



Formulaire Rapport final concernant des projets de prévention

En passant sur le symbole  à l'aide de votre souris ou en effectuant un Ctrl+clic, vous obtiendrez des explications supplémentaires sur les différentes rubriques de ce formulaire. Si nécessaire, vous pouvez agrandir ou copier les champs proposés pour ajouter des informations.

1. Informations générales

Nom du projet

Mon Aire – initialement « Mon espace, ma liberté »

Personne à contacter en cas de besoin

Silvia Dos Santos

Courriel

silvia.dossantos@ne.ch

Veillez noter :

Ce formulaire sera publié sur le site du FPT jusqu'au point 4 inclus. Le point 5 (Étapes de la dernière phase du projet) ne sera pas mis en ligne.

Signature

Nom

Silvia Dos Santos

Lieu/ Date

Neuchâtel, le

Signature



2. Déroulement du projet

2.1 Résultats du projet

De manière générale, que pensez-vous du déroulement et des résultats du projet ?



Justifiez brièvement votre impression.

Le projet dans l'ensemble s'est bien déroulé. La campagne de communication a bien fonctionné, la combinaison des affiches et la pose du logo sur les lieux prédéfinis ont pu informer le public pendant une période donnée. Hormis le logo, l'information a été relayée sur une durée définie, il faudrait qu'elle puisse perdurer pour inciter la population à respecter tous les lieux visés par le projet. La communication sur les réseaux sociaux aurait quant à elle pu être mieux diffusée, il aurait fallu solliciter tous les partenaires jeunesse pour faire le relais et toucher plusieurs types de publics. Bien que cela nécessite une plus grande logistique, le travail avec les jeunes a été très enrichissant. Ce sont principalement des jeunes de 12 à 15 ans qui se sont impliqués dans la réflexion, nous avons ainsi pu récolter plusieurs idées et opinions que les jeunes peuvent avoir sur la fumée.

Suite à la conception de ce projet, plusieurs pistes sont ressorties des utilisateur-ice-s des lieux et les jeunes eux-mêmes, plusieurs aspects pourront ainsi être améliorés pour la continuité de Mon Aire. A titre d'exemple, les personnes interrogées ont émis l'idée d'intégrer des zones pour les fumeuses et fumeurs plutôt que des zones sans fumée. Ceci aurait un plus grand impact en déplaçant les cendriers hors du lieu visé.

2.2 Résumé

Veillez résumer le rapport final sur une page au maximum.

Pour mener à bien ce projet, plusieurs étapes ont dû être mises en place afin d'assurer une meilleure sensibilisation auprès de la population.

Activités réalisées :

- Création d'un groupe de travail constitué de divers services et de partenaires important pour la construction du projet.
- Définition des lieux où les jeunes se trouvent
- Campagne d'affichage
- Logo au sol dans les lieux prédéfinis accompagné de panneaux d'affichage pendant une période donnée.
- Création de capsules vidéos destinée à une diffusion sur les réseaux sociaux notamment.

Ce projet est un projet participatif, à cet effet plusieurs jeunes ont été impliqué-e-s dans plusieurs processus de la création comme le graphisme du logo, des affiches, la création des capsules vidéos ainsi que la réflexion sur les messages à passer.

Résultats :

Les personnes consultées jugent la sensibilisation à la fumée passive importante d'autant plus lorsqu'il s'agit de protéger les jeunes. La campagne est donc de manière générale bien perçue, il y a cependant quelques améliorations à amener pour que le message puisse perdurer sur les lieux où les enfants et les jeunes se trouvent. En effet, la campagne de communication n'est pas restée assez longtemps pour que la majorité de la population puisse en prendre connaissance et comprendre la démarche. Le logo seul, sans slogan, n'est pas toujours évident pour les utilisateur-ice-s des lieux. La période de communication qui s'est développée en été a été à la fois un bon choix, car les personnes sortent beaucoup plus pendant les beaux jours et en même temps, une bonne partie de la population est partie en vacances et n'aurait de ce fait pas forcément eu les informations nécessaires pour comprendre la démarche. Les jeunes interrogés sur le projet en ont pour la majorité déjà entendu parler.

Le moyen de communication qui a permis aux personnes de prendre connaissance du projet est sans conteste l'affichage qui a été mis en place sur les lieux pour expliquer le projet. Ceci nous montre qu'un support sur les lieux est très important et que le logo n'est pas suffisant.

Difficultés rencontrées :

La plus grosse difficulté constatée est de s'assurer que la population soit touchée durablement par le message du projet. La communication doit perdurer de manière efficace pour éveiller la conscience des personnes sur les lieux fortement utilisés par les jeunes. Il faut que le message soit durable dans l'espace public et que les partenaires soient plus sollicités pour aider à diffuser l'information et assurer un résultat visible.

Un des plus gros freins à la bonne marche du projet s'est traduit par l'absence des personnes responsable de sa mise en œuvre. En effet, le départ de la chargée de projet d'une part et l'absence

momentanée de la déléguée à la jeunesse d'autre part a passablement freiné les processus et le suivi efficace des actions.

Ce qui a fait ses preuves : La campagne d'affichage nous a permis de diffuser un message de manière massive. C'est le support qui s'est trouvé être le plus efficace et sans distinction d'âge ou de genre. Lors de cette période, nous avons pu constater un pic de fréquentation sur le site internet de la Ville qui explique le projet.

Enseignements :

Le résultat d'un tel projet ne peut pas être tangible à l'issue d'une seule campagne de communication. En effet, la plupart des retours reçus sur les lieux visés par le projet indique qu'il faut continuer de manière durable à communiquer sur ce type de message pour inciter un changement de comportement et montrer qu'il est important d'agir et de montrer le bon exemple aux jeunes générations. L'impact est beaucoup moins important sur une seule tentative mais sera beaucoup plus efficace sur une répétition de certaines actions et principalement la communication.

La proposition de créer des zones fumeur plutôt que des zones préservées de fumée a également été émise par plusieurs personnes interrogées que ce soit dans le groupe de travail ou les personnes présentes sur les lieux visés. Il serait intéressant d'essayer ce type d'action qui consisterait à axer une zone autour d'un cendrier unique qui serait posé à l'extrémité du lieu visé.

A la suite de ce projet pilote, le Canton de Neuchâtel a émis la volonté d'interdire la fumée dans les périmètres scolaires et parascolaires ainsi que des lieux d'accueil pour la petite enfance. Cela constitue une belle opportunité pour la Ville de Neuchâtel de créer une homogénéité entre le projet Mon Aire et cette nouvelle interdiction. Un contact a été pris avec les responsables de la formation pour créer un projet cohérent. Le projet Mon Aire constitue une bonne pratique au sein du Canton puisque d'autres communes ont sollicité des compléments d'information pour mettre en œuvre cette nouvelle législation.

3. Résultats du projet

3.1 Impact du projet

Décrivez comment le projet déploie ses effets.

Pour commencer, le projet est destiné aux enfants et aux jeunes et a pour objectif de les impliquer dans un processus participatif et de faire en sorte qu'ils et elles soient partie intégrantes du projet. A cet effet plusieurs groupes de jeunes ont été sollicités, c'est ainsi que le Parlement des jeunes, le Conseil des jeunes et l'association Senders Production (association de plus de 50 jeunes de 14 à 22 ans). En tout, une trentaine de jeunes ont été impliqués dans la réflexion et la construction du projet, sur le message à diffuser, le graphisme, la communication, les capsules vidéo, la définition des lieux, etc.

21 membres du conseil des jeunes ont pu assister à un atelier destiné à réfléchir sur le logo et le message, ils ont également pu être sensibilisés eux-mêmes à la problématique de la fumée passive et aux dangers que cela peut engendrer chez eux.

La présence d'un animateur hors murs du Centre de Loisirs était primordiale dans le groupe de travail notamment pour définir les lieux stratégiques où les jeunes se trouvent et pour adapter le discours sur ces lieux lorsque des jeunes s'y trouvaient. Le logo permet également de servir de base pour donner un message de prévention aux jeunes qui ont déjà commencé à fumer.

Les capsules vidéo créées par l'association Senders Production ont été consultées au total 48'218 vues sur Instagram et 582 sur Tik Tok. La période de diffusion calculée est de juillet à novembre qui correspond à la diffusion de la dernière vidéo.

Voici le projet en quelques chiffres :

- En tout, ce sont 14 lieux qui ont été touchés par le projet ;
- Une trentaine de jeunes impliqués ;

- Le projet a suscité l'intérêt de différents médias tels que ArcInfo, N+, RTS.

3.2 Objectifs du projet

Décrivez si et dans quelle mesure vous avez atteint les différents objectifs du projet.

Pour rappel les objectifs du projet Mon Aire s'articulaient comme suit :

- Protéger les jeunes contre la fumée passive dans les lieux où se trouvent les enfants et les jeunes.
- Dénormariser l'action de fumer et de prévenir des jeunes l'image du fumeur.

Il est difficile d'évaluer si les personnes suivent le message de sensibilisation. Nous avons cependant interrogé une vingtaine d'utilisateur-ice-s sur les lieux visés pour recueillir leur avis concernant le projet ainsi qu'une vingtaine de jeunes faisant partie du Conseil des jeunes (ces membres n'étaient pas présents lors de la conception du projet l'année précédente). En effet, certaines personnes interrogées font attention et trouvent important de ne pas fumer devant les jeunes et d'autres pensent qu'il est important d'informer les jeunes dès le plus jeune âge à l'école pour les sensibiliser à ne pas commencer de fumer, car il est trop tard pour les autres. Nous estimons que même si ce projet basé sur la bonne volonté a pour vocation à sensibiliser une population entière, l'impact sur une personne a également toute son importance. Il n'y a donc que sur le long terme que nous pourrions voir une incidence, ainsi qu'en faisant des rappels du projet avec des campagnes d'affichages récurrentes.

Nous pouvons cependant déjà dire que les lieux les plus compliqués sont ceux qui ont beaucoup de passage comme les arrêts de bus, cela est sûrement dû à l'attente et aux cendriers qui sont pour la plupart dans le coin des arrêts de bus en question. Le message est beaucoup plus respecté dans les autres lieux qui semblent être plus évidents pour les gens comme les places de jeux, parcs ou terrains multisports. Les discussions entamées par les animateur-ice-s du Centre de Loisirs sont également beaucoup plus faciles dans des endroits où les jeunes restent un moment.

3.3 Économicité

Exposez vos réflexions sur l'économicité de votre projet.

Le projet a été créé en collaboration avec le groupe de travail. Lors d'une de ses séances, il a été discuté des activités et des étapes du projet. Il a été décidé à ce moment pour des questions écologiques et de faisabilité d'abandonner la création de flyers. Il apparaissait en effet qu'une distribution massive de flyers pouvait être contreproductif, les personnes ne gardant pas forcément ce type de support.

Hormis les personnes touchées sur les réseaux sociaux, il est difficile de quantifier l'impact que le projet a sur la population. Les retours immédiats ont plutôt été qualitatifs, en effet, plusieurs propos ont été recueillis avec des pistes d'amélioration, il est cependant difficile de connaître le nombre de personnes qui fait l'effort de ne pas fumer dans les zones délimitées.

4. Réflexion

Exposez de manière détaillée les enseignements que vous avez tirés de ce projet.

4.1 Réflexion générale

De manière générale, nous avons eu le plaisir de travailler avec des partenaires qualitatifs et qui ont bien saisi l'importance de traiter ce sujet dans l'espace public. De plus, cela a été très enrichissant de travailler avec les jeunes, public directement impacté par le message de sensibilisation. Ce public se trouve être très intéressé par la thématique et le plus conscient des risques que la fumée peut engendrer que ce soit de manière active ou passive. Selon eux, la solution serait d'interdire complètement la fumée dans l'espace public.

Selon les retours reçus, la pose de logo dans les lieux prédéfinis peut bien fonctionner, il faut cependant un message qui accompagne cette action qui soit court et clair. Il serait cependant plus efficace de faire des « zones fumeurs » plutôt que le contraire. La communication s'est révélée quant à elle très efficace et primordiale pour informer massivement la population. Celle-ci se ferait encore mieux si elle se produisait de manière récurrente. Plus les personnes sont sensibilisées, plus cela suscite la réflexion autour de notre responsabilité vis-à-vis des enfants et des jeunes. Le message fonctionne, il faut juste s'assurer de son existence permanente dans l'espace public. Les efforts vont continuer au-delà de ce projet pilote et d'autres pistes sont donc à creuser pour trouver la meilleure manière de communiquer et de faire en sorte que le message soit compris par le public.

Un des aspects qui a le plus freiné le projet est l'aspect administratif ainsi que les questions de personnel pour la direction du projet. La coordination du projet a subi plusieurs changements suite au départ de la chargée de projet qui était assignée à ce projet et au congé maternité de la déléguée à la jeunesse qui a continué la mise en œuvre du projet. Ceci a entraîné plusieurs retards dont même une pause dans le suivi faute de personnel pour prendre la relève. Il est difficile dans une commune de travailler sans le concours d'autres services, la réalité de chacun n'étant pas la même et pouvant également retarder et alourdir le processus.

L'importance de cette campagne de communication était de susciter la réflexion auprès de la population et de montrer que les jeunes ont besoin de l'aide de la société pour éviter de commencer à fumer étant donné que les jeunes générations imitent les adultes, c'est donc de notre devoir de montrer le bon exemple. En délivrant ce message, le projet contribue à susciter une prise de conscience sur la responsabilité de chacun et chacune envers les jeunes générations.

Ce projet et la thématique qu'il traite a été très enrichissant à mettre en place. Selon les retours, il a montré que la campagne de communication a très bien fonctionné, il aurait fallu cependant laisser le message au-delà de la période estivale pour toucher plus de personnes. Sans ce message, les personnes qui n'ont pas vu la communication n'ont pas pu comprendre ce que le logo représentait. Ce moyen de communication sur l'espace public reste la meilleure méthode pour toucher le public sans distinction, ainsi les personnes âgées. Il a été très important de ne pas interdire la fumée, les personnes ont reçu le projet de manière positive. Les fumeuses et fumeurs ont également trouvé qu'il était important de montrer le bon exemple aux jeunes. Il y a cependant quelques pistes que nous pourrions mettre en place, certaines personnes ont trouvé qu'une telle initiative devait continuer, elles ont cependant trouvé qu'elle pourrait être beaucoup plus efficace en mettant des zones fumeur plutôt que des zones où l'on incite à ne pas fumer. Avec cette méthode déjà utilisée par les CFF dans les quais notamment, les personnes se déplaceraient directement vers la zone où un cendrier serait placé.

4.2 Réflexion sur des thèmes spécifiques

Groupe cible

Le premier groupe cible étant les jeunes, il était important de les impliquer dans la conception du projet. Nous avons pu les intégrer dans toutes les étapes du projet et avons pu recueillir leurs réflexions pour déployer au mieux les actions. Les jeunes de 12 à 15 ans sollicités ont tous sans exception été d'accord avec l'objectif du projet, ils et elles auraient cependant préféré une interdiction totale de fumer dans les zones prédéfinies. La volonté d'impliquer des jeunes a été clairement identifiée par le public, les communes voisines qui créaient une action similaire ont bien compris que la voix des jeunes était indispensable pour créer leur message, ils ont donc sollicité notre aide pour organiser une rencontre avec les membres du Conseil des jeunes.

Égalité des chances

a) Mesures pour l'égalité des chances

Les moyens de communication ont été choisis pour toucher toute la population sans distinction de genre, d'âge ou de nationalité. Avec une campagne de communication, toute personne pouvait être sensibilisée à l'action.

Pour s'assurer que les jeunes comprennent l'objectif de ce projet, il a été très important de collaborer avec les équipes d'animation Hors Murs du Centre de Loisirs qui se déplacent dans les quartiers pour venir à la rencontre des jeunes. Cela a permis de discuter avec eux dans les lieux prédéfinis, de déployer le message de prévention. Le logo a souvent été un élément de base pour construire le discours de sensibilisation et entamer la discussion sur les risques, l'importance d'arrêter de fumer, etc.

b) Prise en considération du groupe cible

Pour permettre une facilité d'accès optimale auprès des jeunes, nous avons opté pour une communication sur les réseaux sociaux. Ces capsules vidéo ont été relayées par la Ville de Neuchâtel, mais également par nos partenaires jeunesse impliqués dans le projet (Centre de Loisirs, Senders Production, Parlement des jeunes).

Pour la communication auprès du public, les affiches ont été privilégiées pour assurer une bonne diffusion du message avec des panneaux fixes qui expliquaient le projet et qui renvoyaient sur le site internet pour de plus amples informations si besoin. Les affiches en question fournissaient déjà les éléments importants pour comprendre la substance du projet.

Collaboration

Les partenaires au projet ont été essentiels à la bonne marche du projet. Tout d'abord, il a été important de travailler avec les jeunes, cible du projet. La Ville de Neuchâtel a voulu s'inscrire dans une démarche participative pour notamment relayer le message du projet auprès de leurs pairs.

La Ville a également pu collaborer avec d'autres organismes grâce à la construction d'un groupe de travail qui permettait de réfléchir aux étapes du projet et qui a permis de le penser de la manière la plus adéquate possible :

- **Vivre sans fumer CIPRET-Neuchâtel** : Cette institution a été importante dans la compréhension des risques des divers produits à base de nicotine. Elle a également pu fournir l'expertise nécessaire aux messages transmis et donner des bonnes pratiques auxquelles elle a participé en collaboration avec d'autres communes.
- **Centres d'animation** : Le Centre de Loisirs et plus précisément les équipes Hors Murs ont été d'une aide précieuse dans le choix des lieux occupés essentiellement par des jeunes. Ces équipes ont permis de relayer le message et de faire de la prévention auprès des jeunes qui fumaient dans ces espaces. Il a été important de faire en sorte que les jeunes, public cible du projet, ne se sentent pas exclus par le message qui était essentiellement dédié au reste de la population. Le message de prévention relayer par les animateur-ice-s était donc essentiel pour intégrer tous les jeunes.
- **Les Parlement et le Conseil des jeunes** : Une membre du Parlement des jeunes a intégré le groupe de travail pour qu'il puisse y avoir un regard jeune sur les étapes discutées dans ce groupe. Le Conseil des jeunes, quant à lui, a été sollicité de manière indépendante en plénum sous forme d'atelier de réflexion sur la forme du logo, le message ainsi que sur la fumée de manière de percevoir la fumée à leur âge. Les résultats ont été très enrichissants, cela a également été l'occasion pour le FPT de faire des photos des jeunes en question qui avaient rempli au préalable une autorisation parentale.
- **Autres service de l'administration cantonale** : La jeunesse étant transversale et le projet touchant à plusieurs secteurs spécifiques, il a été important de collaborer notamment avec le service de l'urbanisme, des parcs et promenades, la sécurité publique, la voirie, la communication, etc. Ces services sont indissociables de l'espace public et il a été important de les inclure dès le départ dans la réflexion sur la faisabilité des actions pour ancrer au mieux le projet.
- **Les établissements scolaires** n'ont pas pu être sollicités pour ce projet pilote. La campagne de communication ayant eu essentiellement lieu durant les vacances scolaires pour cibler les beaux jours, le message n'a malheureusement pas pu être diffusé aux élèves.
- **Objectif-NE** : Une collaboration avec cette association (dont l'objectif est d'accompagner les régions du canton à concevoir et réaliser des projets régionaux) qui a réalisé un projet similaire d'interdiction de fumée dans les places de jeux a été jugée importante pour harmoniser la communication entre nos projets respectifs. En effet, les communes de Travers, La Grande Béroche et Le Landeron ont lancé ce projet durant la deuxième partie de l'année. La Ville de Neuchâtel a pu les rencontrer et une collaboration s'est avérée utile en terme de communication. Le projet de l'association Objectif :NE a été créé avec le service de la santé publique du Canton de Neuchâtel.
- **Service de la santé publique du Canton de Neuchâtel** : La Ville de Neuchâtel assure le relais auprès de ce service concernant les résultats de ce projet.

5. Étapes (dernière phase du projet)

N°	Étape	Indicateurs	Évaluation
	Produits ou résultats, év. référence à la page concernée de la demande	en vue de la réalisation de l'étape	
1.6	Campagne de communication	Déploiement de l'affichage, distribution de prospectus, communication sur les réseaux sociaux	☒ ☐ ☐

Explications concernant les objectifs réalisés (indicateurs) et votre évaluation

L'affichage et la communication sur les réseaux sociaux se sont très bien déroulés et ont commencé le 28 juin. Pour des raisons écologiques, le groupe de travail a renoncé à la distribution de prospectus à la population. A la place, nous avons mis en place une page internet qui explique le projet (<https://www.neuchatelville.ch/fr/participer/la-ville-et-les-jeunes/campagne-mon-aire>) qui est relayée sur les espaces publics visés. Ainsi les personnes intéressées peuvent directement se renseigner en allant sur la page ou en scannant le QRcode qui se trouve sur l'affiche. Le site internet a été consulté 287 fois, principalement durant la campagne de communication qui renvoyait directement les gens dessus pour aller plus loin.

Par la suite, des capsules vidéos ont été créées pour assurer une continuité de la communication. Ces capsules vidéo ont été diffusées sur les réseaux sociaux en novembre 2023 (3 vidéos diffusées en trois temps, les 17, 22 et 27 novembre). Ces vidéos ont été diffusées simultanément sur les comptes Instagram de la Ville de Neuchâtel et de l'association Senders Production. Elles ont été visionnées 48'218 fois et 582 fois sur TikTok. Le teaser a été beaucoup plus impactant que les micro-trottoirs. Ces deux comptes assuraient ainsi une consultation de plusieurs types d'utilisateur-ice-s, l'association Senders Production comptant beaucoup plus de jeunes que la Ville de Neuchâtel.

N°	Étape	Indicateurs	Évaluation
	Produits ou résultats, év. référence à la demande	en vue de la réalisation de l'étape	
2.1	Fin du projet		☐ ☒ ☐

Explications concernant les objectifs réalisés (indicateurs) et votre évaluation

Le projet s'est terminé à la fin de l'année 2023, une analyse des résultats a ainsi pu se faire avec un peu de recul sur les résultats des réseaux sociaux et du site internet principalement.

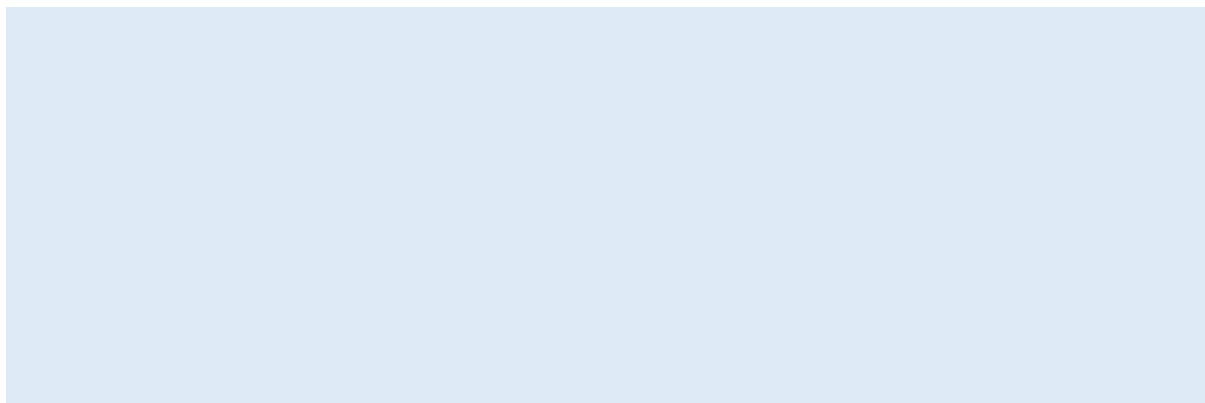
Le congé maternité de la déléguée à la jeunesse a retardé l'analyse des résultats du projet et également la rédaction du rapport final.

6. Annexes

Veuillez indiquer les annexes fournies (p. ex. rapports d'évaluation, publications, etc.).

- ☐ Aperçu du décompte final du budget (voir le [site web FPT](#))
- ☐ Décompte final détaillé (comparaison budget-efficacité, votre propre document)
- ☐
- ☐
- ☐
- ☐

7. Autres remarques



Veuillez envoyer tous les documents (le formulaire en format PDF et Word) par e-mail directement à la personne responsable de votre dossier au FPT et à info@tpf.admin.ch. Si vous ne disposez pas d'une signature électronique qualifiée, veuillez scanner la première page du formulaire signée à la main et l'envoyer également sous forme de document PDF.

Explications relatives aux différents champs

Signature

Le rapport final doit être signé à la main ou avec une signature électronique qualifiée par le responsable du projet.

Évaluation des résultats du projet

Utilisez les feux tricolores pour évaluer le déroulement du projet et ses résultats :

- Vert = réussi
- Orange = en partie réussi
- Rouge = non réussi

Veuillez expliquer votre évaluation en quelques mots dans le champ correspondant.

Résumé

Le texte sera publié sur le site du FPT (éventuellement sous une forme adaptée) et doit donc être compréhensible pour un public non initié. Veuillez décrire dans ce résumé :

- les activités réalisées (Qu'avez-vous fait ?) ;
- les résultats (Qu'avez-vous atteint ?) ;
- les défis rencontrés (Quelles difficultés avez-vous dû surmonter ?) ;
- les facteurs de réussite (Qu'est-ce qui a fait ses preuves ? Que faudrait-il reprendre d'autres projets ?) ;
- les enseignements tirés (Qu'est-ce qui a fonctionné ? Qu'est-ce qui n'a pas fonctionné ? Quelles leçons peut-on en tirer, par exemple pour la suite du projet ?).

Impact du projet

Décrivez les différents effets et interactions du projet. Veuillez vous référer au modèle d'efficacité de la demande déposée. Quelles suppositions concernant l'impact du projet se sont confirmées ? Lesquelles se sont révélées incorrectes ? Quels effets sont quantifiables ? Lesquels ne le sont pas ?

Objectifs du projet

Indiquez si et dans quelle mesure vous avez atteint tous les objectifs définis dans la demande. Si certains objectifs n'ont pas été atteints, merci d'expliquer pourquoi.

Économicité

Exposez vos réflexions sur l'économicité du projet. Si possible, mettez les coûts en relation avec les résultats obtenus (p. ex. coûts par personne atteinte, coûts par personne ayant arrêté de fumer, coûts par résultat X). Comment l'économicité du projet pourrait-elle encore être améliorée à l'avenir ?

Réflexions générales

Exposez vos réflexions détaillées sur le projet et ses résultats :

- Quels aspects ont été concluants ? À quels moments avez-vous eu du plaisir à travailler sur ce projet ?
- Quelles suppositions se sont révélées correctes / incorrectes ?
- Qu'est-ce qui n'a pas fonctionné comme prévu ? À quels moments le travail vous a-t-il moins motivé ?
- En quoi le projet a-t-il contribué à prévenir le tabagisme en Suisse ?
- Quelles recommandations pouvez-vous tirer de votre expérience (pour d'autres acteurs ou, le cas échéant, pour la suite du projet) ?

Réflexions sur le groupe cible

Quels constats avez-vous faits au sujet de votre groupe cible, de ses besoins et de ses attentes ?

Avez-vous réussi à impliquer ce dernier de manière adéquate ? Quels aspects pourraient encore être améliorés concernant le groupe cible ?

Réflexions sur l'égalité des chances

Dans votre demande, vous avez montré comment vous vouliez promouvoir l'égalité des chances en matière de santé dans votre projet. Veuillez indiquer les mesures que vous avez prises pour y parvenir et les défis que vous avez rencontrés. Utilisez pour cela les 3 catégories suivantes :

a) Mesures pour l'égalité des chances

Quelles mesures avez-vous prises pour que votre projet atteigne les personnes socialement défavorisées ? Parmi ces mesures, lesquelles ont été fructueuses selon vous ? Quels défis se sont présentés ? Merci de motiver votre réponse.

b) Prise en considération du groupe cible

Votre offre était-elle facile d'accès et a-t-elle, selon vous, répondu aux besoins du groupe cible ? Merci de motiver votre réponse et d'indiquer comment la mise en œuvre du projet a pu impliquer les personnes concernées.

c) Possibilités d'agir et obstacles

Votre demande mentionnait l'influence des rapports sociaux sur les conditions de vie et les possibilités d'agir de votre groupe cible. Merci d'indiquer quelles mesures vous avez prises pour renforcer ces possibilités et quels obstacles vous avez rencontrés.

Réflexions sur la collaboration

Avec quels partenaires avez-vous collaboré ? Avec lesquels n'avez-vous pas collaboré ? Pourquoi ? Quelles conclusions tirez-vous de ce travail commun ?

Étapes (dernière phase du projet)

Comme pour le rapport intermédiaire, veuillez évaluer les étapes de la dernière phase du projet.

Annexes

Indiquez toutes les annexes jointes au rapport. Il peut s'agir, par exemple, de rapports d'évaluation, de publications ou de documents complémentaires.