

« PRÉSERVATIF. DÉPISTAGE. TRAITEMENT. LES BONS RÉFLEXES POUR SE PROTÉGER DU VIH/SIDA ET DES IST. LA PRÉVENTION ÉVOLUE. RENSEIGNEZ-VOUS »

*INFECTIONS SEXUELLEMENT TRANSMISSIBLES

A l'occasion de l'été 2017, la Plate-Forme Prévention Sida relance sa campagne sur la prévention combinée du VIH/sida et des autres Infections Sexuellement Transmissibles. Celle-ci vise le grand public de la région de Bruxelles-Capitale et de la Wallonie.

Découvrez-la sur www.les-bons-reflexes.org



LA PREVENTION COMBINEE

Cette campagne, soutenue par la Cocof et la Wallonie, aborde la notion de **prévention combinée**. Le directeur de la Plate-Forme Prévention Sida, Thierry Martin, rappelle que ce concept, validé par le Plan National de lutte contre le VIH, est devenu le cadre de référence des actions de prévention.

Mais de quoi s'agit-il ? Tout simplement, pour se protéger efficacement de l'infection par le VIH et des autres IST (Infections Sexuellement Transmissibles), de la possibilité de **combiner l'usage du préservatif et du lubrifiant, avec la connaissance de son statut sérologique** par le dépistage répété **et le recours au traitement anti-VIH**, tant pour les personnes séropositives dans le but de rendre leur charge virale indétectable, ce qui permet d'empêcher la transmission du VIH vers d'autres personnes, que pour des personnes séronégatives à haut risque d'acquisition du VIH pour éviter l'infection grâce à des traitements pris de manière préventive (PrEP, TPE).

Ainsi, à côté du **préservatif, qui reste un moyen incontournable pour se protéger, le dépistage et les traitements jouent aussi un rôle capital dans la prévention** du VIH/sida et des IST et présentent de nombreux avantages.

Maxime PREVOT, Ministre wallon de la Santé, rappelle que le VIH reste une maladie qui ne se guérit pas. On constate à tort une banalisation du sujet. Le travail de prévention réalisé sur le terrain reste donc essentiel pour rappeler les bons réflexes à prendre et éviter la contamination d'autres personnes. Il souligne ainsi que « *l'efficacité du traitement par antirétroviraux rend la charge virale des patients (quasi-)indétectable, ce qui contribue à réduire considérablement le risque pour leur(s) partenaire(s) et, in fine, le nombre de nouvelles contaminations diagnostiquées. Ceci doit encourager au dépistage car des solutions existent !* ». Le Ministre wallon de la Santé se réjouit par ailleurs des avancées médicales importantes et des évolutions majeures dans la lutte contre le VIH : « *le paradigme de cette infection/maladie a complètement changé depuis le début de l'épidémie puisqu'il évolue vers des traitements beaucoup plus efficaces avec des perspectives de vie qui sont bien plus positives qu'elles ne le furent... Ceci ne réduisant évidemment pas la nécessité d'un accompagnement que ce soit dès le dépistage ou des publics cibles en termes de prévention.* »

Selon la Ministre Jodogne, en charge de la politique de la santé à la Cocof, la prévention combinée est un moyen efficace pour empêcher de nouvelles contaminations : « Afin de lutter efficacement contre le VIH, nous devons mobiliser de multiples leviers. Préservatif, dépistage et traitement : ce sont les trois outils qui, combinés de manière adéquate, doivent permettre d'inverser la courbe de l'épidémie ». Et d'ajouter que les interventions de proximité sont plus que jamais d'actualité. « C'est pourquoi j'ai décidé de soutenir dès 2016 un dispositif de dépistage du VIH décentralisé, complémentaire aux actions de prévention existantes, afin d'être au plus proche des publics les plus exposés au risque d'infection », explique-t-elle.

LA CHARGE VIRALE : UNE NOTION ESSENTIELLE DANS LA PREVENTION COMBINEE

La charge virale désigne la **quantité de virus présente dans le sang et les sécrétions sexuelles**. Pourquoi est-ce primordial de la réduire ? D'une part, pour rester en meilleure santé et garder une meilleure qualité de vie ; d'autre part, pour réduire le risque de transmission du VIH. Car plus la charge virale est faible, moins on est contaminant(e)! La charge virale est dite indétectable lorsqu'elle est tellement réduite qu'on n'arrive plus à détecter le VIH dans le sang. La personne reste toutefois séropositive et donc porteuse du virus (en quantité négligeable). C'est en ayant un **suivi médical régulier et en prenant bien son traitement** selon les prescriptions du médecin que les personnes vivant avec le VIH peuvent atteindre une charge virale indétectable. **Donc, grâce à une prise efficace des traitements, une personne vivant avec le VIH obtiendra une charge virale indétectable, ce qui permettra d'empêcher la transmission du virus vers d'autres personnes lors de relations sexuelles non protégées.**

LE CONCEPT DE LA CAMPAGNE

La notion de prévention combinée est abordée avec une **approche décalée, originale et positive** à travers tous les outils de la campagne. Concrètement, **des personnages « prévention »**, composés des trois éléments de la prévention combinée (tête en préservatif, corps en éprouvette de dépistage et bras et jambes en médicaments), sont mis en situation afin de bien insister sur la combinaison de ces trois éléments pour se protéger efficacement. Cette accroche visuelle forte, suggestive et colorée permet d'accroître l'impact de la campagne ; et l'utilisation d'icônes permet une plus grande identification du public puisqu'on ne sait pas si les personnages mis en scène sont des hommes, des femmes, des jeunes, des moins jeunes, des hétérosexuels, des homosexuels, des belges, des non belges, ...

Le slogan « Préservatif. Dépistage. Traitement. Les bons réflexes pour se protéger du VIH/sida et des IST (Infections Sexuellement Transmissibles). La prévention évolue. Renseignez-vous. » se veut positif et valorisant. Le concept de bons réflexes permet d'aborder la prévention comme une bonne habitude que l'on pratique au quotidien, comme un automatisme. La notion d'évolution montre qu'il y a du nouveau et permet d'interpeller à nouveau le grand public qui souvent ne se sent pas vraiment concerné par les messages de prévention, pensant déjà connaître le nécessaire. Les trois éléments de la prévention combinée sont repris sous forme de pictogrammes dans 3 post-it de couleur afin de favoriser leur mémorisation.

De plus, l'idée est d'insister sur le fait que ces trois outils de prévention ne s'opposent pas mutuellement mais doivent être combinés en les adaptant à chaque situation individuelle pour empêcher la transmission du virus.



UNE CAMPAGNE À L'ATTENTION DU GRAND PUBLIC ET DES PUBLICS SPÉCIFIQUES

La campagne vise, de manière globale, le **grand public** y compris les jeunes. Il est en effet important d'informer le plus grand nombre sur les nouvelles stratégies de la prévention combinée afin que chacun puisse connaître et choisir les moyens de prévention qui lui sont le plus adaptés. C'est d'autant plus important que bon nombre de personnes sont peu au courant des évolutions récentes en matière de prévention du VIH/sida et gardent une image erronée de cette maladie.

Par ailleurs, la campagne tend aussi à toucher **certaines publics cibles plus vulnérables**, notamment les **HSH** (Hommes ayant des relations Sexuelles avec d'autres Hommes) et les **personnes migrantes**. Les données épidémiologiques montrent en effet que ces groupes clé sont particulièrement exposés au risque d'infection par le VIH. C'est pourquoi la campagne propose une variété de visuels adaptés à ces différents publics.

CONCERTATION AUTOUR DE LA CAMPAGNE

Afin de réaliser une campagne de grande qualité, la Plate-Forme Prévention Sida s'est entourée de nombreux acteurs du secteur de la promotion de la santé de manière large.

- Un **groupe d'experts** ayant défini les grandes lignes du projet : le cadre de travail, les objectifs généraux, le message global et les publics cibles.
- Un **groupe de travail** composé d'une vingtaine d'associations, travaillant dans le secteur de la promotion de la santé et/ou de la prévention du VIH/sida, dont notamment les services actifs auprès des populations clé de la lutte contre le sida. Ce groupe s'est réuni à 8 reprises afin de contribuer et d'échanger autour des grandes étapes de la conception de la campagne.
- L'**Observatoire du sida** et des sexualités.
- Plusieurs **médecins des centres de référence sida** afin de garantir la diffusion d'informations scientifiques et médicales de qualité.

La Plate-Forme Prévention Sida a également fait **participer le public cible** de la campagne à sa création en organisant de nombreux focus groups de pré test des idées et outils à développer. Au total, **122 personnes aux profils divers** ont été sondées : hommes, femmes, parents, jeunes, hétérosexuels, homosexuels, séropositifs, séronégatifs, belges, migrants, de Bruxelles et de la Wallonie.

UNE CAMPAGNE ÉVALUÉE (rapport disponible sur www.preventionsida.org/2016/03/evaluation-ete-2015)

Suite à sa première édition, la campagne a été évaluée afin de **mettre en avant ses forces et ses faiblesses**. Globalement **la campagne plaît**, les visuels sont appréciés, même si certains sont jugés parfois un peu osés, et les différents outils sont pertinents, particulièrement le spot radio et la vidéo pédagogiques pour leur côté très informatif. Des points faibles ont été identifiés et ont été traduits en **pistes d'actions à travailler en priorité pour l'édition 2016** :

- ✓ informer et former les relais de terrain sur les outils de la campagne et sur la prévention combinée ;
- ✓ donner des pistes d'utilisation et de diffusion de la campagne pour les relais ;
- ✓ favoriser la visibilité et la diffusion de la vidéo pédagogique ;
- ✓ mettre bien en avant les nouveautés de la prévention combinée.

Dès lors, **un visuel plus explicatif et un guide d'accompagnement** pour favoriser l'appropriation et l'utilisation de la campagne par les relais de terrain ont été créés. De plus, **une actualisation des outils informatifs** à été réalisée (brochure et site internet).

LES OUTILS (disponibles sur www.les-bons-reflexes.org/obtenir-du-materiel)

- **Un spot TV.**
- **Un spot radio.**
- **Une vidéo pédagogique**, directement téléchargeable sur le site de la campagne.
- **8 visuels existant en format affiches, cartes postales et autocollants.**
- **400 000 pochettes «préservatifs» diffusées via les partenaires et lors des festivals de musique.**
- **Une brochure explicative** sur la prévention combinée
- **Un site internet de la campagne**, www.les-bons-reflexes.org, dont l'objectif est de donner un maximum d'informations sur la prévention combinée mais aussi d'offrir un outil de recherche des lieux de dépistage ainsi qu'un « Mur des bons réflexes » sur lequel les internautes sont invités à poster un message de prévention.
- **Un guide d'accompagnement** à l'attention des relais de terrain.

CONTACTS

Plate-Forme Prévention Sida

Directeur : Thierry Martin - th.martin@preventionsida.org - 0476/630 631

Responsable de projet : Mary Stevens - m.stevens@preventionsida.org

Rue Jourdan, 151 à 1060 Bruxelles

02/ 733 72 99 - <http://www.preventionsida.org> - www.les-bons-reflexes.org