



COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Confinement : malgré un usage peu encadré et encore trop important des écrans, 71 % des parents déclarent que les liens avec leurs jeunes enfants ont été resserrés pendant cette période*

« La Meilleure application pour votre enfant, c'est vous ! »

Une campagne d'affichage urbain et digitale, lancée dès cet été, vise à encourager les interactions parents-enfants auxquelles « les écrans font écran »

**Étude mpedia portant sur les enfants de moins de 6 ans.
Méthodologie ci-joint*

Le confinement a majoritairement renforcé les interactions parents-enfants par l'augmentation du temps partagé au quotidien. Les parents ont été heureux de voir grandir leurs enfants et ils le disent ! Le défi du déconfinement ? Garder ces temps d'échange privilégiés redécouverts en limitant la place donnée aux écrans. En effet, 54% des parents n'hésitent pas à laisser leur enfant seul devant un écran nomade (smartphone, tablette). C'est l'un des résultats de l'enquête conduite par mpedia, site grand public de soutien à la parentalité de l'AFPA (Association Française de Pédiatrie Ambulatoire) dans le cadre d'une campagne d'information en partenariat avec la Fondation pour l'Enfance ; cette campagne vise à sensibiliser les parents à l'importance des échanges dans le développement du jeune enfant.

Le confinement : une période de consolidation des liens parents-enfants

Réalisée par mpedia, le site Grand Public de l'AFPA, et en partenariat avec la Fondation pour l'Enfance, cette enquête révèle plusieurs enseignements :

- 71% des parents interrogés déclarent que le confinement a contribué à resserrer les liens avec leurs enfants ;
- 59% des parents ont fait plus d'activités manuelles avec leurs enfants ;
- Les repas, les phases de jeux, le coucher sont les moments privilégiés où les parents ont interagi avec leurs enfants.

Cependant 19% des parents déclarent que le confinement a aussi provoqué des tensions avec les enfants.

Le temps passé devant les écrans par les enfants est par ailleurs resté important. En effet, une famille sur deux déclare avoir laissé son enfant seul avec un écran. Par ailleurs, chez 17% des parents interrogés, la télévision était allumée en permanence. 47% d'entre eux ont regardé régulièrement les informations en présence des enfants.

« Pour beaucoup de parents confinés qui ont répondu à cette enquête, le confinement a créé des temps de partage qui se sont imposés très naturellement dans le quotidien des familles. Les parents se sont comportés comme en période de grandes vacances : ils ont multiplié les interactions avec leurs enfants et cela malgré un stress important lié au télétravail et à la promiscuité au quotidien. C'est une bonne nouvelle ! Il faut rester sur cette lancée et continuer à prendre du temps relationnel qualitatif en diminuant l'usage des écrans non réfléchi qui limite d'autant ces interactions », explique le Dr Catherine Salinier, membre de l'AFPA.

Les interactions, socle du développement de l'enfant

Selon les pédiatres de l'AFPA, les familles de jeunes enfants ne sont souvent pas assez conscientes de l'importance de ces interactions naturelles au quotidien pour le développement de leurs enfants, particulièrement les plus petits (0-3 ans). Celles-ci créent pourtant le socle de leur développement moteur, cognitif, psycho-social et émotionnel. Ainsi, l'échange de regard avec son bébé, de mots, les exclamations de joie, de surprise de peine, le jeu du coucou-caché, les jeux de constructions ou d'imitation, les histoires racontées, les sorties en famille... sont autant de fenêtres d'opportunité d'échanger qui stimulent et construisent un enfant.

« Les écrans, utilisés par les enfants mais aussi par les parents eux-mêmes, réduisent de facto la qualité et la quantité des échanges, à moins d'être utilisés ensemble pour des activités où les interactions parents – enfants se poursuivent.

Garder un œil en permanence sur son téléphone allumé en présence de l'enfant, c'est diminuer inconsciemment sa disponibilité à ses sollicitations. Nous recommandons aux parents de rester vigilants et de créer un cadre propice à cultiver ces échanges : des temps calmes et sans écran, des repas TV éteinte », déclare Vincent Dennerly, Directeur de la Fondation pour l'Enfance.

Une campagne d'affichage et digitale à destination des parents

La Fondation pour l'Enfance et l'AFPA lancent une campagne d'information du 8 juillet au 25 août, sur plus de 2000 mobiliers JCDecaux, avec le soutien de Google. Au total, trois affiches seront déployées sur le territoire métropolitain tout l'été - chacune représentant une situation de jeux parent-enfants et signée du même slogan : *« Interagir avec votre enfant l'aidera à développer son langage, son autonomie et à découvrir ses émotions ».*

Cette campagne fait l'objet d'une déclinaison digitale et social-média actuellement en ligne sur mpedia (<https://www.mpedia.fr/ecrans-parents-enfants/>), le site grand public de l'AFPA. Conseils, articles, quizz et témoignages sont mis en avant pour aider les parents au quotidien... sans complexe ni culpabilisation !

Côté professionnels de la petite enfance et de santé, un programme d'ateliers

Un programme de sensibilisation ludique et pédagogique, bénéficiant du soutien financier de Santé publique France, a été conçu pour animer des ateliers au sein des structures parents-enfants. Il a été testé sur plusieurs mois avec d'excellents retours et sera déployé à compter du 1er Septembre 2020.

Contacts presse

Anne-Laure Marin / 07.69.95.64.68 / annelaure@agence-initiale.fr

Mathilde Beau / 07.66.42.22.41 / mathilde@agence-initiale.fr

Une campagne réalisée par la Fondation pour l'enfance, l'AFPA et mpedia



A propos de la Fondation pour l'Enfance

La Fondation pour l'Enfance, reconnue d'utilité publique, s'est donnée pour mission d'identifier, d'accompagner et de faire grandir les initiatives du secteur de l'Enfance en faveur de liens plus solides et bénéfiques de la petite enfance à l'âge adulte. Son partenariat avec l'AFPA vise à renforcer les dispositifs de sensibilisation des parents aux enjeux fondamentaux du développement cognitif et émotionnel du tout jeune enfant.

<http://www.fondation-enfance.org>



A propos de l'Afpa

Fondée en 1990, l'Association Française de Pédiatrie Ambulatoire (AFPA), regroupe les pédiatres ayant un exercice à prédominance libérale et compte aujourd'hui plus de 1 500 adhérents.

L'AFPA, association loi 1901, née en 1990 a pour objectifs :

- D'assurer aux pédiatres une formation continue complémentaire à la formation universitaire initiale, adaptée aux réalités des pathologies de l'enfant et de l'adolescent prises en charge en dehors de l'hôpital.
- D'assurer et contribuer à une meilleure prise en charge de la santé de l'enfant et de l'adolescent par une activité de recherche soutenue par différents groupes de réflexion.

L'association a pour objectifs de maintenir à haut niveau la pédiatrie de ville en menant une réflexion sur le contenu et la qualité de l'exercice quotidien de la profession.

<http://www.afpa.org>



A propos de mpedia

www.mpedia.fr est le site Grand Public de l'AFPA (Association Française de Pédiatrie Ambulatoire) pour les parents et les professionnels de la petite enfance. Vous y trouverez des conseils, des vidéos, des réponses personnalisées gratuites à toutes vos questions : parentalité, alimentation, santé de l'enfant de 0 à 11 ans. Ce site est notamment partenaire de Santé Publique France, du Ministère des Solidarités et de la Santé et de la CAF notamment.

<http://www.mpedia.fr>

Avec le soutien de JC Decaux et Google



A propos de JCDecaux, partenaire de la campagne

Numéro 1 mondial de la communication extérieure, JCDecaux est un groupe français engagé dans trois activités : le mobilier urbain, le transport et l'affichage grand format. Consciente de sa responsabilité sociétale, l'entreprise offre chaque année de la visibilité à des associations en affichant gratuitement leurs campagnes de sensibilisation.

<https://www.icdecaux.fr/>



A propos de Google, partenaire de la campagne

Présent en France depuis 2004, Google France emploie 1000 collaborateurs qui contribuent à la transformation numérique de la France et de ses entreprises. Mobilisé aux côtés des familles pour un usage avisé du web, Google produit régulièrement des campagnes de sensibilisation. En 2019, l'entreprise a publié un guide de la parentalité numérique pour apporter aux familles les clés d'une expérience numérique sereine et maîtrisée et les aider à tirer le meilleur parti des opportunités offertes par le web.

https://about.google/intl/ALL_fr/impact/