



COMMUNIQUÉ
Pour diffusion immédiate

PAUSE invite les jeunes à se déconnecter

Pour profiter des bienfaits des pauses sans écran

Montréal, 2 novembre 2020 – La campagne PAUSE, réalisée par Capsana grâce au soutien du Secrétariat à la jeunesse, marque son retour et invite les jeunes à prendre des pauses sans écran afin de renouer avec les bienfaits de la déconnexion. La réalité hyperconnectée, qui était déjà bien présente avant la pandémie, s’est depuis exacerbée pour tout le monde, certes, mais tout particulièrement pour les jeunes. Plus que jamais, les experts s’inquiètent pour leur bien-être, notamment pour leur santé mentale, et insistent sur l’importance qu’ils prennent soin d’eux, entre autres en mettant plus souvent les écrans de côté.

« PAUSE ton écran. Profites-en. »

Avec son slogan évocateur, le nouveau concept publicitaire de la campagne présente la pause comme un moment privilégié de plaisir où l’on peut en profiter pour faire des activités qu’on aime ou qu’on veut découvrir. Sport, plein air, musique, art, cuisine... À chacun de trouver ce qui lui fait du bien! Se déconnecter peut aussi être l’occasion de ralentir et de simplement relaxer loin de la surstimulation des écrans et du stress ou de la peur de manquer quelque chose en ligne.

« Bien qu’Internet présente de nombreux avantages, PAUSE rappelle que les écrans, trop utilisés ou mal utilisés, peuvent entraîner des méfaits comme un sommeil perturbé, un niveau insuffisant d’activité physique et davantage de stress et d’anxiété, d’où l’importance pour les jeunes d’oser se déconnecter et de prendre du temps pour eux loin des écrans. Au-delà du temps consacré à l’écran, il est important de s’attarder aux pauses de l’écran que l’on s’accorde afin d’agrandir le contrôle qu’on a sur notre temps libre. Les jeunes le méritent bien! » explique la docteure en psychologie Magali Dufour, aussi présidente du comité d’experts de PAUSE.

Des jeunes ouverts à se déconnecter

Selon un sondage réalisé en 2019, 88 % des jeunes souhaitaient déjà diminuer le temps qu’ils passaient sur Internet¹. « Avec son approche positive et bienveillante, la campagne veut aider les jeunes à apprivoiser la déconnexion et à introduire régulièrement des pauses sans écran dans leur quotidien et selon leur réalité, ne serait-ce que quelques minutes ou quelques heures. C’est une habitude clé pour redécouvrir comment s’occuper autrement et pour garder l’équilibre, particulièrement en ces temps bien déstabilisants », précise Julie Mayer, coordonnatrice de la campagne PAUSE.

1. Léger Marketing (2020). Notoriété et perception de la campagne publicitaire PAUSE – Rapport d’analyse d’un sondage post-campagne effectué auprès de 750 Québécois âgés de 18 à 24 ans.

L'équipe de PAUSE est aussi très fière de pouvoir compter sur l'appui de plus de 30 milieux, dont de nombreux cégeps et universités ainsi que certains centres de formation professionnelle et maisons des jeunes, pour promouvoir la campagne via leurs plateformes, et ce, malgré la pandémie. Un témoignage fort que la campagne répond à un besoin bien réel des milieux de mettre en œuvre des activités permettant de parler d'hyperconnectivité aux jeunes.

À propos de PAUSE

PAUSE fait la promotion d'une utilisation équilibrée d'Internet afin de prévenir les risques liés à l'hyperconnectivité tout en profitant des avantages de la techno. Cette campagne, qui s'adresse aux jeunes adultes, aux ados et à leurs parents, est réalisée par Capsana avec le soutien du Secrétariat à la jeunesse et la collaboration d'un comité d'experts et d'un réseau d'appuis. Pour en savoir plus, visitez Pausetonecran.com.

À propos de Capsana

Capsana est une organisation à vocation sociale détenue par la Fondation ÉPIC, qui est liée à l'Institut de Cardiologie de Montréal, et par la Fondation PSI. Sa mission est d'aider les individus à devenir acteurs de leur santé. Pour en savoir plus, visitez capsana.ca.

- 30 -

Source:

Pausetonecran.com | facebook.com/pausetonecran | instagram.com/pausetonecran
capsana.ca | [@equipeCapsana](https://twitter.com/equipeCapsana)

Renseignements et demandes d'entrevues:

Camille Gagnon
Conseillère aux communications
514 985-2466, poste 277

