



LYCÉE
NIC-BIEVER
Dudelange



Campagne Anti-Mégot

- 8 juillet 2025 -

Chaque jour, dans le monde entier, plusieurs millions de mégots de cigarettes sont jetés par terre ! Beaucoup de gens ne sont pas conscients des conséquences désastreuses pour la nature de cet acte irréfléchi.

Les effets sur l'environnement sont dévastateurs !

- Les mégots se retrouvent via l'eau de pluie, les égouts et une élimination négligente finalement dans les eaux comme dans les sols.
- Ils empoisonnent l'eau, entravent la croissance des plantes et mettent en danger la faune.
- Un seul mégot de cigarette peut polluer jusqu'à 1 000 litres d'eau !
- Les filtres des cigarettes sont composés de plastique non biodégradable qui subsiste dans l'environnement sous forme de minuscules particules de microplastique.

Avec cette nouvelle campagne, la Ville de Dudelange souhaite sensibiliser les fumeur·ses aux conséquences de leur comportement irresponsable. La commune a déjà pris des initiatives par le passé pour sensibiliser ses habitant·es au problème des déchets sauvages. Cette fois, la Ville a souhaité aller plus loin et a associé les élèves de la classe de BTS Contenu numérique du LNB à son projet.

La Ville de Dudelange et le Lycée Nic-Biever ont déjà collaboré à de nombreux projets ces dernières années. Il est rapidement apparu que ce projet serait également mis en œuvre avec les élèves du LNB.

À la rentrée scolaire 2024, les élèves de la première promotion BTS ont commencé à élaborer la campagne dans le détail. Il s'agissait certes, d'une part, d'un projet scolaire, mais d'autre part d'un vrai défi organisationnel, tant pour l'école que pour tous les

acteur·rices impliqué·es. La seule consigne : la campagne devait être créative ! Et la classe de BTS Digital Content a définitivement relevé le défi.

Flashmob « Red Button »

Cette action était une grande première pour Dudelange. Le tournage a eu lieu les 15 et 16 mai. Le premier flashmob s'est déroulé dans la cour du Lycée Nic-Biever, le second le lendemain sur la place de l'Hôtel de Ville. En bref, le scénario était le suivant : un passant qui ne se doute de rien appuie sur le « bouton rouge ». Un jeune homme se promène avec une énorme cigarette et la jette par terre. Une alarme retentit, puis les événements s'enchaînent. Le jeune homme est maîtrisé par la police. La cigarette jetée négligemment déclenche un incendie. Les pompiers doivent intervenir pour éteindre le feu. Finalement, les jeunes manifestent pour sensibiliser le public au fait qu'il est interdit de jeter n'importe où ses mégots de cigarettes.

Le storyboard a été réalisé par les étudiants. Le tournage a eu lieu en collaboration avec l'agence Hype, spécialisée en médias sociaux. La vidéo sera diffusée sur les réseaux sociaux de la Ville de Dudelange et du Lycée Nic-Biever.

Exposition photos

L'exposition photos constitue un autre élément de la campagne. Pour cela, les étudiants du BTS Digital Content ont reconstitué des scènes de la vie quotidienne pendant leurs cours de photographie, puis les ont photographiées. Ils ont travaillé en collaboration avec le photographe luxembourgeois Yves Kortum. Lors de la réalisation, ils se sont posé les questions suivantes :

- Laisseriez-vous votre enfant jouer dans un bac à sable jonché de mégots de cigarettes ?
- Vous baigneriez-vous dans une pataugeoire remplie de mégots de cigarettes ?
- Boiriez-vous votre cocktail dans un verre rempli de mégots de cigarettes ?

Le résultat est impressionnant ! Le vernissage aura lieu le 11 juillet au parc Émile Mayrisch. Les photos y seront exposées jusqu'au 28 juillet. À l'automne, les huit photographies feront à nouveau l'objet d'une exposition à l'Hôtel de Ville et au Lycée Nic-Biever.

Cendriers interactifs

Le troisième élément de la campagne est constitué de **quatre cendriers interactifs** qui seront installés dans le centre-ville. Ils ont été fabriqués en collaboration avec Max Schmit, professeur en mécatronique. Il s'agit de poubelles qui avaient déjà été utilisées dans le cadre d'une précédente campagne anti-littering de la Ville de Dudelange. L'objectif était de les transformer et de les intégrer à la nouvelle campagne. Dans un premier temps, les étudiants de BTS ont développé le concept en collaboration avec Max Schmit. Les différentes pièces ont ensuite été fabriquées et assemblées dans les ateliers municipaux. Parallèlement ont été programmés les messages qui s'affichent lorsque quelqu'un jette sa cigarette dans le cendrier.

Les cendriers, qui pourront également être utilisés pour de futures campagnes ou événements, allient interactivité et information. L'objectif est d'inciter les gens à jeter leurs mégots de manière responsable. À l'aide de messages numériques et d'un design attrayant, les utilisateur·rices sont amené·es à changer leur comportement et sont sensibilisé·es à l'impact de leurs actions sur l'environnement.

Une expérience unique !

Les cinq étudiants en BTS Contenu numérique qui ont réalisé cette campagne dans le cadre d'un projet scolaire ont vécu des mois mouvementés. « Ce fut un défi de taille, mais aussi une expérience unique », concluent Sabit Gusic, Giovanni Kemevuaku, Michael Marques-Figueiredo, Kilyan Vieira et Pierre Felten.

« Ce qui semblait être une petite idée au début s'est transformée en un grand projet et une véritable réussite collective pour nous. » Giovanni

« Nous vous remercions de nous avoir donné l'opportunité de participer à ce projet. Pour beaucoup d'entre nous, c'était la première fois que nous pouvions concrétiser une idée, de la planification jusqu'au produit fini. » Michael

« Je suis heureux d'avoir participé à ce projet. » Kilyan

Les six professeurs qui ont accompagné le projet en partageant leur savoir-faire ont exprimé le même sentiment. Il s'agit de Jessica David, Jean-Paul Tusch, Fabrice Genot, Jeff Lemmer, Yves Kortum et Betty Holtz.

« Au départ, nous ne nous attendions pas à ce que ce projet prenne une telle ampleur. Il y a eu de nombreux changements de programme, ce qui nous a obligés à faire preuve d'une grande flexibilité. Mais au final, c'est le résultat qui compte. Nous sommes très fier·ères de nos étudiants, et ils peuvent être extrêmement fiers d'eux-mêmes. Personne ne pourra leur enlever l'expérience que leur a offerte la Ville de Dudelange. »

Nous tenons également à remercier le CGDIS, la Police Grand-Ducale, le service technique du LNB et les nombreux services communaux de la Ville de Dudelange. Sans eux, cette campagne n'aurait pas pu voir le jour. Au total, près de 40 personnes ont participé à la mise en œuvre de cette campagne.

Le collège des bourgmestre et échevin-es

Dan Biancalana, bourgmestre

Loris Spina, Josiane Di Bartolomeo-Ries, René Manderscheid, Claudia Dall'Agnol, échevin-es