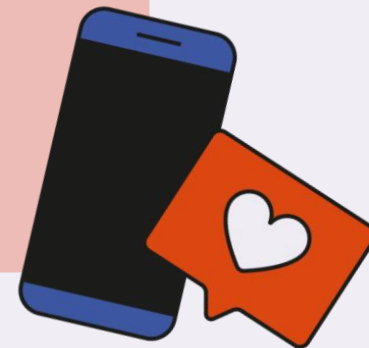


Pour un traitement médiatique responsable

« Parler du suicide », guide pour les professionnel·les des médias

9 mars 2026

Hélène VAILLANT – Responsable communication

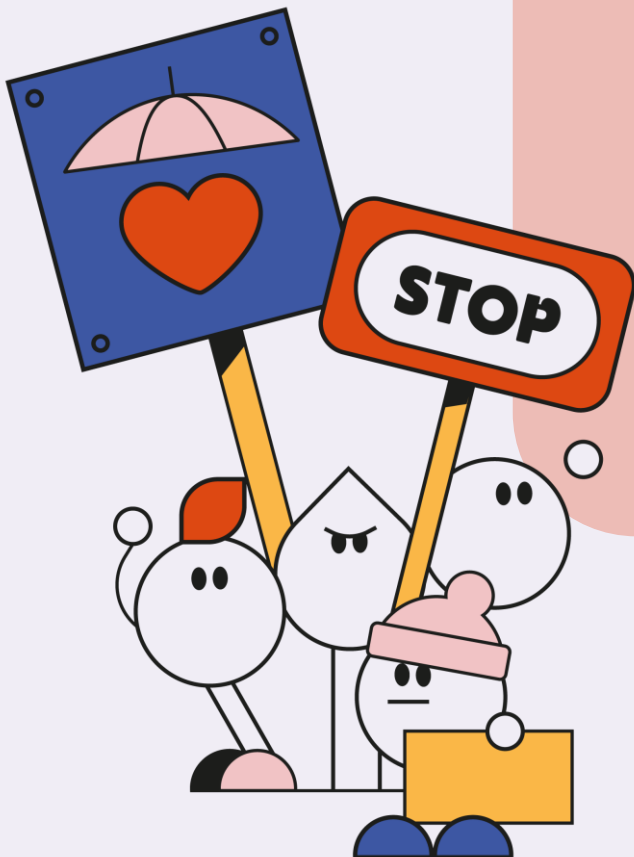


STOP SUICIDE
RUE DES EPINETTES 19
1227 LES ACACIAS

+41(0) 22 320 55 67
info@stopsuicide.ch
stopsuicide.ch

**STOP
SUIC!DE**

Présentation de STOP SUICIDE



- Association active depuis 25 ans en Suisse romande
- Public cible : les jeunes 15-29 ans
- Domaine : prévention du suicide
- Prévention pour les jeunes, par les jeunes
- Missions : lever le tabou sur la thématique, informer sur les ressources d'aide, outiller la population sur comment aborder la thématique

**STOP
SUICIDE**

Présentation de STOP SUICIDE

Lever le tabou sur le suicide : *oui, mais comment ?*

- Jeunes
- Entourage
- Journalistes
- Encadrant-es de jeunes

**Toutes et tous
concerné-es !**



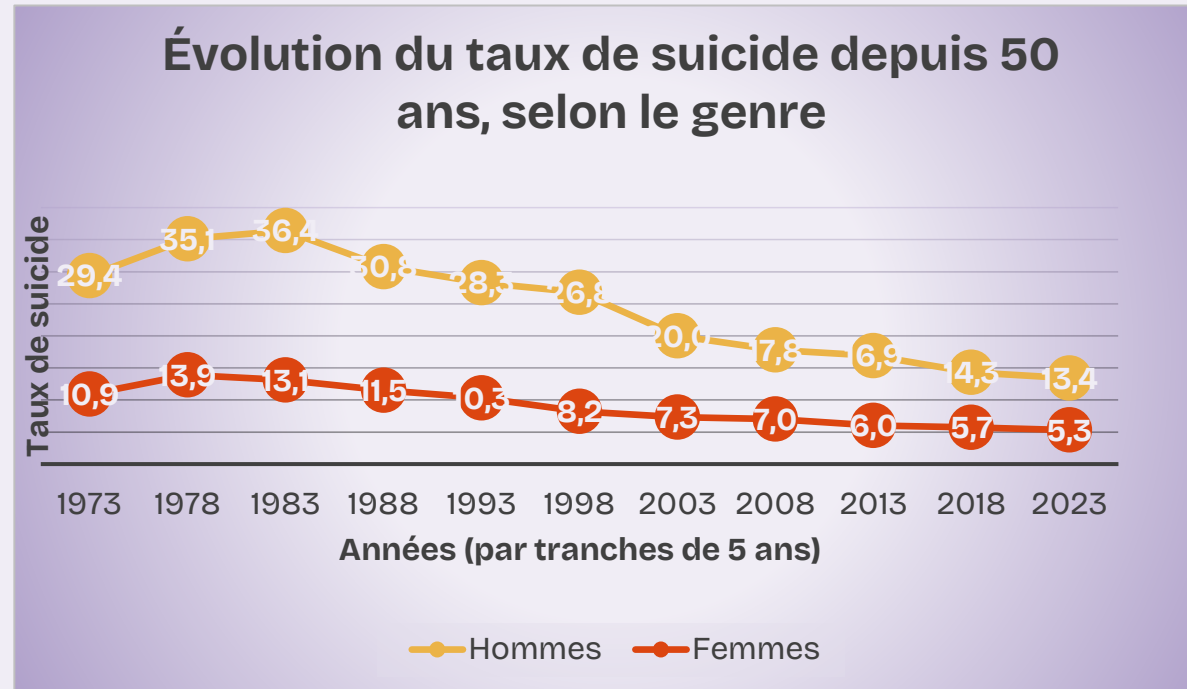
**STOP
SUICIDE**

Le suicide en Suisse : contexte

- Environ 1000 suicides chaque année en Suisse
- Les hommes décèdent plus par suicide que les femmes (2,5x plus)
- Il y a environ 5,4x plus de décès par suicide que par accident de la circulation
- Chez les jeunes, 1 suicide tous les 3 jours et demi
- A Genève, 1 jeunes sur 7 à des pensées suicidaires (HUG, 2024)
- Le taux de suicide a été divisé par deux chez les jeunes entre 2000 et 2023

Source : OFS, 2023

Le suicide en Suisse : contexte



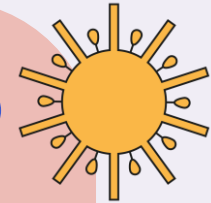
Le taux de suicide chez les hommes a baissé de **45,97%** depuis 2000 et de **37,65%** chez les femmes

Parler du suicide : oui, mais pas n'importe comment !



Effet Werther

- **Effet incitatif**
- Mention de la méthode
- Sensationnalisme
- Trop de détails/romantisation
- Sujet traité comme un fait divers et non comme un fait d'actualité



Effet Papageno

- **Effet préventif**
- Témoignage qui permet d'identifier les solutions et d'inspirer de l'espoir
- Ton neutre, sans jugement de valeur, ne véhicule pas d'idées reçues
- Ressources d'aide mentionnées

Présentation du guide : « Parler du suicide »

Contexte de création

- Produit en 2021 avec le soutien du canton de Neuchâtel
- Répond à un besoin identifié chez STOP SUICIDE
- **Besoin** : outiller les professionnel-es des médias sur la manière de parler du suicide afin de favoriser un traitement médiatique préventif autour de cette thématique
- **Public** : journalistes ; rédactions ; étudiant-es en journalisme ; communicant-es

Présentation du guide : « Parler du suicide »

Sources :

- **Recommandations de l'OMS**
- Recherches/littérature en prévention du suicide
- Programme Papageno France
- **Déontologie journalistique**
- **Format** : guide synthétique pour **aider rapidement les professionnel·les à repérer les points sensibles** de la couverture de la thématique du suicide
- **Conseils concrets** plutôt que théorie abstraite : ce qui est utile en contexte médiatique **où le temps et l'espace sont limités**
- Disponible en version print et version web

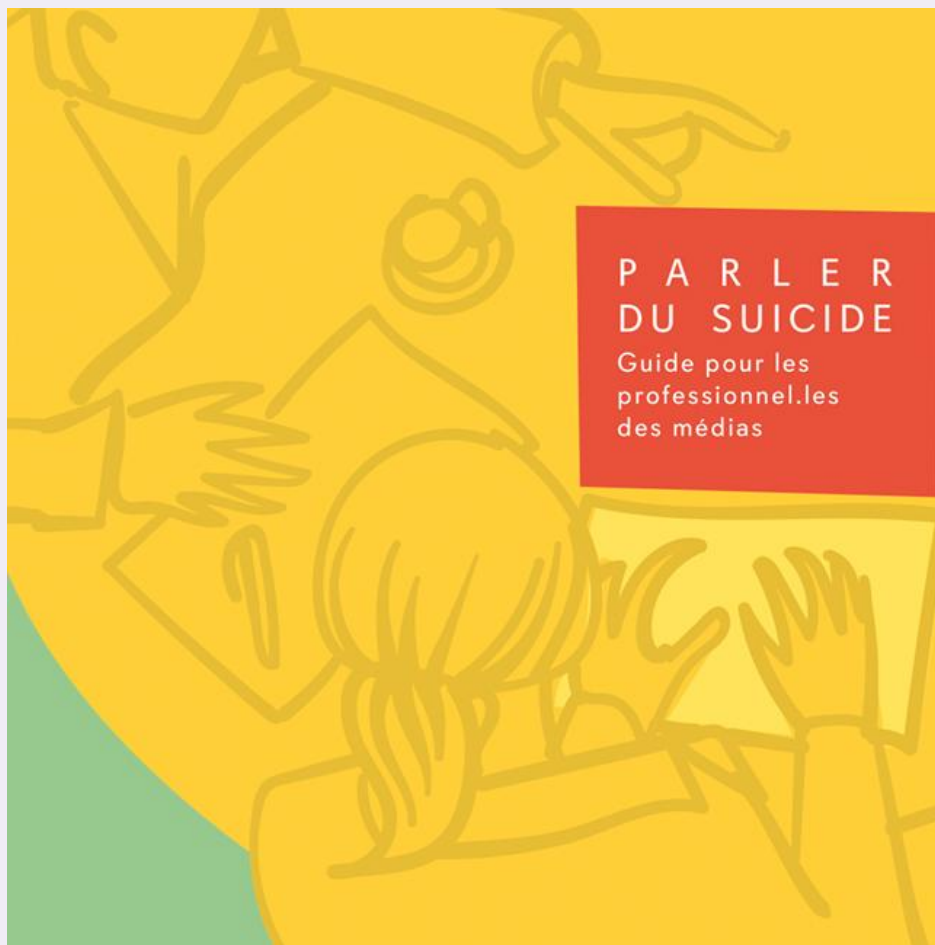
Elaboration

Présentation du guide : « Parler du suicide »

Diffusion & impact

- **Diffusion** : accessible sur notre site web ; envoi systématique aux journalistes lors de questions/interviews/réactions ; diffusion en formation, par exemple au CFJM ; conseils pour la création de podcats/films. Environ 200 brochures envoyées/distribuées par an
- **Impact** : pas de rapport de médiatisation depuis le lancement du guide donc difficile de savoir l'impact global sur le traitement de la thématique pour l'instant
- Journalistes preneur-euses du guide
- **La suite** : adaptation du guide pour le traitement de la thématique sur les réseaux sociaux

Présentation du guide : « Parler du suicide »



Structure/sommaire :

- Contexte et enjeux de la médiatisation
- L'influence de la visibilité : sujet + Une
- L'importance des ressources d'aide : exemple concret
- Ne pas mentionner les méthodes
- Traiter les témoignages
- Le risque du sensationnalisme
- Accent sur les dépêches
- Déconstruction des idées reçues
- Choisir les mots justes

Merci pour votre attention !



Des questions ?

helene@stopsuicide.ch

**STOP
SUICIDE**