



Rapport d'évaluation final 2025

MAYbe Less Sugar - Troisième édition

Aurélie Giger, Tiffany Martin, Coralie Gothuey

diabètevaud



Table des matières

1.	Rappel du projet <i>MAYbe Less Sugar</i>	3
2.	Objectifs et réalisation 2025	4
a.	Renouvellement de l'action et de ses activités ; augmentation du nombre de participant-es .	4
b.	Renforcement de l'équipe de projet, des partenariats et des groupes.....	5
c.	Développement d'un module éducation et jeunesse.....	6
d.	Développement d'un module communautés et précarités.....	8
e.	Création de nouveaux matériaux de communication et amélioration du calculateur	8
3.	Résultats de la troisième édition <i>MAYbe Less Sugar</i> – mai 2025	12
a.	Bref résumé des résultats de l'action	12
b.	Bilan des événements.....	12
c.	Impact de la campagne de communication.....	13
d.	Retour des participant-es.....	15
e.	Satisfaction sur les stands.....	19
f.	Retour des partenaires	20
g.	Actions politiques	21
4.	Partenaires et remerciements	23
5.	Bilan financier de l'édition 2025 (état du 01.01.2025 au 30.06.2025)	25
6.	Conclusion et perspectives 2026	25
a.	Conclusion	25
b.	Perspectives de développement pour 2026	26
7.	Annexes	30

1. Rappel du projet *MAYbe Less Sugar*

La surconsommation de sucres ajoutés représente un enjeu majeur de santé publique. Bien qu'ils soient une source d'énergie, ceux ajoutés aux aliments pour améliorer leur goût sont souvent inutiles au niveau nutritionnel et peuvent être nuisibles pour la santé s'ils sont ingérés en excès. Une consommation trop élevée de sucre peut augmenter le risque de maladies comme le diabète de type II, les maladies cardiovasculaires, les caries et l'obésité¹. En Suisse, une personne sur deux en consomme trop, avec une moyenne de 107 grammes par jour, soit plus du double de la quantité recommandée par l'OMS.

Depuis 2023, l'action *MAYbe Less Sugar*, lancée par *diabètevaud* en collaboration avec de nombreuses institutions socio-sanitaires, invite la population à réfléchir à sa consommation de sucres ajoutés pendant le mois de mai. Inspirée de *Dry January*, l'idée est de pouvoir participer pendant le mois de mai à une prise de conscience collective de sa surconsommation quotidienne de sucres ajoutés. Pour ce faire, un calculateur en ligne gratuit, destiné aux adultes et disponible toute l'année, permet d'estimer la quantité de sucres ajoutés consommés chaque jour. En outre, des recettes et des astuces sont disponibles sur le site Internet et sur les réseaux sociaux *MAYbe Less Sugar* pour tester des alternatives. Grâce à des visuels attrayants et des slogans percutants, l'action cherche à toucher un large public sans culpabilité et en gardant la notion de plaisir. La volonté est aussi de faire évoluer la société sur ce sujet en visant des changements non seulement au niveau politique et réglementaire (par exemple taxe sur le sucre), mais aussi dans la proposition de produits par les industries qui vendent des produits sucrés.

En ce sens, l'action *MAYbe Less Sugar* vise quatre objectifs principaux :

- 1) sensibiliser la population à la surconsommation de sucres ajoutés et ses conséquences sur la santé ;
- 2) permettre aux participant-es d'évaluer leur consommation de sucres ajoutés grâce au calculateur en ligne, d'identifier les boissons et les aliments qui en contiennent et d'expérimenter des alternatives pour se faire plaisir autrement ;
- 3) augmenter les compétences en santé ;
- 4) mettre le sucre au centre du débat et faire évoluer l'environnement pour aider les individus à modérer leur consommation de sucres ajoutés et protéger leur santé.

¹ Alliance alimentation et santé. (2021). Factsheet sucre [Fiche d'information]. Alliance alimentation et santé. https://alliancealimentation.ch/documents/1048/Factsheet_sucre_septembre.pdf

2. Objectifs et réalisation 2025

Pour rappel, avec l'action *MAYbe Less Sugar*, il est attendu qu'une partie de la population ait été sensibilisée à la thématique de la surconsommation de sucres ajoutés et à ses effets sur la santé. Dans un espace-temps de 5 ans, l'action doit, dans toute la Suisse :

- atteindre 250'000 personnes sur les réseaux sociaux et le site Internet ;
- réunir 200 partenaires ;
- avoir 40'000 utilisateur·ices du calculateur ;
- avoir permis l'organisation de 200 évènements, touchant 100'000 personnes ;
- avoir une vingtaine d'objets politiques déposés.

D'ici à fin 2026, l'action doit :

- atteindre 100'000 personnes sur les réseaux sociaux et le site Internet ;
- réunir 100 partenaires ;
- avoir 18'000 utilisateur·ices du calculateur ;
- avoir permis l'organisation de 90 évènements touchant 40'000 personnes ;
- avoir une dizaine d'objets politiques déposés.

L'édition 2025 de l'action *MAYbe Less Sugar* a poursuivi les objectifs spécifiques suivants, en se basant sur les constats des éditions précédentes :

- a. Renouvellement de l'action et de ses activités ; augmentation du nombre de participant·es
- b. Renforcement de l'équipe de projet, des groupes et des partenariats
- c. Développement d'un module éducation et jeunesse
- d. Développement d'un module communautés et précarités
- e. Création de nouveaux matériaux de communication et amélioration du calculateur et du site internet

En termes de communication, le focus 2025 a été placé sur le « fait maison », car cuisiner soi-même permet de déterminer la quantité de sucre ajouté consommé.

a. Renouvellement de l'action et de ses activités ; augmentation du nombre de participant·es

Le premier objectif 2025 était de pouvoir reconduire l'action *MAYbe Less Sugar* avec une troisième édition. Grâce aux divers financements obtenus, il a été possible de mener avec succès une édition en mai 2025. Cette année encore, de plus en plus de personnes ont participé à l'action grâce aux nombreux évènements : conférences, stands, ateliers ou encore distributions organisées à travers

toute la Suisse. Un nombre croissant de personnes ont testé le calculateur, participé aux événements et ont été touchées via la campagne de communication (voir section 3).

b. Renforcement de l'équipe de projet, des partenariats et des groupes

Cette année, l'équipe a été renforcée grâce à l'obtention de financements. Le taux d'activité de la cheffe de projet a pu être augmenté et un chef de projet a été recruté pour accentuer le développement de l'action en Suisse alémanique. Dans le cadre de la création de matériel pédagogique, une diététicienne stagiaire a élaboré plusieurs nouvelles recettes de cuisine sans sucre ajouté².

MAYbe Less Sugar compte aujourd'hui plus de 90 partenaires, soit vingt de plus qu'en 2024. L'action continue à se développer dans le reste de la Suisse avec de nouveaux partenaires en Suisse alémanique et un premier partenariat au Tessin.

Mise en place d'un groupe d'expert·es scientifiques et d'un groupe de diététicien·nes

Afin de renforcer l'assise scientifique du projet, une réflexion globale sur la gouvernance de l'action *MAYbe Less Sugar* est en cours. Un groupe d'expert·es scientifiques est en cours de constitution.

Dans le cadre d'une séance avec un groupe de travail spécifique de diététicien·nes, il a été mis en évidence qu'une personne formée en diététique devrait faire partie intégrante de l'équipe de projet au vu de l'expertise demandée. Une diététicienne stagiaire a donc pu être engagée pour une durée de 6 mois afin de développer des activités pédagogiques en lien avec les sucres ajoutés.

Renforcement du partenariat avec la Suisse alémanique

Grâce au travail du chef de projet en Suisse alémanique, 10 nouveaux partenaires ont été recrutés en Suisse allemande, dont l'Office fédéral de la sécurité alimentaire et des affaires vétérinaires (OSAV). Deux conférences, une en ligne et l'autre à St-Gall, ont été organisées par diabetesschweiz et Ostschweizerische Diabetes. Diabetessolothurn a organisé un atelier d'information et de prévention dans un centre commercial. L'hôpital de Herisau a quant à lui proposé une offre de dessert sans sucre ou moins sucré une fois par semaine. Toutes les associations de diabète et les offices cantonaux de la santé publique ont été contactés pour diffuser l'action.

Un événement de lancement (kick-off) a permis de visibiliser le développement de *MAYbe Less Sugar* en Suisse alémanique. Lors de cet événement, un communiqué de presse a été publié sur le site Internet et adapté pour la Suisse alémanique et la Suisse italienne (cf. [Annexes 1a](#), [1b](#) et [1c](#)).

² À retrouver sur <https://maybeless-sugar.ch/recettes-trucs-et-astuces/>

Lancement du partenariat avec la Suisse italienne

MAYbe Less Sugar a fait sa première apparition au Tessin dans la newsletter du PAC (programme d'action cantonale), envoyée à 2'000 personnes. L'ACSI (Association de Consommateur-ices de Suisse italienne) est un des nouveaux partenaires. Ce partenariat a permis l'organisation d'une conférence de presse à Lugano qui a bénéficié d'une médiatisation dans la presse locale. L'action MAYbe Less Sugar est ainsi apparue quatre fois dans la presse suisse italienne, notamment avec un passage lors du téléjournal « Il Quotidiano » sur la RSI.

c. Développement d'un module éducation et jeunesse

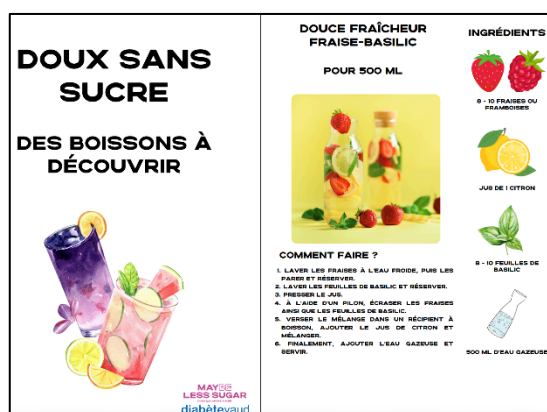
Afin de toucher les enfants et les jeunes, Irène Rolfo, diététicienne à l'origine de calculateur et du matériel pédagogique, a élaboré un dépliant informatif sur les sucres pour la population générale ainsi qu'un dossier et des guides « pas à pas » pour les ateliers à destination des professionnel·les de la santé et pour différentes classes d'âges (cf. Images ci-dessous).



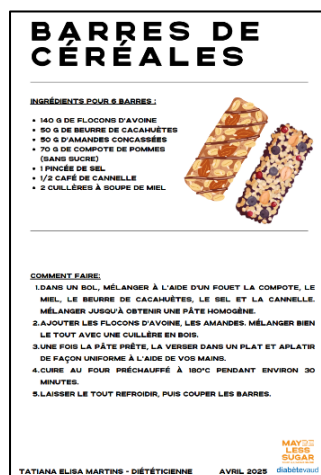
Le matériel pédagogique élaboré en 2024 a été mis à jour et traduit en allemand, en italien et en anglais.

Grâce à ces différents outils et aux partenariats, des activités ont eu lieu avec des enfants et des jeunes (p. ex. atelier sur les sucres ajoutés auprès des enfants lors d'un festival de nourriture et dans une unité d'accueil pour enfants, stand animé sur les sucres ajoutés avec jeux et prix pour les enfants).

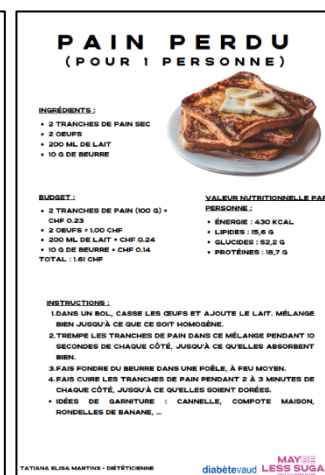
De nouvelles recettes élaborées par la diététicienne stagiaire, Tatiana Martins, (cf. Exemples ci-dessous) sont disponibles sous la forme d'une brochure et de vidéos publiées sur le site Internet et sur les réseaux sociaux de *MAYbe Less Sugar*.



Brochure de boissons sans sucre ajouté



Exemple de recette sans sucre ajouté



Exemple de recette « petit budget »

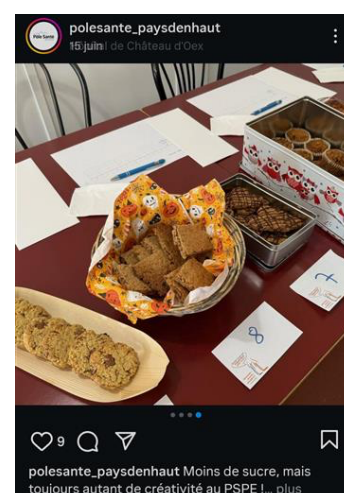
De nombreux partenaires ont développé des recettes douces en sucre. Par exemple, le Centre hospitalier universitaire vaudois (CHUV) et l'École hôtelière de Lausanne (EHL) ont élaboré des desserts moins sucrés, proposés dans leurs cafétérias. Le Pôle Santé Pays d'En-haut (PSPE) a organisé un concours de recettes moins sucrées et propose désormais un dessert moins sucré chaque mois tout au long de l'année. L'Ensemble Hospitalier de la Côte (EHC) et l'Hôpital de Lavaux ont quant à eux proposé des petits déjeuners salés et non sucrés (cf. Exemples ci-dessous).



Recette douce en sucre par l'EHC



Recette douce en sucre par l'EHL



Recette douce en sucre par le PSPE

d. Développement d'un module communautés et précarités

Afin de toucher les populations défavorisées, des événements ont eu lieu dans les institutions œuvrant pour cette population (p. ex. stands animés dans six épiceries Caritas, stand à Point d'Eau Lausanne). Des supports pédagogiques utilisant des emballages de produits ont été utilisés, permettant de visualiser de manière ludique la quantité de sucre ajouté contenue dans chaque article. Par ailleurs, certaines recettes ont été développées pour les petits budgets en collaboration avec Caritas et se trouvent sur le site de ce dernier.

Traduction du site internet en italien et en anglais

Le site internet est désormais disponible en quatre langues : français, allemand, anglais et italien. Ceci permet d'atteindre davantage de personnes, notamment celles issues de la migration. Les documents présents sur le site ainsi que les communiqués de presse ont également été traduits ou adaptés dans ces langues. Grâce à une collaboration avec l'Alliance Alimentation et santé, le contenu du site en allemand a été vérifié par Marianne Honegger, diététicienne à l'hôpital Triemli de Zurich.

e. Création de nouveaux matériaux de communication et amélioration du calculateur

Nouveau spot publicitaire

Cette année, Daniel Marquis, vidéaste, a proposé une vidéo sur le yogourt (cf. Extraits ci-dessous), dans le but de montrer que les sucres ajoutés peuvent se cacher dans des produits imaginés comme étant « sains ». Il propose de revenir au fait maison, avec un simple yogourt nature agrémenté de fraises.

Il a été adapté en allemand, anglais et italien, dans le but d'atteindre le plus grand nombre de personnes possibles en Suisse. Ce spot a aussi été diffusé par les partenaires sur des écrans (p. ex. salle d'attente) et/ou sur les réseaux sociaux.

Extraits du spot publicitaire MAYbe Less Sugar 2025 réalisé par Daniel Marquis



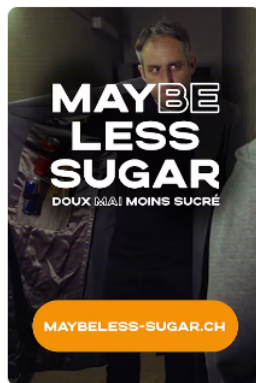
Des vidéos humoristiques avec Simon Romang

Trois vidéos humoristiques (cf. Extraits ci-dessous) ont été réalisées avec le comédien Simon Romang sur la thématique des boissons sucrées, dans le but de toucher un public jeune sur les réseaux sociaux notamment. Les vidéos sont courtes et rapides. Elles suivent la tendance actuelle des réseaux sociaux.

Extraits des vidéos humoristiques réalisées avec le comédien Simon



Un cocktail (très) sucré



Dilemme de sucre



Un jus pur sucre

Dans ces trois vidéos, qui combinent mise en scène pédagogique et regard critique, le sucre est abordé sous différents angles : un barman qui surcharge progressivement un cocktail en sucre (« un cocktail (très) sucré »), un personnage distribuant du sucre comme une substance illicite (« dilemme de sucre »), et un parent soucieux de la santé de son enfant qui, sans le réaliser, contribue à une consommation excessive via des jus prétendument naturels (« un jus pur sucre »). Chaque vidéo illustre, à sa manière, les perceptions erronées et les habitudes problématiques liées au sucre.

Des vidéos de recettes avec Philippe Ligron

Trois vidéos de recettes maison ont été réalisées par le chef Philippe Ligron. Il y propose des alternatives simples à des produits industriels courants : ketchup, pâte à tartiner et chips. Ces vidéos sont disponibles aussi avec des sous-titres en anglais, allemand et italien. Des extraits ont été diffusés sur les réseaux sociaux, en collaboration avec ceux de Philippe Ligron.

Extraits des vidéos de recettes maison réalisées avec le chef Philippe Ligron



Toutes les vidéos susmentionnées peuvent être visionnées sur le site www.maybeless-sugar.ch, sur la chaîne YouTube *MAYbe Less Sugar* et sur les réseaux sociaux.

Flyers et affiches de communication

Deux nouveaux visuels ont été imprimés, en plus des anciens visuels, avec de nouveaux slogans (cf. Images ci-dessous).

Nouveaux visuels MAYbe Less Sugar 2025 avec nouveaux slogans



Les visuels et slogans antérieurs ont été traduits en anglais et en italien (cf. Images ci-dessous). L'affiche illustrant la fraise et le bonbon a notamment été déclinée au format flyer dans ces langues.

Visuels MAYbe Less Sugar adaptés en anglais et en italien



Des goodies (cf. Photos ci-dessous) étaient également disponibles sur les stands des événements. Ces objets avaient pour but d'attirer les familles et de diffuser au maximum l'action.



Gourde et balle anti-stress avec logo MAYbe Less Sugar

Les réseaux sociaux

L'agence de communication trivialmass SA, qui était mandatée pour les visuels de communication, a élaboré plusieurs publications et stories pour les réseaux sociaux. Le contenu de ces publications (cf. Exemples de l'aperçu des pages Instagram et Facebook de *MAYbe Less Sugar*) visait à motiver les participant-es en leur donnant des astuces, en partageant l'agenda hebdomadaire des événements et en réalisant un compte à rebours.

Aperçu de la page Facebook de *MAYbe Less Sugar*



L'équipe de *MAYbe Less Sugar* a également partagé des stories des événements, des articles portant sur la thématique des sucres et les vidéos de recettes. Elle a créé des publications en collaboration avec Swiss Food Academy et la Croix-Bleue romande. Elle a participé à un live questions-réponses avec le compte Instagram de Swiss Food Academy.

Une campagne d'acquisition a été lancée début avril avec l'objectif de recruter de nouveaux profils sur le calculateur et

Aperçu de la page Instagram de *MAYbe Less Sugar*



d'accroître la participation à l'action. Ciblants les 18 à 65 ans et plus (cf. [Annexe 2](#)), dans tous les cantons romands, cette campagne s'est traduite par des publications sponsorisées sur Facebook et Instagram, visibles par des personnes non-abonnées à la page *MAYbe Less Sugar*. De plus, le spot publicitaire et les vidéos de Philippe Ligron et Simon Romang ont été boostées afin d'apparaître plus souvent dans le fil d'actualité des personnes non-abonnées.

Amélioration du calculateur et du site internet

Les améliorations du site ont porté essentiellement sur les éléments d'interface qui facilitent la navigation au sein du calculateur et la création du compte utilisateur-ice. L'accès au calculateur se fait maintenant via un Floating Action Button (FAB) situé en haut de la page de navigation. Le calculateur propose désormais deux modes : un tableau de bord offrant une vue d'ensemble semaine par semaine de la consommation et une interface permettant d'ajouter les produits consommés. Le FAB permet, après la connexion, de passer facilement d'un mode à un autre. Enfin, la page de création de compte a été revue pour être plus claire et plus esthétique.

Une page pour un concours décrivant les prix à gagner a été créée afin d'inciter les participant·es à utiliser le calculateur régulièrement. Le concours était mis en avant par un pop-up présent sur toutes les pages du site.

Afin de faciliter l'accès aux supports de communication et au matériel pédagogique pour les 90 partenaires, une page privée « Partenaire » a également été créée. Cette page est sécurisée par un mot de passe et est disponible dans toutes les langues du site.

3. Résultats de la troisième édition *MAYbe Less Sugar* – mai 2025

a. Bref résumé des résultats de l'action

Les résultats de l'édition 2025 de *MAYbe Less Sugar* sont les suivants :

- Plus de 70 événements organisés dans toute la Suisse ;
- Plus de 14'000 personnes touchées par les événements ;
- Environ 180'000 personnes touchées par la campagne numérique sur les réseaux sociaux ;
- Forte visibilité sur les réseaux sociaux et en ligne.

Ces résultats sont satisfaisants dans la mesure où ils correspondent aux objectifs d'indicateurs posés pour fin 2026 (voir section 2).

b. Bilan des événements

Plus de 70 événements ont eu lieu au total pour l'édition 2025, (cf. [Annexes 3a](#) et [3b](#)), dont la moitié co-organisés par *diabètevaud* en collaboration avec les partenaires en Suisse romande, en Suisse alémanique et au Tessin. Parmi les événements, 20 stands ont été co-organisés par *diabètevaud* durant neuf manifestations différentes et sur 15 lieux différents.

Des partenaires événementiels ont co-organisé des événements. Pour le lancement de l'action, des flyers *MAYbe Less Sugar* avec des sachets d'infusions Lioba ont été confectionnés et distribués dans les gares. En plus des glaces élaborées l'an dernier, l'Artisan Glacier a élaboré de nouvelles saveurs qui ont été proposées durant la Fête de la Tulipe à Morges. Des dégustations de thé froid doux en sucre ont également eu lieu au port de Lutry avec Zenithé. Grâce à la Ville de Lausanne, un stand lors de « Famille en fête » a eu lieu et les bibliothèques de la Ville de Lausanne ont organisé une exposition dans le hall de la Bibliothèque de Chauderon. Lors du Miam Festival avec Lausanne à Table, un atelier pour les enfants a été organisé. Finalement, un partenariat avec le Festival international de bande dessinée de Lausanne (BDFIL) a permis d'organiser deux ateliers sur les sucres ajoutés pour les enfants et un stand sur l'enceinte du festival.

c. Impact de la campagne de communication

Médias

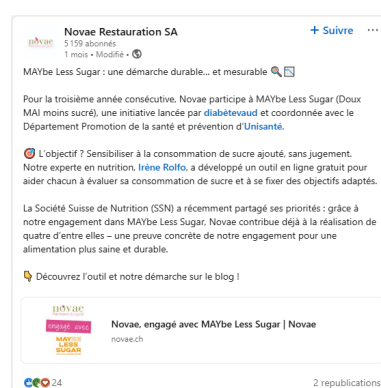
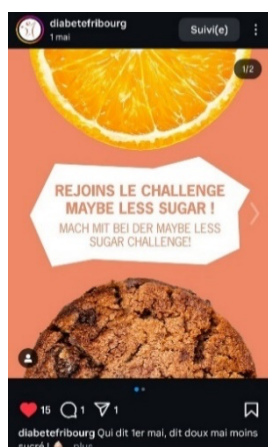
Pour cette édition 2025, *MAYbe Less Sugar* a été active dans les médias et sur les réseaux sociaux (cf. [Annexe 4](#)) :

- 15 articles sont parus dans la presse suisse romande, 5 dans la presse suisse alémanique et 2 dans la presse tessinoise (24 heures, DrStutz ; D-journal, L'illustré, Journal La Côte, Terre et nature, Gesundheitsmagazin, La borsa della spesa) ;
- 19 articles ont été publiés en ligne/intranet en Suisse romande, 4 en Suisse allemande et 2 articles au Tessin (dont Newsletter PAC, Ville de Lausanne, État de Vaud, Reiso, Prevention.ch, Novae, Epicerie Caritas, etc) ;
- 2 interventions ont eu lieu à la radio romande et 2 à la télévision suisse italienne (RTS première, M le média, RSI, teleticino) ;
- 1 podcast (RTS) a été diffusé.

Réseaux sociaux

Entre le 1^{er} avril et le 1^{er} juin 2025, 67 publications et 145 stories ont été partagées sur la page *MAYbe Less Sugar* sur Facebook et Instagram. L'action a également été mentionnée 87 fois, principalement par les partenaires sur Instagram, Facebook et LinkedIn. Sur les réseaux sociaux, on comptabilise 686'000 vues majoritairement sur la page Instagram *MAYbe Less Sugar*. Il y a eu 4'500 visites au total sur la page Instagram et la page Facebook *MAYbe Less Sugar*. Les publications les plus regardées sont celles du spot publicitaire de Daniel Marquis, ainsi que les vidéos faites avec Simon Romang et Philippe Ligrion. Sur Facebook et sur Instagram, plus de 2'300 personnes suivent le compte (+ 800 personnes depuis l'édition 2024). La population qui suit la page est majoritairement féminine avec une moyenne

Exemples de publications réalisées par les partenaires sur les réseaux sociaux



d'âge entre 35 et 44 ans. Les abonné·es viennent principalement du canton de Vaud et de Genève (cf. [Annexes 5a](#) et [5b](#)). 6% des abonnés viennent de l'international.

La campagne d'acquisition a permis 2'307 clics vers le site internet avec 266 inscriptions sur le calculateur. Les boosts publicitaires ont permis de nombreuses interactions sur les publications concernées. Les publications avec des contenus éducatifs tels que la recette de granola, les bienfaits du sucre et les « games changers » sont celles qui cumulent le plus de vues et d'interactions.

En Suisse alémanique, l'action a été principalement diffusée via les réseaux sociaux de diabetesschweiz. Il y a eu 9 publications sur Instagram et 16 publications sur LinkedIn. L'infrastructure informatique de diabetesschweiz a été mobilisée pour la conférence en ligne. Le compte Instagram de diabetesschweiz a comptabilisé 8'806 vues.

Site Internet

Durant le mois de mai, le site a eu 4'671 nouveaux·elles utilisateur·rices (personnes qui ont consulté le site pour la première fois) avec un total de 31'376 pages vues. Les pages les plus consultées sont celles liées au calculateur (je participe, mon profil, concours), suivies de celles avec le concours (2'322 vues), puis celles des recettes et astuces avec 1'868 vues.

Les pages en allemand ont été consultées environ 6'000 fois, celles en italien 3'666 et celles en anglais 887. La page la plus visitée dans ces langues est celle du calculateur.

Il serait pertinent pour les prochaines éditions de focaliser le contenu du site Internet et des réseaux sociaux sur des publications avec des recettes, des astuces, des quiz, des concours et des minis défis. En effet, l'expérience 2025 montre que ce type de contenu génère un engagement important. En outre, le concours a permis d'augmenter le nombre de personnes qui utilisent le calculateur.

Calculateur

En 2025, 2'855 nouveaux comptes ont été créés sur le calculateur, pour un total de 14'216 comptes inscrits sur le site depuis le lancement de l'action en 2023. En moyenne, les participant·es ont utilisé le calculateur pendant 2,17 jours. Toutefois, cette donnée est très variable étant donné que certaines personnes ont rempli le calculateur tous les jours alors que d'autres ne l'ont fait qu'une fois. La consommation moyenne par jour s'élève à 42 grammes, soit en dessous de la moyenne suisse. Deux hypothèses par rapport à ce chiffre peuvent être soulevées : les personnes déjà sensibilisées à la thématique ont créé un compte ; les participant·es n'ont pas toujours conscience de leur consommation et n'ont pas ajouté la totalité des sucres ajoutés ingérés.

Selon les données entrées dans le calculateur, les produits les plus consommés sont les suivants :

- Chocolat (1'223 unités, soit 9'792 grammes de sucre)
- Confiture (767 unités, soit 7'680 grammes de sucre)
- Biscuits secs (684 unités, soit 6'850 grammes de sucre)
- Cake (350 unités, soit 5'616 grammes de sucre)
- Miel (348 unités, soit 5'235 grammes de sucre)
- Jus de fruits, smoothie (192 unités, soit 4'268 grammes de sucre)

Ce classement des produits les plus consommés est cohérent avec les résultats de l'édition 2024.

d. Retour des participant·es

À la fin du mois de mai, un questionnaire de satisfaction a été envoyé à toutes les personnes ayant créé un compte sur le site *MAYbe Less Sugar* (cf. [Annexes 6a](#) et [6b](#)). Au total, le sondage en français a été complété par 105 personnes. Pour la Suisse alémanique, huit personnes ont répondu au sondage.

Profils des participant·es romand·es (n=105)

Les participant·es au sondage ont une moyenne d'âge de 49 ans avec une majorité dans la tranche des 40-59 ans. Près de 70% des répondant·es ont une formation de niveau Haute école ou universitaire. La situation financière du ménage a été estimée pour le 40% entre 3'000 et 6'000 CHF par mois. Une minorité (6%) des participant·es déclarent un revenu mensuel inférieur à 3'000 CHF par mois, alors que le reste des personnes interrogées s'estiment au-dessus de 6'000 CHF par mois.

En résumé, le profil des personnes utilisant le calculateur est, en moyenne :

- dans la tranche d'âge 40-59 ans ;
- avec un haut niveau de formation ;
- avec une situation financière modeste/moyenne inférieure.

Ces données sont en cohérence avec les données issues du même sondage de l'édition 2024. Cependant, davantage de personnes avec des situations financières en dessous de 3'000 CHF par mois ont été touchées cette année (6% en 2025 contre 3.9% en 2024).

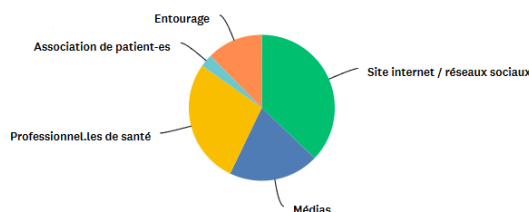
Réponses aux questions spécifiques (n=105)

Sources d'information

Les réseaux sociaux, les médias et les professionnel·les de santé sont les principales sources par lesquelles les personnes ont entendu parler de l'action (cf. Graphiques ci-dessous). En comparaison à l'édition 2024, plus de personnes ont entendu parler de l'action via les professionnel·les de santé (27% en 2025 et 15% en 2024). Cela s'explique probablement par l'arrivée de nombreux nouveaux partenaires, qui ont relayé l'actions auprès de leurs patient·es.

Résultats descriptifs à la question « Comment avez-vous entendu parler de MAYbe Less Sugar ? »

CHOIX DE RÉPONSES	RÉPONSES	
▼ Site Internet / réseaux sociaux	37,14 %	39
▼ Médias	20,00 %	21
▼ Professionnel·Les de santé	27,62 %	29
▼ Association de patient·es	2,86 %	3
▼ Entourage	12,38 %	13
TOTAL		105



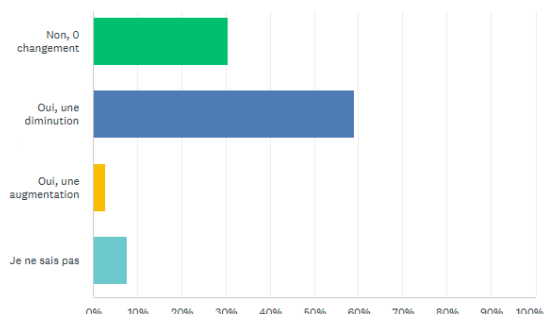
Utilité et impact personnel de l'action

Les participant·es évaluent en moyenne l'utilité de l'action à 4.1 sur 5. Ils/elles ont, pour la majorité, pu prendre conscience de la quantité importante de sucre ajouté, souvent caché, dans leur alimentation quotidienne. De nombreuses personnes soulignent l'importance de cette sensibilisation en matière de santé, notamment pour prévenir des maladies comme le diabète. Quelques personnes trouvent que le calculateur est parfois difficile à utiliser ou n'ont pas compris que l'action vise à promouvoir des changements pérennes.

Presque 60% des participant·es constatent une diminution de leur consommation de sucres ajoutés durant le mois de mai (cf. Graphiques ci-dessus) et plus de la moitié ont perçu un impact de l'action sur leur quotidien.

Résultats descriptifs à la question « Avez-vous constaté une modification de votre consommation de sucres ajoutés pendant le mois de mai ? »

CHOIX DE RÉPONSES	RÉPONSES	
▼ Non, 0 changement	30,48 %	32
▼ Oui, une diminution	59,05 %	62
▼ Oui, une augmentation	2,86 %	3
▼ Je ne sais pas	7,62 %	8
TOTAL		105



Dans les commentaires récoltés (cf. Exemples ci-dessous), les personnes ont principalement pris conscience de leur consommation excessive de sucre, ont changé le contenu de leur petit déjeuner et ont réduit la quantité de boissons sucrées consommées. Beaucoup ont appris à mieux lire les

étiquettes et à choisir des produits plus sains, surtout pour les boissons. Ces changements ont souvent entraîné une meilleure forme physique, plus d'énergie et une diminution de la sensation de fatigue.

« J'ai adoré noter les moments où je consommais en pleine conscience du sucre ajouté et cela sans culpabilité. Par exemple, j'ai mangé avec grand plaisir et sans culpabilité des bons Toffifee. Le fait de voir visuellement sa consommation de sucre sur le mois était très stimulant pour moi avec l'agenda proposé ».

« Je consomme moins de sucre et je suis plus attentive aux étiquettes ».

« Choisir des boissons fraîches douces sans sucre qui ne sont pas de soda, plus de produit frais et sain mis avant par nos employeurs... ».

Seuls 42% des participant-es déclarent avoir appris de nouvelles choses grâce à l'action. Cela semble confirmer l'hypothèse évoquée précédemment, selon laquelle l'action aurait principalement atteint des personnes déjà sensibilisées.

Utilisation du calculateur

Un tiers des personnes interrogées estime avoir utilisé le calculateur une à deux fois en mai. L'objectif du calculateur, qui est de faire prendre conscience et d'estimer sa consommation de sucres ajoutés sans tomber dans l'obsession, est ainsi atteint.

Concernant la facilité d'utilisation du calculateur, les participant-es ont donné en moyenne une note de 3.25 sur 5. Rendre plus accessible à tou-tes l'utilisation du calculateur est une piste d'amélioration afin d'augmenter l'utilisation de celui-ci. De plus, parmi les propositions d'amélioration récurrentes figurent le délai de latence du calculateur et le nombre de produits dans la liste des produits.

Recettes et astuces

En 2024, seulement 14% des répondant-es estimaient avoir essayé les recettes et les astuces proposées sur le site et/ou sur les réseaux sociaux. Cette année ce chiffre est monté à presque un tiers des participant-es, renforçant l'intérêt croissant pour les recettes et les astuces.

Les participant-es ont apprécié globalement les recettes et plusieurs expriment le souhait de disposer davantage d'alternatives peu sucrées, notamment pour le petit-déjeuner.

Évaluation globale de l'action

La majorité exprime avoir eu une prise de conscience et trouve l'action intéressante. La communication positive et les visuels ont capté l'attention et sont appréciés par les participant-es.

« Bonne expérience, belle campagne très dynamique ».

« Cela m'a vraiment permis de prendre conscience que je suis addict au sucre et que je ne m'étais jamais rendu compte de la quantité que je consommais au quotidien. De ce fait, j'ai pu expliquer à ma fille ado tous les effets négatifs et graves sur notre santé de cette surconsommation de sucre dans notre quotidien ».

Plusieurs personnes ont exprimé ne pas avoir eu suffisamment d'informations et d'événements visibles dans l'espace public et sur les réseaux sociaux concernant l'action. Une newsletter hebdomadaire décrivant les événements et/ou des astuces et recettes permettrait une meilleure adhésion à l'action.

« Faire des propositions de recette ou des rappels par mail durant le mois ».

« Une petite annonce au début de la campagne, ce ne serait pas de trop pour les précédentes participantes ».

« Votre site web est magnifique. Vos newsletters méritent le même traitement. Les mailings n'étaient pas très "attractifs" ».

« Plus médiatisé ».

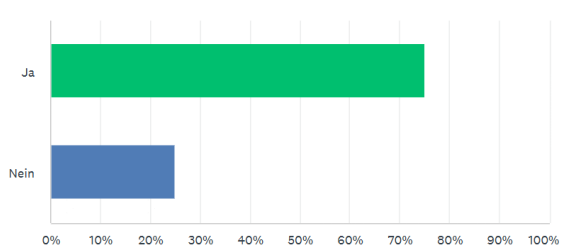
« Plus de publicité sur les réseaux sociaux afin de sensibiliser plus de monde ».

Résultats pour les répondant·es suisses alémaniques (n=8)

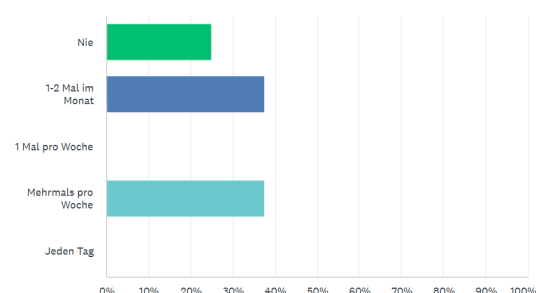
Bien que la taille de l'échantillon ne permette pas de tirer des conclusions, il reste intéressant de décrire les résultats. La majorité des personnes ont entendu parler de l'action via les réseaux sociaux ou par des professionnel·les de la santé. Tout comme les répondant·es francophones, les personnes ont donné une note moyenne de 4 sur 5 concernant l'utilité de l'action. Plus de 60% des répondant·es indiquent avoir réduit leur consommation de sucre et constatent un impact sur leur quotidien.

Une majorité (75%) rapporte avoir appris de nouvelles choses grâce à l'action. 75% des personnes interrogées ont utilisé le calculateur une à deux fois ou plus par semaine (Cf. Graphiques ci-dessous).

Résultats descriptifs à la question « Avez-vous appris de nouvelles choses sur les sucres ajoutés grâce à MAYbe Less Sugar ? »



Résultats descriptifs à la question « À quelle fréquence avez-vous utilisé le calculateur de sucre ajouté en ligne ? »



Cependant, les recettes et les astuces n'ont pas été utilisées pour le 75% des répondant·es suisses alémaniques. Ceci peut s'expliquer par un choix plus restreint de recettes dans la version allemande du site. Une traduction des nouvelles recettes élaborées cette année est une piste d'amélioration intéressante pour la prochaine édition. Ces résultats montrent qu'il y a une potentielle demande et un besoin du côté de la Suisse alémanique.

e. Satisfaction sur les stands

Deux sondages ont été remplis durant les stands *MAYbe Less Sugar* organisés par diabètevaud : l'un par les animateur·rices qui ont tenu les stands (cf. [Annexe 7a](#)) et l'autre par les passant·es (cf. [Annexe 7b](#)). Ces sondages avaient pour but d'évaluer la satisfaction de ces dernier·ères et de connaître l'impact des stands. 40 personnes ont rempli le sondage de satisfaction ; l'évaluation des animateur·rices a été faite 23 fois.

Données socio-démographiques

Selon les animateur·rices, la tranche d'âge la plus touchée par les stands est celle des 30-50 ans et des plus de 50 ans, majoritairement accompagné·es par des enfants. Il s'agissait principalement de familles, de personnes retraitées, de professionnel·les de la santé et de personnes en situation de précarité ou issues de la migration (Ukraine, Erythrée, Amérique du Sud).

Les passant·es étaient à 75% des femmes et tous les âges étaient équitablement présents mais avec une minorité des moins de 25 ans (7.5%). Les deux tiers des personnes avaient un niveau de formation universitaire ou de Haute École.

Ces données concordent avec celles récoltées sur les réseaux sociaux et via le calculateur. Néanmoins, les personnes jeunes sont davantage touchées par les stands mais elles ne fréquentent pas nécessairement le calculateur et le site Internet.

Satisfaction des passant·es

Presque le 90% des passant·es ont évalué le stand comme très satisfaisant. Ils/elles ont en moyenne estimé leur niveau de connaissances à 7 sur 10 avant le stand et à 9 sur 10 après le stand, ce qui montre qu'ils/elles ont augmenté leurs connaissances grâce aux informations transmises au stand.

Interaction sur les stands

Entre 20 à 50 personnes se sont arrêtées en moyenne par stand. Environ 20-50 personnes sont passées devant chaque stand sans s'y arrêter. 50% des participant·es aux stands ont passé 1 à 5 minutes sur le stand, 20% plus de 10 minutes et les 30% restant ont passé moins d'1 minute (8%) ou entre 6 à 10

minutes (22%). Un tiers des personnes s'est arrêté facilement aux stands ; un tiers pas du tout. Deux tiers des personnes qui se sont arrêtées ont montré un fort intérêt pour l'action. Le 65% a posé quelques questions, notamment sur les alternatives, sur le diabète ou sur les édulcorants. Les animateur·rices ont estimé avoir vu un impact positif sur plus de la moitié des personnes avec qui ils/elles ont interagi.

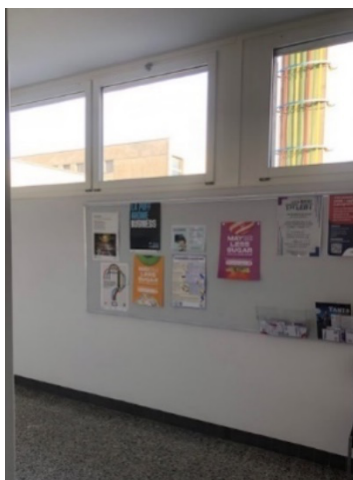
Dans l'espace commentaires libres du sondage, les animateur·rices expriment un besoin d'avoir plus de langues pour le matériel de communication, de trouver d'autres manières d'attirer l'attention des passant·es et d'avoir du matériel pédagogique plus résistant.

f. Retour des partenaires

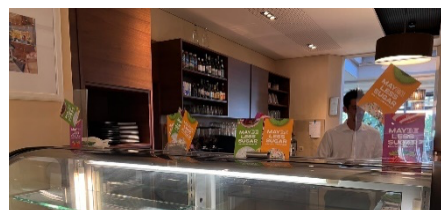
Quelques partenaires ont fourni des retours, principalement positifs sur les événements qu'ils ont organisés. La majeure partie a été très active sur les réseaux sociaux et dans l'affichage dans leurs locaux. Quelques exemples ci-dessous montrent la devanture de la pharmacie de Saint-Sulpice, l'affichage dans les écoles où se trouvent les infirmières scolaires vaudoises ou encore la cafétéria de la Clinique de la Lignière.



Devanture de la pharmacie de Saint-Sulpice



Infirmerie scolaire dans le canton de Vaud



Clinique la Lignière



Publication Instagram de l'EHC

Selon les retours des partenaires, fournir du matériel dans plusieurs langues et en langage Facile à Lire et à Comprendre (FALC) pourrait être très utile. Il serait également nécessaire d'adapter davantage le matériel pédagogique aux différentes populations afin de toucher le plus grand nombre de personnes.

Concernant spécifiquement la Suisse alémanique, les partenaires considèrent que l'action est importante et très bien accueillie. Une prise de contact anticipée pourrait leur permettre d'améliorer l'organisation de leurs activités. Ils/elles suggèrent également des améliorations pour la version mobile du site et du calculateur.

g. Actions politiques

Durant l'édition 2024 de *MAYbe Less Sugar*, quatre objets politiques avaient été déposés :

- 1) Postulat Marius Diserens & consorts « du sucre au goût amer », Commune de Nyon, 22 mai 2024.
- 2) Postulat Géraldine Dubuis et consorts « Taxons le sucre », Grand Conseil vaudois, 24 mai 2024.
- 3) Interpellation Yolanda Müller Chabloz « du sucre au goût amer », Commune du Mont-sur-Lausanne, 28 mai 2024.
- 4) Question Léonore Porchet « Moins d'édulcorants pour moins de maladies non transmissibles ? », Conseil national, 29 mai 2024.

Depuis le dernier rapport d'évaluation de l'édition 2024, le postulat de Géraldine Dubuis et consorts « Taxons le sucre » du 24 mai 2024 est en cours auprès du Grand Conseil vaudois.

En outre, quatre objets politiques ont été déposés en lien avec les sucres ajoutés après l'édition 2024 :

- 1) Interpellation Romane Benvenuti, Commune de Lausanne, « Du sucre au goût amer », 29 mai 2024 (cf. [Annexe 8a](#)).
- 2) Postulat Sylvie Fay pour le compte du groupe des Vert-es « Se prémunir de la surconsommation de sucre chez les jeunes », Commune de Morges, 19 juin 2024 (cf. [Annexe 9a](#)).
- 3) Question Manuela Weichelt, « Réduction du sucre en Suisse. Où va-t-on ? », Conseil national, 11 septembre 2024 (cf. [Annexe 10](#)).
- 4) Question Manuela Weichelt, « Conséquence de la consommation de sucre sur les primes de l'assurance-maladie », Conseil national, 4 décembre 2024 (cf. [Annexe 11](#)).
- 5) Postulat Laurence Fehlmann Rielle, « Face au risque d'épidémie d'obésité, la Suisse doit prendre des mesures plus efficaces », Conseil national, 20 décembre 2024 (cf. [Annexe 12](#)).
- 6) Postulat Manuela Weichelt, « Boissons aromatisées. Quelles exigences pour limiter le sucre ajouté ? », Conseil national, 20 juin 2025 (cf. [Annexe 13](#)).

En mars 2025, la municipalité de la Ville de Lausanne a répondu à l'interpellation de Mme Romane Benvenuti en mettant en avant *MAYbe Less Sugar* comme opportunité pour sensibiliser sur la problématique des sucres ajoutés (cf. [Annexe 8b](#)).

La commune de Morges a également répondu au postulat de Mme Sylvie Fay en proposant une série de mesures, comme l'amélioration des offres de boissons et nourriture, la prévention et sensibilisation auprès des écoles, les clubs sportifs et les centres d'accueil pour enfants (cf. [Annexe 9b](#)).

Concernant les postulats au Conseil national, le Conseil fédéral propose au 12 février 2025 de rejeter celui de Mme Laurence Fehlmann Rielle (cf. [Annexe 12](#)) et d'adopter au 20 août 2025 celui de Mme Manuela Weichelt avec la rédaction d'un rapport examinant la mise en œuvre de l'objet déposé.

Ces développements politiques sont satisfaisants dans la mesure où l'objectif à fin 2026 est d'avoir au total 10 objets politiques déposés en lien avec *MAYbe Less Sugar*. Toutefois, il s'agira de poursuivre les efforts dans ce domaine afin d'obtenir un réel changement.

4. Partenaires et remerciements

L'action « *MAYbe Less Sugar – doux mai moins sucré* » est menée avec les partenaires suivants :





Les événements de l'action ont pu avoir lieu grâce aux partenaires événementiels suivants :



Le partenaire média suivant a soutenu l'édition *MAYbe Less Sugar* 2025 :



Nous remercions les instances qui ont apporté leur soutien financier à *MAYbe Less Sugar* pour l'édition 2025, en particulier l'État de Vaud, Promotion Santé Suisse, la Loterie Romande, la Fondation Gustave Piotet, la Fondation Philanthropique Famille Sandoz, la Fondation Sana, la Fondation Dutmala et les Lions Club la Venoge et Lavaux.



Ce projet a été élaboré en partenariat avec le Département Promotion de la santé et préventions d'Unisanté, avec l'appui d'expert·es, de patient·es partenaires, d'étudiant·es et de représentant·es des groupes cibles.

La réussite de la troisième édition de *MAYbe Less Sugar* repose sur l'engagement du comité, de l'équipe et des bénévoles de *diabètevaud*, ainsi que de trivialmass pour la communication.

Que toutes et tous soient vivement remercié·es pour leur engagement !

Des remerciements particuliers sont adressés à Philippe Ligrion, à Simon Romang, à Daniel Marquis, à Irène Rolfo et aux nombreux partenaires.

5. Bilan financier de l'édition 2025 (état du 01.01.2025 au 30.06.2025)

Recettes 2025 – état au 30.06.2025	Montants arrondis
Promotion Santé Suisse	CHF 47'350
Loterie Romande	CHF 70'000
Fondation Piotet	CHF 20'000
Fondation FreiAide	CHF 1'000
État de Vaud	CHF 40'000
Interventions diverses	CHF 5'549
Solde 2024 reporté*	CHF 108'940
Fonds propres	CHF 4'700
TOTAL	CHF 297'539

Frais 2025 – état au 30.06.2025	Montants arrondis
Salaires et frais du personnel	CHF 179'950
Communication et événements	CHF 92'312
TOTAL	CHF 272'262

*Dont les soutiens de la Fondation Philanthropique Famille Sandoz, la Fondation Sana, la Fondation DSR, la Fondation Dutmala, Promotion Santé Suisse et les Lions Club la Venoge et Lavaux versés en 2024.

Dans la mesure où certains financements ont été confirmés et reçus tardivement et/ou concernaient les années 2025 et 2026, un solde positif est encore à disposition. Il est utilisé pour réaliser, dès l'été 2025, une partie des actions mentionnées ci-dessous.

6. Conclusion et perspectives 2026

a. Conclusion

Après les deux premières éditions en Suisse romande et alémanique en 2023 et 2024, le développement de l'action *MAYbe Less Sugar* s'est poursuivi en 2025. Depuis cette année, l'initiative

nationale, qui regroupe désormais environ 90 partenaires, s'étend également en Suisse italienne. Cette extension marque un tournant important pour l'action, qui ambitionne de toucher un public plus large et d'encourager un changement durable des habitudes alimentaires à travers tout le pays. Le site internet et le calculateur de sucres ajoutés sont désormais disponibles en italien et en anglais. Davantage de matériel pédagogique pour animer des stands a été mis à disposition des partenaires et des nouvelles recettes de boissons et aliments sans sucres ajoutés sont disponibles sur le site internet.

Cette année, Philippe Ligrion, chef cuisinier et historien culinaire, a rejoint la cause en partageant trois vidéos de recettes – ketchup, chips et pâte à tartiner. Des vidéos sur les boissons sucrées, réalisées en collaboration avec Simon Romang, ont également été diffusées. En outre, de nombreux événements ont permis d'atteindre dans toute la Suisse des publics variés et les sensibiliser sur la thématique des sucres ajoutés.

L'action est toujours perçue comme étant utile, intéressante et percutante. Malgré les efforts importants et constants en termes de communication, elle mériterait, selon les retours fournis par les participant·es et les partenaires, davantage de visibilité afin d'impacter l'ensemble de la population et en particulier les personnes les plus concernées.

b. Perspectives de développement pour 2026

Les perspectives générales de développement de *MAYbe Less Sugar* pour 2026 sont que, d'ici à fin 2026, l'action :

- atteigne 100'000 personnes sur les réseaux sociaux et le site Internet ;
- réunisse 100 partenaires ;
- ait 18'000 utilisateur·ices du calculateur ;
- ait permis l'organisation de 90 événements, touchant 40'000 personnes ;
- ait une dizaine d'objets politiques déposés.

En 2026, la volonté est de poursuivre l'extension du projet, au niveau individuel, mais aussi de continuer à sensibiliser les décideur·euses, les industries et les professionnel·les autour d'un changement systémique. La volonté est de poursuivre le développement dans toute la Suisse. Des démarches vont aussi être entreprises dans le but d'augmenter le nombre de partenaires qui participent à l'action. Sur la base des constats des éditions précédentes, un accent particulier va être mis sur les éléments décrits dans les sections ci-dessous (sous réserve de financements) :

Organisation d'événements

De nombreux événements seront organisés tels que :

- des stands d'information installés dans des lieux publics, dans le but de diffuser des conseils pratiques, des supports visuels et des données clés sur les effets du sucre sur la santé ;
- des conférences animées par des professionnel·les de santé (diététicien·nes, médecins, chercheur·euses) dans le but d'éclairer les enjeux liés aux sucres ajoutés et répondre aux questions du public ;
- des ateliers participatifs, notamment des cours de cuisine, seront organisés pour apprendre à réaliser des recettes savoureuses avec peu ou pas de sucre ajouté, et découvrir des alternatives naturelles ;
- des quiz et jeux interactifs permettront aux participant·es de tester leurs connaissances tout en s'amusant, notamment sur le sucre caché dans les produits du quotidien ;
- des concours créatifs (recettes, slogans, affiches, vidéos) inciteront chacun·e à s'engager de façon ludique ;
- des dégustations comparatives feront découvrir des produits sucrés et leurs équivalents allégés ou sans sucre, pour sensibiliser au goût naturel des aliments ;
- des interventions ciblées auront lieu dans des écoles, entreprises ou structures associatives pour adapter les messages à différents publics et favoriser un changement durable des habitudes alimentaires.

Développement de la communication

Dans le domaine de la communication, les éléments ci-dessous sont prévus :

Communication grand public

- élaboration d'une vidéo de lancement de l'action sur le même modèle que ce qui a été fait en 2024 et 2025³ ;
- campagne d'affichage dans les transports publics et lieux publics (si budget disponible) ;
- distribution de flyers dans des lieux publics (par exemple gares) ;
- podcast court (3 à 5 min/épisode) : "Le sucre et moi", avec des invité·es jeunes, parents, médecins, cuisinier·ères (si budget disponible).

Outils numériques et interactifs

- évolution du calculateur en ligne ;

³ <https://maybeless-sugar.ch/tout-savoir/#video>

- proposition de contenu sur le site Internet de l'action, ainsi que Facebook et Instagram : quiz, recettes de cuisine, trucs et astuces, etc. ;
- diffusion de vidéos avec un·e humoriste qui parle des boissons sucrées et traite des effets de la surconsommation de sucres ajoutés sur la santé de manière ludique.

Communication par les partenaires

- Intégration dans les bulletins, newsletters et réseaux de partenaires (Unisanté, communes, hôpitaux, etc.) ;
- affichage dans les lieux partenaires : hôpitaux, cabinets médicaux, salles d'attente de pédiatres, etc. ;
- participation à des événements externes (ex : Miam Festival, Journée internationale des familles, etc.) avec des animations spécifiques *MAYbe Less Sugar*.

Renforcement des actions pour les enfants et les jeunes

Dans une volonté affirmée de sensibiliser et d'éduquer les enfants et les jeunes à une consommation réduite de sucre ajouté, *MAYbe Less Sugar* entend renforcer ses actions en partenariat avec des acteur·rices clés œuvrant déjà dans ce domaine.

Ce sous-projet vise à aller à la rencontre des enfants et des jeunes dans leurs lieux de vie – écoles, événements jeunesse, espaces publics – en proposant par exemple :

- des stands interactifs dans les écoles ou lors d'événements avec des jeunes, qui présentent visuellement la teneur en sucre de boissons et aliments populaires via des démonstrateurs physiques (bouteilles contenant les quantités de sucre réelles), accompagnés de jeux ou quiz ;
- ateliers de cuisine participatifs pour enfants, adolescent·es ou jeunes adultes, mettant en avant des recettes simples, locales, économiques et pauvres en sucre ;
- création de kits pédagogiques (affiches, brochures) à destination des enseignant·es, éducateur·rices ou professionnel·les de la santé scolaire.

Les personnes en situation de précarité et les personnes migrantes

Les activités menées entre 2023 et 2025 ont mis en évidence l'importance d'aller directement à la rencontre des personnes en situation de précarité ou issues de la migration, en créant des espaces d'échanges concrets et accessibles. Les stands organisés dans des lieux tels que les épiceries Caritas ont permis de constater que ce public est particulièrement réceptif à du matériel pédagogique simple, tangible et ludique – notamment des exemples réels de produits avec quantités de sucre visibles, des recettes de cuisine économiques utilisant des produits locaux ou suisses, des démonstrations pratiques ou encore des outils éducatifs sensoriels ou interactifs.

Ces expériences ont aussi souligné la nécessité d'adapter les contenus à la réalité culturelle des participant-es, en incluant des informations sur les produits alimentaires de leurs pays d'origine disponibles en Suisse. De plus, la présence d'interprètes s'est révélée indispensable pour assurer une transmission claire et efficace des messages de santé et de prévention.

Dans la perspective de l'édition 2026, *MAYbe Less Sugar* souhaite développer et consolider ces actions en partenariat avec des structures expérimentées.

Le but est d'avoir du matériel multilingue, la présence d'interprètes sur les stands, l'animation d'ateliers pratiques ainsi que le développement de ressources pédagogiques culturellement adaptées. Le site Internet doit aussi être traduit dans des nouvelles langues.

7. Annexes

Annexe 1a : Communiqué de presse en français du 2 avril 2025

Disponible sur : https://maybeless-sugar.ch/wp-content/uploads/2025/04/CommuniquePresse_Doux-mai-moins-sucre_MBL52025.pdf

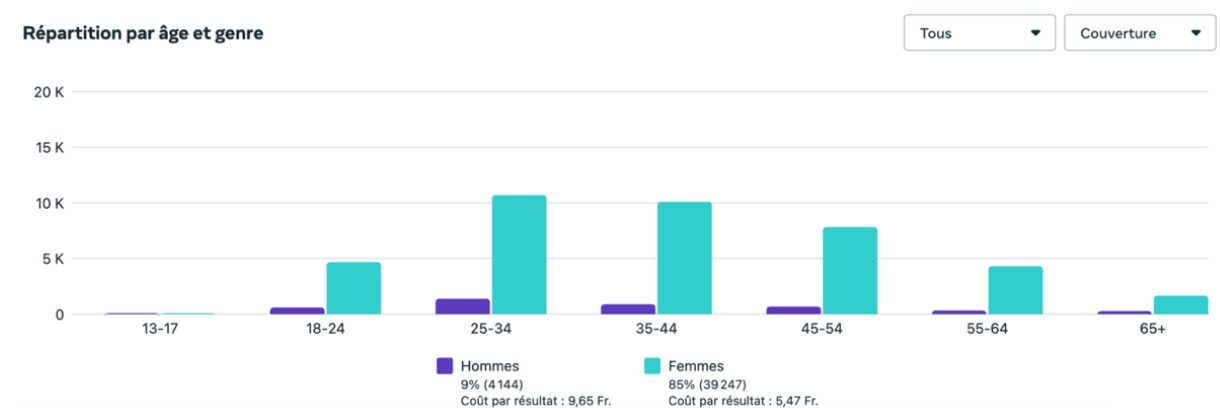
Annexe 1b : Communiqué de presse en allemand du 2 avril 2025

Disponible sur https://maybeless-sugar.ch/wp-content/uploads/2025/08/Pressemitteilung_Zuckerfrei-durch-den-Mai_MBL5-2025.pdf

Annexe 1c : Communiqué de presse en italien du 2 avril 2025

Disponible sur https://maybeless-sugar.ch/wp-content/uploads/2025/08/ComunicatoStampa_Meno-zucchero-maggiore-dolcezza_MBL52025.pdf

Annexe 2 : Campagne d'acquisition - Données socio-démographiques



Annexe 3a : Évènements *MAYbe Less Sugar* organisés en 2025 par *diabètevaud*

Évènement	Lieu	Date	Public cible	Organisateur·rices
Conférence sur les sucres ajoutés et MAYbe Less Sugar	Vevey : réunissant tou·tes les spécialistes en prophylaxie dentaire de Suisse Romande	03.avr	Spécialistes en prophylaxie dentaire	diabètevaud et ARESBD
Distribution dans les gares	Yverdon, Nyon, Renens, Payerne, Vevey, Genève, Fribourg, la Chaux de Fond, Saint-Gall, Zürich, Coire, Delémont	29 avril et 6 mai	Population générale	diabètevaud et les réseaux de santé
Stand dégustation de glace douce en sucre	Fête de la Tulipe à Morges	24 avril et 2-3-4 et 11 mai	Population générale	diabètevaud et l'Artisan glacier
Janes Walk	Balade à travers Lausanne	02.mai	Adultes	diabètevaud
Stand et distribution flyers	EHL, Lausanne	05.mai	étudiant·es et professeur·es	diabètevaud
Conférence sur les sucres ajoutés	Gymnase de Payerne	05.mai	Etudiant·es du gymnase	diabètevaud
Conférence sur les sucres ajoutés	Yverdon-les-Bains	06.mai	Personnel de la commune	diabètevaud
Stand avec roue, jeux-concours et gains à gagner	Epicerie caritas de Lausanne, Renens, Yverdon-les-Bains, Fribourg, Bulle et Genève	7- 13-15-19-20 et 27 mai	Client·es de l'épicerie	diabètevaud
Stand distribution de thé froid doux en sucre	Port de Lutry	7 et 14 mai	Famille, adolescent·es	diabètevaud et Zenithé
Stand sur les sucres avec roue	Point d'eau Lausanne	07.mai	Bénéficiaires	diabètevaud
Conférence de presse	Lugano	09.mai	Population générale	Diabètevaud et ACSI
Stand sur les sucres	Re-source festival à la Plaine du loup, Lausanne	11.mai	Population générale	Diabètevaud
Atelier sur les sucres et les boissons	BDFIL à Lausanne	11 et 17 mai	Enfant	diabètevaud
Conférence scientifique	Unisanté, Lausanne	13.mai	Population générale	Diabètevaud et Unisanté
Stand et atelier ECN action	Institution de lavigny	16.mai	Résident·es, patient·es et collaborateur·rices	Diabètevaud et Heds
Stand sur les sucres	BDFIL à Lausanne	18.mai	Population générale	diabètevaud
Atelier sur les sucres	En ligne et Fribourg	19-27 mai	Population générale	Diabètevaud et Vitalité

Conférence en ligne « Vivre sans sucre ajouté – c'est possible »	En ligne	21.mai	Population générale	Diabètevaud
				Diabètesuisse
Atelier sur les sucres	La soliderie à Nyon	21.mai	Population générale	Diabètevaud et CMCN
Stand et atelier ECN action	Institution de Lavigny à Lausanne	22.mai	Résident-es, patient-es et	Diabètevaud et Heds
Stand, conférence et dépistage	La barque la demoiselle à Pully	23.mai	Population générale	Diabètevaud et Lionsclub
Stand sur les sucres	Famille en fête à Lausanne	25.mai	Population générale (familles)	diabètevaud
Atelier sur les sucres	UAPE Morges	28.mai	Enfants	diabètevaud
Atelier sur les sucres et les boissons	Miam festival à Lausanne	09.juin	Enfants	diabètevaud
Kick-off	PSS à berne	02.avr	Partenaires et journalistes	diabètevaud

Annexe 3b : Évènements *MAYbe Less Sugar* organisés en 2025 par les partenaires

Évènement	Lieu	Date	Public cible	Organisateur-rices
Stand d'informations sur l'action et sur le diabète	Cave Harlekin, Rue Haute 13 (sous la Glaneuse)	02.mai	Population générale	EndoDia Centre, Lionsclub Espace Biel-Bienne
Affichage + Proposition d'un dessert moins sucré à la cafétéria	La lignière à Gland	Tout le mois	Employé-es	Clinique La Lignière
Atelier sur les boissons sans sucre	Gland	11.mai	Enfants et parents	Ville de Gland
Atelier santé : spécial sucres	Maison Internationale des Associations à Genève	21.mai	Adultes (migrant-es)	Agent de santé
Prévention et sensibilisation	Genève plage à Cologny	25.juin	Jeunes et familles	Diabètegenève
Distribution de flyers	Festival du livre à Genève	19.mars	Population générale	Swiss Food Academy
Distribution de flyers	Centres médicaux Medbase et Pharmacies Medbase de la romandie	1-2-5-6 mai	Patient-es et client-es	Medbase
Après-midi douceur	Espace Jeunes Le Noirmont	14.mai	Jeunes fréquentant l'espace jeune	Diabètejura et Espace Jeunes Franches-Montagnes
Animation sur les sucres et les boissons sucrées	CAFF Delémont et CAFF Porrentruy	21.mai	Femmes migrantes	Diabètejura et CAFF
Stand de sensibilisation	La petite maison à Onex	7-14-28 mai	Bénéficiaires aide alimentaire - adultes et enfants	Ville d'Onex
Atelier de sensibilisation	Restaurant scolaire à Onex	07.mai	Seniors	Ville d'Onex
Le sucre s'affiche	Cabinet St-Antoine à Vevey	1 au 15 mai	Patientèle	Cabinet NutriVIVA
Petit déjeuner doux en sucre	Hôpital de Morges et Hôpital de Lavaux à Cully	Tout le mois de mai	Adultes, patient-es hospitalisés et personnel soignant Patient-es diabétiques hospitalisé-es en réadaptation	EHC et Hôpital de Lavaux

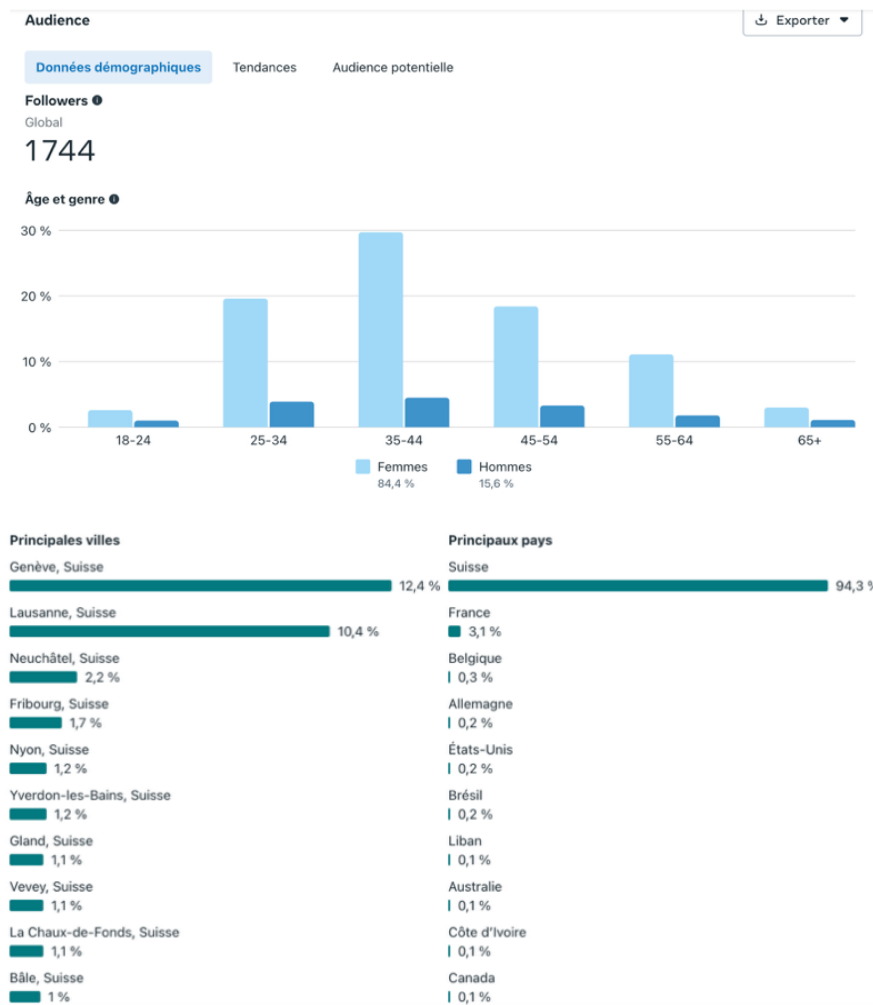
Café Santé – moins de sucre	Maison de santé Meinier / IMAD Pont-Rouge	21.mai	Parents / enfants (Maison de santé Meinier) - Collaborateurs IMAD	IMAD et Maison de santé de Meinier / Fondation Trajets
Atelier de sensibilisation à la consommation de sucre	PSPE à Châteaux d'Oex	27.mai	Bénéficiaires du CAT	PSPE
Un dessert moins sucré	PSPE à Châteaux d'Oex	28 mai puis 1x/mois	Résident-es, patient-es, personnel et bénéficiaires de repas à domicile	PSPE
Dessert moins sucré	Cafétérias du CHUV	Tout le mois de mai	Personnel du CHUV	CHUV
Quiz sur les sucre sur instagram				
Relais sur les réseaux du CHUV et les écrans				
Vidéos instagram CHUV				
Atelier clé en main sur les sucres	Maison d'enfants à Avenches	23.mai	Jeunes de 12 à 18 ans et enfants 7 à 12 ans	Zeste nutrition
Stand avec Roue de la fortune, tests de glycémies	Martigny et Monthey	8-13-14 mai	Population générale	Diabètevalais et promotion santé valais
Stand avec roue de la fortune, tests de glycémies	Martigny	08.mai	Population générale	Diabètevalais
Stand avec roue de la fortune, tests de glycémies	Monthey	13.mai	Population générale	Diabètevalais
Stand avec roue de la fortune, tests de glycémies	Clinique Romande de Réadaptation, Sion	14.mai	Population générale	Diabètevalais
Conférence	Clinique Romande de Réadaptation, Sion	14.mai	Population générale	Ligue Valaisanne contre le rhumatisme et Promotion Santé Valais
Stand d'information	Etablissements Hospitaliers du Nord Vaudois à Yverdon-les-Bains	1x/par semaine durant le mois de mai	Visiteur-euses et collaborateur-ices eHnv	eHnv
Stand thématique	Sonceboz-sombeval	03.juin	Population générale	Diabète jura bernois
Stand dans le cadre de l'Imériale	Saint-Imier	28.juin	Population générale	Diabète jura bernois
Bus prévention	les Communes de La Côte	Tout le mois de mai	Adolescent-es et jeunes adultes	Espace prévention

Affichage	Lausanne	Tout le mois de mai	Étudiant-es et collaborateur-rices	La Source
Création d'une actualité				
Diffusion du spot publicitaire				
Distribution dans la gare	La Chaux-de Fonds	06.mai	Population générale	diabèteNeuchâtel
Diffusion lors d'un dépistage	Fleurier	10.mai	Population générale	diabèteNeuchâtel
Affichage	Nyon	Tout le mois de mai	Patientèle, visiteur-rices et collaborateur-rices	CMCN
Affichage, stands, atelier, visio-conférence, desserts sans sucres ajoutés	Restaurants d'entreprise et scolaires	Tout le mois de mai	Clients des restaurants et le personnel Novae	Novae
Affichage	Hôpital Herisau, Département Psychiatrie	Tout le mois de mai	Patientèle et collaborateur-rices	Hôpital Herisau
Dessert de la semaine sans sucre ou à teneur réduite en sucre				
Conférence / stand d'information				
Conférence « Sans sucre pendant tout le mois de mai »	St. Gall	30 avril	Population générale	Ostschweizerische Diabetes-Gesellschaft
Séance d'information et de prévention	Centre commercial Sälipark Olten	10.mai	Population générale	diabetessolothurn
Suggestions de desserts à teneur réduite en sucre	Dans les magasins Caritas	A partir de mai 2025	Personnes disposant de faibles moyens financiers	Epicerie Caritas

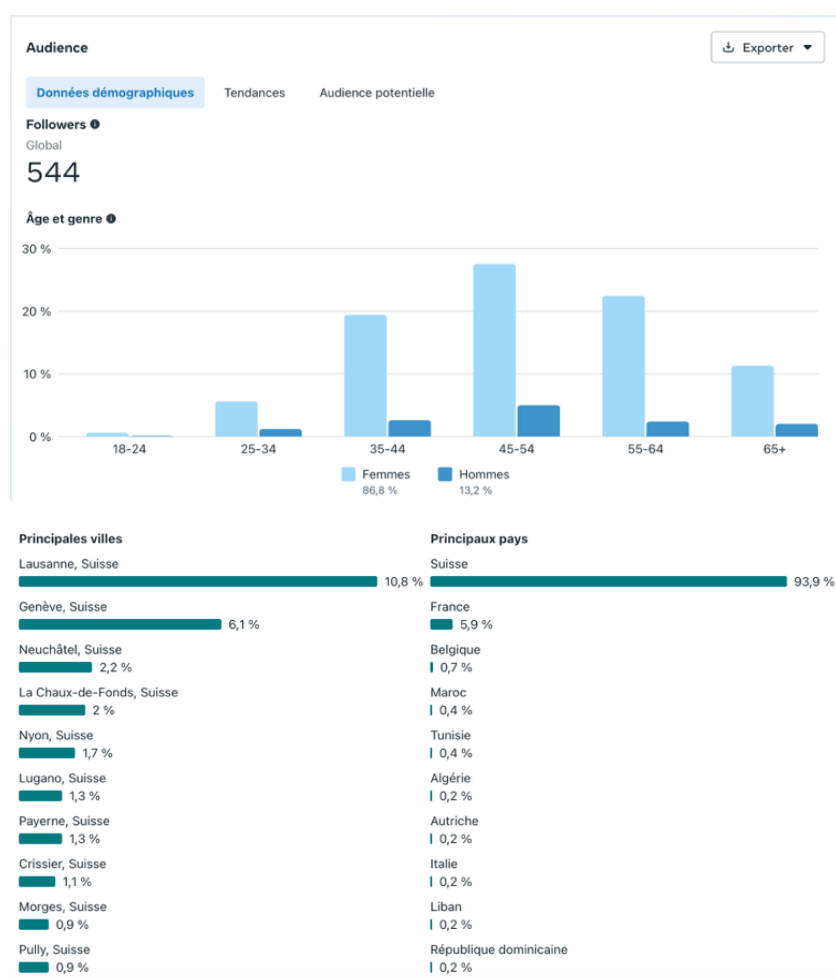
Annexe 4 : Revue de presse *MAYbe Less Sugar* 2025

Disponible sur https://maybeless-sugar.ch/wp-content/uploads/2025/08/AA_Revue-de-presse-MBLS-2025_rapport.pdf

Annexe 5a : Instagram - Données socio-démographiques



Annexe 5b : Facebook - Données socio-démographiques



Annexe 6a : Sondage feedback des participant·es (en français) :

Disponible sur https://maybeless-sugar.ch/wp-content/uploads/2025/08/MBLS_QuestionnaireFeedbacks_participant_2025.pdf

Annexe 6b : Sondage feedback des participant·es (en allemand) :

Disponible sur https://maybeless-sugar.ch/wp-content/uploads/2025/08/MBLS_QuestionnaireDEFeedbacks_participant_2025.pdf

Annexe 7a : Sondage feedback des animateur·rices aux stands

Disponible sur https://maybeless-sugar.ch/wp-content/uploads/2025/08/MBLS_EvaluationStandBenevoles_2025.pdf

Annexe 7b : Sondage feedback des passant·es aux stands

Disponible sur https://maybeless-sugar.ch/wp-content/uploads/2025/08/MBLS_SondageStandPassant-es_2025.pdf

Annexe 8a : Interpellation Romane Benvenuti & consorts, Commune de Lausanne, « Du sucre au goût amer », 28 mai 2024

Disponible sur

<https://www.lausanne.ch/apps/agir/affaire/doc/eb/ebdc5da977ff4863948b396abb5c64f8.pdf>

Annexe 8b : Réponse à l'interpellation de Mme Romane Benvenuti, Commune de Lausanne, 13 mars 2025

Disponible sur <https://www.lausanne.ch/apps/actualites/Next/serve.php?id=16092>

Annexe 9a : Postulat Sylvie Fay pour le compte du groupe des Vert·es « Se prémunir de la surconsommation de sucre chez les jeunes », Commune de Morges, 19 juin 2024

Disponible sur <https://www.morges.ch/media/document/2/postulat-verts-se-premunir-de-la-surconsommation-de-sucre-chez-les-jeunes-developpement.pdf>

Annexe 9b : Réponse au postulat de Mme Sylvie Fay, Commune de Morges, 15 avril 2025

Disponible sur <https://www.morges.ch/media/document/3/enf-rapport-postulat-vert-e-s-sucre.pdf>

Annexe 10 : Question Manuela Weichelt, « Réduction du sucre. Où va-t-on ? », Conseil national, 11 septembre 2024

Disponible sur <https://www.parlament.ch/fr/ratsbetrieb/suche-curia-vista/geschaeft?AffairId=20247633>

Annexe 11 : Question Manuela Weichelt, « Conséquence de la consommation de sucre sur les primes de l'assurance-maladie », Conseil national, 4 décembre 2024

Disponible sur <https://www.parlament.ch/fr/ratsbetrieb/suche-curia-vista/geschaeft?AffairId=20247855>

Annexe 12 : Interpellation Laurence Fehlmann Rielle, « Face au risque d'épidémie d'obésité, la Suisse doit prendre des mesures plus efficaces », Conseil national, 20 décembre 2024

Disponible sur <https://www.parlament.ch/fr/ratsbetrieb/suche-curia-vista/geschaeft?AffairId=20244604>

Annexe 13 : Postulat Manuela Weichelt, « Boissons aromatisées. Quelles exigences pour limiter le sucre ajouté ? », Conseil national, 20 juin 2025

Disponible sur <https://www.parlament.ch/fr/ratsbetrieb/suche-curia-vista/geschaeft?AffairId=20253887>