

# Rapport annuel

# 20

# 16

Association  
romande  
**CIAO**

# Table des matières

<b>Le mot du président</b>		<b>3</b>
<b>Temps forts 2016</b>		<b>4</b>
	Refonte de ciao.ch	
	Réflexions	
	Bilan de l'adaptation responsive	
	Discuter pour comprendre les besoins	
	De futur·e·s ingénieur·e·s au chevet de ciao.ch	
	Un nouveau site imaginé par les jeunes	
	Guide des bonnes pratiques	
<b>Focus sur</b>		<b>7</b>
	La communication à ciao : premier bilan	
	Gérer son identité numérique, une compétence devenue essentielle	
	La protection de l'enfance à CIAO	
<b>En chiffres</b>		<b>9</b>
<b>Vie de l'association</b>		<b>15</b>
	Mot de la commission d'éthique	
	Commission des répondant·e·s	
	Témoignage : être répondant·e sur ciao.ch	
	Accueil des stagiaires psychologues	
	L'équipe CIAO	
	Interventions	
	Interventions et participations	
	Expositions médiatiques	
	Archives	
<b>Comptes 2016</b>		<b>18</b>
<b>Remerciements</b>		<b>19</b>

# MOT DU PRESIDENT



A peine arrivé et me voici en charge d'évoquer une année dont je n'aurai vécu que les derniers mois ! Elu président le 22 novembre 2016, après avoir participé à deux séances de comité, c'est donc un bleu qui vous adresse ce message.

Mais le bleu s'est déjà enrichi de quelques impressions convaincantes : celle d'une équipe de professionnel-le-s passionné-e-s d'abord, celle d'un comité de membres engagé-e-s ensuite, et enfin celle d'un CIAO à la recherche de bonnes pratiques, de réponses novatrices et de vecteurs systématiquement réactualisés.

Vous lirez en effet dans ce rapport que CIAO explore continuellement les ressources des réseaux sociaux, ciblant ses campagnes, talonnant ses groupes d'intérêts. Vous comprendrez que les partenariats de CIAO s'adaptent, collant aux besoins. Vous découvrirez le souci constant de CIAO d'être un vrai service, multipliant les moyens d'y parvenir. Vous apprendrez que CIAO partage son expérience, acquise depuis plus de deux décennies.

Les défis s'avèrent donc passionnants pour le bleu, dans ce domaine sensible de la protection de la jeunesse, où de multiples organismes cherchent leur place ; il y a ceux qui souhaiteraient faire du CIAO et ceux qui se profilent comme partenaires de CIAO. Aux premiers, je me permets de déclarer que CIAO me semble unique et inimitable ; aux seconds, je profite de dire merci : par la pertinence de leurs répondant-e-s, CIAO est toujours sûr d'être nécessaire. Les réseaux sociaux ne sont pas que superficiels ou dangereux, les tweets ne sont pas forcément réducteurs ou vains et les SMS peuvent être des soutiens ou des ressources.

CIAO a ceci de particulier que son action doit être pérenne dans un environnement en mutation constante. CIAO a ceci d'original que le site doit donner le change face aux jeunes générations avec le recul de l'expérience. CIAO a ceci de complexe que son impact s'inscrit dans le domaine de l'intime alors que ses réponses sont publiques.

CIAO a ceci de grand qu'il amène l'utilisateur à réfléchir à ce qu'il voit, entend, reçoit dans le magma de l'e-business.

Merci à celles et ceux qui privilégient CIAO en passant du temps à son service, professionnellement ou bénévolement. Je me réjouis d'être tombé dans ce chaudron.

Jacques Laurent

A handwritten signature in black ink, consisting of a long, sweeping horizontal stroke that curves upwards at the end, followed by a vertical stroke that tapers to a point.

# TEMPS FORTS 2016

Cette année 2016 a été marquée par différents temps forts de communication, de projets et développements en vue de la refonte et de réflexions sur la pratique. Si des changements se profilent à l'horizon, il convient de réaffirmer que CIAO ne peut être autre chose qu'un espace de confiance pour les jeunes, où l'exigence reste et restera de délivrer des prestations et informations les plus professionnelles possibles. Nos responsabilités en termes d'apports doivent d'abord être centrées sur les besoins du public. L'étude IUMSP menée en 2015 a confirmé la place de CIAO, outil de promotion de la santé et de prévention. A l'heure où tout le monde parle de santé globale voulant signaler par là, une dimension holistique de la santé, il convient de rappeler que pour CIAO, la globalité s'affirme aussi au travers des thèmes et de la diversité de notre plateforme.

La globalité des thématiques mais aussi des services et réseaux à disposition est pour nous la garantie d'une approche cohérente et professionnelle en faveur de la santé des jeunes.

Si notre rapport annuel rend compte des principaux événements de 2016, il n'a pas la prétention d'être exhaustif. Nous devrions pour cela nous tourner vers les 40 répondant-e-s de CIAO qui rendraient compte de leurs activités quotidiennes sur [ciao.ch](http://ciao.ch). Nous devrions revoir les jeunes rencontrés au cours de l'année à l'occasion des focus groups et des événements auxquels nous avons participé. L'exercice du rapport annuel nous impose de faire des choix. Néanmoins nous souhaitons rendre hommage à celles et ceux dont nous avons croisés la route au cours de l'année 2016.

Anne Dechambre

Raphaël Trémeaud

Marjory Winkler

## REFONTE DE CIAO.CH

### Réflexions

Développer une nouvelle version d'un site comme ciao.ch est un véritable challenge. Plusieurs étapes sont nécessaires pour proposer un outil qui correspond aux attentes du public cible et qui puisse également aider les professionnel·le·s dans leur recherche d'information, évoluer en fonction des nouvelles thématiques et outils proposés et correspondre aux standards du web.

L'année 2016 a vu de grandes avancées dans les réflexions sur le futur de ciao.ch. Quatre postulats ont été formulés :

- Hiérarchie et clarté  
La hiérarchie des contenus disponibles sur ciao.ch sera repensée pour une meilleure clarté de l'information ;
- Accessible et anonyme  
ciao.ch sera plus accessible sur les différents supports, tout en préservant le niveau de protection et d'anonymat lors de l'accès ;
- Interactif et créatif  
Les services et modules de ciao.ch seront interactifs et créatifs : les jeunes pourront enrichir les contenus du site ou personnaliser leur interface ;
- Réseaux sociaux et nouveaux médias  
Enfin la refonte doit permettre aux internautes de trouver dans ciao.ch un outil qui leur soit utile et donc intégrer les nouveaux médias des jeunes.

### Bilan de l'adaptation responsive

Afin de mieux servir sa cible, constituée essentiellement d'adolescent·e·s et pour ne pas être pénalisé par Google dans son index de recherche, il était essentiel d'adapter au mieux la structure du site en y insufflant des fonctionnalités de type responsive. La structure, qui datait de plus de dix ans, n'avait pas été conçue dans une prévision d'adaptation et de formatage du contenu.

Quatre types de modifications ont été réalisés :

- Implémentation d'un modèle de navigation apte à restituer au mieux sur mobile les quatre niveaux d'informations du site ciao.ch ;
- Mise en place des comportements responsives nécessaires à l'adaptation des pages thématiques, des pages du forum, des pages d'adresses et de la page d'accueil ;
- Réorganisation de la page d'accueil ;
- Simplification de la ligne visuelle afin de la rapprocher d'un esprit flat design sans toucher au code html existant.

Du point de vue de la lisibilité du site, la refonte partielle

est un succès. Celle-ci nous a également permis de garder une bonne indexation dans les moteurs de recherche. Néanmoins la simplification du site s'est accompagnée d'une perte du nombre de clics au profit d'une utilisation plus efficace.

### Discuter pour comprendre les besoins

Les travaux entourant la refonte du site ont très vite fait émerger une question, à savoir quelle direction prendre pour proposer une vraie expérience utilisateur à nos visiteur·euse·s ? Il était donc nécessaire de connaître précisément ce que les jeunes aiment sur ciao.ch, respectivement n'apprécient pas. Si une première esquisse de réponse a pu être trouvée à l'aide des statistiques de navigation et de l'étude menée par l'IUMSP, nous avons rencontré en face à face huit groupes de jeunes (entre quatre et vingt participant·e·s) issus de quatre cantons romands pour affiner nos résultats et comprendre leur utilisation du site.

Ces discussions ont permis de relever quelques éléments majeurs :

- A la découverte du site, la densité des informations et des services proposés peut être déconcertante ;
- Les quiz et les vidéos sont plébiscités pour s'informer et découvrir de nouveaux sujets ;
- Des pictogrammes et des illustrations seraient plus adéquats que les photos utilisées actuellement.

Les informations sont jugées très fiables et l'environnement de ciao.ch suscite des sentiments de sécurité et de bienveillance. Dans un même temps, il est difficile de comprendre qui est réellement derrière la plateforme.

Ces constats ne sont qu'une infime partie des informations récoltées. Le principe des focus groups va continuer à être mobilisé, voir même intensifié tout au long de l'année 2017. Ce type de rencontre nous oblige à quitter nos schémas préétablis sur la manière de naviguer sur le site et de s'informer. Ce qui nous semble pertinent, à nous professionnel·le·s, ne l'est pas toujours pour les jeunes. Non pas que la promotion de la santé telle que nous la diffusons est inintéressante mais simplement le public cible se base sur d'autres critères que les nôtres pour déterminer la qualité, la fiabilité et la pertinence du site. A nous de nous adapter.

### De futur·e·s ingénieur·e·s au chevet de ciao.ch

Refaire un site comme celui de ciao.ch soulève de nombreuses interrogations autour de la technologie à utiliser pour mener à bien un tel projet. Beaucoup de paramètres sont à prendre en compte pour procéder à un choix cohérent et durable. Cette réflexion autour de l'outil

ciao.ch a été réalisée par des deuxièmes années de la Haute École d'ingénierie et de gestion du canton de Vaud.

Répartis en quatre groupes, ces futur-e-s ingénieur-e-s des médias ont livré le fruit de leurs observations sous forme de prototypes. Ils ont également fait le travail de réfléchir aux informations à proposer en page d'accueil et surtout d'établir une liste de recommandations techniques et technologiques très utiles pour le cahier des charges du nouveau site.

Au final c'est un rapport de projet d'une centaine de pages compilant leurs différents travaux sous forme d'un *proof of concept* qui nous a été remis, fruit de leurs réflexions et travaux.

Un travail fastidieux très bien réalisé, merci à eux !

### **Un nouveau site imaginé par les jeunes**

Les différentes étapes de la refonte du site nous ont confortés dans l'idée qu'en plus de focus groups mobilisés ponctuellement, il fallait intégrer notre public cible au départ du projet. C'est ainsi qu'en mars 2016, après la sélection de notre dossier, nous avons démarré une collaboration avec la fondation Gloria Mundi. Cette dernière réalise des supports de communication pour les associations. Elle propose également des partenariats avec des écoles d'arts. Depuis octobre 2016 nous avons donc la chance de travailler avec une classe d'*Interactiv Media Designer*, des élèves du centre de formation professionnelle Arts de Genève supervisé-e-s par quatre enseignant-e-s-formateur-trice-s.

Agé-e-s de 16 à 19 ans, ils-elles ont dans un premier temps étudié la marque « CIAO », intégré les résultats apportés par l'association (résultats des focus groups, propositions des professionnel-le-s, etc.) avant de travailler sur un nouveau logo ainsi que sur des propositions de structure du site. Beaucoup d'idées et de concepts ont émergé dans leurs travaux. Le partenariat se prolongera en 2017 avec la finalisation du projet vainqueur et le développement d'autres objets graphiques.

L'engagement montré par la fondation Gloria Mundi et le CFP Arts est une réelle opportunité pour proposer un nouveau site adapté et pensé avant tout pour les jeunes romands. Que ces deux entités et leurs représentant-e-s soient chaleureusement remerciés.

---

## **GUIDE DES BONNES PRATIQUES**

Depuis plus de 20 ans CIAO répond aux questions des jeunes et il nous a paru intéressant de pouvoir partager cette expérience avec nos partenaires. Partant de cette idée l'équipe a mis en place le projet de guideline avec un groupe de travail composé de répondant-e-s et partenaires lors du second semestre 2016.

CIAO a ainsi la volonté d'élaborer un memento des bonnes pratiques qui ne prétend pas être un document décisionnel mais un recueil des années d'activité en ligne, réflexions, questionnements et positionnements, pouvant être utile à d'autres acteur-trice-s de la promotion de la santé sur Internet.

Le premier objectif était de collecter auprès des partenaires les points importants à mettre en avant afin d'établir un premier jet de ce manuel.

La table des matières est le résultat de cette collaboration. Nous y aborderons les défis de la promotion de la santé en ligne auprès de cette génération Y, les changements qu'elle induit, et ce qu'apportent actuellement les réseaux sociaux comme risques mais aussi avantages dans l'appartenance au groupe et le développement identitaire. Ces dernières années nous avons vu bouger la communication auprès des jeunes et entre eux et allons devoir en tenir compte pour relever les défis d'une fiabilité des informations en s'appuyant sur les compétences certaines des jeunes.

Dans une vision empirique et évolutive, CIAO veut utiliser son expérience web avec les questions de plusieurs générations d'adolescent-e-s à qui les spécialistes ont donné une réponse.

Nous pouvons d'ores et déjà remercier les répondant-e-s et les institutions qui nous ont soutenus dans ces étapes. L'élaboration collective et les opinions de chacun-e-s ont été riches et précieuses. En cours de rédaction, ce manuscrit sera finalisé en 2017.

# FOCUS SUR

## LA COMMUNICATION À CIAO : PREMIER BILAN

Depuis plus d'un an maintenant, nous avons relancé la communication autour du site ciao.ch. Que ce soit par son public cible (les 11-20 ans) autant que par les professionnel·le·s du terrain (enseignant·e·s, infirmier·ère·s scolaire·s, animateur·trice·s socioculturel·le·s, etc.), il est important que ciao.ch soit connu et perçu comme une ressource utile et complète qui répond aux interrogations des jeunes.

Les établissements scolaires sont toujours plus sollicités. Chaque structure estime, souvent à juste titre, que sa cause mérite d'être entendue et diffusée aux élèves. Dans ce contexte, difficile de considérer les écoles comme vecteur principal de communication. C'est là qu'interviennent les réseaux sociaux. Souvent décriés, ils sont finalement un outil très efficace pour entrer en contact avec notre public cible. Sans intermédiaires, ils permettent une diffusion directe des messages, encore faut-il connaître les codes d'utilisation. Une photo vaut-elle mieux que mille mots ? Quels réseaux utiliser pour quel public ? Mais aussi et surtout veiller à favoriser un ton plus léger, voire humoristique pour toucher les jeunes. Les réseaux sociaux sont souvent des espaces de liberté à ne pas remplir avec des messages de prévention qui seraient contre-productifs. Il est important de libeller les messages dans les codes propres à la plateforme, d'informer sans ennuyer, de toucher sans envahir.

Avant d'établir une communication sur plusieurs outils, c'est Facebook qui a fait office de test durant toute l'année. Si ce réseau est souvent considéré, à tort, comme délaissé par les jeunes, nombreux y sont encore présents. Ils ne l'utilisent simplement plus de la même façon. Cette période « probatoire » a été riche en enseignements.

Très réactif·ve·s aux thématiques présentées sur un ton humoristique, ils·elles vont aimer le post et/ou « taguer » (mentionner) leurs ami·e·s, en revanche ne vont pas partager la publication.

La majorité des réseaux sociaux offre la possibilité de viser précisément le public cible que l'on désire atteindre

via des posts sponsorisés. Cette fonctionnalité nous a permis d'accéder plus facilement aux garçons, eux qui ne posent qu'un quart des questions sur ciao.ch.

Autre enseignement, nous avons découvert la difficulté de promouvoir du contenu ayant trait à la sexualité. Les publications sont régulièrement refusées quand bien même elles ne comportent aucune teneur pornographique. Il est indiqué que les « les images ou les vidéos qui montrent de la nudité ou des décolletés » ne sont pas autorisées, « même à des fins [...] pédagogiques ».

Durant l'année, le SAWI Lausanne nous a proposé de réfléchir sur la nouvelle stratégie digitale de ciao.ch dans le cadre des examens finaux de la formation de Spécialiste en médias sociaux. Il s'agissait concrètement d'analyser la stratégie digitale de l'association et de proposer de nouvelles pistes. Les conclusions correspondaient aux réflexions de l'équipe. La présence sur Facebook est efficace et il s'agit de la réitérer sur d'autres réseaux, particulièrement Snapchat. Mais pour l'investir, il est nécessaire d'intégrer de nouveaux codes d'utilisation, d'accepter que la matière produite est éphémère et donc difficilement réutilisable sur d'autres plateformes.

Du côté de la communication papier, 21'000 cartes de promotion et 1'500 flyers commandés par nos partenaires sont parvenus à notre public. Ce sont des rappels, des prolongements de l'action des intervenant·e·s de terrain.

Malgré toutes les mesures prises l'année dernière, le service de questions réponses voit encore son nombre de questions baisser. Difficile de savoir exactement la raison de cette diminution. Nous avons pris contact avec d'autres services à l'étranger afin de mesurer l'ampleur du phénomène. Il semble que pour eux aussi les questions réponses par messages sont en baisse et qu'ils s'orientent vers des solutions de chat en ligne pour interagir plus directement.

D'autres outils sont à proposer en parallèle et non en remplacement puisqu'il est encore largement utilisé (six à huit questions par jour).

Durant l'année 2017 plusieurs nouveautés vont être

testées. Une à deux fois par mois les jeunes internautes pourront poser des questions à des spécialistes ou à leurs pairs (selon le thème de la soirée) qui répondront en direct grâce à une retransmission vidéo.

Surtout, le nouveau site ciao.ch devrait arriver dans l'année. Les jeunes bénéficieront d'un outil solide, avec de nombreuses innovations et un design optimisé pour mobile. Le travail et l'implication des partenaires et répondant-e-s seront mieux mis en valeur au travers d'un accès facilité et interactif.

Une année 2017 qui s'annonce riche en changements.

## GÉRER SON IDENTITÉ NUMÉRIQUE, UNE COMPÉTENCE DEVENUE ESSENTIELLE

On ne compte plus les articles de journaux évoquant des vols de données, les publications qui se voulaient privées mais qui se retrouvent aux yeux du grand public. Nos données personnelles sont une de nos plus grandes richesses et pour les acteur-trice-s du web, un outil puissant en termes de ciblage marketing et des sources de revenu infinies.

Les adolescent-e-s en savent-ils plus que nous à ce sujet? Ils connaissent les ficelles, grâce au temps qu'ils y passent et en s'échangeant leurs astuces. Le temps consacré est un facteur important d'apprentissage et l'utilisation des outils informatiques amènent une motivation supplémentaire.

Même si tout un chacun peut jouer en ligne ou échanger sur les réseaux sociaux, l'ordinateur n'est pas utilisé de la même manière que l'on soit adulte ou adolescent-e. Il faut cependant reconnaître que la plupart des jeunes maîtrise mieux les paramètres de sécurité et de protection des données pour une raison assez simple : les adultes ne sont pas né-e-s avec Internet, et encore moins avec les réseaux sociaux, alors que les adolescent-e-s envisagent l'usage de ces réseaux comme quelque chose qui va de soi. Les jeunes savent utiliser la toile et sont vigilants sur la diffusion de leurs contenus.

La notion de confiance est très importante dans ce contexte. Une confiance en direction des personnes avec qui l'on échange mais aussi envers la plateforme où l'on va constituer un profil, publier des images. Sur ciao.ch, les internautes viennent se confier et partager une part importante de leur intimité. Ils doivent avoir foi dans les promesses du site comme l'assurance de l'anonymat. Cet engagement doit s'inscrire dans un environnement technique sûr, sous peine de subir la défiance de ce public. C'est ce que réalise CIAO depuis le début et continuera de privilégier dans le futur.

## LA PROTECTION DE L'ENFANCE À CIAO

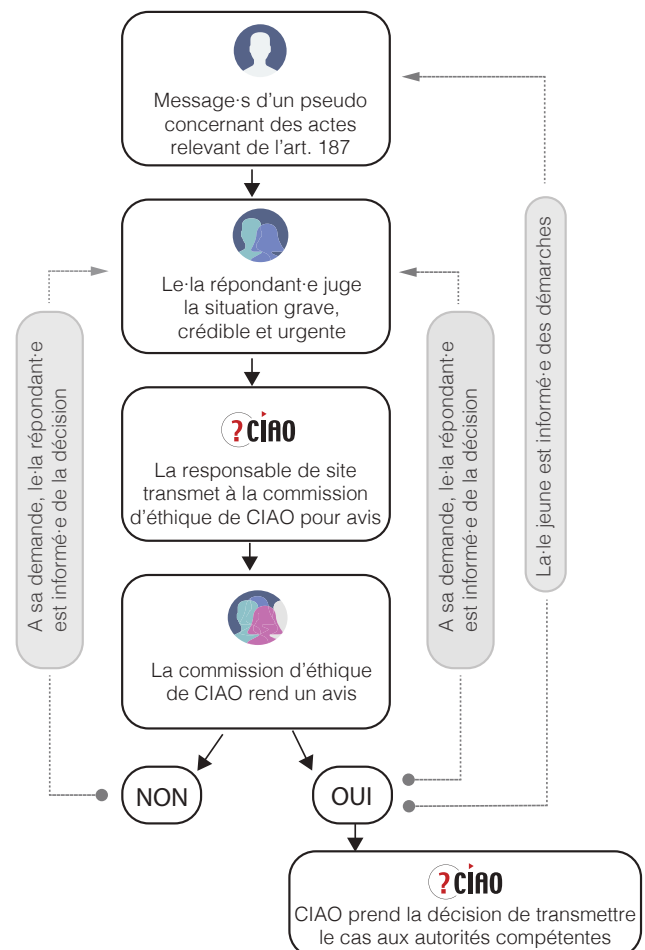
Sous le sceau de l'anonymat, les jeunes nous confient parfois des informations intimes et des situations complexes révélant des problématiques de maltraitance qui interrogent et questionnent.

Si la mission de CIAO est avant tout d'encourager voire d'accompagner ces jeunes à agir eux-mêmes, certain-e-s d'entre eux nous montrent leur impossibilité/incapacité à aller plus loin.

C'est dans le cas de ces situations rarissimes que l'équipe a mis en place un protocole.

Cette procédure se décline selon les points suivants :

- Vérifier si des questions ont été posées sous d'autres pseudos pour éliminer la plaisanterie ;
- Partager la situation préoccupante avec l'équipe ;
- Mettre les questions et réponses du jeune en privé ;
- Informer la commission d'éthique pour avis d'expert-e-s et confirmation le cas échéant ;
- Demander une réponse de la part du/de la jeune et l'informer des démarches en cours pour sa protection (afin de rester transparent) et ;
- Si il-elle ne réagit pas dans le délai donné, prendre contact avec les autorités compétentes ;
- A leur demande, renseigner les répondant-e-s du suivi.





# EN CHIFFRES

Les chiffres de 2016 indiquent une progression de ciao.ch, mais aussi une modification dans l'usage de nos services.

L'expérience de CIAO sur les réseaux sociaux est un succès, en 2016 ce sont 300'000 vues pour les posts Facebook, 9'000 clics, 300 partages et 3'219 réactions.

Une tendance se dessine dans l'utilisation des services de questions réponses, les jeunes ne privilégiant plus ce mode d'interaction (2'300 questions en 2016). Au travers de différents contacts avec des structures suisses, canadiennes et françaises, nous avons partagé sur ces faits. Il ressort des échanges que les tendances sont plus en faveur de services offrant une forme de relation directe instantanée dans la communication avec les jeunes. Pour cette raison nous allons expérimenter au cours de l'année 2017 différentes offres permettant d'appréhender au plus près ces modifications du comportement des jeunes (nouveaux réseaux sociaux, capsules vidéos, chat live, etc.).

Les répartitions par thème et par sexe des questions réponses restent similaires pour les tendances. Comme chaque année, les filles restent les premières actrices des questions réponses. Nous observons une situation néanmoins différente sur les réseaux sociaux où les données semblent plus équilibrées, le ratio h/f s'approchant des 50%.

Nous utilisons désormais les nombres de sessions et non plus les vues sur notre site. Du fait de l'adaptation responsive, les utilisateur-trice-s ont un accès plus rapide aux contenus, rendant l'usage de la statistique des vues biaisé. Nous avons inclus les sessions 2015 afin de faciliter la comparaison.

## QUESTIONS RÉPONSES

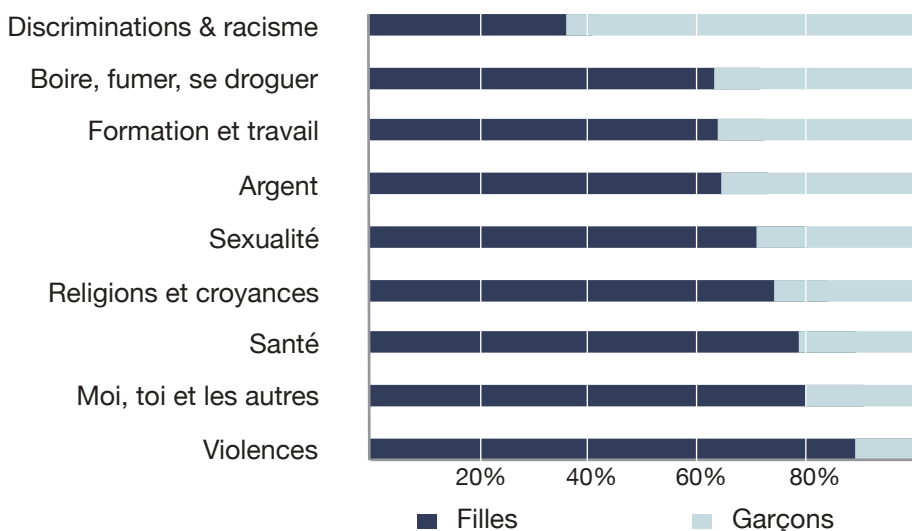
### Répartition par genre



Elles sont 3 filles pour 1 garçon à venir poser leurs questions sur le site.

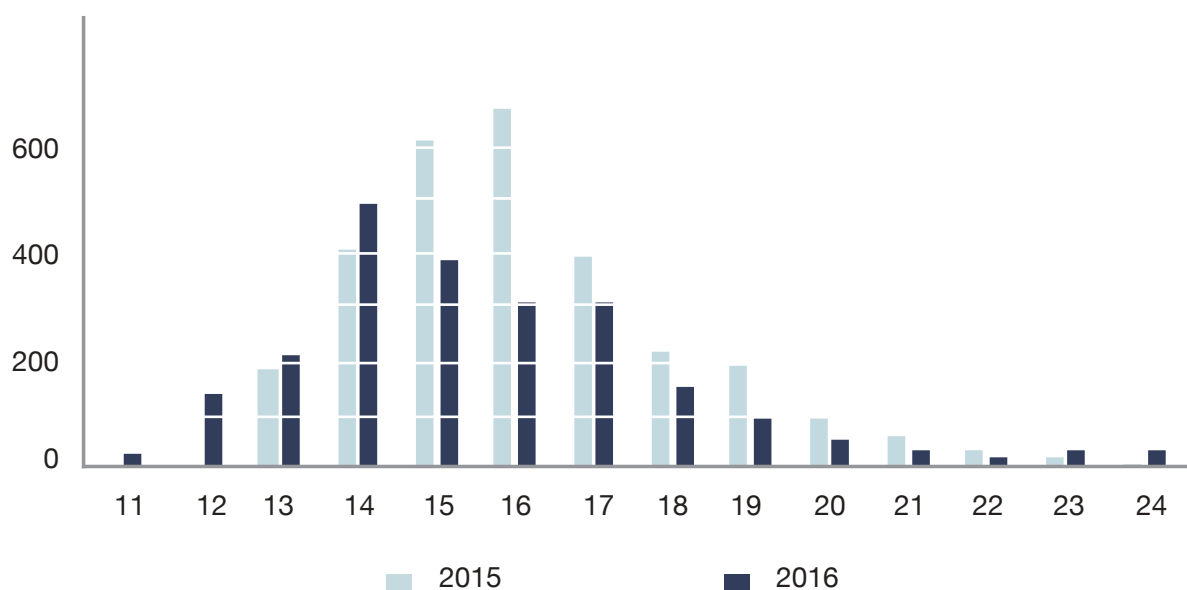


### Répartition en % par genre dans les thèmes



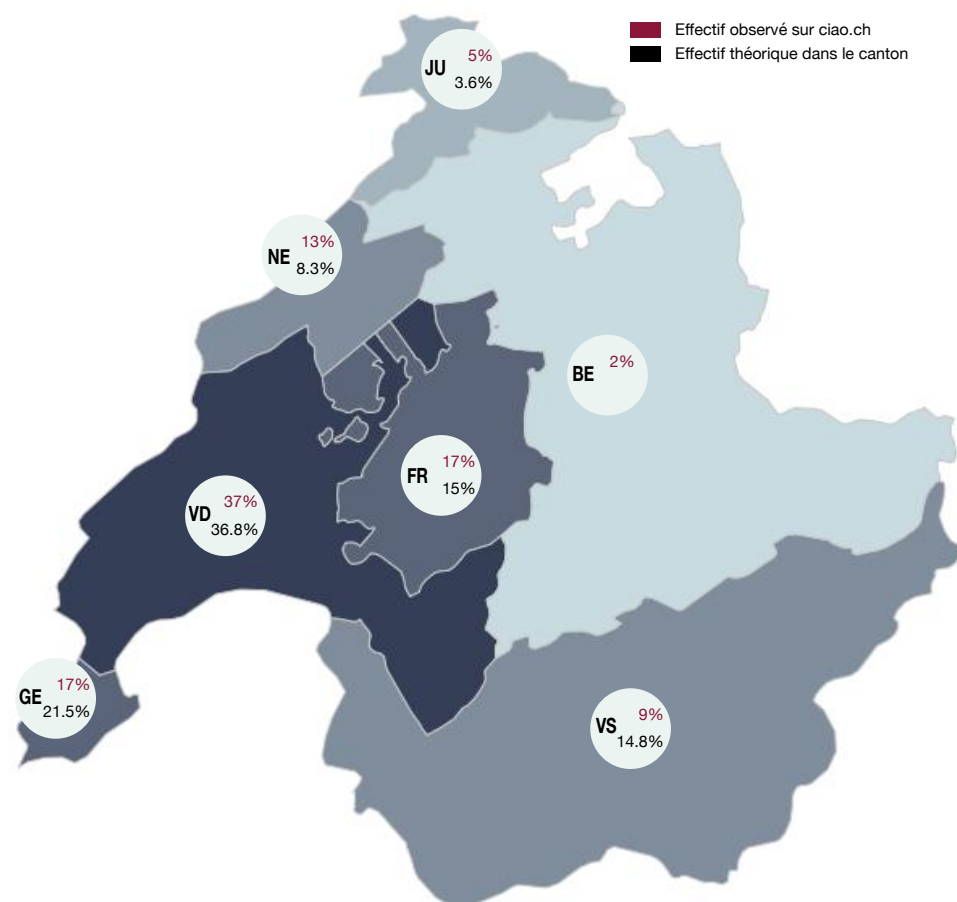
Certaines thématiques sont beaucoup plus interrogées par les filles que les garçons. Cependant il faut tenir compte du fait que les questions des garçons ne représentent qu'un quart du total.

### Répartition par âge



Depuis le début de l'année 2016, l'âge d'accès au service de questions réponses a été abaissé de 13 à 11 ans. Nous pouvons remarquer un rajeunissement de l'âge moyen des utilisateur·trice·s du service.

## Répartition par canton



Ce graphique indique les données observées et théoriques par canton des jeunes qui ont posé une question sur ciao.ch. Il montre une comparaison a priori stable entre les deux éléments.

Il est important de noter que les effectifs des jeunes francophones du canton de Berne n'étaient pas disponibles lors de l'établissement du schéma. La fiabilité des données n'est cependant pas remise en cause du fait du poids relativement marginal des chiffres bernois dans le total des questions réponses.

## Les 10 Questions Réponses les plus lues

Pourquoi Jésus a transformé l'eau en vin ? Pourquoi une telle importance du vin pour les chrétiens ?	1914
Comment croire en Dieu avec toutes les incohérences de la Bible?	1812
La différence entre le sperme et les spermatozoïdes ?	1750
Mes parents n'acceptent pas mon copain	1503
J'ai vomi après avoir pris mon médicament... Dois-je le reprendre ?	1339
Après une pénétration avec les doigts, je saigne	954
Se doigter avec 3 doigts, ça peut dévierger ?	751
Mon gland est légèrement bleu	652
Peut-on rentrer son ventre en étant enceinte?	630
Evangélique, j'ai décidé d'avoir des relations sexuelles avant le mariage... Est-ce mal ?	559

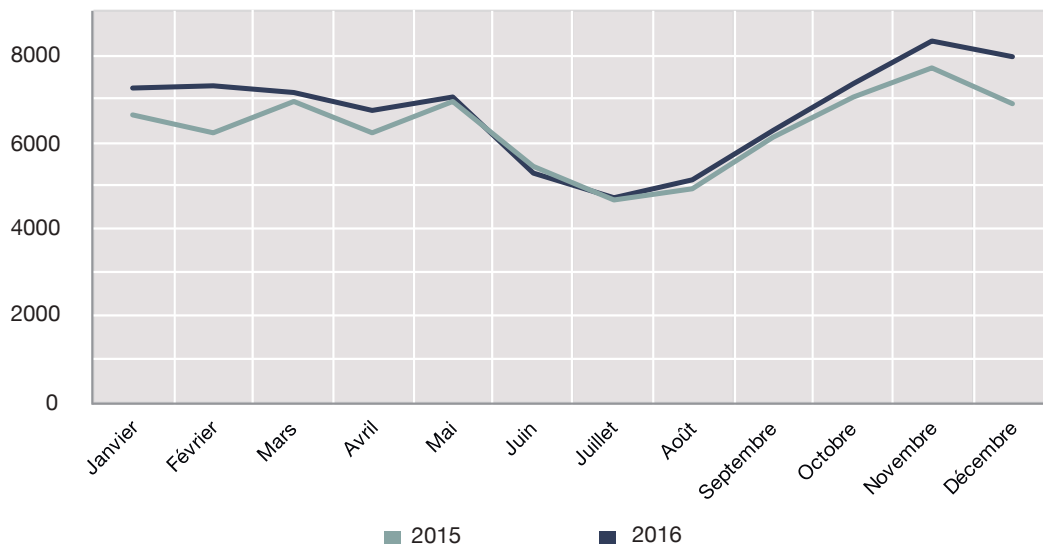
## QUIZ

### Top 5 des QUIZ

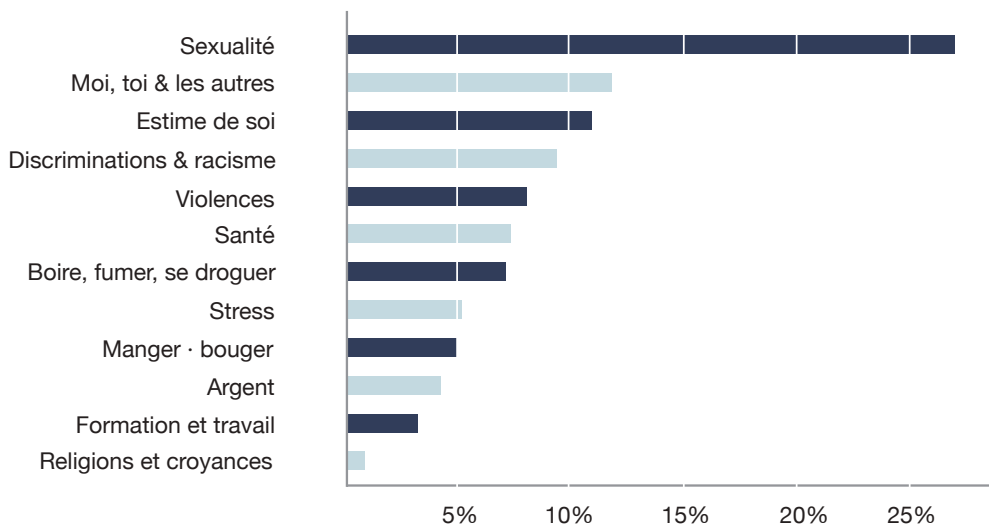
1 Manger-bouger · Alimentation 2 Sexualité · Ce corps qui se transforme 3 Sexualité · Vrai/faux contraception, sexualité, grossesse 4 Stress · Mythes et croyances sur le stress 5 Violences · A partir de quand est-ce de la violence?

## LES PAGES CIAO.CH

### Evolution du nombre de sessions



### Répartition thématique des pages lues



## Les 10 pages les plus lues

**1 Le racisme, c'est quoi?** 2 La pornographie, qu'est-ce que c'est? 3 Pourquoi est-on raciste? 4 Risque de tomber enceinte sans pénétration 5 **J'apprends à me connaître (jeu)** 6 La violence, c'est... 7 Les questions réponses 8 Les signes de la puberté chez les garçons 9 Avoir mal et saigner la première fois 10 Les différents types de discriminations

## Appareils utilisés pour venir sur le site



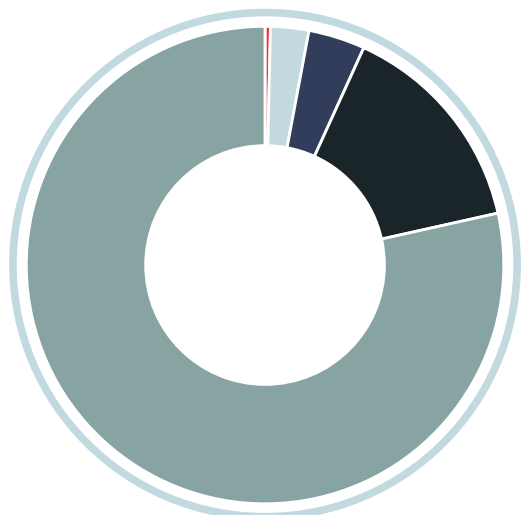
Les appareils mobiles deviennent majoritaires suivant la tendance mondiale. Si les internautes utilisaient encore majoritairement un ordinateur pour surfer sur ciao.ch (52%) en 2015, 2016 montre que cette fois, les smartphones et autres tablettes ont été les appareils privilégiés.

■ Smartphones et tablettes · 55%  
■ Ordinateurs · 45%

## Sources d'acquisition et mots-clés

La promotion de ciao.ch mobilise les outils de marketing Adwords et autres pour accroître la visibilité de la plateforme auprès du grand public. Le graphique présente les sources de trafic vers ciao.ch. Celles-ci proviennent majoritairement du référencement Google « naturel » (78%). En santé publique, il convient de prendre en compte ces données pour l'élaboration d'offres en ligne. Une ressource accessible doit être référencée correctement, au risque de voir le sens du projet et son utilité disparaître ou inutilisable. La visibilité du projet sur le web détermine ses chances d'atteindre le groupe cible.

## Acquisition et mots-clés



## Mots-clés sur Google

### Mots-clés gratuits

**1 pornographie 2 le racisme**  
**3 la violence 4 les principes de la démocratie 5 ciao.ch**

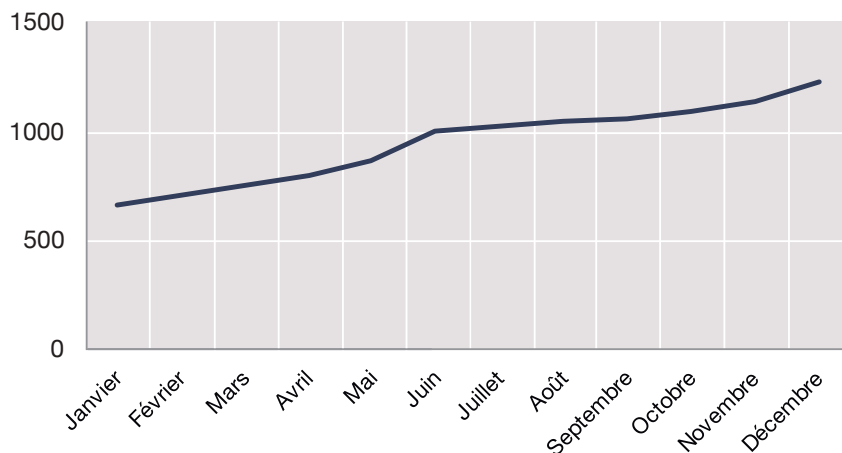
### Mots-clés payants

**1 porno 2 sexe porno**  
**3 film porno 4 pilule du lendemain 5 amitié**

■ Réseaux sociaux · 0.3%  
■ Recherches Google (payant) · 2.7%  
■ Liens référencés · 4%  
■ Liens directs · 15%  
■ Recherches Google (gratuit) · 78%

## RÉSEAUX SOCIAUX

### Evolution de la communauté CIAO sur Facebook

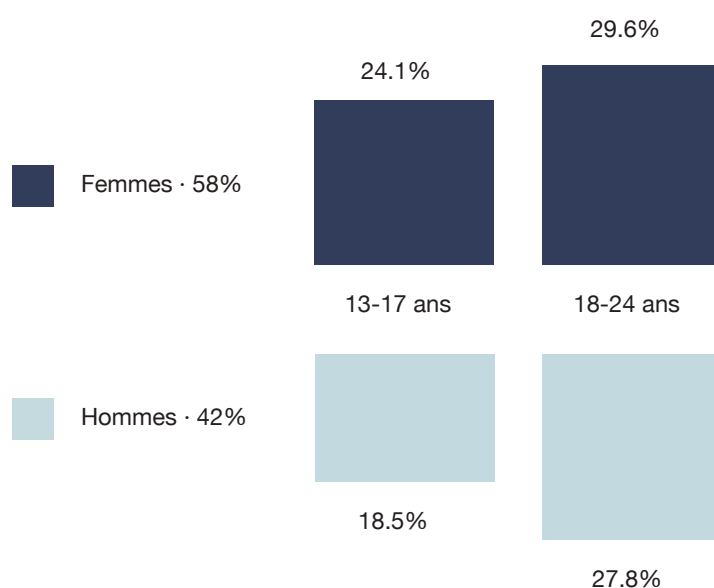


L'accroissement de la communauté Facebook de ciao.ch se poursuit de manière régulière et soutenue.

Les clics, réactions, mentions sont de plus en plus nombreux. Avec plus de 300'000 vues, on peut imaginer que la portée croissante de nos posts permette d'atteindre un objectif de la vision 2018 du comité : « chaque jeune romand connaît ciao.ch ».

### Profils des fans Facebook\*

Contrairement au service de questions réponses, le ratio garçons/filles est plus paritaire : 42% des fans de la page sont des garçons. Dans un même temps, les 13-17 ans sont moins représentés. Une donnée qui s'explique par la désaffection des plus jeunes pour ce réseau au profit d'autres comme Snapchat ou Instagram.



\*âgés de 13 à 24 ans

# LA VIE DE L'ASSOCIATION

## MOT DE LA COMMISSION D'ÉTHIQUE

La commission d'éthique s'est réunie une fois au cours de l'année, séance au cours de laquelle elle a proposé la modification de l'alinéa 2 de la charte éthique, changement validé ensuite par l'Assemblée Générale du 15 mars 2016. Le texte a été modifié en : « les membres et collaborateurs de CIAO se reconnaissent dans les principes définis dans cette charte ».

La commission a aussi été interpellée par l'équipe à deux reprises pour des situations soit ambiguës, soit inquiétantes dont l'une a conduit à un signalement auprès des autorités compétentes du canton.

Enfin, lors de leurs visites régulières sur le site [ciao.ch](http://ciao.ch), les membres ont souligné la qualité des réponses.

## COMMISSION DES RÉPONDANT·E·S

La commission des répondant·e·s, séance annuelle des répondant·e·s, a accueilli cette année l'association Be you network pour une présentation thématique.

Le sujet choisi par Annie Chemla et Zoran Bjelic sur les stéréotypes du genre était « Agissons ensemble pour l'inclusion du genre et de la diversité ».

La manière, très vivante et participative, d'aborder la déconstruction de nos propres stéréotypes a été très appréciée par l'assemblée.

Cette commission est aussi l'occasion de communiquer les activités et nouveautés de CIAO.

L'équipe CIAO, outre les informations chiffrées liées au site, a fait part de sa réflexion à propos des situations d'abus. Elle a informé les participant·e·s de la mise en place d'un protocole au sein de l'équipe et de l'implication des répondant·e·s face à cette problématique.

En résumé les cas sont signalés par écrit à CIAO, responsable de la suite des démarches.

## TÉMOIGNAGE : ÊTRE RÉPONDANTE SUR CIAO.CH

Lors d'une intervention de CIAO à la Haute école sociale de Genève, Adriana Radulescu a témoigné sur son travail de répondante et plus précisément sur l'importance de l'écriture anonyme pour les jeunes.

De nos jours, les « écritures numériques » deviennent de plus en plus fréquentes, que cela passe par les sms, chats, réseaux sociaux, comme sur [ciao.ch](http://ciao.ch) également. Comme le mentionne Catherine Rioult (2013), elles semblent être « un nouveau lieu de culture, d'échange, de présentation et d'affirmation de soi ».

La distance instaurée par l'écran et parfois l'anonymat, permet aux adolescent·e·s de se sentir protégé·e·s et de partager des choses de leur sphère intime, ce que certain·e·s ne peuvent faire en présence d'un·e autre, la parole leur faisant défaut.

Ecrire permet « de structurer sa pensée pour donner du sens à des événements réels ainsi que d'entamer un processus de compréhension et d'intégration de la souffrance ».

Lorsqu'un·e adolescent·e est confronté·e à une période douloureuse, il arrive qu'il ou elle se sente seul·e avec l'impression de ne pas avoir de ressource.

[ciao.ch](http://ciao.ch) permet aux jeunes de s'exprimer au moment où ils ou elles en ressentent le besoin et le·la répondant·e de CIAO est important·e pour faire exister la question posée : il·elle va y répondre de manière individuelle, tout en sachant que la question et sa réponse sont aussi publiques et devront pouvoir être utiles à tous les internautes.

## ACCUEIL DES STAGIAIRES PSYCHOLOGUES

Depuis 2012, l'Institut de Psychologie de l'Université de Lausanne s'est doté d'un nouveau plan d'études pour la formation en Master en intégrant une dimension professionnalisante. Dans ce cadre, les étudiant-e-s ont la possibilité d'effectuer un stage de six mois à 50 % durant leur dernière année de Master, leur permettant une expérience de terrain.

Depuis 2014, CIAO est référencé comme lieu de stage pour les étudiant-e-s de Master en psychologie spécialisée dans les branches « enfance et adolescence » et « sociale et interculturelle ».

Outre une première expérience sur le terrain pour bon nombre de stagiaires, la période à CIAO leur permet d'entrer dans le monde particulier des échanges questions réponses avec les jeunes. Cette relation d'aide ponctuelle et anonyme dans laquelle existe un décalage temporel et une relation non-présentielle oblige à une posture de « proximité distante » ainsi que de prudence, pour laquelle un temps de familiarisation est nécessaire.

Aventure riche pour tout le monde !

En 2016, Maryam Turki et Olivia Seum en Master de psychologie sociale et interculturelle, Tina Stahel, en Master de psychologie de l'enfant et l'adolescent ont rejoint l'équipe.

## L'ÉQUIPE CIAO

L'équipe CIAO est constituée de trois personnes :

- Raphaël Trémeaud, directeur ;
- Anne Dechambre, responsable du site ;
- Marjory Winkler, responsable de projet et communication.

Guillaume Ceppi, Romain Cerantola, civilistes ainsi que Maryam Turki, Tina Stahel et Olivia Seum, stagiaires psychologues se sont succédés durant l'année.

Viennent s'ajouter nos collaborations régulières avec nos différents prestataires : l'entreprise Nimag Networks et son soutien technique, bf.gestion pour la gestion comptable ainsi que le Cabinet fiscal Fitag SA pour son expertise dans l'audit.

## INTERVENTIONS

### Interventions et participations

- Au colloque des membres du Réseau en Santé Psychique à Berne ;
- A la journée Cyberharcèlement... et si c'était moi au Lycée Denis-de-Rougemont à Neuchâtel ;
- Au Forum ouvert Quelles actions pour promouvoir la santé des Genevois ? ;
- Avec un atelier à la journée Sexualité et addictions organisé par le Groupement romand d'Etudes des Addictions ;
- Au symposium « Nouvelles addictions à l'adolescence » ;
- Au week-end de prévention et de sensibilisation Ecran total organisé par la ville de Lausanne ;
- A la journée de formation sur l'adolescence et psychosomatique ;
- A la Haute École de travail social Genève avec le thème « Le travail social à l'ère numérique : enjeux identitaires et sociaux » ;
- Au salon des métiers des cantons de Vaud et Valais ;
- Au Dîner Quiz, Prilly ;
- A la formation continue pour les conférenciers dans les écoles issus de la Police de sûreté, Gendarmerie et Polices communales vaudoises ;
- A la conférence sur les droits de l'enfant organisée par le Centre interfacultaire en Droits de l'enfant de l'Université de Genève et le Service cantonal de la jeunesse du canton du Valais ;
- A la Plateforme Compétences médiatiques mise en place par l'Office fédéral des assurances sociales ;
- Par un atelier sur l'utilisation des réseaux sociaux dans la promotion de la santé au Colloque annuel de prévention et de promotion de la santé à Neuchâtel.

### Expositions médiatiques

- Dans La Ligne de cœur pour parler de l'estime de soi ;
- Sur le blog La santé autrement pour évoquer l'information médicale de qualité sur Internet ;
- Dans 24 heures au sujet des comportements à risque chez les jeunes ;
- Sur Radio 7 à l'occasion du Festival des activités de jeunesse du canton de Vaud ;
- Dans le périodique « Oh » consacré au lien entre TCA et Internet ;



- Sur Mediaplanet dans un article traitant de l'importance de la promotion de la santé ;
- Sur 20minutes.ch comme piste dans la résolution des problèmes de harcèlement ;
- Dans Vacarme pour discuter des pratiques sexuelles chez les jeunes ;
- En participant à l'émission On en parle et évoquer la relation à l'argent ;
- Sur le Lausanne Bondy Blog pour faire connaître le site et ses développements futurs ;
- Pendant CQFD pour parler de la santé sur Internet ;
- Dans Le Nouvelliste comme ressource dans la lutte contre la discrimination ;
- Sur RTN, RJB et RFJ pour décrire les questionnements des ados ;
- Dans la Gazette Couple et famille pour présenter ciao.ch.

```

Status: out
Descriptor 1: éjaculation
Descriptor 2:

le pseudonyme: Asterix et Clitorix

Quelle distance peut atteindre le
jet de sperme de l'homme

ça dépend de l'habilitéé du lanceur

31.10.1989 23:31

```

```

Status: out
Descriptor 1: relation
Descriptor 2:

Le pseudonyme: ****
Le thème: relation

Est-ce que les ceintures de chas-
tetés existent encore car j'ai 25
ans et je vais partir à l'arme,
et je n'ai pas confiance en ma
compagne ?????

Inutile ! Tout bon dragueur a son
passe-partout avec lui...

12.1989 11:59

```

```

Status: out
Descriptor 1: relation sex.
Descriptor 2:

Le pseudonyme: H: BANDINI
Le thème: relation sex.

EN MAJORITE DANS QUELLE POSITION
LES VALAISANS(NES) FONT ILS
(ELLES) CRAC CRAC?

Demande à l'office du tourisme du
Valais...

19.12.1989 14:09

```

```

Le pseudonyme: vivi
Le thème: relation sex.

Comment faire l'amour sans se
fatiguer?

A l'EPFL une recherche est faite
pour une économie d'énergie.
L'école sera sûrement intéressée
par votre problème.

2.10.1989 15:42

```

## ARCHIVES

Avant l'âge du web, CIAO répondait déjà aux jeunes. Les échanges se faisaient via Vidéotex. Ce système présentait quelques contraintes, notamment avec un graphisme très épuré et un nombre de caractères limités. Nous avons retrouvé quelques extraits que nous souhaitons partager. Autres périodes, autres mœurs, les réponses pouvaient être parfois moins politiquement correctes... mais tout aussi pertinentes.

```

Status: out
Descriptor 1: relation
Descriptor 2:

Le pseudonyme: PD vtx...
Le thème: relation

Je ne peux pas faire la coure à
une fille car elle a le cul trop
p'tit...
Comment faire?

Regarde là dans les yeux!

```

# COMPTES 2016

## COMPTES D'EXPLOITATION

	2016	EN %
<b>CHARGES</b>		
Charges de personnel	303 285.31	67%
Maintenance technique et autres mandats	18 965.29	4%
Mandats de répondance	60 672.00	13%
Projets: mandats techniques et contenus	30 000.00	7%
Frais généraux	37 357.74	8%
<b>Total des charges</b>	<b>450 280.34</b>	
<b>RECETTES</b>		
Subventions	379 000.00	
Subventions CLASS et cantons	264 000.00	58.3%
Subventions fédérales	100 000.00	22.1%
Autres subventions	15 000.00	3.3%
Participation des partenaires de la répondance	61 030.00	13.5%
Mécènes, parrains et donateurs	9 870.00	2.2%
Autres produits	2 988.00	0.7%
<b>Total des recettes</b>	<b>452 888.00</b>	
<b>RÉCAPITULATION</b>		
Total des charges	450 280.34	
Total des recettes	452 888.00	
<b>Résultat de l'exercice</b>	<b>2 607.66</b>	

## BILAN

### ACTIFS

Caisse	7.25
CCP	38 164.70
BCV, compte courant	118 018.05
Actifs transitoires	13 927.40
Produits à recevoir	18 078.00
Garantie loyer BCV	5 135.90
Informatique	1 800.00
Mobilier	1 400.00
<b>Total des actifs</b>	<b>196 531.30</b>

### PASSIFS

Passifs transitoires	34 492.35
Produits constatés d'avance	915.00
Garanties sous-locataire	1 140.00
Résultat reporté	9 305.36
Provision - projets année suivante	5 000.00
Réserve projet refonte	95 000.00
Réserve salaires	48 070.93
<b>Total des passifs</b>	<b>193 923.64</b>

**Résultat de l'exercice 2016**

**2 607.66**

# REMERCIEMENTS

## UN IMMENSE MERCI À NOS PRÉCIEUX PARTENAIRES

### Aux partenaires répondants

ciao.ch est un site dont la valeur est reconnue dans les milieux de la prévention, de la promotion de la santé et au-delà. Cette qualité est pour une grande partie le fruit du travail des répondant·e·s issu·e·s des institutions partenaires de CIAO dans la collaboration avec notre association. Nous les remercions sincèrement de leur engagement, leur professionnalisme ainsi que de leur disponibilité.

- Addiction Suisse ;
- Association Boulimie Anorexie, ABA ;
- Association J'y crois – moi non plus ;
- Association TELME ;
- Centre d'écoute contre le racisme CECR ;
- Centre de santé sexuelle de la Ville de Neuchâtel ;
- Centre de santé sexuelle – Planning familial Jura ;
- Centre de santé sexuelle – Planning familial de La Chaux-de-Fonds ;
- Centres de consultation Sexualité Information Prévention et Education SIPE Valais ;
- Consultation Santé Jeunes CSJ ;
- Division interdisciplinaire de santé des adolescents DISA ;
- Fondation PROFA ;
- Jet-Service et Service social polyvalent du CSP-VD ;
- Juris Conseil Junior ;
- Malatavie Unité de crise ;
- Service Santé Enfance et Jeunesse SSEJ, Genève.

### Aux autres partenaires

La force d'un site comme ciao.ch réside dans le réseau dans lequel il s'inscrit. Nos remerciements vont aux institutions avec qui nous collaborons régulièrement : Action Innocence, Agora éditions, aiRe d'ado, Association DIS NO, Association Païdos, Association REPER, Be you network, Bureau lausannois pour l'intégration des

immigrés, feel-ok.ch, Fondation Gloria Mundi, Fondation Pro Juventute, Fondation vaudoise contre l'alcoolisme, Haute École d'ingénierie et de gestion du canton de Vaud, Haute École de travail social Genève, Planète Santé, Programme vaudois « ça marche! », Réseau santé psychique suisse, Santé Sexuelle Suisse, SAWI Suisse Romande, Stop suicide, Stop-alcool, Swiss Gamers Network, TeenSpirit, Université de Lausanne, Vivre sans violence.

### Aux subventionneurs, mécènes et donateurs

Les institutions publiques et privées, par leurs subventions, leurs financements ou leurs dons, garantissent à CIAO une continuité dans sa recherche de qualité et de professionnalisme. Merci à eux pour leur confiance et leur fidélité :

- Canton de Berne ;
- Canton de Vaud ;
- Canton du Valais ;
- Commission de prévention et de promotion de la santé CPPS ;
- Conférence latine des affaires sanitaires et sociales CLASS ;
- Etat de Fribourg ;
- Lausanne Région ;
- Office fédéral de la santé publique OFSP ;
- Office fédéral des assurances sociales OFAS ;
- République et canton de Genève ;
- République et canton de Neuchâtel ;
- République et canton du Jura ;

Ainsi que les communes de Corbières, Avenches, Chavornay, Bogis-Bossey, Corseaux, Lutry, Vaux-sur-Morges, Etoy, Les Enfers, Nods, Bardonnex, Cugy, Corsier, Aire-la-Ville, Lonay, Collonge-Bellerive, Cressier, Genève, Vandoeuvres, Valbroye, Perly-Certoux, Attalens, Chaux-de-fonds, Onex, Meinier, Tour de Peilz, Lutry, Montilliez, Chenit, Treyvaux, Trient, Lausanne.

Enfin un très grand merci à la commission d'éthique pour son travail et son soutien tout au long de l'année.



[ciao.ch](http://ciao.ch) - site d'info, d'aide et d'échanges pour les 11-20 ans

Association romande CIAO

Avenue de Riant-Mont 1 · 1004 Lausanne

+41 21 311 92 06 · [info@ciao.ch](mailto:info@ciao.ch)

CCP 10-5261-6

[ciao.ch](http://ciao.ch) · [associationciao.ch](http://associationciao.ch)

