



ORLÉANS DÉPLOIE UNE CAMPAGNE INÉDITE POUR LUTTER CONTRE L'USAGE DÉTOURNÉ DU PROTOXYDE D'AZOTE

La Ville d'Orléans lance une campagne de sensibilisation d'envergure visant à alerter sur les dangers liés à l'usage détourné du protoxyde d'azote, dont la consommation connaît une hausse préoccupante sur le territoire, particulièrement chez les jeunes. Cette initiative s'inscrit dans la continuité de l'arrêté municipal pris le 19 novembre 2025, renforçant l'encadrement du produit et intervient dans un contexte national où les pratiques à risque et leurs conséquences sanitaires suscitent une attention croissante.



UNE CAMPAGNE VOLONTAIREMENT DISRUPTIVE POUR TOUCHER LES PUBLICS LES PLUS EXPOSÉS

Face à la banalisation de ce produit dans l'espace public et aux conséquences observées – troubles neurologiques graves, pertes de connaissance, accidents de la route, nuisances et attroupements – la Ville a fait le choix de rompre avec les codes traditionnels de la prévention institutionnelle pour informer et interpeller sur cette problématique de santé publique.

La campagne qui se réfère aux codes des plus jeunes – particulièrement touchés par ce sujet – repose sur une esthétique épurée, volontairement énigmatique : une série d'affiches sur fond noir, accompagnées de messages intrigants et d'un QR code central. Aucun élément visuel ne dévoile d'emblée le sujet. L'objectif est de susciter la curiosité, d'encourager un geste volontaire – le scan – et d'ouvrir un accès direct à une capsule vidéo choc de prévention.

Ce choix répond à un constat clair : les campagnes classiques atteignent difficilement les publics qui consomment le plus, tandis que les contenus courts, incarnés et diffusés sur les réseaux, sont aujourd'hui les plus efficaces pour transmettre des messages sensibles sans susciter de rejet.

UNE COLLABORATION AVEC OPHENYA, FIGURE DE RÉFÉRENCE AUPRÈS DE LA JEUNESSE

Pour amplifier la portée du message, la Ville a souhaité s'associer à Ophenya, créatrice de contenu suivie par plusieurs millions d'abonnés (1M sur Instagram et plus d'1M sur YouTube) et reconnue pour son engagement constant en faveur de la jeunesse. Récompensée récemment à l'Assemblée nationale pour son travail de vulgarisation et ses actions de sensibilisation (notamment sur la thématique du harcèlement), Ophenya s'est imposée comme l'une des voix les plus crédibles pour aborder des sujets de prévention avec pédagogie, sincérité et proximité.

Sa participation permet :

- de s'adresser directement aux jeunes dans un langage qu'ils comprennent et acceptent ;
- de désamorcer les idées reçues les plus persistantes ;
- de rendre visibles les conséquences concrètes observées à Orléans : risques neurologiques, dangers routiers, impact sur la tranquillité publique et gestion des déchets dangereux.

UNE CAMPAGNE PENSÉE EN DEUX VOLETS COMPLÉMENTAIRES

La campagne mise en place par la Ville s'articule autour de deux dispositifs indissociables, conçus pour toucher efficacement les publics concernés.

1. Un dispositif d'affichage métropolitain

Une série d'affiches sur fond noir, volontairement énigmatiques, sera déployée sur l'ensemble du territoire. Elles comportent uniquement un message d'accroche et un QR code, sans mention explicite du protoxyde d'azote. Le QR code renvoie vers une vidéo courte dans laquelle Ophenya délivre un message de prévention direct et percutant destiné aux jeunes.

Ce choix d'un affichage "mystère" vise à provoquer la curiosité et à engager un public qui ne se sentirait pas concerné par une campagne traditionnelle.

2. Une campagne digitale diffusée sur les réseaux sociaux

En complément de l'affichage, la Ville déploiera une campagne numérique comprenant trois vidéos :

- la capsule de 20 secondes accessible également via le QR code ;
- une vidéo "Vrai/Faux" tournée avec des jeunes Orléanais afin de déconstruire les idées reçues les plus répandues sur l'usage du protoxyde d'azote ;
- une vidéo immersive tournée avec la Police municipale et au centre de tri pour illustrer les réalités du terrain, des interventions et de la gestion des déchets dangereux.

Ces contenus seront diffusés en collaboration sur les réseaux sociaux de la Ville et ceux d'Ophenya, afin d'amplifier la portée du message auprès d'un public national - la cause étant d'intérêt général. Cette articulation entre affichage, incarnation et diffusion digitale permet de toucher simultanément les jeunes, les familles et l'ensemble des habitants.

UN ENGAGEMENT FORT POUR LA SANTÉ, LA SÉCURITÉ ET LA TRANQUILLITÉ PUBLIQUE

Complémentaire à l'arrêté municipal du 19 novembre, cette campagne s'inscrit dans une mobilisation plus large de la Ville d'Orléans face à un phénomène qui touche l'ensemble du territoire national. La collectivité entend assumer pleinement son rôle d'acteur public en informant, en portant des messages de prévention pour protéger les jeunes et sensibiliser aux dangers sanitaires, sécuritaires et environnementaux liés au protoxyde d'azote.

Par cette action innovante, la collectivité réaffirme sa détermination à :

- protéger les jeunes face à des risques encore trop méconnus ;
- prévenir les accidents et comportements dangereux ;
- sensibiliser aux risques face à un déchet à la fois polluant et potentiellement explosif.

En choisissant d'allier codes numériques, incarnation et innovation, la Ville d'Orléans affirme son ambition : permettre à chacun d'accéder à une information fiable, claire et impactante afin de prévenir des drames qui pourraient être évités.

