

Communiqué de presse

Mercredi 1^{er} juillet 2026

Résultats de la campagne *Nicotine Gang*

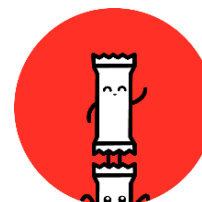
Face à une consommation accrue de produits nicotinés chez les jeunes, six cantons latins ont mené ensemble une campagne de prévention sur TikTok et Snapchat. L'analyse de ses performances montre une couverture optimale de la population cible ainsi qu'un bon engagement. Cependant, les résultats de l'autotest de dépendance à la nicotine confirment les constats du terrain, à savoir une consommation multiple et précoce de produits nicotinés ainsi que l'installation d'une dépendance.

Nouvelles consommations préoccupantes chez les élèves jurassien-nes



Les résultats de cette campagne sont révélateurs de ce qui est déjà observé par le Cipret Jura sur le terrain. En effet, les ateliers menés dans les classes jurassiennes du secondaire I et II permettent d'observer de nouvelles tendances de consommation : « Dans notre pratique, nous remarquons que les élèves connaissent peu les risques liés à ces nouveaux produits, ils sont attirés par le côté aromatisé, discret, ludique, alors que ces produits sont généralement fortement dosés en nicotine » constate Carine Lehmann, responsable du Cipret Jura. L'équipe du Cipret Jura se montre particulièrement satisfaite des résultats de cette campagne, menée pour la première fois dans le canton. Elle a permis d'atteindre les jeunes via leurs médias de prédilection.

Couverture optimale et bon engagement dans le canton du Jura



La campagne a eu une belle visibilité avec 4 millions d'impressions et un réel engagement avec 74'500 vues complètes et 11'650 clics vers la page d'accueil de la campagne. **Dans le canton du Jura, on compte 8'000 vues complètes et 1'200 clics sur la page d'accueil.**

On observe des différences entre les deux canaux choisis : l'audience sur Snapchat se révèle plus limitée que sur TikTok mais elle semble toutefois plus engagée (meilleur taux de clics). Il était donc pertinent de combiner ces deux plateformes. La répétition moyenne élevée (8 sur TikTok et 13.4 sur Snapchat) est idéale pour assurer une bonne mémorisation du message. Dans le canton du Jura, la campagne sur Snapchat a mieux fonctionné que sur TikTok.

Consommation préoccupante



La page d'accueil de la campagne intégrait un test de dépendance à la nicotine validé scientifiquement pour les jeunes (test HONC). Les résultats de ce test permettent d'avoir une photographie de la consommation de nicotine par les jeunes suisses latins. Au total, 528 tests d'auto-évaluation ont été complétés, dont 28 % par des jeunes de 13 à 17 ans et 54 % par des jeunes de 18 à 24 ans.

L'analyse des résultats montre que presque la moitié des répondants (43%) consomme plus d'un produit et $\frac{3}{4}$ des répondants ont un score de dépendance moyen (32%) ou fort (45%). La puff* est la plus consommée chez les 13-17 ans, le snus** chez les 18-24 ans et la cigarette chez les 25 ans et plus. Confirmant les constats du terrain, **ces résultats montrent une dépendance accrue des jeunes à la nicotine.**

Contacts presse

Carine Lehmann, responsable Cipret Jura, un programme de la Fondation O2 :

032.544.16.15 ou 076.458.08.80, carine.lehmann@fondationo2.ch

* Cigarette électronique jetable

** Petits sachets de poudre de tabac humide, que l'on place entre la gencive et la joue