notoriété auprès des filles qu'auprès des garçons. Le public-cible n'est donc pas uniformément réceptif à l'offre de CIAO, or il est essentiel pour garantir son impact de toucher toutes les personnes qui pourraient en avoir besoin.

- **Recommandation 2** : Revoir à la baisse l'âge du public-cible, en incluant les 10-12 ans et en considérant l'évolution des connaissances et des mœurs des adolescents de tout âge induite par les nouvelles technologies.

- **Recommandation 3 :** Réfléchir à la manière de « capter » l'ensemble du public-cible, y compris la partie la moins réceptive (les garçons et les adolescents plus âgés notamment), afin que tous les jeunes qui pourraient en avoir besoin soient informés de l'existence du site.

D'un point de vue plus pratique, nous avons constaté que le site était relativement peu connu du public-cible, et peu utilisé par les personnes qui le connaissent. En effet, ciao.ch semble passer après d'autres sources d'information, notamment parce qu'il ne marque pas assez les esprits et qu'il souffre d'une image négative auprès de certains jeunes. Afin d'en améliorer la notoriété, d'asseoir sa place dans le dispositif de santé publique, et d'en garantir l'efficacité il est donc important d'adapter le site et ses outils aux nouvelles technologies et de le moderniser, en fonction de ce qui plaît aux adolescents aujourd'hui.

- **Recommandation 4 :** Adapter l'interface et les fonctions du site aux appareils et navigateurs mobiles, et travailler sur un design clair et attractif.
- **Recommandation 5 :** Optimiser l'interactivité du site, tout en conservant le contrôle sur la qualité des informations et l'anonymat.

Les résultats en termes d'effet démontrent que ciao.ch remplit à la fois un rôle de prévention primaire et de prévention secondaire. Le premier repose sur la mise à disposition d'informations fiables, adaptées et spécifiques permettant aux jeunes d'améliorer leurs connaissances en matière de santé et donc de prévenir d'éventuels problèmes ou comportements à risque. Le second repose principalement sur les questions-réponses et les outils interactifs, qui permettent aux jeunes avec un problème concret de s'adresser directement à un spécialiste ou à des pairs pour obtenir des conseils et des réponses à leurs questions.

- **Recommandation 6 :** Considérer ces deux aspects (prévention primaire et prévention secondaire) et les utiliser comme cadre pour définir la mission de l'association. Opérer la distinction entre les deux types de prévention lors de la définition des objectifs, afin de renforcer encore les fondements scientifiques des effets attendus.

Concernant les professionnels, l'étude a montré qu'il est important de les aider à se rapprocher au maximum des préoccupations des jeunes avec lesquels ils travaillent. Le fait que les professionnels eux-mêmes passent aussi par le site peut constituer un moyen d'améliorer sa notoriété auprès des jeunes : en faisant connaître le site par les professionnels et en les incitant à s'y intéresser, ceux-ci pourront devenir un vecteur de promotion du site d'autant plus important.

- **Recommandation 7 :** Faire la promotion du site auprès des professionnels afin qu'ils puissent servir de relais vers les jeunes, voire s'y référer eux-mêmes pour s'informer sur les sujets qui préoccupent les adolescents.

## 5.4 Conclusions finales

Ainsi, nous avons pu confirmer par le biais d'une analyse quantitative, certaines tendances que l'on n'avait jusque-là que supposées. En appuyant ces tendances par des indices chiffrés et en les interprétant avec le recul nécessaire, nous avons également été en mesure de proposer des pistes de réflexion plus globales autour de l'identité du site et des possibilités d'améliorer sa notoriété et, de fait, son efficacité.

Grâce à notre triple analyse (revue de littérature, jeunes, professionnels) dont les résultats se corroborent, nous pouvons pour terminer définir ciao.ch comme un outil avec deux aspects distincts, dont chacun revêt à la fois un rôle de prévention primaire et de prévention secondaire :

① **Un site d'information et de conseil** où les utilisateurs peuvent aller librement, individuellement, anonymement et de manière autonome, rechercher des informations fiables et/ou des conseils personnalisés de professionnels en cas de problèmes spécifiques, et améliorer leurs connaissances dans les domaines qui les intéressent ou les préoccupent.

- Rôle de **prévention primaire** : améliorer les connaissances générales et l'autonomie des jeunes dans les thématiques liées à la santé permet d'anticiper et d'éviter d'éventuels comportements à risque, en complément aux autres ressources à leur disposition.
- Rôle de **prévention secondaire** : soutenir et conseiller individuellement les personnes qui rencontrent des interrogations ou des problèmes permet de réduire ces derniers le plus possible et de rediriger les jeunes vers un service compétent si nécessaire.

② **Un outil « connecté » et interactif** où les adolescents peuvent échanger et partager leurs expériences dans les sujets où ils rencontrent des interrogations, des doutes ou des difficultés, le tout dans un esprit d' « autonomie surveillée ».

- Rôle de **prévention primaire** : offrir aux jeunes la possibilité de partager et de lire les questions et témoignages de leurs pairs leur permet de s'informer sur les expériences vécues et sur les comportements à risque, et les aide à prendre les bonnes décisions.
- Rôle de **prévention secondaire** : le partage des expériences et l'échange de conseils pour les jeunes qui rencontrent des problèmes permet d'en réduire les conséquences, et de se soutenir face aux difficultés pour ne pas reproduire les expériences négatives.

Si les résultats de l'étude permettent sans conteste d'attester du rôle et de l'effet que peut avoir un outil comme ciao.ch, ceci n'est possible que si sa notoriété est optimale (i.e., que si l'ensemble des personnes qui pourraient en avoir besoin en ont connaissance). Or, dans le cas de ciao.ch, le pourcentage de personnes qui le connaissent ne permet pas d'affirmer que le site occupe une place importante dans le dispositif de santé publique, même s'il suscite incontestablement un

certain intérêt. Le principal obstacle<sup>14</sup> auquel CIAO fait face est, comme nous l'avons soulevé à plusieurs reprises, le contexte socioculturel dans lequel il s'inscrit : à une époque où les avancées technologiques sont extrêmement rapides et ont une influence directe sur les modes de vie des jeunes, il est impératif de s'adapter en permanence pour que le concept continue à fonctionner. Cette adaptation peut se faire selon 3 axes :

- Design et prise en main : aspect du site modernisé, fonctionnalités optimisées, interface adaptée aux technologies mobiles
- Contenu et outils proposés : thématiques adaptées aux intérêts et préoccupations des jeunes, espaces spécifiques, interactivité renforcée
- Promotion et visibilité : référencement du site, présence sur les réseaux sociaux, promotion auprès des professionnels

Ces conclusions englobent plusieurs aspects, et les recommandations correspondantes demandent un investissement important en termes de réflexion et de temps à consacrer aux éventuels changements. L'équipe et le comité CIAO doivent donc se demander s'il est nécessaire de mettre la priorité sur l'un ou l'autre de ces aspects pour développer, redéfinir et actualiser le site afin de garantir sa pérennité. L'équipe peut pour cela s'appuyer sur l'ensemble des résultats de cette étude<sup>15</sup>, et intégrer à ce processus de réflexion les bénéficiaires actuels et potentiels de ses prestations.

---

<sup>14</sup> En plus de cet obstacle, il ne faut pas négliger le fait que les jeunes ont bien d'autres ressources à mobiliser en-dehors des sites spécialisés.

<sup>15</sup> Y compris la sélection de commentaires et de remarques laissés en fin de questionnaire et disponibles en ANNEXE 3



# 6

## Références



## 6 Références

### INTERNET, INFORMATION-SANTÉ ET ADOLESCENTS

- 1 Conseils en ligne pour les jeunes : quand une offre inspirée de la Romandie séduit les ados alémaniques. *Focus / Promotion Santé Suisse*. 2005(22):21-2.
- 2 Bernhardt JM, Hubley J. Health education and the Internet: the beginning of a revolution. *Health Educ Res*. 2001;16(6):643-5.
- 3 Borzekowski DL. Adolescents' use of the Internet: a controversial, coming-of-age resource. *Adolescent medicine clinics*. 2006;17(1):205-16.
- 4 Borzekowski DL, Rickert VI. Adolescent cybersurfing for health information: a new resource that crosses barriers. *Archives of pediatrics & adolescent medicine*. 2001;155(7):813-7.
- 5 Cline RJ, Haynes KM. Consumer health information seeking on the Internet: the state of the art. *Health Educ Res*. 2001;16(6):671-92.
- 6 Cohall A, Nshom M, Nye A. One chip at a time: using technology to enhance youth development. *Adolesc Med State Art Rev*. 2007;18(2):415-24, xiv.
- 7 de Leeuw JR, de Bruijn M, de Weert-van Oene GH, Schrijvers AJ. Internet and game behaviour at a secondary school and a newly developed health promotion programme: a prospective study. *BMC public health*. 2010;10:544.
- 8 Gray NJ, Klein JD. Adolescents and the internet: health and sexuality information. *Current opinion in obstetrics & gynecology*. 2006;18(5):519-24.
- 9 Gray NJ, Klein JD, Noyce PR, Sesselberg TS, Cantrill JA. Health information-seeking behaviour in adolescence: the place of the internet. *Social science & medicine*. 2005;60(7):1467-78.
- 10 Hansen DL, Derry HA, Resnick PJ, Richardson CR. Adolescents searching for health information on the Internet: an observational study. *Journal of medical Internet research*. 2003;5(4):e25.
- 11 Harvey K, Churchill D, Crawford P, Brown B, Mullany L, Macfarlane A, et al. Health communication and adolescents: What do their emails tell us? *Family Practice*. 2008;25(4):304-11.
- 12 Kim H, Park SY, Bozeman I. Online health information search and evaluation: observations and semi-structured interviews with college students and maternal health experts. *Health information and libraries journal*. 2011;28(3):188-99.
- 13 Leanza F, Hauser D. Teens, Technology, and Health Care. *Primary Care*. 2014;41(3):559-+.
- 14 Mangunkusumo R, Brug J, Duisterhout J, de Koning H, Raat H. Feasibility, acceptability, and quality of Internet-administered adolescent health promotion in a preventive-care setting. *Health Educ Res*. 2007;22(1):1-13.
- 15 Mano RS. Social media and online health services: A health empowerment perspective to online health information. *Computers in Human Behavior*. 2014;39:404-12.

- 16 Moreno MA, Ralston JD, Grossman DC. Adolescent access to online health services: perils and promise. *The Journal of adolescent health : official publication of the Society for Adolescent Medicine*. 2009;44(3):244-51.
- 17 Norman CD, Skinner HA. Engaging youth in e-health promotion: lessons learned from a decade of TeenNet research. *Adolesc Med State Art Rev*. 2007;18(2):357-69, xii.
- 18 Quintero G, Bundy H. "Most of the time you already know": pharmaceutical information assembly by young adults on the internet. *Substance use & misuse*. 2011;46(7):898-909.
- 19 Schweiz. Bundesamt für Gesundheit Ed. et r, Dachverband offene Jugendarbeit Schweiz Ed. et r, Schweizerische Arbeitsgemeinschaft der Jugendverbände Ed. et r, Gander M. *Prévention dans le travail avec les jeunes : qu'avons-nous appris ?* Berne: Office fédéral de la santé publique; 2005. 76 p. p.
- 20 Sillence E, Briggs P, Harris PR, Fishwick L. How do patients evaluate and make use of online health information? *Social science & medicine*. 2007;64(9):1853-62.
- 21 Skinner H, Biscope S, Poland B, Goldberg E. How adolescents use technology for health information: implications for health professionals from focus group studies. *Journal of medical Internet research*. 2003;5(4):e32.
- 22 Skinner HA, Maley O, Norman CD. Developing Internet-Based eHealth Promotion Programs: The Spiral Technology Action Research (STAR) Model. *Health Promotion Practice*. 2006;7(4):406-17.
- 23 Stout PA, Villegas J, Kim H. Enhancing learning through use of interactive tools on health-related websites. *Health Educ Res*. 2001;16(6):721-33.
- 24 Sucht S. *Alles klar ? : Suchtmittelkonsum und Umgang mit Neuen Medien bei 13- bis 15-Jährigen*. 2015:15 S.
- 25 Surís J-C, Akre C, Berchtold A, Fleury-Schubert A, Michaud P-A, Zimmermann G. *Ado@ Internet. ch: Usage d'internet chez les adolescents vaudois*. Lausanne: Institut universitaire de médecine sociale et préventive. 2012.
- 26 Weisman J. Novel implementations of information technology in support of adolescent health knowledge acquisition: 2 cases. *Adolesc Med State Art Rev*. 2007;18(2):231-45, ix.

## EVALUATIONS D'INTERVENTIONS SPÉCIFIQUES

### Santé sexuelle

- 27 Bluzat L. *Prévention, vie affective et sexuelle : l'information passe aussi par les réseaux sociaux. Éducation à la sexualité, du social à l'intime : l'émergence d'Internet et des réseaux sociaux*. 2012(418):38-9.
- 28 Brown W, III. *New media interventions in youth sexual health promotion and HIV/STI prevention*. Dissertation Abstracts International: Section B: The Sciences and Engineering. 2011;72(5-B):2731.
- 29 Bull S, Pratte K, Whitesell N, Rietmeijer C, McFarlane M. Effects of an internet-based intervention for HIV prevention: The Youthnet Trials. *AIDS and Behavior*. 2009;13(3):474-87.
- 30 Davis WM, Shoveller JA, Oliffe JL, Gilbert M. Young people's perspectives on the use of reverse discourse in web-based sexual-health interventions. *Culture, Health & Sexuality*. 2012;14(9):1065-79.

- 31 Gilbert LK, Temby JR, Rogers SE. Evaluating a teen STD prevention Web site. *The Journal of adolescent health : official publication of the Society for Adolescent Medicine*. 2005;37(3):236-42.
- 32 Guilamo-Ramos V, Lee JJ, Kantor LM, Levine DS, Baum S, Johnsen J. Potential for using online and mobile education with parents and adolescents to impact sexual and reproductive health. *Prevention science : the official journal of the Society for Prevention Research*. 2015;16(1):53-60.
- 33 Guse K, Levine D, Martins S, Lira A, Gaarde J, Westmorland W, et al. Interventions Using New Digital Media to Improve Adolescent Sexual Health : A Systematic Review. *JOURNAL OF ADOLESCENT HEALTH*. 2012;51(6):535-43.
- 34 Halpern C-T, Mitchell E-M, Farhat T, Bardsley P, University of North Carolina. Chapel Hill NU. Effectiveness of web-based education on Kenyan and Brazilian adolescents'knowledge about HIV/AIDS, abortion law, and emergency contraception : Findings from Teenweb. *SOCIAL SCIENCE AND MEDICINE*. 2008;67(4):628-37.
- 35 Jones RK, Biddlecom AE. Is the Internet filling the sexual health information gap for teens? An exploratory study. *Journal of Health Communication*. 2011;16(2):112-23.
- 36 Lim MSC, Vella A, Sacks-Davis R, Hellard ME. Young people's comfort receiving sexual health information via social media and other sources. *International Journal of Std & Aids*. 2014;25(14):1003-8.
- 37 Mak DB, Bastian L, Grace J, Aquilina H, Sweeting J. Evaluation of a sexual health and blood-borne virus health education website for youth. *Health promotion journal of Australia : official journal of Australian Association of Health Promotion Professionals*. 2012;23(3):194-200.
- 38 Nicholas A, Bailey JV, Stevenson F, Murray E. The sexunzipped trial: Young people's views of participating in an online randomized controlled trial. *Journal of medical Internet research*. 2013;15(12):107-18.
- 39 Ralph LJ, Berglas NF, Schwartz SL, Brindis CD. Finding Teens in TheirSpace: Using Social Networking Sites to Connect Youth to Sexual Health Services. *Sexuality Research and Social Policy*. 2011;8(1):38-49.
- 40 Roberto AJ, Zimmerman RS, Carlyle KE, Abner EL. A Computer-based Approach to Preventing Pregnancy, STD, and HIV in Rural Adolescents. *Journal of Health Communication*. 2007;12(1):53-76.
- 41 Shegog R, Markham CM, Leonard AD, Bui TC, Paul ME. "+CLICK": Pilot of a web-based training program to enhance ART adherence among HIV-positive youth. *AIDS Care*. 2012;24(3):310-8.
- 42 Taylor M, Joshi A. Surveys assessing STI related health information needs of adolescent population. *Technol Health Care*. 2012;20(4):247-61.
- 43 Whiteley LB, Mello J, Hunt O, Brown LK. A review of sexual health web sites for adolescents. *Clinical pediatrics*. 2012;51(3):209-13.
- 44 Williams M, Bowen A, Ei S. An evaluation of the experiences of rural MSM who accessed an online HIV/AIDS health promotion intervention. *Health promotion practice*. 2010;11(4):474-82.

### **Alcool, drogues et tabac**

- 45 Akre C, Michaud PA, Suris JC. "I'll look it up on the Web first": Barriers and overcoming barriers to consult for sexual dysfunction among young men. *Swiss medical weekly*. 2010;140(23-24):23-4.
- 46 Carey KB, Scott-Sheldon LA, Elliott JC, Bolles JR, Carey MP. Computer-delivered interventions to reduce college student drinking: a meta-analysis. *Addiction*. 2009;104(11):1807-19.
- 47 Chiauzzi E, Green TC, Lord S, Thum C, Goldstein M. My student body: a high-risk drinking prevention web site for college students. *Journal of American college health : J of ACH*. 2005;53(6):263-74.
- 48 Comer L, Grassley JS. A smoking cessation website for childbearing adolescents. *Journal of Obstetric, Gynecologic, & Neonatal Nursing: Clinical Scholarship for the Care of Women, Childbearing Families, & Newborns*. 2010;39(6):695-702.
- 49 Cremers HP, Mercken L, Oenema A, de Vries H. A web-based computer-tailored smoking prevention programme for primary school children: intervention design and study protocol. *BMC public health*. 2012;12:277.
- 50 Crutzen R, Peters G-J-y, Dias Portugal S, Fisser E-M, Grolleman J-J, Department of W, et al. An Artificially Intelligent Chat Agent That Answers Adolescents' Questions Related to Sex, Drugs, and Alcohol : An Exploratory Study. *JOURNAL OF ADOLESCENT HEALTH*. 2011;48(5):514-9.
- 51 D'Abundo ML, Marinaro LM, Fiala KA. An online learning module focused on smoking education and prevention for college students: Implications for college health instructors and allied health professionals. *Journal of Allied Health*. 2010;39(1):43-8.
- 52 Dallery J, Raiff BR, Grabinski MJ. Internet-based contingency management to promote smoking cessation: A randomized controlled study. *Journal of Applied Behavior Analysis*. 2013;46(4):750-64.
- 53 de Jong SdJ, Candell M, Segaar D, Cremers H-P, de Vries H. Efficacy of a Web-based computer-tailored smoking prevention intervention for Dutch adolescents: Randomized controlled trial. *Journal of medical Internet research*. 2014;16(3):107-18.
- 54 Gagnon H, Cote J, Tessier S, April N. Development of a Web platform to reduce cannabis use among youth who attend adult education centres. *Drogues, sante et societe*. 2012;11(2):1-17.
- 55 Haug S, Schaub MP, Venzin V, Meyer C, John U, Gmel G. A pre-post study on the appropriateness and effectiveness of a Web- and text messaging-based intervention to reduce problem drinking in emerging adults. *Journal of medical Internet research*. 2013;15(9).
- 56 Lovecchio CP, Wyatt TM, DeJong W. Reductions in drinking and alcohol-related harms reported by first-year college students taking an online alcohol education course: a randomized trial. *Journal of health communication*. 2010;15(7):805-19.
- 57 Marsch LA, Bickel WK, Grabinski MJ. Application of interactive, computer technology to adolescent substance abuse prevention and treatment. *Adolesc Med State Art Rev*. 2007;18(2):342-56, xii.
- 58 Moro L, Racz J. Online drug user-led harm reduction in Hungary: a review of "Daath". *Harm Reduct J*. 2013;10:18.

- 59 Newton NC, Vogl L, Teesson M, Andrews G. Developing the Climate Schools: Alcohol and Cannabis module: A harm-minimization, universal drug prevention program facilitated by the internet. *Substance Use & Misuse*. 2011;46(13):1651-63.
- 60 Schwinn TM, Schinke SP, Di Noia J. Preventing drug abuse among adolescent girls: Outcome data from an Internet-based intervention. *Prevention Science*. 2010;11(1):24-32.
- 61 Stanczyk NE, Bolman C, Muris JW, de Vries H. Study protocol of a Dutch smoking cessation e-health program. *BMC public health*. 2011;11:847.

#### **Poids, activité physique, alimentation, image de soi**

- 62 Cousineau TM, Franko DL, Trant M, Rancourt D, Ainscough J, Chaudhuri A, et al. Teaching adolescents about changing bodies: Randomized controlled trial of an Internet puberty education and body dissatisfaction prevention program. *Body Image*. 2010;7(4):296-300.
- 63 Crutzen R. Internet-delivered health behavior change interventions aimed at adolescents. Current issues and controversies in school and community health, sport and physical education. Hauppauge, NY: Nova Science Publishers; US; 2012. p. 167-79.
- 64 Franko DL, Cousineau TM, Rodgers RF, Roehrig JP. BodiMojo: Effective Internet-based promotion of positive body image in adolescent girls. *Body Image*. 2013;10(4):481-8.
- 65 Lau EY, Lau PW, Chung PK, Ransdell LB, Archer E. Evaluation of an Internet-short message service-based intervention for promoting physical activity in Hong Kong Chinese adolescent school children: a pilot study. *Cyberpsychology, behavior and social networking*. 2012;15(8):425-34.
- 66 Sriramatr S, Berry TR, Spence JC. An Internet-based intervention for promoting and maintaining physical activity: a randomized controlled trial. *American journal of health behavior*. 2014;38(3):430-9.

#### **Maladies chroniques**

- 67 Lorimer K, McDaid L. Young men's views toward the barriers and facilitators of internet-based chlamydia trachomatis screening: Qualitative study. *Journal of medical Internet research*. 2013;15(12):195-205.
- 68 Schoenfeld ER, Ng P, Henderson K, Wu S-Y. Using the Internet to educate adolescents about osteoporosis: Application of a tailored web-education system. *Health Promotion Practice*. 2010;11(1):104-11.
- 69 Stinson J, McGrath P, Hodnett E, Feldman B, Duffy C, Huber A, et al. Usability testing of an online self-management program for adolescents with juvenile idiopathic arthritis. *Journal of medical Internet research*. 2010;12(3):e30.

#### **Santé en général, santé mentale, sites polyvalents**

- 70 Balthasar H, Samitca S, Urfer A, Zobel F, Dubois-Arber F. Evaluation de l'Association romande CIAO et de www.ciao.ch, site d'information pour les adolescents. Lausanne: IUMSP (Institut universitaire de médecine sociale et préventive), 2006 1420-2921.
- 71 Colom P, Narring F, Michaud P-A. Health promotion through internet for French speaking teenagers in Switzerland: evaluation of the program "www.ciao.ch" [Abstract].

- Inauguration day, October 9, 2001 - Lausanne : CHUV, 2001 - III-5, p 76. CHUV Research Day2001.
- 72 Crutzen R, De Nooijer J. Intervening via chat: An opportunity for adolescents' mental health promotion? *Health Promotion International*. 2011;26(2):238-43.
- 73 de Nooijer J, Veling ML, Ton A, de Vries H, de Vries NK. Electronic monitoring and health promotion: An evaluation of the E-MOVO Web site by adolescents. *Health Educ Res*. 2008;23(3):382-91.
- 74 Franck LS, Noble G. Here's an idea: Ask the users! Young people's views on navigation, design and content of a health information website. *Journal of Child Health Care*. 2007;11(4):287-97.
- 75 Gesundheitsförderung S, Frehner P. Programme prioritaire adolescent(e)s et jeunes adultes de Promotion Santé Suisse : 2000-2006 : rapport d'évaluation. [Berne]: Promotion Santé Suisse, 2006.
- 76 Hoffmann WA. Telematic technologies in mental health caring: a web-based psychoeducational program for adolescent suicide survivors. *Issues Ment Health Nurs*. 2006;27(5):461-74.
- 77 Howard MN, Davis JA, Mitchell ME. Improving low-income teen health behaviors with Internet-linked clinic interventions. *Sexuality Research & Social Policy: A Journal of the NSRC*. 2011;8(1):50-7.
- 78 Kuosmanen L, Jakobsson T, Hyttinen J, Koivunen M, Valimaki M. Usability evaluation of a web-based patient information system for individuals with severe mental health problems. *Journal of Advanced Nursing*. 2010;66(12):2701-10.
- 79 Michaud P-A. CIAO: un outil interactif d'information et de prévention pour les jeunes en Suisse Romande. *Archives de pédiatrie*. 2000;7(Suppl. 2):171s-3s.
- 80 Monshat K, Vella-Brodrick D, Burns J, Herrman H. Mental health promotion in the Internet age: a consultation with Australian young people to inform the design of an online mindfulness training programme. *Health promotion international*. 2012;27(2):177-86.
- 81 Shandley K, Austin D, Klein B, Kyrios M. An evaluation of 'Reach Out Central': an online gaming program for supporting the mental health of young people. *Health Educ Res*. 2010;25(4):563-74.
- 82 White M, Dorman SM. Receiving social support online: implications for health education. *Health Educ Res*. 2001;16(6):693-707.
- 83 Woolderink M, Smit F, van der Zanden R, Beecham J, Knapp M, Paulus A, et al. Design of an internet-based health economic evaluation of a preventive group-intervention for children of parents with mental illness or substance use disorders. *BMC public health*. 2010;10:470.

#### HEALTH LITERACY

- 84 Ghaddar SF, Valerio MA, Garcia CM, Hansen L. Adolescent Health Literacy: The Importance of Credible Sources for Online Health Information. *Journal of School Health*. 2012;82(1):28-36.
- 85 Gray NJ, Klein JD, Noyce PR, Sesselberg TS, Cantrill JA. The Internet: a window on adolescent health literacy. *The Journal of adolescent health : official publication of the Society for Adolescent Medicine*. 2005;37(3):243.

- 86 Jain AV, Bickham D. Adolescent health literacy and the Internet: challenges and opportunities. *Current Opinion in Pediatrics*. 2014;26(4):435-9.
- 87 Li TM, Chau M, Wong PW, Lai ES, Yip PS. Evaluation of a Web-based social network electronic game in enhancing mental health literacy for young people. *Journal of medical Internet research*. 2013;15(5):e80.
- 88 Norman CD, Skinner HA. eHEALS: The eHealth Literacy Scale. *Journal of medical Internet research*. 2006;8(4):No Pagination Specified.
- 89 Paek H-J, Hove T. Social cognitive factors and perceived social influences that improve adolescent eHealth literacy. *Health Communication*. 2012;27(8):727-37.

### REVUES SYSTÉMATIQUES

- 90 Amicizia D, Domnich A, Gasparini R, Bragazzi NL, Lai PL, Panatto D. An overview of current and potential use of information and communication technologies for immunization promotion among adolescents. *Human Vaccines & Immunotherapeutics*. 2013;9(12):2634-42.
- 91 BinDhim NF, Hawkey A, Trevena L. A Systematic Review of Quality Assessment Methods for Smartphone Health Apps. *Telemedicine and E-Health*. 2015;21(2):97-104.
- 92 Card JJ, Kuhn T. Development of Online Suites of Social Science-Based Resources for Health Researchers and Practitioners. *Social Science Computer Review*. 2006;24(2):255-61.
- 93 Clarke AM, Kuosmanen T, Barry MM. A systematic review of online youth mental health promotion and prevention interventions. *Journal of Youth and Adolescence*. 2015;44(1):90-113.
- 94 Crepaz N, Tungol-Ashmon MV, Higa DH, Vosburgh W, Mullins MM, Barham T, et al. A systematic review of interventions for reducing HIV risk behaviors among people living with HIV in the United States, 1988-2012. *Aids*. 2014;28(5):633-56.
- 95 Guse K, Levine D, Martins S, Lira A, Gaarde J, Westmorland W, et al. Interventions using new digital media to improve adolescent sexual health: a systematic review. *Journal of Adolescent Health*. 2012;51(6):535-43.
- 96 Hale DR, Fitzgerald-Yau N, Viner RM. A systematic review of effective interventions for reducing multiple health risk behaviors in adolescence. *Am J Public Health*. 2014;104(5):e19-41.
- 97 Lustria ML, Noar SM, Cortese J, Van Stee SK, Glueckauf RL, Lee J. A meta-analysis of web-delivered tailored health behavior change interventions. *Journal of health communication*. 2013;18(9):1039-69.
- 98 Morahan-Martin JM. How internet users find, evaluate, and use online health information: a cross-cultural review. *Cyberpsychology & behavior : the impact of the Internet, multimedia and virtual reality on behavior and society*. 2004;7(5):497-510.
- 99 Risk A, Dzenowagis J. Review of internet health information quality initiatives. *Journal of medical Internet research*. 2001;3(4):E28.
- 100 Stinson J, Wilson R, Gill N, Yamada J, Holt J. A systematic review of Internet-based self-management interventions for youth with health conditions. *Journal of Pediatric Psychology*. 2009;34(5):495-510.



# 7

# Annexes



# 7 Annexes

## 7.1 ANNEXE 1 : Grille de recherche uDDSP

**Question de recherche:** Evaluation des services de santé en ligne dédiés aux adolescents / Adolescents et service de santé en ligne

**Outils de recherche consultés :** Medline(Pubmed/OVID), Saphir – BDSP, PsycINFO, Web of Science, Internet

	<b>Concept 1</b> Services en ligne	<b>Concept 2</b> Informations de santé	<b>Concept 3</b> Adolescents	<b>Concept 4</b> Evaluation
<b>Mots-libres</b>	<i>Travail déjà effectué par J. Duruz</i>			
<b>MeSH</b>	Internet  <i>Essais effectués également avec Communication/methods</i>	Health Knowledge, Attitudes, Practice Health Education Health Promotion Sex Education Alcohol Drinking/prevention & control (pc) Sexually Transmitted Diseases/pc	Adolescent	Evaluation Studies [Publication Type] Consumer Participation Quality of Health Care et termes spécifiques (TS)  Evaluation Studies as Topic Program Evaluation

<b>PsycInfo</b>	Websites Internet Information Seeking	Health Education ; Health Promotion ; AIDS Prevention Drug Abuse Prevention Drug Education Sexually Transmitted Diseases + Prevention	Adolescent Psychology Adolescent Attitudes	
<b>EMBASE</b>	Online Systems Internet	*Health education ; *Health promotion HIV education ; Sexual education exp Sexually transmitted disease / pc [Prevention]	Adolescent	
<b>Mots-clés BDSP</b>	Site Internet Internet Communication Accès information Ecoute ( <i>EP Lieu d'écoute</i> )	Education santé Promotion santé ...	Adolescent	Evaluation... Qualité ....

**Stratégies de recherches effectuées le 24 avril 2015** T. Brauchli, Unité de documentation et de données en santé publique (uDDSP- IUMSP, 18 mai 2015).

Les recherches par mots libres ayant déjà été effectuées, nous complétons le travail par une recherche par descripteur MeSH. Nous collectons les MeSH décrivant le contenu des articles préalablement transmis par J. Duruz et recherchons le vocabulaire contrôlé correspondant aux autres bases de données consultées (EMBASE, PsycInfo, BDSP). Dans Web of Science, nous regardons également quels articles citent les références les plus pertinentes.

Les stratégies ci-dessous sont une combinaison des concepts 1 et 2 et 3 et 4. Pour aller à l'essentiel, nous nous limitons dans Ovid Medline aux « Review articles » publiés en anglais ou en français ces dix dernières années. Mais ces limitations peuvent être supprimées pour examiner les autres références. La stratégie pourrait être affinée si on s'intéresse à un sous-thème particulier (alimentation, etc.).

**Stratégies effectuées**

<b>Stratégie effectuée dans Ovid MEDLINE(R) &lt;1946 to April Week 3 2015&gt;</b>		
<b>#</b>	<b>Search Statement</b>	<b>Results</b>
1	exp internet/	53734
2	"Health Knowledge, Attitudes, Practice"/ or Health Education/ or Health Promotion/ or Sex Education/ or Substance-Related Disorders/pc or Alcohol Drinking/pc or exp Sexually Transmitted Diseases/pc	220168
3	adolescent/	1652237
4	Evaluation Studies.pt. or "Evaluation Studies as Topic"/ or Program Evaluation/ or "Quality Assurance, Health Care"/ or Consumer Participation/ or exp "Quality of Health Care"/ or evaluat\$.tw. or effic\$.tw.	6820888
5	1 and 2 and 3 and 4	860
6	limit 5 to (yr="2005 -Current" and (english or french))	739
7	limit 6 to "review articles"	31

<b>Stratégie effectuée dans PsycINFO &lt;1806 to April Week 3 2015&gt;</b>		
<b>#</b>	<b>Search Statement</b>	<b>Results</b>
1	websites/ or exp Internet/	25304
2	exp Health Education/ or Health Promotion/ or Health Knowledge/ or AIDS Prevention/ or Drug Abuse Prevention/ or exp Sexually Transmitted Diseases/	72900
3	exp Adolescent Psychology/ or exp Adolescent Attitudes/ or adolescent\$.tw. or youth.tw. or teen\$.tw.	217767
4	exp Evaluation/ or evaluat\$.tw. or effic\$.tw. or quality.tw.	683102
5	1 and 2 and 3 and 4	59

Stratégie effectuée dans Embase <1996 to 2015 Week 20>		
#	Search Statement	Results
1	sexually transmitted disease/pc	5741
2	exp *Internet/ or Online Systems/	42010
3	*health education/ or *health promotion/ or sexual education/ or HIV education/ or exp sexually transmitted disease/pc	50393
4	adolescent/ or youth.tw. or teen\$.tw.	823357
5	exp evaluation study/ or evaluat\$.tw. or effic\$.tw. or quality.tw.	392428 9
6	2 and 3 and 4 and 5	84

## 7.2 ANNEXE 2 : Questionnaires

### Informations de base

Pour commencer, merci de nous donner quelques informations sur toi

#### Tu es

- Une fille
- Un garçon

#### Ton âge

#### Ton canton d'habitation

- Fribourg
- Genève
- Jura
- Neuchâtel
- Valais
- Vaud
- Autre

#### Tu es

- A l'école obligatoire
- Etudiant(e)
- Apprenti(e)
- Autre

## Internet et nouvelles technologies

A présent, merci de répondre à ces quelques questions sur ton utilisation d'Internet et des nouvelles technologies

### Possèdes-tu un ordinateur ?

- Oui, un ordinateur personnel
- Oui, un ordinateur familial
- Non

### Possèdes-tu un téléphone portable avec une connexion internet (Smartphone) ?

- Oui
- Non

### Possèdes-tu une tablette tactile

- Oui
- Non

### Le plus souvent, tu vas sur Internet avec

- Ordinateur
- Smartphone
- Tablette

### Lorsque tu utilises internet sur l'ORDINATEUR, c'est pour :

	Jamais	Rarement	De temps en temps	Souvent	Tout le temps
Être en contact avec des copains/copines (chat facebook, skype, etc.)	<input type="radio"/>				
Aller sur des réseaux sociaux (facebook, twitter, etc.)	<input type="radio"/>				
Rechercher des informations pour l'école / les études	<input type="radio"/>				
Rechercher des informations pour toi	<input type="radio"/>				
Regarder des films, des séries ou des vidéos	<input type="radio"/>				
Ecouter de la musique	<input type="radio"/>				
Télécharger (films, musique, vidéos)	<input type="radio"/>				
Rencontrer de nouvelles personnes, partager des expériences	<input type="radio"/>				
Jouer à des jeux	<input type="radio"/>				

### Comment qualifierais-tu ton utilisation d'Internet ?

- Je n'utilise presque pas Internet
- Je vais sur Internet seulement quand j'en ai besoin
- Je vais sur Internet tous les jours
- Je suis presque tout le temps sur Internet
- Je suis complètement accro à Internet

## Internet et les questions liées à la santé

### Est-ce que tu utilises Internet pour chercher des informations sur les sujets suivants ?

	Jamais	Rarement	De temps en temps	Souvent	Très souvent
Sexualité	<input type="radio"/>				
Alcool et drogues	<input type="radio"/>				
Tabac	<input type="radio"/>				
Stress	<input type="radio"/>				
Estime de soi	<input type="radio"/>				
Dépression, anxiété	<input type="radio"/>				
Famille	<input type="radio"/>				
Santé physique (maladies, blessures)	<input type="radio"/>				
Problèmes de poids (alimentation et activité physiques)	<input type="radio"/>				
Violence	<input type="radio"/>				
Travail et école	<input type="radio"/>				
Argent	<input type="radio"/>				
Religion	<input type="radio"/>				
Relations amoureuses	<input type="radio"/>				
Relations avec les amis	<input type="radio"/>				
Racisme	<input type="radio"/>				

### Lorsque tu cherches des informations sur ces sujets, c'est pour

	Jamais	Rarement	De temps en temps	Souvent	Très souvent
Répondre à des questions que tu te poses	<input type="radio"/>				
Résoudre un problème personnel	<input type="radio"/>				
Résoudre un problème pour un(e) ami(e) ou un membre de ta famille	<input type="radio"/>				
Élargir tes connaissances sur le sujet	<input type="radio"/>				
Voir si d'autres personnes ont le même problème ou se posent les mêmes questions que toi	<input type="radio"/>				
Te rassurer	<input type="radio"/>				

### Lorsque tu cherches ce type d'informations sur Internet, comment t'y prends-tu ?

	Jamais	Rarement	De temps en temps	Souvent	Tout le temps
Moteur de recherche (Google, etc.)	<input type="radio"/>				
Sites spécialisés sur le sujet	<input type="radio"/>				
Forum ou Chat	<input type="radio"/>				

**A part Internet, lesquels des moyens suivants utilises-tu pour trouver des informations ou répondre à tes questions sur ces sujets ?**

	Jamais	Rarement	De temps en temps	Souvent	Tout le temps
Tes amis	<input type="radio"/>				
Ta mère	<input type="radio"/>				
Ton père	<input type="radio"/>				
Tes frères, sœurs, cousins	<input type="radio"/>				
Tes professeurs, enseignants	<input type="radio"/>				
Un médecin, un psychologue, une infirmière scolaire	<input type="radio"/>				
Des livres, journaux, magazines	<input type="radio"/>				
La télévision	<input type="radio"/>				

**Toujours pour les mêmes sujets, qu'est-ce qui te pousse à utiliser Internet plutôt que d'autres sources d'information ?**

	Pas du tout d'accord	Plutôt pas d'accord	Plutôt d'accord	Complètement d'accord
Parce que tu te sens soutenu(e)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Parce que tu vois que tu n'es pas seul(e) dans cette situation	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Parce que tu ne te sens pas jugé(e)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Parce que c'est anonyme	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Parce que les informations sont faciles à comprendre	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Parce que tu te sens en confiance	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Parce que c'est gratuit	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Parce que tu trouves facilement des réponses adaptées à ta question ou à ton problème	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Parce que tu peux parler sans gêne de sujets délicats	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

**Toujours pour les mêmes sujets : quand tu cherches des informations sur Internet, trouves-tu ce que tu cherches (en général) ?**

- Jamais
  Rarement
  Souvent
  Tout le temps

**En général, les informations que tu trouves te paraissent**

- Pas du tout utiles
  Pas vraiment utiles
  Assez utiles
  Très utiles

**As-tu déjà entendu parler de ciao.ch ?**

- Oui
  Non

**Si non, pourquoi ? (plusieurs options possibles)**

- Cela ne m'intéresse pas  
 J'en ai entendu parler puis je n'y ai plus pensé ensuite  
 On m'a dit que ce n'était pas bien  
 Je ne pense pas en avoir besoin  
 Ce n'est pas ou plus de mon âge  
 Autre

**Merci de lire ce petit texte de présentation :**

Ciao.ch est un site destiné aux jeunes, contenant des informations rédigées par des experts sur des thèmes tels que la santé, la sexualité, les relations aux autres, le tabac, l'alcool et les drogues, l'estime de soi, l'argent, le stress, la violence, etc.

Le site offre la possibilité de poser des questions anonymement et gratuitement à des spécialistes qui répondent dans les deux jours. Il propose également un espace interactif avec un forum, des tchats et des témoignages, ainsi que des adresses et informations utiles en cas d'urgence.

**Après avoir lu ce texte, penses-tu visiter le site ciao.ch ?**

- Oui
  Non

**Si oui, pourquoi ? (plusieurs options possibles)**

- J'ai juste envie de voir de quoi il s'agit
- Je vais peut-être tomber sur des informations intéressantes
- J'ai une question à poser ou un renseignement précis à chercher
- Je veux voir de quoi les gens parlent, quel genre de questions ils se posent
- J'ai besoin d'un lien ou d'une adresse
- Autre

**Si non, pourquoi ? (plusieurs options possibles)**

- Cela ne m'intéresse pas
- Je n'ai pas de questions ou de problèmes particuliers
- Je pense que j'ai passé l'âge
- Je n'ai pas envie ou pas le temps
- C'est la honte
- Autre

**As-tu déjà visité le site ?**

- Oui  Non

**Ciao.ch**

En tant qu'utilisateur/utilisatrice de Ciao.ch, merci de répondre à ces quelques questions sur le site

**Comment as-tu découvert ciao.ch ?**

- Par des amis ou des copains  
 Par un membre de ta famille  
 Par une présentation dans le cadre de l'école  
 Par un enseignant, une infirmière scolaire, etc.  
 Dans les médias (journal, magazine, radio)  
 En faisant des recherches sur Internet  
 Autre

**A quel âge as-tu découvert ciao.ch ?**

**Pourquoi es-tu venu(e) sur ciao.ch la première fois ? (plusieurs réponses possibles)**

- Par curiosité  
 Parce que je suis tombé(e) dessus par hasard  
 Pour chercher des informations spécifiques  
 Pour donner mon avis  
 Pour poser une question

**Depuis, retournes-tu régulièrement sur ciao.ch ?**

- Je n'y suis jamais retourné(e)  
 Je consulte le site seulement si j'en ai besoin  
 J'y vais de temps en temps  
 Je consulte le site régulièrement

**Sur ciao.ch, tu utilises**

	Je ne connais pas	Jamais	De temps en temps	Souvent	A chaque fois ou presque
L'application mobile	<input type="radio"/>				
La fonction "rechercher"	<input type="radio"/>				
L'espace perso	<input type="radio"/>				
Les forums	<input type="radio"/>				
Les témoignages	<input type="radio"/>				
Les questions-réponses	<input type="radio"/>				
Le tchat	<input type="radio"/>				
Les rubriques d'information	<input type="radio"/>				
Le tests, les jeux et les quizz	<input type="radio"/>				
Le dictionnaire et les publications	<input type="radio"/>				
Les liens et adresses	<input type="radio"/>				
La rubrique "sais-tu que?"	<input type="radio"/>				
La rubrique "zoom sur"	<input type="radio"/>				

**Sur ciao.ch, tu consultes les thématiques suivantes**

	Jamais	De temps en temps	Souvent	A chaque fois ou presque
Stress	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Estime de soi	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Sexualité	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Boire, fumer, se droguer	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Santé	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Manger-bouger	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Moi, toi et les autres	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Violences	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Formation et travail	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Argent	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Religions et croyances	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Discrimination et racismes	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

**Est-ce que tu trouves ce que tu cherches sur ciao.ch ?**

- Non, jamais
- Non, pas souvent
- Oui, en général
- Oui, toujours

**As-tu déjà posé une question sur ciao.ch ?**

- Jamais, je n'utilise pas les questions-réponses
- Non, mais je lis les questions des autres
- Oui, une fois
- Oui, plusieurs fois
- Oui, souvent

**Es-tu satisfait(e) des réponses à tes questions (ou à celles des autres si tu ne fais que lire) ?**

- Non, jamais
- Non, pas souvent
- Oui, en général
- Oui, toujours

**Si non, quelle est la raison principale ?**

- Les réponses sont trop dures à comprendre
- Les réponses ne correspondent pas vraiment aux questions
- Les réponses sont trop vagues
- Autre

**Sur ciao.ch, tu apprécies**

	Non, je m'en fiche	Non, pas spécialement	Oui, assez	Oui, beaucoup
Le fait de pouvoir poser des questions	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Le fait de pouvoir lire les questions des autres	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Le fait de pouvoir trouver facilement des informations sur des sujets qui t'intéressent	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Le fait d'avoir un spécialiste qui répond à tes questions	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
La possibilité de t'exprimer et d'échanger	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Le fait d'être anonyme	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Le fait que les sujets délicats soient abordés sans tabou	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

**Que penses-tu de**

	Nul	Pas terrible	Pas mal	Bien	Excellent
L'utilité du site en général	<input type="radio"/>				
L'apparence du site	<input type="radio"/>				
La facilité d'utilisation du site	<input type="radio"/>				
La qualité des informations	<input type="radio"/>				
La facilité à comprendre les informations	<input type="radio"/>				

**Pour toi, ciao.ch c'est**

	Non, pas du tout	Non, pas vraiment	Oui, un peu	Oui, tout à fait
Pour t'aider au quotidien	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Pour pouvoir te débrouiller quand tu as des questions ou des problèmes	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Pour pouvoir aider tes amis quand ils ont des questions ou des problèmes	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Pour avoir des informations fiables sur la santé en général	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Pour connaître les préoccupations des autres jeunes de ton âge	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Pour avoir l'avis d'un professionnel sans consulter de médecin	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Un outil indispensable pour beaucoup de jeunes	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Un outil que les jeunes devraient utiliser davantage	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

**Les informations que tu trouves sur ciao.ch te permettent**

	Non, pas du tout	Non, pas vraiment	Oui, un peu	Oui, totalement
D'éviter des problèmes	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
D'éviter que les problèmes ne s'aggravent	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
De résoudre les problèmes	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
De prendre les bonnes décisions	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
De corriger les mauvaises habitudes	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
D'aider et de soutenir les autres	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
De satisfaire ta curiosité	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

**Tu penses que ce type de site est**

- Inutile
- Utile, pour les jeunes qui ont des problèmes
- Utile, pour tous les jeunes
- Utile, et pas seulement pour les jeunes
- Aucun avis

**As-tu des remarques, questions ou suggestions pour ciao.ch ?**

## Informations de base

Pour commencer, merci de nous fournir quelques renseignements sur vous

### Sexe

- Féminin
- Masculin

### Âge

- Entre 20 et 29 ans
- Entre 30 et 39 ans
- Entre 40 et 49 ans
- 50 ans et plus

### Domaine d'activité

- Médical
- Educatif
- Social

### Profession

### Canton d'exercice

- Fribourg
- Genève
- Jura
- Neuchâtel
- Valais
- Vaud
- Autre

## Les préoccupations des 13-20 ans

A présent, merci de répondre à ces quelques questions sur les 13-20 ans et leur rapport aux questions liées à la santé

En vous basant sur votre expérience professionnelle, dans quelle mesure pensez-vous que les sujets suivants soient des préoccupations pour les jeunes de 13 à 20 ans ?

	Je ne sais pas	Pas préoccupant du tout	Pas très préoccupant	Assez préoccupant	Très préoccupant
Sexualité	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Alcool et drogues	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Tabac	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Stress	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Estime de soi	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Dépression, anxiété	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Famille	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Santé physique (maladies, blessures)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Problèmes de poids (alimentation et activité physique)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Violence	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Travail, école, études	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Argent	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Religion	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Relations amoureuses	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Racisme	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Lorsque les jeunes se posent des questions ou rencontrent des problèmes dans ces domaines, dans quelle mesure pensez-vous que les aspects suivants soient importants pour eux ?

	Je ne sais pas	Pas important du tout	Pas très important	Assez important	Très important
Se sentir soutenu(e)s par leurs pairs	<input type="radio"/>				
Se sentir soutenu(e) par des adultes	<input type="radio"/>				
Savoir qu'ils/elles ne sont pas seul(e)s dans cette situation	<input type="radio"/>				
Ne pas se sentir jugé(e)s	<input type="radio"/>				
Pouvoir rester anonymes	<input type="radio"/>				
Pouvoir trouver des réponses et des solutions par eux-mêmes	<input type="radio"/>				
Pouvoir solliciter l'avis d'un professionnel	<input type="radio"/>				
Pouvoir aborder des sujets délicats sans crainte	<input type="radio"/>				

## Ciao.ch

Connaissez-vous le site Ciao.ch ?

- Oui  
 Non

Ciao.ch est un site destiné aux jeunes de 13 à 20 ans, contenant des informations rédigées par des experts sur des thèmes tels que la santé, la sexualité, les relations aux autres, le tabac, l'alcool et les drogues, l'estime de soi, l'argent, le stress, la violence, etc.

Le site offre la possibilité de poser des questions anonymement et gratuitement à des spécialistes qui répondent dans les deux jours. Il propose également un espace interactif avec un forum, des chats et des témoignages, ainsi que des adresses et informations utiles en cas d'urgence.

Après avoir lu ce texte, pensez-vous visiter le site Ciao.ch ?

- Oui  
 Non

Si non, pourquoi ? (plusieurs réponses possibles)

- Je n'y vois pas d'intérêt  
 C'est un site pour les jeunes, cela ne me regarde pas  
 Je vais certainement oublier  
 Je connais déjà d'autres sites qui sont bien  
 Autre

**Pour quelle raison n'avez-vous pas visité le site ? (plusieurs réponses possibles)**

Je n'y vois pas d'intérêt  
 J'en ai entendu parler puis je n'y ai plus pensé ensuite  
 Je n'en ai pas eu besoin  
 C'est un site pour les jeunes, cela ne me regarde pas  
 J'utilise déjà d'autres sites du même type  
 Autre

**Pour quelles raisons avez-vous visité le site ou prévoyez-vous de le faire ?**

	Pas du tout	Plutôt non	Plutôt oui	Tout à fait
Juste pour voir de quoi il s'agit	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Pour chercher des informations, me documenter sur un sujet en particulier	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Pour voir quelles questions sont posées par les jeunes	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Pour pouvoir le recommander ensuite aux jeunes avec lesquels je travaille	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Pour pouvoir l'utiliser comme source d'informations dans mon métier	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Pour vérifier la qualité des informations	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Pour trouver des liens ou des adresses	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Pour trouver des idées, des pistes de réflexion	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

**A quelle fréquence visitez-vous le site ?**

Plusieurs fois par semaine  
 Plusieurs fois par mois  
 Plusieurs fois par année

**A quand remonte votre dernière visite ?**

Moins d'une semaine  
 Entre une semaine et un mois  
 Plusieurs mois  
 Une année ou plus

**Dans quelle mesure pensez-vous que Ciao.ch et les outils qu'il propose peuvent avoir une influence positive sur**

	Pas du tout	Plutôt non	Plutôt oui	Tout à fait
Les connaissances théoriques des jeunes dans les thèmes proposés	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Le comportement des jeunes dans les thèmes proposés	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
La santé mentale des jeunes (estime de soi, confiance, relations aux autres, etc.)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
La santé physique des jeunes (problèmes de poids, sexualité, etc.)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
L'autonomie des jeunes	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Le bon déroulement de votre pratique professionnelle	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
L'entourage des jeunes qui s'en servent	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

**Avez-vous déjà recommandé le site dans le cadre de votre profession ou projetez-vous de le faire ?**

	Non	Oui	Je projette de le faire
Aux jeunes avec lesquels vous travaillez	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Aux parents des jeunes avec lesquels vous travaillez	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
A des collègues	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

**Pour quelles raisons avez-vous recommandé le site ou prévoyez-vous de le faire ?**

	Pas du tout	Plutôt non	Plutôt oui	Tout à fait
Je pense que c'est un outil qui complète le travail des professionnels	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Je pense que cela favorise l'autonomie des jeunes	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Je pense que certaines informations ne se trouvent pas ailleurs	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Je pense que la possibilité de poser des questions de façon anonyme est importante pour les jeunes	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Je pense que les outils interactifs (chat, forum, etc.) sont importants pour les jeunes	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Je pense qu'il peut faciliter mon travail	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Je pense qu'il peut aider mes collègues	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Je pense qu'il peut aider les parents des jeunes qui rencontrent des difficultés	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Je pense qu'il peut répondre mieux que moi aux questions des jeunes	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Je pense que les jeunes prennent les informations plus au sérieux sur Internet	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

**Pour quelles raisons ne souhaitez-vous pas recommander le site ?**

	Pas du tout d'accord	Plutôt pas d'accord	Plutôt d'accord	Tout à fait d'accord
Le site ne me plaît pas	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Je pense que cela ne va rien changer	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Je pense que les jeunes devraient utiliser en priorité d'autres sources d'information	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Je pense que les jeunes vont déjà beaucoup trop sur Internet	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Je crains qu'Internet ne finisse par remplacer les professionnels	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Je crains les dérives liées à Internet (isolement, harcèlement, etc.)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Je pense que les jeunes se débrouillent très bien sans cela	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Je pense qu'il existe déjà assez de sites de ce genre	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

**Utilisez-vous ou recommandez-vous d'autres sites ou services du même type que Ciao.ch ?**

- Oui  
 Non

**Estimez-vous que la promotion et l'information sur l'existence de ce type de sites est**

- Insuffisante       Plutôt insuffisante       Plutôt suffisante       Largement suffisante

**Remarques, questions, suggestions**

## 7.3 ANNEXE 3 : Résultats qualitatifs

L'enquête comprenait une dernière question ouverte où les jeunes pouvaient exprimer des remarques, suggestions ou questions. Voici une sélection des commentaires et suggestions les plus intéressants.

**Utilité,  
intérêt du site**

« Je ne connaissais pas ce site mais il a l'air super complet. Je me réjouis de m'y rendre »

« Je ne crois pas que je vais aller sur ce site mais il peut servir à d'autres »

« [...] je trouve que les gens qui font des recherches sur la sexualité et la drogue sont plutôt bizarres »

« Ceci est plutôt pour les personnes qui ont des problèmes »

« Tous les jeunes n'ont pas forcément des « soucis » [...] »

« Pour les personnes n'ayant pas de problèmes le teste n'est pas très constructif »

« Votre site a vraiment l'air intéressant et je pense me renseigner beaucoup plus souvent et découvrir »

« C'est une bonne initiative de créer ce genre de site pour les jeunes qui n'ont pas forcément quelqu'un à qui se confier »

« Cela peut être utile pour n'importe quel jeune même si il est en bonne santé [...]»

« Je n'ai pas de problèmes particulier mais si j'avait un problème j'irai »

« Ce site est super mais personnellement je n'ai pas besoin de soutien 😊 »

« Ce site peut aider des jeunes ou des vieux qui ont des problèmes et c'est pour cela que je recommande ce site aux personnes qui ont des problèmes [...] »

« [...] traite de sexualité ouvertement et de manière intelligente, libre, etc. Cela m'a beaucoup aidé et m'aide encore »

« Je pense que c'est bien quand les jeunes ont des problèmes »

« [...] personnellement, je n'en ai pas besoin, mais pour des personnes qui sont dépressives ou je ne sais pas quelles autres maladies c'est un site qu'ils faut conseiller. »

« [...] moi je sais ce que je fais dans ma vie et je veux dire que pour moi ce site me sert a rien »

« C'est un bon site pour ceux qui boivent et qui fume »

« Je trouve que votre site saurait apprendre au jeunes comment surmonter leurs problèmes quels qu'ils soient [...] »

« ça sert a rien les jeunes ne vont pas arreter de fumer ou de boir pour vous »

« C'est je pense, le meilleur site pour aller rechercher des informations sur les questions que l'on se posent. Parce que c'est pas des gens de n'importe ou qui

écrivent mais des personnes faites pour ce domaine la. »

« C'est bien pour les ga qui ont des problème mais moi j'ai pas tout ces truck alor c nul »

« Je crois que je vais pas utilise ce site encore une fois. Car j'ai pas de problème ! »

« [...] c'est bien de faire des site ou l'on peut poser des questions est être plus sur des informations sont juste, que sur internet des fois »

« [...] intéressant pour en savoir plus sur la vie de tous les jours »

« Très bon site pour les jeunes et pas seulement !!! »

« Votre site ne servira pas a grand-chose pour les enfant d'aujourd'hui »

« Très bon cite pour les ados a problèmes et qui ne veulent pas en parler ou qui ont peur »

« Parfois certaines personnes ne seront pas capable de répondre aux questions qu'on se posent contrairement à ce site »

« [...] pour la curiosité et pour apprendre. Je règle mes problèmes sans avoir besoin de ce site »

« [...] je pense que ces jeunes ne se tourneraient pas vers ce site en cas de problèmes »

« Je pense que les personnes qui ont des problème doivent tout simplement aller en parler a un proche au lieu d'aller voir avec des personnes que l'on connait pas »

« Ce site soutient vraiment les personnes en difficulté »

« C'est pour les dépressifs ou les personnes à problèmes ! Ce site est nul ! »

« [...] pour avoir comme un ami de confiance »

« [...] le seul endroit où je peux parler de chose sérieuse sans avoir d'avis »

« [...] cela permettrait d'avoir moins de problèmes à cause du manque d'informations que les jeunes ont »

- Suggestions**
- « Créer une page Facebook pour permettre aux jeunes qui ne connaissent pas encore le site d'apprendre à connaître le site »
  - « Elargissez encore un peu le site »
  - « Les informations sont trop basiques tout le monde les connaît »
  - « Qu'ils parlent plus un langage de jeune pour qu'ils comprennent mieux »
  - « [...] faire plus de pub pour que les jeunes qui ont des problèmes puissent se réfugier dans un site pour qu'il ne se sente plus seul(es) »
  - « [...] comme conseil je vous donne de faire une sorte de wikipedia »
  - « Mettre un peu plus d'information par rapport aux rubriques »
  - « Le site pourrait être rajeuni »
  - « Se serait bien s'il l'on pouvait répondre au spécialiste car des fois j'aimerais en savoir plus sur ce qu'il m'a dit mais quand je repose la question ce n'est pas la même personne et donc pas les mêmes idées.»
  - « Les thèmes à chercher sont trop vagues, il faudrait regrouper les questions ex : sexualité alcool drogue fumée [...]»
  - « Ce serait un plus si d'autres détails et conseils seraient ajoutés »
  - « Chapitres sur l'adoption ou ce genre de chose « entente familiale » »
  - « [...] un petit coup de jeune ne lui ferait pas de mal, un peu de modernité est toujours la bienvenue ! »
  - « Questionnaire pour savoir quoi faire (métier, branche, etc.) »
  - « Si la présentation serait plus simple, se serait mieux [...] il faudrait un paragraphe pour nous encourager à poser nos questions quand on n'ose pas »
  - « [...] essayer de rendre la navigation sur le site la plus ergonomique possible pour ne pas s'y perdre ou pour ne pas abandonner la recherche de son problème car cela est trop long »
  - « Moi je suggérerais de mettre un Tchat à disposition pour que nous aussi entre nous on puisse se parler »
  - « Ce serait bien d'avoir un moyen de remercier ou donner des nouvelles aux spécialistes qui ont répondu à nos questions »
  - « [...] on reçoit toujours une phrase pour nous remettre en question. J'ai pas l'impression que ça peut nous aider »
  - « [...] ce serait bien si il y avait plus de fonctionnalités sur l'application »
  - « Je trouve dommage que les questions-réponses ainsi que le forum, ne soient que pour les jeunes jusqu'à 20 ans. [...] dommage que l'on reste anonyme, car je me suis très bien entendu avec un membre [...] ceci aurait pu évoluer en une amitié ou une relation amoureuse... »
  - « La qualité des réponses s'est dégradée, des fois les réponses ont l'air bâclées. J'ai parfois le sentiment qu'il fallait répondre vite plutôt que bien. Et parfois j'ai

l'impression que ciao répond carrément à côté de la plaque [...] il faudrait, à mon sens, faire plus attention des fois »

« Je trouve que nous devrions pouvoir entrer en contact avec des personnes qui ont posé des questions anonymement pour pouvoir se soutenir etc. »

« Faire plus de pub dans les écoles »

« Une rubrique grossesse serait bien »

« Avoir une rubrique où l'on explique toutes les fonctions de ciao »

« Ce site devrait être plus profond dans le sens des réponses »

« Le concept que je propose est de pouvoir répondre aux questions des autres, anonymement [...] »

« Il faudrait répondre aux jeunes avec un langage que tout le monde comprend et pas en français soutenu »

« Les réponses sont vraiment trop vagues [...] l'impression que les jeunes ne sont pas assez pris au sérieux »

« Je pense que le site pourrait être plus présent sur les médias sociaux utilisés aujourd'hui, principalement sur Facebook »

« Si on peut faire un endroit tchat avec les internautes en privé et en groupe. Si on peut donner notre avis tout en restant anonyme »



