A travers le prisme de la jeunesse

VOX POP 30

BY LE COURRIER
LAVAUX | ORON | JORAT

| N° 6 | MENSUEL | JEUDI 12 NOVEMBRE 2026 | kernelmediaproject.org/vox-pop |



De nombreux villages ont vu l'installation des panneaux 30km/h, notamment dans certains villages de la Corniche © Mathieu

Limitations de vitesse

Par Donovan

Ces derniers temps, plusieurs limitations de vitesse ont changé mais personne ne sait exactement pourquoi. Attachez vos ceintures, c'est parti pour des bien attendues explications!

Je ne sais pas si vous avez remarqué mais, récemment, beaucoup de limitations de vitesse ont changé, que ce soit dans ou hors des localités. Je ne sais pas si c'est parce qu'il y a plus de fous du volant, pour des raisons écologiques, ou encore pour réduire le risque d'accidents graves. Alors, j'ai mené ma petite enquête. Je suis allé sur le site de l'Etat de Vaud, et ai trouvé la page dédiée aux limitations de vitesse.
Il y est indiqué que c'est pour la "Protection de la population contre le bruit routier" parce qu'il y a apparemment un "problème de santé publique".
Selon l'Etat de Vaud, le bruit excessif est dû aux routes et c'est un problème. Une personne sur sept y est soumise le jour et une sur huit la nuit.
Dans le canton, plus de 600 km de routes cantonales et communales sont concernées par l'assainissement du bruit.
Vous êtes peut-être en train de vous dire: "Est-ce que c'est vraiment efficace, pourquoi pas d'autres solutions?" Mon but aujourd'hui est d'y répondre.

Dans un paragraphe "Des mesures proportionnées", il y est indiqué que plusieurs solutions existent pour lutter contre le bruit: bien sûr l'abaissement de la vitesse, mais aussi d'autres solutions comme la construction de murs antibruit. La limitation de la vitesse est donc la solution la plus pratique, la plus efficace (gain de 1 à 3 décibels), et la moins coûteuse pour le canton. Pour réduire les nuisances sonores il existe trois options principales.

Limitations à 30km/h ou "zones 30"
Cette mesure s'applique uniquement à des routes principales ou communales, à l'intérieur d'une localité, affectées à la circulation générale ou non.
Les avantages de la zone 30 sont, entre autres: plus de sécurité pour tous les modes de transport, sauver des vies en réduisant les risques et la gravité des accidents, développer les qualités urbaines des rues pour en faire un lieu de rencontre attrayant, faciliter le passage des bus, etc.

30km/h 22h - 6h ou "30 de nuit"
Cette mesure est la plus ciblée et flexible pour réduire les nuisances sonores nocturnes. Le passage à 30km/h amène une diminution de l'ordre de 3 décibels, équivalente à une diminution de 50% du trafic en termes de volume sonore ressenti. Testée avec succès à Lausanne, la mesure s'applique aujourd'hui à tout le centre-ville : 64 kilomètres de rues, pour 33'000 habitants. À ce jour, deux communes (Vevey et Vich) ont emboîté le pas à Lausanne et huit communes ont adressé une demande auprès de la DGMR, la Direction générale de la mobilité et des routes.

Abaissement à 60km/h ou "tronçons à 60"
En 2023, la DGMR a lancé une série de tests d'abaissement de la vitesse de 80 à 60 km/h sur trois tronçons cantonaux hors traversée de localité. Ces essais étaient censés évaluer la pertinence et l'efficience de mesure pour diminuer les nuisances du bruit routier, comme pour le "30 de nuit". Ces tests se sont relevés concluants, le Canton a pour objectif de mettre en place cette mesure sur d'autres tronçons. Compte tenu des critères, 4'000 personnes ne peuvent accéder à la mesure, leur domicile étant situé dans des zones qui comportent moins de 100 habitant·es au km (par exemple une maison isolée en bordure de route).

Maintenant, vous connaissez les raisons des changements de limitations de vitesse!

L'air du temps

La chronique de Zosia

Quand j'ai voulu faire ma chronique, je ne connaissais pas grand chose à la chasse. Je n'avais que des critiques négatives et des clichés sur les chasseurs, car je n'avais jamais vraiment cherché à savoir ce que cela pouvait nous apporter.

Pourtant, en m'intéressant de plus près au sujet, et en allant me renseigner sur des sites et des associations comme *ChasseSuisse,* j'ai pu comprendre que l'objectif premier de la chasse est de réguler la population animale, protéger les forêts et les cultures des animaux qui mangent les jeunes pousses. Bref, les chasseurs ont plein de fonctions et ne font pas que chasser pour le plaisir. Mais est-ce vraiment nécessaire?
Beaucoup de biologistes et scientifiques se penchent sur la question et pensent que la plupart des animaux sont tués alors qu'ils sont en bonne santé, que la nature peut s'équilibrer d'elle-même et que la faune et la flore n'ont pas besoin que les humains s'en mèlent.
En plus, en Suisse, il y a environ trois cents accidents par année et parfois mortels, parce que dans le feu de l'action on ne fait pas très attention même s'il y a une formation pour les jeunes tireurs. Ce n'est pas très rassurant.
Alors bon, est-ce que la chasse dans des petites forêts est vraiment utile? Je n'en suis pas sûre, mais je pense qu'il faut juste évaluer les arguments des deux camps, pour ne pas voir seulement du négatif partout.

La magie de l'automne est de retour!

Le coup de cœur de Célia



Quel bonheur de retrouver toutes ces superbes couleurs sur les arbres. Même si novembre n'est pas toujours le mois le plus apprécié, il est néanmois l'un des plus magnifiques en ce qui concerne la nature. En plaine, on y voit toutes les teintes de l'automne, et en montagne, il y a déjà les premières neiges. N'est-ce pas fascinant? Si vous ne chaussez pas encore les skis en novembre, n'hésitez pas à aller faire des tours en forêt, vous serez tout simplement émerveillés par la beauté qui vous entoure. La nature nous offre un spectacle grandiose et il faut en profiter! Ouvrez grand les yeux et admirez la splendeur des arbres colorés. Ecoutez le crissement des feuilles mortes sous vos pieds, sentez la bise qui passe dans vos cheveux et laissez vous transporter par la magie de l'automne.

Pourquoi les feuilles changent de couleur?
À la fin de l'été, il fait plus frais et les jours racourcissent. L'arbre ne produit donc plus de chlorophylle, ce qui permet la photosynthèse. Cette perte de chlorophylle laisse apparaître les autres pigments qui se trouvent dans les feuilles et qui étaient jusque-là cachés par le vert de la chlorophylle.

Ce journal est produit en collaboration avec Kernel Media Project et des jeunes journalistes de la région.
Célia (15), rédactrice en cheffe | **Alix** (11), rédactrice en cheffe adjointe | **Zosia** (13), responsable des contenus et chroniqueuse | **Donovan** (12), chef d'édition | **Mathieu** (11), directeur artistique | **Esther** (13), journaliste | **Jules** (13), écrivain | **Thomas Zoller** - direction du projet Vox POP | **Sonia Biétry** - maquette.

Rejoins la redac' 100 % jeune de Vox POP !

Un moulin pas comme les autres

La famille Blanc est une famille d'agriculteurs qui, en 2021, a décidé de créer le Moulin de Champ d'Oguz. Partons à leur découverte.

Par Zosia

La famille Blanc a crée le moulin à Mézières. Il s'agit d'agriculteurs depuis quatre générations. A la base il n'y avait pas de moulin, c'était une exploitation agricole. C'est en 2021 qu'ils ont décidé de construire un moulin pour diversifier et mieux valoriser les céréales qu'ils produisaient déjà. Voilà comment tout a débuté. Désormais, au lieu de vendre seulement le grain, ils vendent de la farine, et des produits finis directement.
Etienne s'occupe principalement des cultures, de la gestion et des livraisons pendant que sa copine Stéphanie est plutôt dans l'administration mais aussi dans les livraisons. Son frère, Julien, se charge surtout de la meunerie et des cultures. Actuellement, il utilise la méthode de la mouture à meule de pierre. C'est la méthode la plus ancienne et qui donne la meilleure qualité de farine.

Comment fonctionne le moulin
Deux meules en pierre sont mises l'une sur l'autre pour écraser les grains et les transformer en farine. La meule inférieure reste fixe tandis que la meule supérieure est animée d'une rotation pour moudre le blé principalement.


Installation du moulin dans la ferme © Famille Blanc

La distribution des produits finis
Ils vendent de la farine (blé, seigle, épeautre, etc), des pâtes artisanales, et parfois des céréales ou d'autres produits selon la saison. Mais il s'est avéré que les plus populaires sont leurs articles à l'épeautre et au blé.
Leurs produits sont principalement vendus aux boulangeries de la région, aux épiceries et aux magasins qui prennent leur marchandise pour la vente au détail. Cependant, il est tout aussi possible d'acheter leurs denrées en étant un privé. Ce qui les différencie des autres agriculteurs: tout ce qu'ils produisent est local et 100 % fait maison.


La meule inférieure du moulin

L'interview d'Etienne Blanc

Par Zosia



A quoi ressemble une journée normale au moulin?
- Les journées sont très variées, en général on commence par s'occuper des vaches, assez tôt. Et après ça dépend. Soit on s'occupe des cultures quand on doit aller dans les champs, ou on fait du moulin. Cela diffère selon les jours car il n'y en a pas deux pareils. En général il y a un jour dans la semaine où on essaie de faire des livraisons. C'est aussi pas mal saisonnier. En été c'est les récoltes, en automne c'est au moulin, ça se rythme plutôt autour de ça.

Où vous imaginez-vous dans cinq ans?
- J'aimerais bien que l'on puisse avoir de nouveaux partenaires avec qui collaborer, et avoir d'autres céréales.

Quel est le plus grand cliché dans le métier d'agriculteur et de meunier?
- Le plus gros cliché qu'on voudrait éliminer c'est que c'est un métier qui n'évolue pas, ou un métier vraiment à l'ancienne. Aujourd'hui il y a beaucoup de choses très technologiques qui demandent une adaptation constante. Par exemple, maintenant, dans les tracteurs, tout est éléctronique. C'est un métier très exigeant et intéressant.

Quelle est la principale difficulté technique liée au grainage de la pierre?
- La difficulté c'est vraiment d'avoir le bon réglage du moulin pour une bonne qualité de farine, et puis garder un bon débit en fonction du type de grain, parce que c'est différent avec chaque sorte de grain.

Le marketing et les publicités LEGO - comment font-ils?

Par Esther

Les publicités LEGO, on en a tous déjà vu. Mais comment font-ils pour qu'une vidéo de quelques secondes nous reste dans la tête? Aujourd'hui, je décortique pour vous les techniques marketing les plus courantes, qui font le lien avec les choses qu'on aime.

Les publicités LEGO vont souvent tourner autour de leurs collaborations. Mais pourquoi? La raison est simple. Prenons Star Wars, par exemple. La gamme a été beaucoup mise en avant depuis la sortie des treize premiers sets. Si je vulgarise, je peux dire que les gens qui aiment Star Wars vont être attirés plus facilement par les LEGO Star Wars que par les autres, tout simplement parce qu'ils font le lien avec leur univers. En fait, ils font du croisement d'audience: ils mélangent leurs publics pour toucher plus de personnes. On appelle ça du *co-branding.*


Univers LEGO © Jules

Les personnalités
On reste dans l'univers des collaborations, mais cette fois je vais aborder un sujet un peu différent, celui des collaborations avec les personnalités. Et ici, le mécanisme psychologique n'est pas totalement le même. Quand, avec Star Wars ou les autres marques, les fans faisaient le lien avec leur univers et les aventures qu'ils aiment, ici les gens ne font pas un lien entre deux choses, mais entre la figurine et l'égérie temporaire. La différence, c'est que comme c'est une vraie personne, on peut avoir confiance en elle ou aimer sa personnalité, ce qu'on ne retrouve pas avec les films ou les marques. Avec ce lien créé entre le set et la personnalité, ils vont donc être plus facilement enclins à acheter ces LEGO. Ils peuvent aussi se sentir plus proches des autres fans s'ils ont un objet en commun. Quelque part, les gens qui achètent ces LEGO font de l'association d'image: ils associent le set LEGO et la personnalité qu'ils aiment.

Les émotions
Les publicités LEGO vont souvent jouer sur les émotions. Elles vont parfois jouer sur la nostalgie, l'envie de redevenir un enfant, d'où le « never stop playing » de Tom Holland dans la publicité sortie en septembre 2025. Toujours sur la nostalgie, LEGO ressort souvent des anciens sets revisités, ou dans des univers qui ont marqué l'enfance de nombreuses personnes, tels que Harry Potter ou Star Wars. À ce moment-là, la personne qui va acheter ce LEGO ne va pas l'acheter parce qu'elle en a envie, mais pour retrouver un peu de cette nostalgie. LEGO fait aussi de l'association émotionnelle: les publicités où les enfants jouent en souriant avec une famille heureuse autour d'eux font que le spectateur associe directement les LEGO et les moments heureux.

La prochaine fois que vous verrez une pub LEGO, vous penserez à moi!

Comment LEGO est-il devenu un phénomène mondial?

Par Jules

Et si le secret du succès de LEGO était de s'associer aux plus grandes licences du cinéma et de la pop culture?
Pendant longtemps, LEGO était surtout connu pour ses petites briques colorées permettant de construire presque tout. Mais à partir de 1999, la marque prend un nouveau tournant avec une collaboration majeure avec **Star Wars.** Le principe est simple: permettre aux fans de reconstruire leurs univers préférés avec des briques LEGO. Le succès ne tarde pas à arriver! Par la suite, d'autres grandes licences rejoignent l'aventure.
Star Wars: vaisseaux, personnages et scènes mythiques.
Harry Potter: Poudlard, le Chemin de Traverse et les personnages de la saga.
Marvel: Spider-Man, Iron Man, Hulk et bien d'autres super-héros.
Nintendo: personnages emblématiques comme Mario, Luigi et Yoshi, ainsi que des consoles et des univers inspirés des jeux vidéo.
Jurassic World: dinosaures, véhicules, laboratoires et scènes inspirées de la célèbre saga.
Formule 1: voitures de course, circuits, stands et modèles miniatures représentant les dix écuries du championnat. Petite anecdote: LEGO et la Formule 1 ont même créé dix voitures grandeur nature composées de briques LEGO, présentées lors du Grand Prix de Miami 2025!
Ces collaborations permettent à LEGO de toucher un public beaucoup plus large: les enfants, les adolescents, mais aussi les adultes nostalgiques de leurs films préférés. Et la stratégie fonctionne! En 2024, LEGO comptait Star Wars et Harry Potter parmi ses thèmes les plus vendus. Finalement, LEGO n'a pas seulement vendu des briques: la marque a permis à des millions de fans de construire leurs univers préférés, pièce par pièce.

Le miroir des heures longues

Le roman de Jules

Vous retrouverez un chapitre de son livre dans chaque édition de notre journal

Chapitre 5: Etat des choses

- Bon! Mettons-nous y, à cette sale besogne! D'abord, une tombe pour Spooky.
Pour se rendre compte qu'il était toujours présent, il parlait fort. Ne sachant pas ce qu'il avait à disposition, il fabriqua une tombe plutôt rudimentaire; deux bouts de bois, de la ficelle et une petite plaque de bois où il inscrivit "ci-gît Spooky".
La tombe finie, il vérifia le niveau d'essence de son vélomoteur et fixa un jerrican plein avec des sangles pour avoir de la réserve.
- Ça c'est fait! Maintenant au dodo!

David grimpa l'échelle de corde de sa cabane dans les arbres qu'il avait construit avec son père lorsqu'il était plus petit. Ensuite, il s'allongea sur son sac de couchage.
Le lendemain, il se réveilla de bonne heure. Il regarda le pourcentage de batterie de son téléphone.
- 56%. Bon, ça ira.
Il décida d'abord d'aller tuer son cousin qui était biker, mais il entendit un énorme crissement, comme une déchirure.
- C'est quoi ça? Il sentit le sol trembler sous ses pieds.
- Un tremblement de terre! Il faut que je saute de la cabane!

Le clin d'oeil de Mathieu


© Mathieu

Pour mon clin d'œil hebdomadaire, je vais vous parler d'une icône suisse connue dans le monde entier. Non, pas Guillaume Tell ou Swatch, mais le Cervin. Lundi 19 octobre, je suis allé en Valais avec ma famille pour le voir et admirer le village magnifique qu'est Zermatt. Ce gros rocher est célèbre grâce au village qu'il surplombe, mais aussi par la marque de chocolat suisse Toblerone. Celle-ci emprunte sa forme pour en faire une légende gastronomique.