

**« PRESERVATIF. DÉPISTAGE. TRAITEMENT.  
LES BONS REFLEXES POUR SE PROTEGER DU VIH/SIDA ET DES IST\*.  
LA PREVENTION EVOLUE. RENSEIGNEZ-VOUS »**

**\*INFECTIONS SEXUELLEMENT TRANSMISSIBLES**

**UNE CAMPAGNE DE LA PLATE-FORME PREVENTION SIDA SUR LA PREVENTION COMBINEE  
GUIDE D'ACCOMPAGNEMENT A L'ATTENTION DES RELAIS**



**JUN 2016**

## INTRODUCTION

En juin 2015, la Plate-Forme Prévention Sida a lancé une nouvelle campagne de prévention du VIH/sida et des Infections Sexuellement Transmissibles. Celle-ci vise le grand public de la région de Bruxelles-Capitale et de la Wallonie et aborde la notion de **prévention combinée**.

L'évaluation de cette campagne a permis de mettre en avant certains **freins à la diffusion et à l'utilisation des outils** de cette campagne par les relais de terrain, c'est-à-dire par les centres qui diffusent la campagne auprès d'asbl de terrain et par ces asbl de terrain qui sont en contact direct avec les publics ciblés par cette campagne. Le rapport d'évaluation est disponible sur <http://preventionsida.org/2016/03/evaluation-ete-2015/>

Dès lors, pour la relance de la campagne en 2016, la Plate-Forme Prévention Sida a décidé de réaliser ce document afin **d'accompagner la diffusion des outils de la campagne et de favoriser leur appropriation par les relais**.

Voici les questions qui seront abordées dans ce document :

1. Quels sont les objectifs visés pour chaque outil de la campagne ?
2. Comment diffuser et utiliser au mieux les outils de la campagne dans 7 situations précises ?
  - Dans les services qui abordent la prévention du VIH/sida et des IST.
  - En animation.
  - En travail de rue.
  - Lors d'un évènement (festif)/ stand.
  - En milieu scolaire.
  - Sur un lieu de travail.
  - Dans les lieux communautaires.
3. Et si vous organisiez une formation en lien avec cette campagne dans votre région ?
4. Pourriez-vous nous aider à en savoir plus sur l'utilisation et la diffusion de la campagne ?

➔ **Vous travaillez dans un CLPS ou tout autre service qui diffuse les outils de la campagne auprès d'acteurs de terrains** : n'hésitez pas à diffuser / imprimer / relayer ce document auprès des services qui commandent du matériel chez vous.

➔ **Vous travaillez dans un service de proximité** : nous vous invitons à lire ce document et à en parler en équipe afin d'optimiser votre utilisation des outils de la campagne. N'hésitez pas à contacter la Plate-Forme Prévention Sida pour plus de renseignements à ce sujet.



Ce document est disponible en PDF :

sur le site de la campagne [www.les-bons-reflexes.org](http://www.les-bons-reflexes.org) (onglet « La campagne »)

sur le site de la Plate-Forme Prévention Sida [www.preventionsida.org](http://www.preventionsida.org) (onglet « Les outils / gratuits »)

## QUELS SONT LES OBJECTIFS VISES POUR CHAQUE OUTIL DE LA CAMPAGNE ?

La campagne comprend un grand nombre d'outils ayant des fonctions et atouts spécifiques. Cette partie tente de répondre à la question : quels outils utiliser et dans quelles situations ?

On peut distinguer 3 types d'outils en fonction de leur objectif :

1/ Des outils qui ont pour but d'**accrocher le regard et d'attirer l'œil du public** grâce à un visuel attractif et la mise en avant du slogan et ce **dans le but de l'amener vers les outils informatifs de la campagne.**

→ Les 7 visuels sous formats affiches, cartes postales, autocollants (existent aussi en forme de petits ronds pour presser son propre badge lors de tenues de stand) et les spots TV/radio.

2/ Des outils qui ont pour but d'**informer sur le message** de la campagne, la **prévention combinée** du VIH et des IST, en donnant des explications plus longues et précises sur les différentes notions abordées dans la campagne, notamment sur la charge virale indétectable et ses implications en terme de prévention.

→ Le site internet, la brochure, la vidéo pédagogique, l'affiche « informative » développée pour l'édition 2016 de la campagne.

3/ Des outils **pour « agir ».**

→ Les préservatifs, le moteur de recherche d'un lieu de dépistage proche de chez soi qui est dans le site internet.



La campagne comporte 8 visuels différents mettant en avant des relations amoureuses et/ou sexuelles. Certains visuels sont donc plus « osés » et d'autres plus « soft ». Chaque partenaire est invité à utiliser les visuels plus adaptés en fonction de la sensibilité, des pratiques et attentes de son public.

Remarque : la majorité des personnes du grand public sondées lors de l'évaluation ont jugé que le ton et le caractère sexuel des visuels étaient adéquats et pertinents par rapport à la thématique abordée.

Pour découvrir et commander tous les outils de la campagne :

<http://les-bons-reflexes.org/obtenir-du-materiel>

**NOUVEAU**

Les spots TV/radio et la vidéo pédagogique sont directement téléchargeables sur le site de la campagne

## COMMENT DIFFUSER ET UTILISER AU MIEUX LES OUTILS DE LA CAMPAGNE ?

Le matériel de la campagne peut être utilisé dans de nombreuses situations. Nous avons distingués 7 **situations d'utilisation des outils** de la campagne. Pour chacune, nous vous proposons :

- D'abord un **exemple concret** d'utilisation de la campagne sous la forme d'un témoignage.
- Ensuite une liste non exhaustive de **propositions d'utilisation** des outils dans cette situation.



La campagne peut, bien évidemment être utilisée dans d'autres situations et contextes que ceux présentés ci-dessous. Néanmoins, la lecture de cette partie du guide pourra vous aider dans l'utilisation et la diffusion des outils de la campagne.

### INTERNET ET LA PREVENTION

Média incontournable à l'heure actuelle tant il est consulté quotidiennement par le grand public, Internet représente une source d'information importante, notamment en ce qui concerne les questions de santé. C'est pourquoi la Plate-Forme Prévention Sida s'efforce depuis un certain nombre d'années à réaliser des **déclinaisons digitales** de ses campagnes : site, vidéos animées, banniers, jeux ludiques et pédagogiques, présence sur Facebook, etc.

En tant qu'acteurs de prévention, vous pouvez vous aussi profiter de ces technologies de l'information pour toucher vos publics avec les messages de prévention. Certains outils de la campagne des Bons réflexes ont été spécifiquement créés pour les médias digitaux et d'autres y trouvent une bonne place même s'ils sont également diffusés via d'autres canaux.

- **Les vidéos** : le spot pédagogique et le spot TV peuvent être largement diffusés sur les réseaux sociaux et obtenir une très bonne visibilité. En effet, les vidéos sont très fortement regardées sur le net car cela permet de recevoir beaucoup d'informations sans qu'il y ait un effort de lecture à faire.
- **Le « Mur des bons réflexes »** (disponible sur [www.les-bons-reflexes.org](http://www.les-bons-reflexes.org)) est un **outil interactif** qui permet à l'internaute de devenir acteur de la campagne. Il lui est en effet proposé de poster un message de prévention (personnalisé ou pré-rédigé) et d'ensuite le partager via ses propres comptes sur les réseaux sociaux. Votre association peut donc aussi **réaliser son propre message de prévention** sur ce mur, et ensuite inviter son public à faire de même. Cet outil peut également être utilisé comme animation lors d'une tenue de stand ou d'un événement sur lequel vous auriez accès à Internet.



- **Les visuels** de la campagne peuvent être utilisés comme photo de profil ou de couverture sur Facebook. (Pour avoir le visuel au bon format: double clic sur la photo + clic droit sur la photo + enregistrer l'image sous...) L'ensemble des 8 visuels peut aussi faire l'objet d'un album photo. Pour toutes ses actions, vous pouvez simplement aussi aller sur la page Facebook de la Plate-Forme Prévention Sida et partager les posts ou photos qui ont été mis sur le mur. **Dans tous les cas, merci de bien vouloir créditer la Plate-Forme Prévention Sida dans le descriptif des photos.**
- **Les bannières** disposées sur votre site Internet afin d'inviter le public à cliquer dessus et s'informer sur la campagne et ses messages. Différents visuels et formats existent. N'hésitez pas à nous contacter pour en savoir plus.

## 1/ DANS LES SERVICES QUI ABORDENT LA PRÉVENTION DU VIH/SIDA ET DES IST.

- Les centres de planning familial, les maisons médicales, les maisons des jeunes, les AMO, les CPAS, les administrations communales, les centres d'accueil, les hôpitaux, les centres de références sida, etc.

### La campagne « Bons réflexes » au Planning du Midi

« Nous avons mis les affiches dans le planning à différents endroits stratégiques (salle d'attente, ascenseur, couloir, etc.). Sur deux affiches plus « osées » (position de levrette et fellation), nous avons collé **une feuille (avec un bic) sur laquelle nous avons invité les usagers à réagir** via la question « Que pensez-vous de ce visuel ? ». Cette idée nous est venue du fait que les affiches plus osées questionnaient l'équipe. D'un côté, il y avait les « pour » qui trouvaient que, en tant que planning, on pouvait choquer un peu pour interpeller et sensibiliser le public. D'autre part, il y avait les « contre » qui pensaient que les visuels pouvaient heurter certains usagers du planning. Ainsi à émergé l'idée d'aller directement récolter l'avis des gens. L'équipe a, au préalable, écrit un avis ou l'autre afin de casser le blanc de la feuille. Suite à cela, quelques avis sont venus s'ajouter mais surtout aux endroits plus discrets. A partir de ce constat, l'idée est née d'ajouter une boîte à avis pour garantir davantage l'anonymat des usagers...ce qui a permis de respecter le côté discret et de lâcher les freins...

Nous avons également utilisé un **grand tableau blanc « interactif »** qui est dans la salle d'attente. Nous y avons inscrit en grand « La prévention évolue, découvrez la nouvelle campagne de la Plate-Forme Prévention Sida : Les Bons Réflexes ! Pour toute question, adressez vous à l'accueil ». Sous le tableau, tous les visuels et supports de la campagne étaient mis à disposition : brochures, capotes, cartes et autocollants.

Cette manière de présenter les outils rend la campagne très présente et vivante dans le centre. Elle est à peu près partout et cela correspond au côté « attention, ça bouge, c'est nouveau, scoop, on attire votre attention ».

#### **Ce que nous avons constaté suite à cela ...**

**Points forts :** en général, même si tous les gens n'écrivent pas, on entend au moins une remarque (positive ou négative) car on ne peut pas louper la campagne. Donc, on peut partir de ces petites remarques pour s'adresser aux gens et discuter de la campagne avec eux tout en les informant. Beaucoup de personnes sont en fait contentes de pouvoir aborder ces questions et sont souvent en demande de recevoir plus d'informations. Par ailleurs, ces démarches ont permis de faire naître des débats au sein même de l'équipe, ce qui attire aussi l'attention des travailleurs sur la campagne et ses messages.

**Point négatif :** le côté innovant de la campagne semble difficilement perçu par les usagers du planning et même parfois par les travailleurs. Cette campagne nécessite peut-être davantage de formation pour les intervenants de terrain, en tout cas pour ceux qui n'ont accès qu'au matériel visuel. »

**Le planning du Midi : 02.511.38.38 - [accueil@cpfmidi.be](mailto:accueil@cpfmidi.be)**

### → IDÉES D'UTILISATION DES OUTILS

Dans la salle d'attente / le lieu de vie des usagers :

- **Les affiches, les cartes postales, les autocollants, les brochures :** afin d'attirer l'attention et d'interpeller les usagers à propos du VIH et des IST et de favoriser le dialogue autour de ces questions.
- **Les préservatifs et les brochures** peuvent être mis à disposition, éventuellement de manière à ce qu'ils puissent être emportés de manière discrète, pourquoi pas dans les toilettes pour les préservatifs.
- **Le spot TV (est aussi compréhensible sans son) et la vidéo pédagogique :** peuvent être diffusés dans la salle d'attente via un ordinateur ou un écran de TV.

### Dans le local de consultation/d'entretien plus individuel :

- **les préservatifs**, s'ils ne sont pas mis à disposition de manière libre dans les lieux de vie, peuvent être donnés ou mis à disposition de manière plus ciblée lors de rencontres avec les usagers.
- **La vidéo pédagogique et/ou la brochure** peuvent être utilisés lors de consultations médicales et/ou informative afin de donner plus de renseignements sur certaines questions spécifiques.

### Sur la vitrine et/ou les fenêtres qui donnent sur l'extérieur :

- **les affiches** peuvent être utilisées pour identifier qu'il s'agit d'un lieu dans lequel les questions liées à la sexualité et la prévention peuvent être abordées et discutées.



Certains services font part de leur difficulté à utiliser ces outils étant donné qu'ils touchent à la sexualité qui est souvent encore très taboue. Il en résulte que certains services décident de ne pas utiliser ces outils et ce faisant renforcent le tabou. Des méthodes peuvent être utilisées afin de présenter les outils de la campagne de manière plus légère et adaptée. (Voir l'exemple d'utilisation de la campagne au planning familial du midi ci-dessus.) N'hésitez pas non plus à nous contacter pour en discuter et pour réfléchir ensemble à des pistes d'utilisation du matériel adaptée à votre service.

## 2/ EN ANIMATION

➔ A l'école, dans les asbl de l'extrascolaire, dans les asbl communautaire, dans les centres d'accueil, etc.

### La campagne « Bons Réflexes » chez Sida-IST Charleroi-Mons

*La première fois que nous avons utilisé la campagne et abordé le concept de prévention combinée, c'était avec une classe d'étudiants infirmiers. Je me suis vite rendu compte que ce concept n'était pas évident pour eux. En effet, leur conception de la prévention reste très classique : le préservatif e, éventuellement le dépistage, lorsqu'on débute une nouvelle relation. L'idée de protection offerte par les traitements, principalement pour rendre la charge virale indétectable chez une personne séropositive et ainsi empêcher le risque de transmission du VIH ne leur semblait vraiment pas évidente.*

*Le constat a été similaire dans les centres d'accueil pour demandeurs d'asile, avec, en sus la difficulté liée au dépistage par manque de connaissance des structures ou par la crainte du regard des autres, mais également la méconnaissance des traitements et des possibilités de les obtenir.*

*Si, au terme des animations, la plupart des personnes avaient intégré le fait que les moyens de prévention sont multiples, il restait encore à faire passer la notion de combinaison des moyens en fonction des circonstances, du parcours et du mode de vie de chacun.*

*(suite page suivante)*

## La campagne « Bons Réflexes » chez Sida-IST Charleroi-Mons (suite)

Lors de ces animations, l'utilisation des affiches pouvait se révéler très intéressante, au vu de leur multiplicité : certaines pouvant interpeller fortement, cela permettait d'ouvrir le débat sur le fait que la sexualité n'est pas uniforme, et que, par conséquent, la prévention ne doit pas l'être non plus.

Le plus difficile à faire passer reste le traitement comme prévention : beaucoup se sont posé des questions sur l'efficacité réelle, mais aussi sur le risque de banalisation du VIH par la diffusion de ce type de messages.

Quoi qu'il en soit, la nouveauté du concept entraîne beaucoup de discussions et permet à chacun de s'interroger.

C'est probablement un des points forts de cette campagne : susciter le questionnement et éviter la simplification que l'on pouvait connaître avec les campagnes « classiques » de promotion du préservatif que l'on utilise « et c'est bien » ou qu'on n'utilise pas « et c'est mal ».

Il ressort également de plusieurs animations que le point considéré comme central est le dépistage. En effet : il peut permettre de ne pas utiliser le préservatif, mais, surtout, il est indispensable pour bénéficier d'un traitement.

Sida-IST Charleroi-Mons : 071.92.54.10 - [sidamst@chu-charleroi.be](mailto:sidamst@chu-charleroi.be)

### → IDÉES D'UTILISATION DES OUTILS

- **La vidéo pédagogique** constitue une base forte pour entamer une discussion autour de la prévention combinée étant donné que c'est un outil très didactique qui met en avant les enjeux de manière brève, très visuelle et animée. Pour rappel, la vidéo pédagogique est disponible en DVD ou téléchargeable sur le net.
- **La brochure** explicite plus largement les infos données dans la vidéo pédagogique et peut donc être donnée à chaque participant afin que celui-ci reparte avec une sorte de résumé de ce qui s'est dit lors de l'animation.
- **Les affiches** peuvent être disposées dans le local d'animation et y rester comme une trace de la visite, un rappel.
- **Le site internet** : si vous avez accès à Internet lors de l'animation vous pouvez aussi faire une visite du site, notamment pour inviter chaque participant à identifier un lieu de dépistage proche de chez lui grâce au moteur de recherche de lieux de dépistage.
- **Un préservatif** ou plusieurs peuvent être offerts à chaque participant afin de favoriser leur utilisation et/ou de les familiariser avec l'objet lui-même.
- **Les autocollants et les cartes postales** peuvent être également distribués comme petit outil plus ludique qui peut être collé ou utilisé comme marque page ou autre.



Outre les outils de cette campagne, la Plate-Forme Prévention Sida dispose d'outils d'animation qui peuvent être empruntés (kit expo « Vie&VIH aujourd'hui » panneau risque ou pas risque, exposition cartes sur tables, etc. N'hésitez pas à nous contacter pour en savoir plus à ce sujet.



### 3/ EN TRAVAIL DE RUE

➔ Travail dans un quartier précis /communautaire, auprès des SDF, des prostituées, etc.

#### La campagne « Bons Réflexes » en rue avec Espace P

*« Chaque année, nous diffusons les outils mis à disposition par la Plate-Forme Prévention Sida auprès de notre public, les travailleurs(euses) du sexe. Les affiches sont exposées à l'entrée des bars ou dans les chambres et nous distribuons des préservatifs gratuits et les brochures. La campagne « Les Bons Réflexes » a d'abord dû être expliquée aux travailleurs(euses) sociaux (sociales) d'Espace P... afin que le concept de prévention combinée soit ensuite transmis correctement aux travailleurs(euses) du sexe. En effet, nous nous sommes rendu compte que l'affiche seule ne suffisait pas, que la brochure ou notre intervention orale étaient indispensables à une bonne compréhension du message figurant sur l'affiche.*

*Sur le terrain nous avons insisté sur le fait qu'en plus du préservatif et du dépistage, il y avait désormais une troisième stratégie de prévention envisageable : le traitement qui permet aujourd'hui d'atteindre une charge virale indétectable, ce qui permet d'envisager l'abandon du préservatif, si certaines conditions sont respectées. Néanmoins pour les travailleurs du sexe, dans le cadre de leur travail, le préservatif reste indispensable car il protège non seulement du VIH mais aussi des autres IST. Il est recommandé pour les rapports vaginaux, les rapports anaux mais aussi pour la fellation.*

*Notre souhait : que la brochure de la Plate-Forme existe en d'autres langues. En effet, la moitié des travailleurs(euses) du sexe rencontrés en Belgique parlent roumain, bulgare, albanais, hongrois, anglais, espagnol ou portugais... Nous disposons aussi de nos propres brochures informatives en dix langues différentes mais elles ne sont pas aussi complètes par rapport au PreP, au TROD et au TPE que la brochure de la Plate-Forme.»*

Espace P : 02. 219.98.74 - [espacepcharleroi@hotmail.com](mailto:espacepcharleroi@hotmail.com)

#### ➔ IDÉES D'UTILISATION DES OUTILS

Les objets de petite taille, faciles à emporter dans la poche ou un sac seront à privilégier.

- **Les préservatifs** sont certainement l'outil phare pour ce type d'action.
- **La vidéo pédagogique** (téléchargeable sur le site de la campagne) peut être présentée via un smartphone ou une tablette. Cela peut aider à interpeller le public sur les évolutions de la prévention en moins de 2 minutes. Cet outil peut constituer une bonne base à la discussion et au débat.
- **Quelques brochures** peuvent être utiles pour les personnes qui souhaiteraient emporter de la documentation avec des informations plus complètes.



**Pensez à emporter des cartes de visites ou des plaquettes de présentation de votre service avec vous afin d'inviter les personnes qui souhaitent en savoir plus sur le VIH et les IST à passer dans vos locaux et avoir accès aux autres outils de la campagne.**

→ Salons, festivals, tournois, sportif, congrès, fête d'étudiant, Gay Pride, soirées, etc.

### La campagne « Bons Réflexes » au festival Rock'n Troll

*« Dans le cadre de ses actions en milieu festif, la Plate-Forme Prévention Sida a tenu un stand au festival Rock'n Troll à Leuze-En-Hainaut. Les outils de la campagne « Bons Réflexes » ont permis d'informer les festivaliers sur la prévention combinée, notion encore fort méconnue du grand public.*

*Nous avons invité les jeunes à venir visiter notre stand en annonçant notre présence via notre page Facebook et celui de la page du Festival : « Informez-vous au stand de la Plate-Forme Prévention Sida au Festival Rock'n Troll et recevez-y gratuitement votre badge des Bons Réflexes. »*

*Nous avons fourni 1000 préservatifs « Bons Réflexes » aux organisateurs afin qu'ils les donnent avec le pass d'entrée (tout festivalier a donc reçu un préservatif).*

*Nous avons décoré notre stand avec les affiches des Bons Réflexes et mis à disposition sur les tables les cartes postales et les autocollants (avec ceux de la campagne IST). Ces 2 outils amènent aussi un aspect « collector » et il est arrivé régulièrement que des festivaliers aient vu notre stand sur un autre festival et complètent alors leur collection.*

*Au programme également, des animations: la black box (où le/la participant(e) teste sa compétence à mettre en aveugle un préservatif sur un godemichet), la badgeuse (avec possibilité de créer soi-même son propre badge), le panneau « Risque ou pas risque ? » où le/la participante doit évaluer s'il y a risque ou pas de transmission du VIH pour une situation précise*

*Plusieurs visiteurs du stand nous ont parlé du spot TV de la campagne « Bons réflexes » et nous ont posé des questions sur la prévention combinée, surtout sur le rôle des traitements. Plusieurs ignoraient l'existence du TPE et de la charge virale indétectable.*

Remarque :

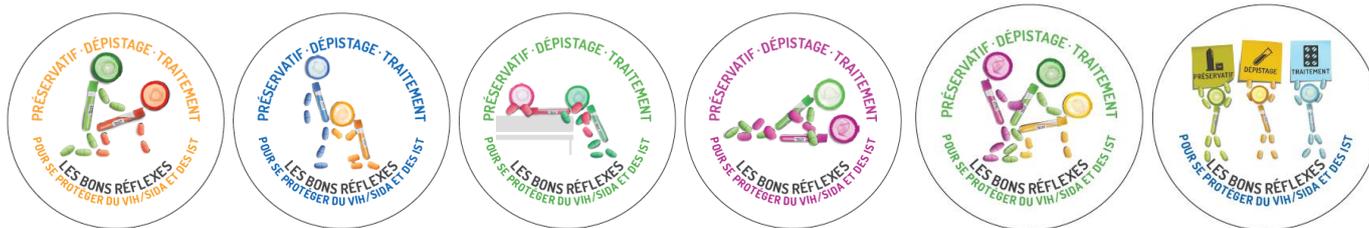
Dans cet exemple, les outils d'animation utilisés abordent principalement l'utilisation du préservatif

et les modes de transmission du VIH. La création d'outils pédagogiques abordant la prévention combinée et adaptés au milieu festif est à penser.

### → IDÉES D'UTILISATION DES OUTILS

- **La vidéo pédagogique et/ou le spot TV** : de nombreux évènements disposent d'écrans géants, n'hésitez pas à demander aux organisateurs de pouvoir intégrer des outils audiovisuels de sensibilisation dans la boucle de diffusion. Vous pouvez également le faire via une tablette, un ordinateur ou une TV directement sur votre stand.
- **Le Mur des Bons Réflexes** (disponible sur [www.les-bons-reflexes.org](http://www.les-bons-reflexes.org)), via une tablette ou un Smartphone, afin d'inviter le public à devenir acteur de la campagne en postant un message de prévention (personnalisé ou pré-rédigé) et le partageant via les réseaux sociaux.

- **Les badges** : la Plate-Forme Prévention Sida met à disposition une machine à badges afin d'inviter le public à réaliser lui-même son propre badge de prévention. 7 visuels reprenant les personnages de la campagne et le slogan ont été créés afin d'avoir un outil plus ludique dans la campagne.



- **Les cartes postales et les autocollants** pour leur aspect collector.
- **Les affiches** pour décorer le stand. Si vous faites de nombreux stands vous pouvez également plastifier un jeu d'affiche.

## 5/ EN MILIEU SCOLAIRE

➔ **Ecoles secondaires, universités, kot à projets, PMS, PSE, etc.**

### La campagne « Bons Réflexes » en animation à l'Athénée Léonardo Da Vinci

« En janvier, la Plate-Forme Prévention Sida a reçu la demande d'une école d'Anderlecht pour faire des animations dans leurs classes de rhéto. Les professeurs de philosophie religieuse souhaitaient que leurs élèves des 3 filières d'enseignement (professionnel, technique et général) reçoivent une information avant qu'ils ne quittent le milieu scolaire.

Nous avons d'abord rencontré les professeurs au centre PMS de l'école pour connaître plus précisément leurs souhaits et pouvoir faire une animation la plus adaptée possible. A cette occasion, nous avons présenté les outils de la campagne « Bons Réflexes » car nous souhaitions que ce service puisse également les diffuser auprès des élèves en dehors des animations.

Trois animations ont été organisées. Nous avons commencé les animations en faisant un tour de table avec les élèves afin d'évaluer leurs connaissances pour ensuite enchaîner avec la vidéo pédagogique. Cet outil, très didactique, mettant en avant les dernières nouveautés en matière de prévention, offre l'occasion d'interpeller les élèves et a fait émerger de nombreuses questions. Une 2<sup>ème</sup> diffusion de la vidéo a permis de renforcer la mémorisation des infos car lorsque des jeunes sont confrontés au concept de prévention combinée, ils sont régulièrement perdus et confondent vite les notions.

Nous avons collé toutes les affiches de la campagne dans la classe, ce qui a beaucoup fait rire les élèves mais nous a surtout permis de rappeler les modes de transmission du VIH.

Enfin, nous avons distribué des préservatifs à tous les élèves (sauf à ceux qui ne le voulaient pas) et les avons invités à aller à leur centre PMS s'ils souhaitaient plus d'infos ou s'ils avaient des questions plus précises. Ce renvoi vers le relais de terrain est essentiel car il arrive très fréquemment que lors des animations, certains élèves soient gênés ou n'osent pas prendre la parole. »

➔ IDÉES D'UTILISATION DES OUTILS

**Dans la bibliothèque de l'école** : mise à disposition de la brochure pour les élèves qui souhaitent faire un travail en lien avec le VIH/sida et les IST ou simplement s'informer.

**Dans le bureau PMS /PSE ou bien à l'infirmerie** : apposition des affiches pour sensibiliser les jeunes, mise à disposition des brochures et de préservatifs pour les élèves qui en auraient besoin.

Diffusion de la vidéo pédagogique lors des visites médicales scolaires groupées, suivie d'une discussion avec le groupe de jeunes.

**Dans les parties communes de l'école/ l'université** : réfectoire, lieu de vie, valve,... : des affiches afin d'informer les étudiants (dans les écoles secondaires, les affiches les plus soft passeront sans doute mieux auprès de toutes les classes d'âge). Mise à disposition de préservatifs gratuits.

**Dans le cadre des cours** : la thématique du VIH peut être abordée dans le cadre de différents cours.

Au cours de français : diffusion de la vidéo pédagogique, analyse de la campagne et de ses outils, création de slogan, réalisation d'un article de presse en lien avec la campagne, etc.

Au cours de sciences : apprentissage des aspects plus scientifiques et médicaux du VIH/sida (modes de transmission, réplication du virus, etc.) en se basant sur les informations présentes dans la vidéo pédagogique et dans la brochure.

Au cours de religion / de morale : réflexion autour des aspects plus culturels de la maladie, représentation de celle-ci et des personnes qui vivent avec le VIH, etc.

**Dans les kots d'étudiant** : affiche pour décorer...



Un **projet de classe ou de groupes d'étudiants** peut être entrepris à travers les différents cours et amener les élèves à créer une petite campagne dans leur école et ainsi sensibiliser les autres élèves par le principe de la prévention par les pairs: affichage dans les classes, tenue de stand à la récréation, animation pour les autres élèves dans les classes, création d'affiches personnalisées de prévention du VIH/sida, port du ruban rouge,...

## 6/SUR UN LIEU DE TRAVAIL OU DANS UN COMMERCE

➔ **Toute entreprise, quelle que soit son secteur d'activité ou sa taille, une pharmacie, un supermarché, etc.**

### La campagne « Bons réflexes » en entreprise

*« Je suis cadre dans une grande entreprise belge.*

*Depuis plusieurs années, à la période de la Journée Mondiale de Lutte contre le Sida, j'accroche un ruban rouge sur ma veste. C'est ma manière de montrer ma solidarité envers les personnes séropositives. Une petite action qui ne coûte pas grand-chose mais qui a son effet ! Ca interpelle toujours mon entourage, notamment au travail.*

*En discutant avec mes collègues, je me suis rendue compte que chacun avait des points de vue différents et parfois un peu arrêtés à ce sujet. Mais ce qui m'a interpellé, c'est le manque de connaissance générale sur cette maladie.*

*Ni une ni deux, je me suis dit qu'il fallait que j'agisse. En cherchant sur le net, j'ai trouvé la campagne des Bons réflexes que j'ai appréciée pour ses visuels rigolos. J'ai pris contact avec la Plate-Forme Prévention Sida pour leur dire que je voulais faire quelque chose pour mieux informer mes collègues. Ils m'ont alors proposé de faire une action au sein de l'entreprise. Après avoir reçu l'accord de ma direction (et oui, il faut faire les choses dans le règles de l'art), j'ai mis en place une action de sensibilisation. Des affiches de la campagne ont été accrochées dans la cuisine, des préservatifs ont été placés dans les toilettes et un mail avec un lien vers la vidéo pédagogique a été envoyé à tout le personnel.*

*Les retombées que ça a eu ? Cela a animé les conversations pendant au moins une semaine !*

➔ **IDÉES D'UTILISATION DES OUTILS**

Un employeur ou un service DRH d'une entreprise peut décider de communiquer des messages de promotion de la santé à l'attention de ses travailleurs/clients dans une optique de bien être général.

**Dans les lieux de vie des travailleurs :**

- **Les affiches, les cartes postales, les autocollants, les brochures** : afin d'attirer l'attention et d'interpeller les usagers à propos du VIH et des IST et de favoriser le dialogue autour de ces questions. Les affiches peuvent être accrochées dans les toilettes, sur les valves, dans le réfectoire, les ascenseurs, .... Pourquoi ne pas les utiliser pour faire une **exposition** ?

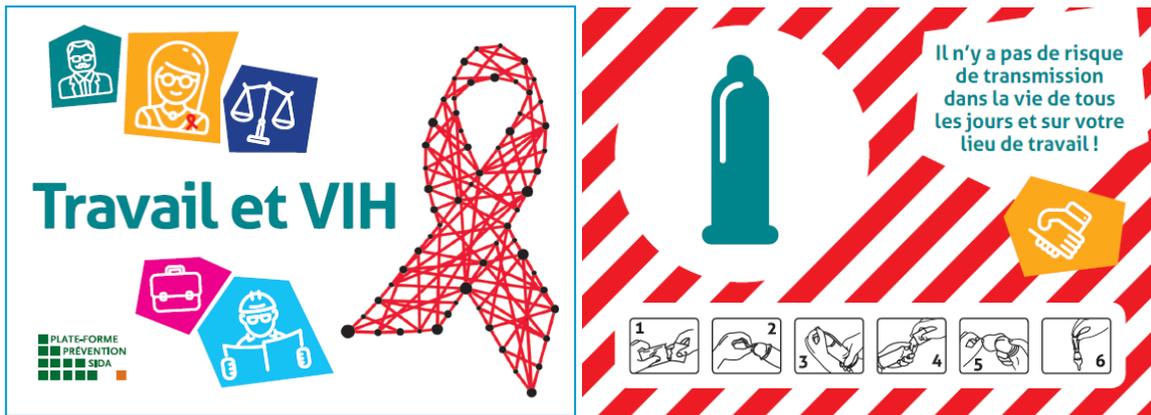
- **Les préservatifs et les brochures** peuvent être mis à disposition, notamment dans les cantines, mais aussi de manière à ce qu'ils puissent être emportés de manière discrète : pourquoi pas dans les toilettes pour les préservatifs.

#### Via les outils de communication internes :

- **Le spot TV, la vidéo pédagogique et le lien vers le site internet** peuvent être diffusés via l'intranet ou un mailing afin de diffuser l'information personnellement auprès des travailleurs.



Des entreprises ayant déjà mené des actions de sensibilisation au VIH : STIB, LEVI Strauss, Multipharma,... La date du 1<sup>er</sup> décembre, journée Mondiale de Lutte contre le sida, peut être d'avantage propice pour la diffusion de ce type de message dans une entreprise.



Un outil spécifique pour le monde de l'emploi a été récemment créé par la Plate-Forme Prévention Sida : [www.preventionsida.org/2016/05/depliant-travail-et-vih/](http://www.preventionsida.org/2016/05/depliant-travail-et-vih/)

## 7/LIEUX COMMUNAUTAIRES

→ Bar gay, sauna gay, commerces africains, clubs échangistes, etc.

### La campagne « Bons réflexes » en milieu gay avec Sida Sol Liège

*Dans les bars gays de Liège, notre équipe ou nos bénévoles vont régulièrement remplir les paniers ou tubes à capotes disposés sur le bar, à l'entrée des toilettes ou dans les backrooms\*. Il y a souvent un espace réservé au matériel de promotion (directement sur le bar ou sur des étagères ou tables à l'entrée). Nous y disposons les brochures et les cartes postales de la campagne.*

*Pour accrocher les affiches, il faut privilégier certains endroits stratégiques comme les toilettes et plus particulièrement le dessus de l'urinal et les murs ou porte interne de la cabine des wc.*

*Les bars ont chacun leurs préférences pour la disposition du matériel de prévention. Il est donc conseillé de s'entretenir avec le patron de l'établissement ou le serveur présent avant toute initiative. Mais il ne faut pas négliger la visibilité et négocier gentiment si besoin.*

*Il arrive parfois que les affiches soient arrachées. Au moment de les remplacer vous pouvez alterner les visuels.*

*\*Certains clubs gays proposent des espaces de consommation sexuelle (backrooms). Leurs clients seront plus sensibles aux visuels "hot" de la campagne.*

Simon, infirmier responsable de la prévention et du dépistage VIH/IST auprès des HSH à l'asbl Sida Sol à Liège.

## La campagne « Bons réflexes » dans la communauté africaine avec Sida Sol Liège

*Dans les commerces africains, nous organisons des tournées des lieux identifiés comme « migrants » avec des bénévoles-pairs (issus d'un pays d'Afrique subsaharienne). Nos bénévoles vont à la rencontre des personnes dans les bars, les cafés et des salons de coiffure africains selon une tournée établie. Dans ces lieux, ils y disposent des préservatifs, cartes et des brochures directement sur le bar, sur une table prévue à cet effet ou sur un présentoir. Les brochures disposées sur le bar sont plus facilement visibles et plus lues notamment lorsque les clients commandent leurs boissons. Dans les salons de coiffure, les brochures et cartes postales sont directement déposées sur les tables basses où se trouvent les magazines de coiffure. Concernant les affiches, elles sont disposées essentiellement dans les toilettes ou directement sur la vitrine si les bénévoles obtiennent l'accord du patron. Les affiches dans les toilettes semblent permettre une plus grande discrétion et être un lieu où les personnes peuvent prendre plus de temps pour les lire.*

Ariane, psychologue responsable de la prévention et du dépistage VIH/IST auprès des personnes précarisées et des migrants à l'asbl Sida Sol à Liège

**Sida Sol : 04.366.96.10 - [info@sidasol.be](mailto:info@sidasol.be)**

### → IDÉES D'UTILISATION DES OUTILS

- **Le spot TV**, qui fonctionne aussi bien sans le son, peut-être diffusé sur les écrans souvent présents dans les bars, dans les saunas, et autres lieux de vie communautaire.
- **La vidéo pédagogique** peut également être diffusée via un écran dans des endroits plus calmes comme un vestiaire, dans une arrière-salle.
- **Les affiches** peuvent être disposées dans les lieux de vie et dans les toilettes afin d'inviter le public de ces lieux à s'informer
- **Des brochures et des cartes postales ou autocollants** peuvent également être disposés sur le bar, lieu où les clients sont souvent amenés à devoir attendre d'être servis.
- **Des préservatifs** sont mis à disposition dans les lieux de passage ainsi que dans des lieux plus discrets ou encore dans des lieux où des pratiques sexuelles pourraient avoir lieu.



Remarques : la question se pose de savoir si ces outils sont suffisamment adaptés aux bars gay vu qu'un certain nombre d'acteurs de terrains actifs auprès de ce public spécifique remarquent que les brochures et flyers ne sont pas beaucoup emportés.

## UTILISEZ AUSSI VOS PROPRES MOYENS DE COMMUNICATION

**Relayez également la campagne auprès de vos publics/usagers/travailleurs via vos propres outils de communication et via les médias locaux.**

Vous avez certainement un **site Internet**, une **page Facebook**, un **compte Twitter** ou encore une **newsletter** interne ou externe. N'hésitez donc pas à les utiliser pour partager les outils auprès de vos usagers, collègues, clients, patients, etc. Tous les fichiers digitaux sont disponibles sur demande à la Plate-Forme Prévention Sida (clé usb, DVD, lien de téléchargement internet, etc.).

Vous pouvez y intégrer l'une ou l'autre affiche de la campagne, le spot télé, la vidéo pédagogique, et inviter votre public à consulter le site Internet [www.les-bons-reflexes.org](http://www.les-bons-reflexes.org) ainsi que le vôtre pour qu'ils puissent trouver plus d'informations.



Profitez de **Facebook** pour communiquer sur les actions que vous menez en lien avec la campagne. Par exemple, annoncer votre présence lors d'un festival ou d'une action en rue en créant un événement Facebook. Vous pouvez aussi faire des vidéos en live via ce réseau social. Cela peut-être intéressant pour interagir en temps réel avec votre public.

Vous pouvez également **mettre à disposition d'autres partenaires** ces outils pour qu'eux-mêmes puissent les diffuser.

Enfin, vous pouvez contacter les **médias locaux** (presse, radio, télé, etc.) pour qu'ils parlent de vos actions en lien avec le VIH/sida.

**Vous n'avez pas l'habitude de travailler avec ces outils de communication ? Contactez la Plate-Forme Prévention Sida pour vous aider dans vos démarches**

## ET SI VOUS ORGANISIEZ UNE FORMATION EN LIEN AVEC CETTE CAMPAGNE DANS VOTRE REGION ?

**Vous travaillez dans une association ou un service qui aborde les questions de prévention du VIH/sida et des IST avec ses usagers et/ou son public ?**

**Les notions liées à la prévention combinée restent floues pour vous et votre équipe ?**

**Vous identifiez des obstacles pour transmettre les messages de la campagne « Bons réflexes » ?**

➔ LA PLATE-FORME PRÉVENTION SIDA PEUT VOUS AIDER !

L'évaluation de l'édition 2015 de la campagne « Bons réflexes » a permis de faire certains constats quant à la compréhension et à la transmission des messages de la campagne par les relais de terrain

- Le message de prévention combinée est souvent **méconnu par les relais**. Beaucoup estiment qu'il s'agit d'un **message compliqué et ambigu qui risque de banaliser le sida et de déforcer les messages de promotion du préservatif**.
- Les relais constatent qu'ils n'ont **pas reçu d'informations sur le message et l'utilisation des outils** de la campagne lors de sa réception, ce qui aurait pu favoriser la transmission du message.
- Enfin, **le sida et la sexualité restent des sujets tabous** pour un certain nombre d'acteurs travaillant avec le grand public.

Dès lors, la Plate-Forme Prévention Sida propose aux relais un module de formation pour aborder différentes questions liées à la prévention combinée. Ce module est adaptable en fonction de demandes et attentes de chacun

### L'objectif général de la formation

Améliorer les connaissances des participants sur la prévention combinée et ses enjeux en termes de nouveaux message à communiquer au grand public

Contribuer à enrichir le savoir-faire des participants en ce qui concerne la prévention combinée et à l'utilisation des outils de la campagne « Bons réflexes » prévention.

### Objectifs spécifiques

#### **Renforcer les capacités des participants :**

- en travaillant sur les connaissances concernant les IST/sida;
- en identifiant au travers de mise en situation les outils de prévention adaptés aux différentes situations d'animation.

#### **Ces objectifs se déclinent de la manière suivante :**

- identifier les difficultés rencontrées par les professionnels dans l'approche du sida auprès de leur public et faire émerger leurs besoins;
- déterminer les attentes du public;
- confronter les expériences des participants, réfléchir sur les pratiques;
- se construire des points de repère pour des pratiques professionnelles plus adaptées.

#### **A la fin de la formation les participants seront capables :**

- d'identifier les bonnes pratiques, méthodes et outils;
- d'améliorer leur savoir-faire et d'améliorer les services proposés;
- de proposer des pistes de travail pratiques et réalistes (méthodes de travail, stratégies et outils) qui pourront améliorer leur travail.

### Méthodologie

La formation s'appuiera sur des séquences de travail individuel, collectif et de petits groupes

- approche théorique
- mise en situation et analyse
- jeux de rôle

# POURRIEZ-VOUS NOUS AIDER A EN SAVOIR PLUS SUR L'UTILISATION DE LA CAMPAGNE ?

Afin que la Plate-Forme Prévention Sida puisse évaluer davantage la diffusion de sa campagne, accepteriez-vous de compléter ce court formulaire et de nous le renvoyer

- ➔ Par La Poste : Plate-Forme Prévention Sida - rue Jourdan, 151 - 1060 Bruxelles
- ➔ Par Fax : 02/646 89 68
- ➔ Par mail : [m.stevens@preventionsida.org](mailto:m.stevens@preventionsida.org)

**Nom de votre service :**

**1/ Avez-vous obtenu l'un ou plusieurs outils de la campagne « Préservatif. Dépistage. Traitement. Les bons réflexes pour se protéger du VIH/sida et des IST » dans votre service ?**

Oui – Non

**2/ Si oui, le/lesquel(s) ? Cochez les outils que vous avez obtenu/utilisé.**

<input type="checkbox"/>	Une ou plusieurs des 8 affiches
<input type="checkbox"/>	Une ou plusieurs des 8 cartes
<input type="checkbox"/>	Une ou plusieurs des 87 autocollants
<input type="checkbox"/>	La brochure informative
<input type="checkbox"/>	La vidéo pédagogique
<input type="checkbox"/>	Le spot TV
<input type="checkbox"/>	Le spot radio
<input type="checkbox"/>	Le site internet
<input type="checkbox"/>	Les pochettes préservatifs
<input type="checkbox"/>	Le guide d'accompagnement

**3/ Comment les avez-vous obtenu ?**

<input type="checkbox"/>	En commandant du matériel à la Plate-Forme Prévention Sida
<input type="checkbox"/>	En commandant du matériel dans un CLPS ou une autre association Quel CLPS /association ?.....
<input type="checkbox"/>	Le CLPS ou une autre association de votre région vous a pro activement envoyé du matériel. Quel CLPS /association ?.....
<input type="checkbox"/>	Autre : .....

**4/ Qu'avez-vous fait avec ce matériel ? Cochez les cases utiles.**

<input type="checkbox"/>	Redistribuer le matériel à d'autres services. Quels services ?.....
<input type="checkbox"/>	Utiliser dans votre service. <ul style="list-style-type: none"><li><input type="checkbox"/> Lors d'animation de groupes</li><li><input type="checkbox"/> Mis à disposition dans la salle d'attente</li><li><input type="checkbox"/> Distribuer lors d'entretien/consultation individuelle</li><li><input type="checkbox"/> Distribuer lors d'évènements</li><li><input type="checkbox"/> Diffusion via Internet (site, Facebook, newsletter, etc.)</li><li><input type="checkbox"/> Autre : .....</li></ul>

**5/ Merci de laisser un commentaire sur la campagne et sa diffusion/utilisation si vous le souhaitez.  
Points forts, points faibles, etc.**

## CONTACTS

**Plate-Forme Prévention Sida Asbl**

rue Jourdan, 151  
1060 Bruxelles

info@preventionsida.org

Tél. : 02/733 72 99

Fax : 02/646 89 68

[www.les-bons-reflexes.org](http://www.les-bons-reflexes.org)

[www.preventionsida.org](http://www.preventionsida.org)

