



Communiqué de presse

Date 4 novembre 2019

« Et... action ! » : la nouvelle campagne LOVE LIFE mise sur la popularité et la bonne image du préservatif

Si le préservatif est le moyen de contraception le plus courant en Suisse, l'idée selon laquelle il diminue le plaisir est tout aussi répandue. Telles sont les conclusions d'une enquête de l'institut de recherche Sotomo mandatée par l'Office fédéral de la santé publique (OFSP). Savoir qu'il protège contre le VIH et d'autres infections sexuellement transmissibles (IST) ne suffit pas nécessairement à rendre son usage plus systématique. Avec son slogan « Et... action ! », la nouvelle campagne de prévention LOVE LIFE place par conséquent le préservatif sur le devant de la scène.

Le préservatif est populaire et jouit d'une bonne image. C'est ce que révèle une de l'institut de recherche Sotomo, qui a étudié pour la première fois l'attitude de la population suisse à l'égard du préservatif dans le cadre de la campagne LOVE LIFE. Les personnes vivant en Suisse savent que le préservatif protège contre le VIH et les IST : spontanément, elles associent le sexe avec préservatif à la protection (38 %), le sexe sans préservatif au risque (45 %).

Le sexe avec préservatif est devenu plus systématique

La bonne image du préservatif se reflète-t-elle également dans les comportements ? Les participants à l'enquête indiquent utiliser le préservatif lors de relations nouvelles et occasionnelles plus souvent qu'au début de leur vie sexuelle. Ils se montrent ainsi plus soucieux du VIH et des IST qu'auparavant.

Le sentiment que le préservatif diminue le plaisir conduit à des comportements à risque

Comment est perçu le préservatif ? Pour 81 % des participants à l'enquête, il permet d'avoir des relations sexuelles plus sûres ; 58 % font valoir qu'il rend les rapports moins intenses et autant considèrent qu'il constitue une interruption malvenue. Au total, 52 % déplorent une diminution du plaisir. À noter que les personnes qui pensent que le préservatif est un gage de sécurité ne l'utilisent pas significativement plus que les autres. En revanche, celles qui sont d'avis qu'il nuit à l'expérience sexuelle l'utilisent nettement moins.

Parmi les personnes ayant eu des rapports occasionnels au cours des douze derniers mois, presque la moitié (47 %) déclarent avoir toujours utilisé un préservatif, 15 % l'ont parfois utilisé et 12 % y ont totalement renoncé (les 25 % restants ont répondu « je ne sais pas »).

Communiqué de presse concernant la nouvelle campagne LOVE LIFE « Et...action ! »

Le préservatif, cœur et corps du message de la nouvelle campagne LOVE LIFE

La baisse du nombre de diagnostics du VIH, l'image positive dont bénéficie la campagne LOVE LIFE au sein de la population et l'attitude relativement favorable du public à l'égard du préservatif posent des défis à la prévention du VIH et des IST. La seule façon de pérenniser ces succès est de sensibiliser régulièrement les personnes sexuellement actives à l'importance du safer sex. Le préservatif représente un moyen fiable, sans effets secondaires et peu onéreux d'atteindre cet objectif.

« Et... action ! » Le slogan de la nouvelle campagne LOVE LIFE de l'Office fédéral de la santé publique (OFSP), de l'Aide Suisse contre le Sida et de SANTÉ SEXUELLE Suisse joue sur un double sens : le plaisir d'avoir des relations sexuelles et l'évidence d'utiliser un préservatif. Fidèle à l'esprit de LOVE LIFE, le message n'est pas « Stop ! Danger ! » mais se veut un appel à passer à l'action en matière de safer sex. Les quatre sujets de la campagne mettent en scène différentes situations qui montrent le moment où commence le safer sex. Sur les supports publicitaires, le logo bien connu LOVE LIFE assume un nouveau rôle : d'ordinaire auteur du message, il devient le message lui-même, le mot d'ordre, sous la forme d'un emballage de préservatif ouvert au moment opportun.

Outre les nouveaux sujets de la campagne, le site Internet lovelife.ch a fait peau neuve. Le safer sex check a lui aussi été actualisé et simplifié.

Les règles du safer sex restent les mêmes :

1. Pénétration vaginale ou anale avec préservatif
2. Et parce que chacun(e) l'aime à sa façon : faire son safer sex check sur lovelife.ch

Pour de plus amples informations

OFSP, Service de presse, tél. 058 462 95 05 ou media@bag.admin.ch

Pour plus d'informations sur l'enquête auprès de la population

Institut de recherche Sotomo, Michael Hermann : michael.hermann@sotomo.ch, tél. 076 576 74 48

L'intégralité du rapport concernant l'enquête est disponible ici :

www.lovelife.ch > Médias > Téléchargements

Lien

www.lovelife.ch

Sujets de la campagne et matériel visuel :

www.lovelife.ch > Médias > Téléchargements