

Communiqué de presse

24/11/2020

## Les jeunes ont le sentiment d'être « privés de l'essentiel »

Lancement d'une campagne de communication à leur intention : *Covid Breakers*

**Comment les jeunes Bruxellois vivent-ils le confinement ? Quel est leur état d'esprit ? Afin de comprendre leur ressenti, la Cocom a interrogé un panel de jeunes Bruxellois entre 18 et 25 ans, étudiants, travailleurs ou chercheurs d'emploi. Une enquête qualitative\* qui révèle une jeunesse partagée entre morosité et envie pressante de retrouver une vie « normale ».**

Abandonnés et incompris. Tel est le ressenti des jeunes Bruxellois à l'heure où la Belgique tourne au ralenti depuis le reconfinement. Souvent présentés comme insoucians et parfois même « inconscients », les jeunes qui ont participé à l'enquête de la Cocom\*\* se révèlent au contraire pleins de gravité face à une pandémie qui a bouleversé leur vie au-delà de l'imaginable. **Tristesse, solitude, incertitude, frustration, découragement et colère** sont les émotions qu'ils ont confiées aux enquêteurs lors d'entretiens approfondis, certains jeunes ayant l'impression qu'on les **prive de l'essentiel : voir leurs amis, faire des projets, travailler ou étudier « normalement »**... Ce « blues » du confinement est partagé par tous les sondés, francophones et néerlandophones, et ce quelle que soit leur origine culturelle.

### Des mesures difficiles à vivre

Face à un avenir incertain, beaucoup de jeunes Bruxellois avouent qu'il est **difficile pour eux de rester motivés et engagés** dans la lutte contre le coronavirus. Inquiétant : ils ne font pas spontanément le lien **entre le respect des mesures sanitaires et une possible sortie de crise**.

Une des mesures les plus difficiles à vivre est la **limitation des contacts sociaux**. Leurs amis leur manquent et contrairement au premier confinement, les apéros virtuels n'ont plus la cote. La **fermeture de l'horeca les affecte beaucoup**, les bars et restaurants étant des lieux de socialisation très importants. **L'utilité du couvre-feu n'est pas bien comprise** non plus par les jeunes, de nombreuses activités externes n'étant de toute façon plus possibles.

Malgré ces doutes, la majorité des jeunes Bruxellois **connaît et applique les gestes-barrières**. Mais leur principale motivation est altruiste : **protéger leurs parents et leurs grands-parents**. Conscients de la dangerosité du coronavirus pour leurs proches, ils ne le considèrent **pas comme une menace pour leur propre santé**, et ce même s'ils ont déjà contracté le virus.

### Des besoins essentiels non compris

Fatigués par une crise sanitaire qui dure depuis trop longtemps, les jeunes ont le sentiment de ne **pas être entendus ou pris en considération par la société**. Ils déplorent qu'une grande partie de l'attention publique et médiatique se concentre sur certains groupes (personnes âgées...), certains secteurs (commerces, horeca..), certaines professions (personnel médical) mais pas **sur les difficultés et besoins de leur génération**.

L'autre besoin essentiel exprimé est celui **d'avoir des perspectives pour pouvoir faire des projets**. Les jeunes reconnaissent que cette incertitude sur une possible sortie de crise est **source de démotivation et de désengagement, notamment par rapport au respect des règles sanitaires**.

### **Covid Breakers, pour renouer avec le cours normal de nos existences**

Soucieuse de redonner de l'espoir aux jeunes Bruxellois, la Cocom lance une campagne de communication à leur attention. Intitulée « Covid Breakers », cette campagne rappelle aux jeunes **qu'ils ont le pouvoir de modifier les choses à leur échelle**. Porter un masque, garder ses distances, limiter ses contacts... En appliquant ces gestes essentiels, les **Covid Breakers brisent la chaîne de transmission du virus et créent les conditions pour renouer avec le cours normal de nos existences**.

Positive, inclusive et parfois humoristique, cette campagne a été créée avec et pour les jeunes, en tenant compte de leurs besoins, dont celui d'avoir des perspectives et celui de sourire de la situation. **Elle reconnaît leurs difficultés et exprime de la reconnaissance pour les immenses efforts** déployés par les jeunes depuis le début de la crise.

La campagne Covid Breakers sera visible sur les réseaux sociaux à partir du 24 novembre et au sortir du confinement, dans les universités, les écoles supérieures, le secteur horeca, le Kinépolis. Des actions régulières seront déployées (théâtre de rue, challenges...) pour encourager le **sentiment d'appartenance à la communauté des Covid Breakers**, notamment sur les réseaux sociaux (compte FB : [@covidbreakersbelgium](#)).

*\*Enquête qualitative menée auprès d'un panel représentatif de 24 Bruxellois âgés de 18 à 25 ans, interrogés entre le 4 et 13 novembre par le bureau d'études MARESCON.*

### **Plus d'infos ?**

Le matériel de communication de la campagne (vidéos, affiches) est consultable [ici](#).