

Dossier de presse



21 juin 2008 – Fête de la musique

« Cette année, les préservatifs sont de la fête... »



Sommaire

I. Première distribution nationale gratuite de préservatifs : l'opération « musique de chambre » à l'occasion de la fête de la musique

1. Les objectifs de cet événement
2. La présentation du dispositif
3. L'accompagnement médias

II. Lancement d'une campagne de communication pour promouvoir le dépistage

1. Les spots de la campagne TV
2. La campagne à destination des populations cibles

III. La situation épidémiologique du VIH en France

1. La situation de l'infection au VIH en France
2. Les enjeux du dépistage

IV. Annexe

1. Liste des villes de diffusion

*I. Première distribution nationale gratuite de préservatifs : l'opération
« musique de chambre » à l'occasion de la fête de la musique*

La Fête de la musique ...

10 Millions de personnes

1 Million de musiciens

1.100.000 préservatifs distribués

Dans toute la France métropolitaine et les DOM

...

Le 21 juin

1. Les objectifs de cet événement :



21 juin 2008 – Fête de la musique

« Cette année, les préservatifs sont de la fête... »

« Le sida, parlons-en ! Parlons-en pour **en reparler**, pour **en parler autrement !** » Tels étaient les premiers mots prononcés par Roselyne Bachelot-Narquin dans son discours consacré à la journée mondiale de lutte contre le SIDA du 1^{er} décembre 2007.

C'est dans cet esprit que le ministère de la Santé, de la Jeunesse, des Sports et de la Vie associative a décidé de lancer une opération de prévention du VIH et des IST avant la période estivale.

Cette manifestation s'appuie sur les deux piliers de la prévention que sont l'utilisation du préservatif et le dépistage.

Le but de cette opération est de poursuivre la sensibilisation des jeunes au port du préservatif. Des études récentes ont fait apparaître la nécessité de développer de nouvelles approches relatives à la prévention. C'est le pari lancé par cette opération.

- *Développer des nouvelles approches relatives à la prévention :*

- ▶ **Les messages de prévention, notamment auprès des jeunes, ont sans cesse besoin d'être renouvelés.** Il paraît essentiel d'intensifier **les actions destinées à porter ces messages, pour** les adapter au mieux à la réalité des populations et **susciter l'adoption et le maintien de comportements adaptés de prévention.**

- ▶ De nouveaux modes de communication sont nécessaires pour capter l'attention du public « jeune », public soumis à de nombreux messages venant de nombreux émetteurs.

- ▶ La santé des jeunes reste une préoccupation majeure de la ministre. C'est pourquoi cette action de prévention visera principalement les jeunes de 15 à 25 ans.

- *Développer de nouvelles occasions pour mener des actions de prévention : le choix de la fête de la musique*

- ▶ Cet événement a lieu juste avant l'été, ce qui permet de relancer le message de prévention avant la période estivale et les vacances.

- ▶ La fête de la musique est une manifestation nationale qui permet de toucher un public large et jeune : elle a rassemblé plus de **dix millions de spectateurs en 2007** et son succès n'est plus à démontrer depuis maintenant vingt six ans.

2. Les lieux et modalités de diffusion

Pour la première fois, une distribution de préservatifs, gratuite et nationale, est organisée...

► **Une distribution massive** : Un million cent mille préservatifs seront ainsi distribués gratuitement le 21 juin, soir de la fête de la musique, en priorité aux **15 - 25 ans**

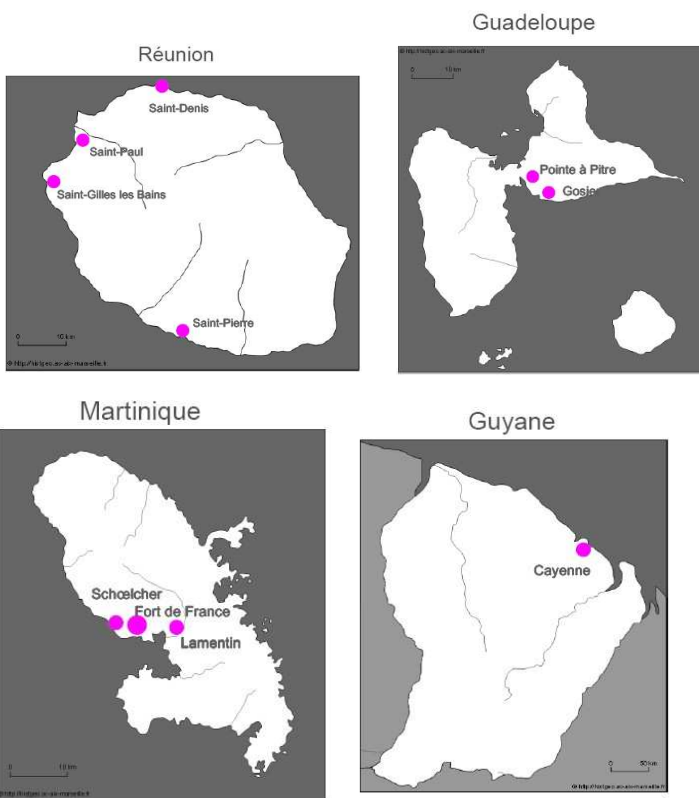
► **Une couverture géographique homogène** qui tient compte de la proportion de jeunes dans les villes de France métropolitaine ainsi que dans les Départements d’Outre Mer

► **Des équipes mobiles qui arpenteront les lieux de concerts entre 18h et 21h**

► **Un ton « jeune »** : les différents supports de l’opération déclinent le même concept graphique (boîtes de préservatifs, dépliants, tenues, bannières internet, annonces presse) : les boîtes de préservatifs seront estampillées d’un slogan « **Musique de chambre** »

► **Un message de prévention** : chaque préservatif sera **accompagné d’un dépliant d’information sensibilisant au dépistage.**

- *Le dispositif de distribution : une couverture géographique homogène*



► **Des villes sélectionnées en fonction de leur population jeune et de leur position géographique : 23 villes en province** ont été sélectionnées pour assurer la meilleure couverture géographique possible.

L'opération se déroulera aussi à **Paris et dans plusieurs villes en région parisienne** : Versailles, Evry, Colombes, Noisy le Grand, Vincennes, Cergy.

Cette opération d'ampleur nationale inclut bien évidemment **les quatre DOM**, Réunion (Saint Denis, Saint Paul, Saint Gilles les Bains), Guyane (Cayenne), Martinique (Fort-de-France, Schoelcher, Lamentin) et Guadeloupe (Pointe à Pitre, Gosier).

► **Soit un total de 38 villes.**

Le nombre de préservatifs varie en fonction de la taille de la population jeune dans chaque ville. (153.000 préservatifs pour Paris et la région parisienne, 100.000 pour Lyon, les petites villes recevront entre 20.000 et 30.000 préservatifs chacune).

► **Une diffusion prévue sur plusieurs sites dans chaque ville.**

La **liste des lieux de diffusion** sera consultable sur une **page du site internet de Sida-info-service** dédiée à cette opération.

3. Le dispositif média

Cette opération s'adressant principalement aux jeunes, l'outil de communication privilégié est internet.

► **Un message de prévention relayé sur plusieurs bannières de sites internet à forte audience jeune**

Les bannières seront en ligne du 17 au 21 juin sur MSN, Hotmail, Skyrock, sites musicaux, Dailymotion, ainsi que des sites de sorties et de soirées. Elles permettront de diriger les jeunes vers une page spéciale créée sur le site de sida info service.

► **La page spéciale sur www.sida-info-service.org**

Contenant tous les lieux de concert ainsi que des renvois vers des informations pratiques en matière de prévention, elle sera active dès le 17 juin.

► **Une campagne d'information sur le dépistage** annonçant la distribution de préservatifs sera relayée par la presse régionale et la presse gratuite.

II. *Lancement d'une campagne de communication pour promouvoir le dépistage*

La campagne média repose sur un important dispositif de communication et constitue le second volet de cette opération de prévention du VIH.

Elle se décline en deux points : une campagne généraliste en TV et une campagne plus ciblée en presse, affichage et radio.

Cette campagne s'intitule « **Avant d'arrêter le préservatif, faites le test** ».

1. La campagne TV

● *La diffusion*

Diffusés du 18 juin au 9 juillet, avant les départs en vacances, sur les chaînes hertziennes, câblées et du satellite, **les trois spots de 35 secondes mettent en scène l'histoire de couples qui arrêtent le préservatif.**

● *Le principe*

A travers un enchaînement de plans courts, le spectateur découvre

- **la première rencontre,**
- **le premier baiser,**
- **les premiers rapports sexuels,**
- **le test de dépistage des deux partenaires et leurs résultats négatifs,**
- **puis leur première fois sans préservatif.**

Une voix off ponctue ces différentes étapes et conclut par le message : « **Avant d'arrêter le préservatif, faites le test** ».

Les spots rappellent le nécessaire réflexe du test de dépistage avant l'arrêt du préservatif, afin d'inscrire cette démarche dans la trajectoire de prévention de chaque couple.

Basés sur le même scénario, ces trois spots mettent en scène trois couples différents correspondant aux populations les plus exposées au risque de contamination :

- Un couple de jeunes hétérosexuels,
- Un couple homosexuel masculin,
- Un couple de migrants originaires d'Afrique Sub-saharienne.

Cette campagne incite à se renseigner sur les modalités de réalisation du test en appelant sida info service au **0 800 840 800**.

2. La campagne à destination des populations cibles

Il est indispensable d'adapter le discours en fonction des cibles pour que la prévention puisse être efficace.

Ce constat a amené le ministère de la Santé, de la Jeunesse, des Sports et de la Vie associative à commander des campagnes spécifiques en fonction des populations visées.

Le slogan retenu est le même que pour la campagne généraliste : « Avant d'arrêter le préservatif, faites le test. »

- *Une annonce presse à destination des homosexuels masculins*

L'enquête Presse Gay 2004 (InVs) a fait apparaître que : **74% des couples gays sont ouverts** (c'est-à-dire qu'ils ont des partenaires sexuels hors du couple) et **qu'un tiers des partenaires déclarent avoir des relations non protégées avec des partenaires occasionnels**, souvent de statut sérologique inconnu.

La **campagne diffusée dans la presse gay de juillet et août** s'adresse aux homosexuels en couple qui souhaitent arrêter le préservatif ainsi qu'aux homosexuels ayant des relations en dehors de leur couple. Dans les deux cas, l'importance d'utiliser des préservatifs et de réaliser des dépistages est fondamentale.

- *Les messages à destination des migrants*

- **Affiches**

Des affiches reprenant des couples de migrants seront diffusées dans les réseaux d'affichage des communautés originaires d'Afrique subsaharienne et les réseaux de prévention de l'INPES.

- **Campagne radio**

2 spots de 40 secondes chacun **en Arabe et en Français**, destinés aux Maghrébins seront diffusés du 18 juin au 3 juillet sur les radios communautaires. La campagne vise à lever les freins au dépistage en rappelant la gratuité du test, son caractère anonyme et l'existence des Consultations de Dépistage Anonyme et Gratuit (CDAG).



- Rediffusion de la campagne « n’y pense même pas » pour les populations des, ou issues des départements français d’Amérique

Sur le même principe (inciter au dépistage avant l’arrêt du préservatif dans le couple), la campagne se décline en spots TV et radio. Déjà diffusée en début d’année, elle sera rediffusée du 18 juin au 8 juillet.

Le clip de la chanson « N’y pense même pas » interprétée par Jacky des Neg’Marron et Lady Sweety, **titre préféré des Antillais après son lancement lors du Carnaval**, sera diffusé sur les chaînes de clip de métropole. Le dispositif sera renforcé par une campagne web incitant à se rendre sur le site de Sida Info Service où le clip et le titre sont téléchargeables, ainsi qu’une campagne sur téléphones mobiles ayant le même objectif. En plus du téléchargement du clip, du titre et des sonneries « N’y pense même pas », des informations sur les modalités de l’arrêt du préservatif et du test de dépistage sont livrées aux jeunes internautes et abonnés téléphoniques.

III. Situation épidémiologique du Sida en France

1. Situation de l'infection au VIH en France

- *Les chiffres clés de l'année 2006*

- **5 millions de personnes se sont fait dépister**
- Une personne sur dix s'est fait dépister en 2006 en Ile de France, dans les DFA et en PACA
- **6300 personnes ont découvert leur séropositivité**
- **L'infection à VIH touche principalement les 30 – 40 ans**
- Près d'une découverte sur trois concerne une personne d'Afrique sub-saharienne
- Plus d'une découverte sur quatre concerne une personne contaminée par rapports homosexuels
- La quasi-totalité des femmes se sont contaminées par rapports hétérosexuels
- **Plus de 60 000 personnes ont été malades du sida depuis le début de l'épidémie en France**
- **Près de 30 000 malades vivent avec le sida en France**
- **1 200 personnes ont été diagnostiquées au stade sida en 2006**

- *Une situation maîtrisée mais encore contrastée*

6 300 personnes ont découvert leur séropositivité en France en 2006 reflétant un nombre estimé de nouveaux diagnostics légèrement en baisse par rapport aux années précédentes (6 700 en 2005, 7 000 en 2004).

D'autres indicateurs sont également à la baisse :

- les personnes étrangères découvrant leur séropositivité a diminué en 2006. A cet égard, la circulaire de 2005 concernant la délivrance d'un titre de séjour pour raison de santé aux porteurs du VIH est particulièrement importante sur le plan individuel mais aussi collectif. Elle permet la prise en charge de tous les patients et diminue également le risque de transmission du virus au sein de la population.

- le nombre de personnes de nationalité française contaminées par rapports hétérosexuels reste faible.

Les homosexuels représentent le seul groupe pour lequel on n'observe pas de diminution en 2006. La stabilisation du nombre de découvertes de séropositivité en 2006 chez les homosexuels est un signe positif après une période d'augmentation entre 2003 et 2005, mais les messages de prévention doivent se poursuivre.

L'Île-de-France et les départements français d'Amérique restent les régions les plus touchées par l'infection au VIH.

2. Les enjeux du dépistage

- *Les chiffres du dépistage*

Cinq millions de tests de dépistage du VIH ont été réalisés en 2006, représentant une proportion de plus de 80 tests pour 1000 habitants. Le recours au test est particulièrement élevé en île de France, dans les départements français d'Amérique (Martinique, Guadeloupe, Guyane) et en région Provence Alpes Côte d'Azur où une personne sur dix s'est faite dépister.

En l'espace de deux décennies, le recours au préservatif lors du premier rapport sexuel a connu une augmentation considérable : il est ainsi passé de 15,2% lorsque le premier rapport a eu lieu avant 1986 à 86% lorsqu'il a eu lieu entre 2002 et 2005.

Ces chiffres montrent le succès des politiques de prévention qui ont permis de modifier les pratiques. L'utilisation du préservatif au premier rapport sexuel est désormais une norme préventive.

Par contre, l'analyse des circonstances de l'arrêt du préservatif montre qu'il intervient pour des raisons sentimentales (quand le couple se sent stable) alors que l'enjeu préventif n'est pas levé.

- *La place du dépistage dans la relation de couple*

Chez les moins de 35 ans, **seuls 42,5% des hommes et 54,6% des femmes ayant arrêté d'utiliser le préservatif après trois mois de relation déclarent avoir fait un test de dépistage** (Bajos N., Bozon M. (dir) Enquête sur la sexualité en France. Editions La découverte, 2008).

C'est pourquoi le ministère de la Santé, de la Jeunesse, des Sports et de la Vie associative a demandé à l'INPES de lancer une nouvelle campagne pour placer le dépistage au cœur de la stratégie de prévention au même titre que l'utilisation du préservatif et plus précisément chez les couples.

IV. Annexe

- **Liste des sites de diffusion**

Attention les lieux de diffusion peuvent subir des modifications

Villes	Sites	Nom du Concert
Paris / RP	75016 - Hippodrome d'Auteuil 1	concert France 2
	75016 - Hippodrome d'Auteuil 2	concert France 2
	75016 - Hippodrome d'Auteuil 3	concert France 2
	75016 - Jardins du Trocadero - Place Hussein 1er de Jordanie	Concert Ville de Paris Jeunes Talents
	75016 - Jardins du Trocadero - Place Hussein 1er de Jordanie	Concert Ville de Paris Jeunes Talents
	75011- Place de la Bastille	Concert du journal gratuit Métro
	75011- Place de la Bastille	Concert du journal gratuit Métro
	75014- Place Denfert Rochereau	Concert Ricard Live
	75014 - Place Denfert Rochereau	Concert Ricard Live
	75005 - Place de la Sorbonne et quartier St Germain	Shake ton Booty - MTV
	75007 - Hôtel de Clermont, 69 rue de Varenne	musique électronique
	75001 - Place St Opportune - quartier Chatelet	Rock
	75014- Parvis Gare Montparnasse	soirée DJ : David Vendetta
	75002 - Place de la Bourse	Electro
	78- VERSAILLES - Devant le Château	Electro - Sound syst électro techno
	91- EVRY - Place des Droits de l'Homme et du Citoyen	Raggae - Musique du Monde
	92- COLOMBES - Hôtel de Ville	Rock pop variétés
	93- NOISY LE GRAND - Scène centrale devant l'hôtel de ville	Youssou N'Dour
	94 - VINCENNES - Cour du Château de Vincennes	
95 - CERGY - Place des 3 gares les Hauts de Cergy	funk - rock - pop - hip - hop - jazz - saoul ...	
Lyon	Avenue Jean Jaures (niveau du stade Gerland)	Boulevard électronique
	Avenue Jean Jaures (niveau du stade Gerland)	Boulevard électronique
	Avenue Jean Jaures (niveau du stade Gerland)	Boulevard électronique
	Marché de Gros (2eme arr)	Blow Stuff
	Marché de Gros (2eme arr)	Blow Stuff
	Berges du Rhône pont de la Guillotière (3eme arr)	Dandelyon - rock
	Berges du Rhône pont de la Guillotière (3eme arr)	Dandelyon - rock
	Berges du Rhône pont de la Guillotière (3eme arr)	Dandelyon - rock
	Parvis de la Gare Saint Paul (5eme arr)	Zion High Foundation - raggae
	Parvis de la Gare Saint Paul (5eme arr)	Zion High Foundation - raggae
	Auditorium de Lyon (3eme arr)	Dopebase -électro hip hop
	Parc de la Villa Gillet (4eme arr)	Dub Addict
	Parc de la Villa Gillet (4eme arr)	Dub Addict
	Marseille	Quartier du Panier
Le Vieux Port		programmation libre
Le Baltazar - (café Concert) 3 Bd Theodore Turner (6ème)		hip hop rap slam
Stade d'été-Plages du Prado 1		electro à 20h00
Stade d'été-Plages du Prado 2		electro à 20h00

	Stade d'été-Plages du Prado 3	electro à 20h00
	Escale Borely - à proximité de "Orange Massilia Freestyle Cup	nombreux DJ - Martin Solveig à 00h30
	Place Paul Cézanne	slam et raggaie
	Espace Julien - 39 Cour Julien	Concert FNAC
	Espace Julien - 39 Cour Julien	Concert FNAC
	63 Place Jean Jaures-L'Intermédiaire 1	point fort à 21h00 raggaie zouk
Toulouse	Centre ville équipe volante (Rdvs à la FNAC)	concerts divers
	Prairie des Filtres (se trouve au bord de la Garonne)	Festival Rio Loco (latino)
	Prairie des Filtres (se trouve au bord de la Garonne)	Festival Rio Loco (latino)
	Rue Alsace Lorraine - devant la FNAC micro	Concert FNAC - Rock
	Place du Capitole 1	Concert Mairie - électro
	Place du Capitole 2	Concert Mairie - électro
	Place du Capitole 3	Concert Mairie - électro
	Place du Capitole 4	Concert Mairie - électro
Montpellier	Esplanade Charles de Gaulle	rock - tecktonik - électro
	Place du Peyrou	rock gospel jazz afro
	Place Max Rouquette	latino
	Place Roger Salengro (café la pleine lune)	Musique du Monde
	Place Albert 1er	raggaie
	Place Dyonisos	rap
Rennes	Place Hoche 1	fréquentation jeune
	Place Hoche 2	fréquentation jeune
	Square Hyacinthe Lorette	fréquentation jeune
	Esplanade du Général de Gaulle	Concert FNAC
	Esplanade du Général de Gaulle	Concert FNAC
Nantes	Place de la Bourse	pas de programmation officielle
	Place Commerce	pas de programmation officielle
	Place Bouffay	pas de programmation officielle
	Le cours des 50 Otages	pas de programmation officielle
	Pied des escaliers de la rue Didienne (à proximité de la radio Prun)	electro
Strasbourg	Place Kléber	rock électro
	Parc de la Citadelle	électro
	Place de la Cathédrale	genre multiple
	Place Broglie	genre multiple
Lille	Wazemmes (quartier Sud de lille) Place de la nouvelle aventure (équipe 1)	electro / hip hop / ragga
	Wazemmes (quartier Sud de lille) Place de la nouvelle aventure (équipe 2)	electro / hip hop / ragga
	Moulins (quartier Lille Sud) - Hybride 18 rue Gosselet	électro punk
	Moulins (quartier Lille Sud) - Hybride 18 rue Gosselet	électro punk
Bordeaux	Place Pey-Derland	sound syst / rap / hip hop / R&B
	Place St Projet	Rap sound syst...
	Place de la Victoire	électro house rock
	Equipe volante - 50 rue St Cathedrine et quartier St Pierre	programmation diverse

Nice	Jardin Albert 1er	rock
	Place St Roch	variétés nationales et internationales
	Jardin Lecuyer (site sensible)	Hiip Hop (concert mairie)
	Pont Reny - devant centre d'animation loisirs Le bon voyage (site sensible)	Hiip Hop , danse, DJ (concert mairie)
Reims	La Place Drouet - D'Erlon (équipe1)	programmation libre
	La Place Drouet - D'Erlon (équipe2)	programmation libre
	Parc Léo Lagrange	programmation libre
	Place du Théâtre	programmation libre
Grenoble	Place St Bruno	électro
	Bd Pain	Scène musicale électro
	Bd Maréchal Lyautey	Podium Hot Radio - électro
Angers	Place du Ralliement	FNAC
	Carrefour République	électro
	Place Imbach	électro
Dijon	Place François Rude	Concert FNAC
	Place Darcy	Concert K6 FM - genre multiple
	Place de la Libération (devant la mairie)	Concert de la Mairie
Clermont-Fd	Place de Jaude	rock
	Place de la Victoire	programmation non communiquée
	Square du Roi des Eaux - devant la préfecture	programmation non communiquée
Aix en Provence	Cours Mirabeau	divers
	Place de l'Hotel de ville	divers
	Place des tanneurs	divers
Tours	Place de la Victoire	Concert FNAC
	Jardin François 1er	genre multiple
	Place Plumereau	genre multiple
	réserve : Parvis Bd Béranger	musique du monde
Caen	Conseil régional - Abbaye aux dames - Place Reine Mathilde	quebec
	Conseil régional - Abbaye aux Dames - Place Reine Mathilde	quebec
	Place de Courtonne (zone du port)	divers
Nancy	Rue St Jean	concerts divers
	Place Maginot	concerts divers
	Place Vaudémont / vieille ville	concerts divers
Poitiers	Place Maréchal Leclerc (= place de la Mairie)	raggae - jazz - rock
	Place Charles de Gaulle (= Place du marché = Place Notre Dame)	divers
	Square des droits de l'homme	Rock
Ajaccio	Place du Diamant	jazz Rock Hip hop métal
	Place Foch	pop - rock - Chansons corses - Jazz Manouche
Rouen	Place du Vieux marché - Place de la Pucelle - Cathédrale	concerts divers
	place St Marc	concerts divers

DOM		
Réunion	St Denis - Front de mer (équipe n°1)	
	St Denis - Front de mer (équipe n°2)	
	St Denis - Rue de Paris (équipe n°1)	
	St Denis - Rue de Paris (équipe n°2)	
	St Paul - Front de mer	
	St Gilles - Front de mer	
	St Pierre - Front de mer (équipe n°1)	
	St Pierre - Front de mer (équipe n°2)	
Martinique	Fort de France	
	Lamentin	
	Schoelcher - Bord de Mer et Madiana Congrès	
Cayenne (Guyane)	Cayenne centre, la place des Palmiste	NC
Guadeloupe	Pointe à Pitre - Place de la Victoire	
	La Marina (entre Pointe à Pitre et Gosier)	Divers : DJ, blues..
	Stade de la Baie-Mahault	NC