

**“UNE SECONDE
D’INATTENTION PEUT
COÛTER UNE VIE”**



Lutte contre les noyades



NOS PREMIÈRES ACTIONS 2023/2024/2025

- **Guide de la Baignade en Toute Sécurité**
- **Aisance Aquatique (Sessions + Cahier des charges)**
- **Intervention dans quelques écoles**
- **Création d'un Kakémono**



OBJECTIF : POURQUOI UNE CAMPAGNE CONTRE LES NOYADES ?

- Été 2025, 1013 noyades dont 268 suivies de décès!
- Nous sommes la 2ème région la plus touchée avec 155 noyades.
- Sur le territoire national les 0-5 ans sont encore malheureusement touchés avec 293 noyades, au même titre que les 6-12 ans avec 111 noyades.
- En Dordogne, nombreux plans d'eau et piscines privées → risque accru.
- Agir maintenant pour prévenir 2026.



Objectifs de la campagne

Informer

Prévenir

Impliquer

Valoriser



Faire connaître les risques
et les bons réflexes.

Promouvoir la sécurité
aquatique pour tous les âges.

Créer une mobilisation
collective autour de la cause.

Montrer le rôle du Comité
comme acteur de prévention.

NOS PUBLICS CIBLES

Qui voulons nous toucher ?



Jeunes (collégiens, lycéens)

via Instagram, TikTok,
interventions scolaires.



Parents et grands-parents

via Facebook, presse locale, affiches,
interventions dans les entreprises (de nos partenaires).



Enseignants (EPS) et éducateurs

relais pédagogiques & prévention.



Entreprises

développement des partenariats

CONCEPT CRÉATIF ET IDENTITÉ

L'axe de communication et le ton

Message clé :

“La noyade ne prévient pas. Prévenons-la.”

Ton : Direct, humain, sobre, impactant.

Univers visuel (création d'une charte spécifique + logo) :

- Couleurs : bleu profond (sécurité), Jaune (secourisme), rouge (alerte).
- Typo claire et contrastée.
- Sobriété + émotion.
- Logo : impactant et clair
- Illustrations : + adulte + clair + dur / - enfantin

Hashtags :

#StopNoyades #PréventionDordogne #SécuritéAquatique #ComitéNatation24



CONCEPT CRÉATIF ET IDENTITÉ

Idées de messages d'impact :



“On ne se noie pas seulement dans l'eau, mais aussi dans l'ignorance.”

“Il suffit d'un instant d'inattention pour qu'une vie bascule.”

“Une seconde d'inattention peut coûter une vie.”

“La noyade ne prévient pas. Prévenons là.”

“Tu crois savoir nager ? L'eau, elle, ne le croit pas.”

“La prévention, c'est la première bouée de sauvetage.”

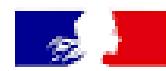
“Tu veux être un(e) héros ? Apprends à sauver, pas à scroller.
#ReflexeSauvetage”

“La prévention, c'est un réflexe qui sauve des sourires.”



LOGOS PRIMORDIAUX

Les logos à inclure sur nos supports :



**MINISTÈRE
DES SPORTS
ET DES JEUX OLYMPIQUES
ET PARALYMPIQUES**

*Liberté
Égalité
Fraternité*



ÉCOLE DE NATATION FRANÇAISE



Futurs partenaires

LA VIDÉO DE PRÉVENTION (1M30)

3 scénarios



**PROPOSITION
1**

Concept :

Mettre en scène la rapidité d'un accident de noyade à travers une journée "banale" puis montrer que la vigilance et la prévention peuvent tout changer.

Déroulé narratif :

0:00 – 0:10 → Silence + sons d'eau, plan d'une piscine vide ou d'un lac calme.

0:10 – 0:30 → Voix off :

"Chaque été, des centaines de vies basculent en quelques secondes..."

→ Texte à l'écran : 1000 noyades accidentelles par an en France. 400 sont mortelles.

0:30 – 1:00 → Enchaînement d'images :

- Un adulte distrait, un enfant s'éloigne...
- Puis gestes de prévention : surveillance, brassards, apprentissage, vigilance.

1:00 – 1:20 → Témoignage symbolique (voix d'enfant) :

"Moi, j'ai appris à nager avec papa."

1:20 – 1:30 → Logo + slogan :

"Une seconde d'inattention peut coûter une vie."

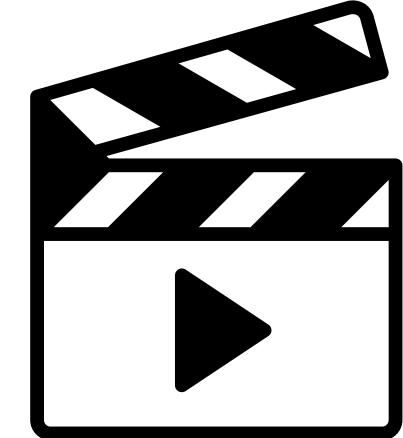
QR code vers la campagne + hashtag #StopNoyadesDordogne

Style visuel : sobre, émotions fortes, lumière douce / bleue, transitions lentes.

LA VIDÉO DE PRÉVENTION (1M30)

3 scénarios

**PROPOSITION
2**



Concept:

Format court, clair, percutant, avec pictos animés, chiffres clés et slogans faciles à retenir.
Public cible : jeunes + parents.

Déroulé narratif :

0:00 – 0:10 → Accroche directe :

"Tu crois que la noyade, ça n'arrive qu'aux autres ?" (voix off + texte animé)

0:10 – 0:30 → Chiffres clés animés :

"1 noyade toutes les 3 heures en été en France."

"80 % auraient pu être évitées."

0:30 – 1:00 → Les 3 réflexes prévention :

- Surveiller en permanence
- Apprendre à nager tôt
- Ne pas surestimer ses capacités

(chaque point illustré par image ou icône)

1:00 – 1:20 → Montage positif : clubs, familles, piscines, sauveteurs → "Tous concernés."

1:20 – 1:30 → Logo + appel à l'action :

"Partage cette vidéo. Prévenir, c'est sauver."

QR code + hashtag #Les3RéflexesQuiSauvent

Style visuel : coloré, moderne, typographies fortes, transitions rapides, musique rythmée.

LA VIDÉO DE PRÉVENTION (1M30)



3 scénarios

PROPOSITION
3



Concept:

Une série de visages, parents, maîtres-nageurs, jeunes, sauveteurs qui livrent chacun une phrase courte, illustrant la responsabilité partagée.

Déroulé narratif :

0:00 – 0:10 → Enchaînement de visages, fond bleu :

- "J'ai vu une noyade."
- "Ça va très vite."
- "Quelques secondes d'inattention..."

0:10 – 0:40 → Témoignages alternés :

- Un sauveteur : "Même en eau peu profonde, le risque est réel."
- Un parent : "Je pensais que mon enfant savait se débrouiller."
- Un ado : "J'ai appris à réagir, pas à paniquer."

0:40 – 1:10 → Voix off :

"La prévention commence avant d'entrer dans l'eau."

→ Images : cours de natation, gilet, surveillance, gestes simples.

1:10 – 1:25 → Tous ensemble :

"Agissons. Prévenons. Ensemble."

1:25 – 1:30 → Logo Comité + slogan :

"#StopNoyadesDordogne – Une vigilance, une vie sauvée."

Style visuel : format portrait possible, ambiance réaliste, montage rythmé sur fond musical inspirant.

Nos supports de communication

SUPPORT	DESCRIPTION	USAGE
Vidéo officielle	1m30 (Youtube / TikTok / Insta / Facebook) + format court	Sensibilisation large
Flyer A5	Slogan + QR code vers la vidéo	Diffusion locale, piscine, clubs, collèges, lycées, entreprises partenaires
Visuels réseaux	Posts, stories, infographies	2 fois par semaine
Dossier de presse	Communiqué de presse, QR CODE vers la vidéo, radio	Relais médias
Partenaires	Développer les partenaires + interventions entreprises	Logo + modèle de post + bannières + vidéos + interventions à relayer avec nos partenaires pour qu'ils utilisent leurs réseaux
Support intervention	Diaporama pédagogique	Pour nos différentes interventions

ACTIONS À DEPLOYER

🎥 Crédit d'une vidéo de sensibilisation (1 min 30)

- Format : dynamique, inclusif, alternant images réelles et infographies.
- Message : "**La noyade ne prévient pas. Prévenons-la.**"
- Diffusion : réseaux sociaux, presse locale, entreprises partenaires, établissements scolaires.
- QR code vers la vidéo intégré sur tous les supports (PRINT)



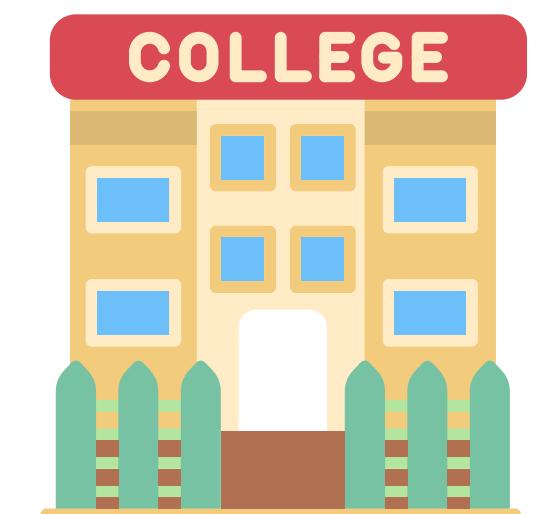
📄 Supports visuels : affiches & flyers

- Design clair et visuel (photo d'eau, pictos prévention, QR code).
- Distribution : collèges, lycées, piscines, clubs, mairies, entreprise partenaires.
- Objectif : rediriger vers la vidéo et les ressources prévention.



школьнiki Interventions dans les collèges et lycées

- Création d'une trame DIAPO :
 - Introduction aux risques de noyade.
 - Gestes qui sauvent / comportements sécuritaires.
 - Diffusion de la vidéo + quiz interactif.
- Intervenants : SDIS, maîtres-nageurs, éducateurs FFN.
- Diffusion par mail du diaporama et de la vidéo (voir avec l'Académie pour une base de données parents)



ACTIONS À DEPLOYER



Développement de partenariats

- Institutionnels
- Privés : entreprises locales, clubs sportifs, centres aquatiques.
- Média : France Bleu, Sud-Ouest, presse départementale.
- Objectif : co-diffusion, relais média.



🎵 Crédit à TikTok

- Contenus courts et ludiques :
 - Défis #StopNoyades.
 - Gestes simples de prévention.
 - Témoignages d'élèves / maîtres-nageurs / entreprises partenaires
- Objectif : toucher les 12-25 ans et générer de la viralité.



ACTIONS À DEPLOYER

Diffusion Presse & Médias

- Communiqué de presse au lancement de la campagne.
- Interviews d'acteurs locaux (maîtres-nageurs, témoins).
- Suivi médiatique sur les actions.



Sensibilisation en entreprises partenaires

- Mini-interventions en interne :
 - Projection de la vidéo.
 - Distribution d'affiches / flyers.
 - Rappel des gestes de premiers secours.
- **Objectif** : impliquer le monde économique dans la prévention.



STRATÉGIE RÉSEAUX SOCIAUX

Faire vivre la campagne en ligne

Format Fréquence :

Objectif :

TikTok Vidéos courtes (prévention / défis) 2x / semaine  Sensibiliser jeunes

Instagram / Facebook Posts + stories + reels 2x / semaine  Fédérer tous publics

LinkedIn Posts institutionnels / témoignages 1x / semaine  Valoriser partenaires

YouTube + Site Web Vidéo complète 1x  Pérenniser la campagne

Newsletter 1x dédiée à l'action avec en inclusion la vidéo (redirection vers Youtube)

Visuel : publication + hashtag #StopNoyadesDordogne.

Important: inviter clubs, comités, mairie, partenaires et écoles à repartager.



DEADLINE

Deadline et calendrier de la campagne

Durée : mai 2025 – octobre 2025

Mise en place du projet (phase de réflexion) :

- Réflexion sur la mise en place du projet
- Création d'un Kakémono pour formation AQ

Durée : octobre 2025 / début décembre 2025

Actions principales :

- Réalisation de la vidéo de 1min30
- Création des affiches et flyers avec QR code
- Trame pour interventions scolaires et en entreprises
- Création du compte TikTok et contenus courts
- Communiqué de Presse
- Planification du calendrier éditorial et visuels réseaux sociaux

DEADLINE

Deadline et calendrier de la campagne

Décembre 2025 : validation et finalisation des supports

- Actions :
 - Relecture et validation des supports visuels et vidéos
 - Vérification des partenariats et relais médiatiques
 - Préparation logistique pour interventions scolaires et entreprises

Janvier 2026 / 15 février 2026 (au plus tard) : lancement de la campagne

- Actions :
 - Diffusion de la vidéo sur tous les canaux (réseaux sociaux, presse, écoles, entreprises)
 - Distribution des affiches et flyers dans les BVS, mairie, entreprises, lors des interventions
 - Début des interventions dans collèges, lycées et entreprises partenaires
 - Déploiement des contenus TikTok #StopNoyades
 - Alimentation sur les RS de nos supports

INDICATEURS DE RÉUSSITE



Mesurer l'impact de la campagne

- 🎥 Nombre de vues / partages de la vidéo.
- школьнicien Nombre d'écoles / entreprises sensibilisées.
- 💬 Taux d'engagement sur les réseaux sociaux.
- 📰 Nombre d'articles / mentions presse.
- 🤝 Nouveaux partenariats créés.
- 👤 Retours d'élèves / familles (questionnaires courts).

La noyade ne prévient pas. Prévenons-la.

FIN.

LUTTE CONTRE LES NOYADES

Comité de Natation Dordogne
Création du support + contenu : Charlotte LIEBART
Aide : Laurent PASCAUD