



Zéro Mégot - Luttons contre les mégots de cigarettes

Chaque jour, dans le monde entier, plusieurs millions de mégots de cigarettes sont jetés négligemment par terre ! Beaucoup de gens ne sont pas conscients des conséquences désastreuses pour la nature de ce geste irréfléchi. Cette nouvelle campagne vise à sensibiliser les fumeur·ses aux conséquences de leur comportement irresponsable. La Ville de Dudelange a déjà pris des initiatives par le passé pour sensibiliser ses habitant·es au problème des déchets sauvages.

Mais comment sensibiliser les jeunes à ne pas jeter leurs mégots par terre ? C'est simple : en les impliquant. La Ville de Dudelange et le Lycée Nic-Biever ont déjà collaboré sur de nombreux projets ces dernières années. Il est rapidement apparu que ce projet serait également mis en œuvre avec les élèves du LNB. Un premier contact a été établi en mars 2024. Le service écologique et le service Communication de la Ville de Dudelange ont présenté leur idée à la classe de BTS Digital Content du Lycée Nic-Biever.

Les étudiant·es et leurs enseignant·es ont immédiatement accepté de participer à ce projet. À la rentrée scolaire 2024, les étudiants en première année de BTS ont commencé à élaborer la campagne en détail. Il s'agissait d'une part d'un projet scolaire mais d'autre part aussi d'un défi organisationnel de taille pour l'école et toutes les acteur·rices impliqué·es. La seule consigne étant que la campagne devait être créative. Et la classe de BTS Digital Content a définitivement relevé le défi.

FLASHMOB

Le flashmob était une première à Dudelange. Le tournage a eu lieu les 15 et 16 mai. Le premier jour, les images ont été tournées dans la cour du Lycée Nic-Biever, le lendemain sur la place de l'Hôtel de Ville. En bref, le

scénario est le suivant : un passant qui ne se doute de rien appuie sur le « bouton rouge ». Un jeune homme se balade avec une énorme cigarette et la jette par terre. Une alarme retentit, puis tout va très vite. Pour découvrir la suite, jetez un œil à la vidéo (voir code QR).

EXPOSITION PHOTO

L'exposition photo fut encore une autre partie de la campagne. Dans le cadre de leur cours de photographie, les étudiants du BTS Digital Content ont reconstitué des scènes du quotidien avec le photographe luxembourgeois Yves Kortum, puis les ont photographiées. Ils se sont posé des questions comme : laisseriez-vous votre enfant jouer sur un toboggan jonché de mégots de cigarettes ? Vous baigneriez-vous dans une pataugeoire remplie de mégots de cigarettes ? Boiriez-vous votre café à une table recouverte de mégots de cigarettes ? Le résultat est impressionnant ! Le vernissage a eu lieu le 11 juillet au parc Émile Mayrisch, où les photos étaient exposées jusqu'au 28 juillet. En automne, les huit photographies seront à nouveau exposées à l'Hôtel de Ville et au Lycée Nic-Biever.

CENDRIERS INTERACTIFS

Le troisième élément de la campagne était constitué de quatre cendriers interactifs installés dans le centre-ville. Ils ont été fabriqués en collaboration avec Max Schmit, professeur de mécatronique. Ces cendriers alliaient interactivité et information afin d'inciter les gens à jeter leurs mégots de cigarettes de manière responsable. Grâce à des messages numériques et à un design attrayant, ils devaient également motiver les utilisateur·rices à changer leur comportement en les sensibilisant à l'impact de leurs actions sur l'environnement.

UNE EXPÉRIENCE UNIQUE

Les cinq étudiants en BTS Contenu numérique qui ont mené cette campagne dans le cadre de leur 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.

Les six professeur·es encadrant·es qui ont accompagné le projet avec leur savoir-faire (Jessica David, Jean-Paul Tousch, Fabrice Genot, Jeff Lemmer, Yves Kortum, Betty Holtzem) ont vécu une expérience similaire. « Au début, 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 aussi être extrêmement fiers d'eux-mêmes. Personne ne pourra leur enlever cette expérience que la Ville de Dudelange leur a offerte. »

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. •



ZÉRO MÉGOT - KAMPF DEN ZIGARETTENSTUMMELN

Weltweit werden täglich mehrere Millionen Zigarettenstummel achtlos auf den Boden geworfen! Viele Menschen sind sich der verheerenden Folgen dieser unüberlegten Handlung für die Natur nicht bewusst. Mit dieser neuen Kampagne sollen Raucher*innen auf die Folgen ihres unverantwortlichen Verhaltens aufmerksam gemacht werden. Die Stadt Düdelingen hat bereits in der Vergangenheit Initiativen ergriffen, um ihre Einwohner*innen für das Problem des Litterings zu sensibilisieren.

Doch, wie kann man Jugendliche dafür sensibilisieren, Zigarettenstummel nicht achtlos auf den Boden zu werfen? Ganz einfach: indem man sie mit ins Boot nimmt. Die Stadt Düdelingen und das Lycée Nic-Biever haben in den vergangenen Jahren bereits bei zahlreichen Projekten zusammengearbeitet. Schnell wurde klar, dass auch dieses Projekt mit Student*innen des LNB umgesetzt werden würde. Im März 2024 kam es zu einem ersten Kontakt. Das Düdelinger Umweltamt und die Kommunikationsabteilung der Gemeindeverwaltung stellten der BTS-Digital-Content-Klasse des Lycée Nic-Biever ihre Idee vor. Die Student*innen und ihre Lehrkräfte waren sofort bereit, bei diesem Projekt mitzumachen.

Pünktlich zum Schulanfang 2024 begannen die Studierenden des ersten BTS-Jahrgangs, die Kampagne im Detail auszuarbeiten. Es handelte sich einerseits um ein Schulprojekt und andererseits um eine große organisatorische Herausforderung, für die Schule und alle beteiligten Akteur*innen. Die einzige Vorgabe war, dass die Kampagne kreativ sein sollte. Und das ist der BTS-Digital-Content-Klasse definitiv gelungen.

FLASHMOB

Die Flashmob-Aktion war einmalig für Düdelingen. Die Dreharbeiten dafür fanden am 15. und am 16. Mai statt. Am ersten Tag wurde auf dem Schulhof des Lycée Nic-Biever gedreht, am folgenden Tag auf dem Rathausplatz. Kurz zur Handlung: Ein*e ahnungslose*r Passant*in drückt auf den „Red Button“. Ein junger Mann schlendert mit einer überdimensionalen Zigarette durch die Gegend und wirft sie auf den Boden. Ein Alarm ertönt und danach überschlagen sich die Ereignisse. Was anschließend passiert, schauen Sie sich am besten selbst an (siehe QR Code auf Seite 5).

FOTOAUSSTELLUNG

Ein weiteres Element der Kampagne war eine Fotoausstellung. Die Studenten des BTS Digital Content haben dafür im Fotounterricht mit dem Luxemburger Fotografen Yves Kortum alltägliche Szenen nachgestellt und anschließend fotografiert. Dabei haben sie sich folgende Fragen gestellt: Würden Sie Ihr Kind auf einer Rutsche spielen lassen, die mit Zigarettenstummeln übersät ist? Würden Sie in einem Planschbecken voller Zigarettenstummel baden? Würden Sie Ihren Kaffee an einem Tisch trinken, der mit Zigarettenstummeln bedeckt ist? Das Ergebnis ist beeindruckend! Am 11. Juli fand die Vernissage im Park Émile Mayrisch statt, wo die Fotos bis zum 28. Juli ausgestellt waren. Im Herbst werden die acht Fotografien noch einmal im Rathaus und im Lycée Nic-Biever ausgestellt.

INTERAKTIVE ASCHENBECHER

Das dritte Element, aus dem die Kampagne bestand, waren vier interaktive Aschenbecher, die im Stadtzentrum aufgestellt wurden. Diese wurden in Zusammenarbeit mit Max Schmit, einem Professor für Mechatronik,

hergestellt. Diese Aschenbecher verbanden Interaktivität und Aufklärung, um Menschen dazu anzuregen, ihre Zigarettenkippen verantwortungsbewusst zu entsorgen. Durch digitale Botschaften und ein ansprechendes Design motivierten sie die Nutzer*innen außerdem, ihr Verhalten zu ändern, und machten sie auf die Auswirkungen ihres Handelns auf die Umwelt aufmerksam.

EINE EINZIGARTIGE ERFAHRUNG

Die fünf Studierenden des BTS Digital Content, die diese Kampagne als Schulprojekt umgesetzt haben, blicken auf bewegte Monate zurück. „Es war eine große Herausforderung, jedoch auch eine einzigartige Erfahrung“, so das Fazit von Sabit Gusic, Giovanni Kemevuaku, Michael Marques-Figueiredo, Kilyan Vieira und Pierre Felten. Ähnlich erging es den betreuenden Lehrkräften, die das Projekt mit ihrem Know-how begleiteten (Jessica David, Jean-Paul Tousch, Fabrice Genot, Jeff Lemmer, Yves Kortum, Betty Holtzem).

„Anfangs hatten wir nicht damit gerechnet, dass dieses Projekt derart große Dimensionen annehmen würde. Es kam immer wieder zu Planänderungen, weshalb wir sehr flexibel agieren mussten. Am Ende zählt jedoch das Ergebnis. Wir sind sehr stolz auf unsere Studierenden und auch sie können unheimlich stolz auf sich sein. Diese Erfahrung, die ihnen die Stadt Düdelingen ermöglicht hat, wird ihnen niemand mehr nehmen.“

An dieser Stelle möchten wir uns auch beim CGDIS, der großherzoglichen Polizei sowie der technischen Abteilung des LNB und den zahlreichen kommunalen Dienststellen der Stadt Düdelingen bedanken. Ohne sie wäre die Umsetzung dieser Kampagne nicht möglich gewesen. •



VERNISSAGE DER FOTOAUSSTELLUNG • 11.7.2025



FOTOAUSSTELLUNG IM PARK EMILE MAYRISCH



VERNISSAGE DER FOTOAUSSTELLUNG • 11.7.2025



DREHARBEITEN DER FLASHMOB-AKTION • 15.5.2025