

LA PLATEFORME PRÉVENTION SIDA BRISE LES TABOUS SUR LE PRÉSERVATIF



À l'occasion des vacances d'été, moment propice pour de nouvelles rencontres, la **Plateforme Prévention Sida** dévoile une **nouvelle campagne audacieuse et percutante, destinée aux jeunes de 16 à 25 ans.**

Son slogan : « Sors avec un préservatif, rentre sans IST ».

Son visuel : un préservatif usagé, déroulé, mis en scène comme un héros.

Son objectif : lever les tabous, interpeller pour mieux faire réfléchir, et surtout... protéger.

Pourquoi ?

- Le nombre de diagnostics d'IST continue d'augmenter en Belgique¹. La chlamydia reste l'IST la plus fréquente en Belgique, avec une augmentation de 8 % par rapport à 2022 et de 24 % par rapport à 2021. La gonorrhée a connu une forte tendance à la hausse avec une augmentation de 42 % par rapport à 2022 et de 90 % par rapport à 2021. La syphilis, quant à elle, est l'IST la moins fréquente des trois, mais a connu une augmentation de 25% par rapport à 2022 et de 17 % par rapport à 2021 ;



- En 2023, 665 personnes ont été diagnostiquées avec le VIH en Belgique². Cela représente une augmentation de 13 % par rapport à 2022. Le nombre de diagnostics de VIH augmente pour la troisième année consécutive. Cela marque la fin de la tendance à la baisse observée depuis des années ;
- un rapport³ publié en 2024 par l'Organisation Mondiale de la Santé, révèle une baisse inquiétante de l'utilisation des préservatifs chez les adolescents en Europe : entre 2014 et 2022, la proportion de jeunes sexuellement actifs ayant utilisé un préservatif lors de leur dernier rapport sexuel est passé de 70% à 61% chez les garçons et des 63 à 57% chez les filles. Avec pour conséquence, un taux élevé de rapports sexuels non protégés puisque près d'un tiers des adolescents (30%) ont déclaré n'avoir utilisé ni préservatif, ni pilule contraceptive lors de leur dernier rapport sexuel ;
- l'enquête flamande de 2022 sur la santé des jeunes a indiqué que :
 - 33% des jeunes utilisent parfois un préservatif ;
 - 40% n'en utilisent jamais ;
 - 27% en utilisent presque toujours.



Notre expertise de terrain nous indique aussi que souvent les jeunes **surestiment leurs connaissances sur le VIH, les IST et le préservatif et dès lors prennent des risques notamment en utilisant mal le préservatif** (déchirure, glissement, l'enlève trop tôt,...). De plus, ils pointent de nombreux obstacles à leur utilisation : confiance dans son·sa partenaire, coût élevé, diminution des sensations, interruption des rapports, l'excitation du moment,....



- ¹ Lecompte A., Serrien, Bensemmane S., De Baetselier I., Van den Bossche D., Deblonde J., Van Beckhoven D. Surveillance des infections sexuellement transmissibles. Bruxelles, Belgique : Sciensano
- ² Les chiffres du VIH/sida en Belgique – situation au 31/12/2023 © Sciensano
- ³ (HBSC, pour Health Behaviour in School-aged Children)

BRISER LES TABOUS : UN ENGAGEMENT ASSUMÉ

Le préservatif est un outil de santé publique. Et pourtant, il reste entouré de silence, d'embarras, voire de rejet. Cette campagne vise à réhabiliter son usage, à valoriser son rôle protecteur, et à encourager une fierté d'usage.

En choisissant un ton décomplexé, assumé et visuellement marquant, la Plateforme entend libérer la parole autour de la sexualité et rappeler une évidence : **utiliser un préservatif, c'est bien !**

UNE CAMPAGNE PENSÉE PAR DES JEUNES, POUR LES JEUNES

La campagne est née d'une collaboration avec quatre jeunes très créatif·ves : Arnaud André, François Waucquez, Nicoló Tristão et Mariana Sieda, tou·tes étudiant·es en publicité à l'ESA Saint-Luc.

Ensemble, ils·elles ont imaginé un concept de communication valorisant l'usage du préservatif dans tous les contextes : en soirée, au kot, en festival... Un message sincère, porté avec les mots et les codes des jeunes, pour parler à leurs pairs.

Le concept se décline en six scénarios, mettant en scène une capote usagée... mais triomphante, qui a permis d'esquiver fièrement chlamydia, gonorrhée, syphilis, VIH... Un storytelling simple et efficace.

UN CHOIX VISUEL FORT POUR UNE RÉALITÉ ALARMANTE

Cette campagne s'appuie sur une vérité inquiétante : l'usage du préservatif recule, tandis que les IST progressent. En 2025, la banalisation des risques met en danger la santé sexuelle des jeunes. Face à ce constat, la Plateforme a choisi de bousculer les codes de la communication en santé publique avec une image volontairement explicite.

« Oui, notre campagne montre un préservatif usagé. Oui, elle peut choquer. Mais ce qui nous choque davantage, ce sont les chiffres : de plus en plus de jeunes contractent des IST évitables. Il est temps de parler du préservatif sans gêne, sans détour, et surtout sans honte »

souligne Thierry Martin, Directeur de la Plateforme Prévention Sida.

« Le préservatif reste l'un des moyens de prévention les plus simples, accessibles et efficaces pour se protéger contre les infections sexuellement transmissibles. Pourtant, son usage recule, en particulier chez les plus jeunes. Ce constat nous oblige à redoubler d'efforts pour encourager son utilisation, sans tabou ni stigmatisation. Parler de sexualité, c'est aussi parler de responsabilité, de respect de soi et des autres. »

Yves Coppieters, Ministre de la Santé en Wallonie.

« Sensibiliser les jeunes, encore et encore, c'est leur donner les clés pour se protéger et vivre une sexualité épanouie et responsable. Alors que les IST progressent, souvent par manque d'information ou de dialogue, une campagne de ce type est essentielle. Elle permet de briser les tabous et rappelle une évidence : la santé sexuelle fait partie intégrante du bien-être et de l'avenir des jeunes. »

Barbara Trachte, Ministre-Présidente de la COCOF en charge de la Promotion de la Santé

ANTICIPER LES CRITIQUES : OUI, NOUS OSONS

Certains jugeront cette campagne « trop crue », « trop directe ».

Mais quelle est la véritable indécence ? Montrer un préservatif, ou ignorer les conséquences d'un rapport non protégé ?

La Plateforme Prévention Sida fait un choix clair : **prévenir avec audace, plutôt que se taire par confort.**

Alors non, on ne va pas s'excuser de parler de capotes.

On va en parler plus. Plus fort. Et plus librement.

DIFFUSION ET PORTÉE

La campagne sera diffusée tout au long de l'été 2025 sur les réseaux sociaux, dans les festivals, les bars, les toilettes publiques, à travers une série de supports :

- Affiches
- Spot radio
- Préservatifs internes et externes
- Contenus numériques viraux

CONTACT PRESSE :

**Visuels disponibles sur demande ou en téléchargement [ICI](#)
Lancement de la campagne : le 25 juin 2025**

Thierry Martin - Directeur
th.martin@preventionsida.org

0476 630 631 - 02 733 72 99



**PLATEFORME PRÉVENTION SIDA
PLACE DE LA VIEILLE HALLE AUX BLÉS 29/28
1000 BRUXELLES**

WWW.PREVENTIONIST.ORG