



COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Bordeaux, le 30 juin 2026

Hausse des noyades chez les jeunes : L'État, les collectivités de Gironde et les services de sécurité et de secours unissent leurs voix autour d'une campagne innovante de prévention

Face à l'augmentation préoccupante du nombre de noyades enregistrées depuis le début de la saison estivale et à la forte mortalité observée chez les jeunes, l'État, les collectivités et les services de sécurité et de secours se mobilisent autour d'une **campagne de prévention inédite destinée aux 16- 25 ans**.

A l'initiative de la préfecture de Gironde, en lien avec la Ville de Lacanau, le Syndicat de Surveillance des Plages et Lacs Girondins, l'Office de Tourisme Médoc Atlantique et Sauveteur Aquatique, cette campagne a reçu une adhésion collective exceptionnelle.

Elle est ainsi conjointement signée par l'État, représentée par la Préfète de la région Nouvelle-Aquitaine, Préfète de la Gironde, la Région Nouvelle-Aquitaine, le Département de la Gironde, Bordeaux Métropole, la Ville de Bordeaux, de nombreuses communes du littoral ainsi que le Service départemental d'incendie et de secours.

Cette union traduit une conviction forte : pour sauver des vies, il est indispensable de faire évoluer les codes de la prévention.

Une campagne pensée avec les codes des jeunes

Les 16-25 ans connaissent les risques liés à la baignade. Pourtant, ils se sentent rarement concernés par les messages institutionnels traditionnels, qu'ils perçoivent souvent comme éloignés de leur réalité.

Face à ce constat, les partenaires de la campagne ont fait un choix audacieux : ne pas parler des noyades, mais des comportements qui permettent de les éviter.

La campagne adopte ainsi un ton positif, complice et direct. Elle détourne avec humour les symboles familiers des vacances drapeaux, baisers, expressions estivales et références à la culture populaire afin de transmettre un message simple :

Se baigner entre les drapeaux et dans les zones surveillées, c'est profiter pleinement de l'océan et des lacs en toute sécurité.

Chaque visuel joue sur le double sens entre l'univers du loisir et celui du sauvetage. L'objectif est de capter l'attention, susciter l'adhésion et favoriser le partage du message, notamment sur les réseaux sociaux.

Transformer la prévention en réflexe

Cette campagne marque une évolution des stratégies de sensibilisation. Il ne s'agit plus seulement d'informer davantage, mais de faire en sorte que les messages de sécurité deviennent des réflexes naturels et des comportements valorisés.

En empruntant les codes de communication des jeunes générations, les partenaires souhaitent transformer les réflexes de prévention en réflexes de communication, afin que le choix des zones surveillées et le respect des drapeaux s'imposent comme des évidences.

Déclaration conjointe

« La prévention doit sans cesse se réinventer pour rester efficace. Face à un phénomène qui touche particulièrement les jeunes, nous avons choisi de nous unir autour d'une campagne qui parle leur langage et valorise les bons comportements plutôt que de s'appuyer sur la peur.

Cette mobilisation collective de l'État, des collectivités territoriales et des acteurs du secours illustre notre détermination commune : faire de la baignade un plaisir partagé, mais toujours pratiqué dans le respect des consignes de sécurité et dans les zones surveillées. »

