

# SÉRO ZÉRO

Sensibilisation et prévention du VIH/sida

## « Les hommes sont-ils bien équipés ? »

Lancement d'une campagne provocante et novatrice  
qui vise les hommes qui ont des relations sexuelles avec des hommes

COMMUNIQUÉ

Pour diffusion immédiate

**Montréal, Mercredi le 11 février 2009** – « **Es-tu bien équipé ?** » Voilà la question qui sera posée aux hommes gais et bisexuels du Canada par le biais d'une nouvelle campagne de marketing social communautaire que lance aujourd'hui l'organisme montréalais Séro Zéro en partenariat avec plusieurs autres organisations communautaires de 7 villes canadiennes (Vancouver, Edmonton, Calgary, Halifax, Winnipeg, Ottawa et Toronto).

### ***Pourquoi une autre campagne qui cible les hommes qui ont des relations sexuelles avec d'autres hommes?***

Les actualités en épidémiologies parlent d'elles-mêmes, bien que l'infection au VIH se soit répandue à travers différents groupes de la population, la catégorie d'exposition la plus fortement représentée au Canada demeure les hommes ayant des relations sexuelles avec d'autres hommes. En effet, ces dernières données canadiennes rendues publiques révèlent qu'en 2006, 53,2% des nouveaux cas d'infection au VIH au pays étaient attribuables aux hommes qui ont des relations sexuelles avec d'autres hommes.

La situation en ce qui à trait aux autres infections transmissibles sexuellement (ITS) est aussi préoccupante. Les taux croissants de ces nouveaux cas d'infections au sein de cette même population sont des indicateurs importants qui démontrent une augmentation des comportements sexuels à risques.

« Nous savons qu'après de certains hommes, nos actions en prévention du VIH et des autres ITS doivent avoir une portée qui va au delà des messages traditionnels qui rappellent toute l'importance quant à l'utilisation du condom.

En effet, nous devons explorer avec eux certains des facteurs qui font que, dans certains contextes ou situations ils outrepassent les règles de conduite qu'ils se fixent bien souvent. La campagne « Es-tu bien équipé ? » a été développée afin d'amener les hommes à réfléchir sur les scénarios, les situations qui peuvent les mener vers une prise de risques sexuels. Des activités viseront à offrir aux hommes un accompagnement et un soutien afin qu'ils puissent identifier des stratégies personnelles adaptées à leurs goûts ainsi qu'à leurs préférences sexuelles. » a précisé Robert Rousseau, directeur de l'organisme Action Séro Zéro, organisme coordonateur de cette campagne.

### ***Le concept de la campagne « Es-tu bien équipé ? »***

Trois illustrations différentes ont été conçues. Chacune d'entre elles exprime un scénario se rapportant, à la recherche de l'intimité ou de la romance, au goût de l'aventure ou encore d'une sexualité à fortes sensations

1. Adam et Yves – ce conte du péché originel, cette histoire à la base de la religion chrétienne, a été retenu pour relater l'interaction entre deux hommes au pied du pommier dans une dynamique suggestive et évocatrice d'une séduction, de romance. L'illustration est conçue de manière à être utilisée dans un contexte grand public.
2. Tarzan et Jean – Ici, nos protagonistes sont situés dans la jungle et se lancent dans l'aventure sexuelle. Cette illustration sera plus chargée sexuellement que la première.
3. Blanche neige et les sept nains – Adapté encore une fois au contexte gai, ce conte utilisera les sept nains pour évoquer plus clairement la variété des intérêts sexuels au sein de la communauté gaie et se présentera dans un contexte carrément plus osé que les deux autres. Son côté « cochon mais de bon goût » le rendra adapté aux milieux de certains bars, saunas ou *sexclubs*.

À ces visuels s'ajoute le slogan : « Sexe, Passion, Romance, Aventure... Es-tu bien équipé ? » La forme interrogative retenue permet d'interpeller l'homme gai ou bisexuel de façon suggestive afin de l'amener vers une réflexion, sans pour autant laisser présager un jugement de valeur sur ses intérêts ou ses comportements sexuels. La manchette « Es-tu bien équipé ? » réfère les hommes visés au site Internet de la campagne [www.bien-equipe.org](http://www.bien-equipe.org) afin qu'ils puissent obtenir de plus amples renseignements (sur la campagne, sur la santé et le mieux-être sexuel, sur de nombreuses ressources adaptées, etc.).

Cette campagne innovatrice dont le concept fut élaboré en collaboration avec la firme de communication Inspirato souhaite sensibiliser les hommes à toute l'importance d'effectuer une démarche de réflexion face à certains aspects de leur vie sexuelle. Au-delà des messages traditionnels qui vise à promouvoir l'utilisation du condom, la campagne et les activités qui seront réalisées au cours des deux à trois prochains mois tenteront d'accompagner et de soutenir les hommes afin qu'ils puissent mieux identifier chez eux les différents facteurs ou zones qui peuvent les rendre vulnérables aux prises de risques sexuels. Parce qu'être bien équipé lors de relations sexuelles implique souvent plus que l'utilisation du condom.

Ainsi, au delà de faire référence au fait que la bonne utilisation du condom reste à ce jour le moyen le plus efficace pour prévenir le VIH et les autres ITS, la campagne propose de l'information et des moyens afin que les hommes puissent mieux identifier les scénarios où ils sont susceptibles de prendre davantage de risques :

- consommation d'alcool et de drogues avant ou lors d'une relation sexuelle,
- relations anonymes dû à la peur de dévoiler à leur entourage leur orientation sexuelle,
- goût du risque et des sensations fortes,
- difficultés à communiquer ce que l'on veut ou ne veut pas ;

Voilà autant de thèmes que la campagne souhaite aborder avec les hommes gais et bisexuels du Canada.

### **Marketing social et Internet**

Chaque message de la campagne a été décliné en bande animée sonorisée de 30 secondes afin d'employer et optimiser le réseautage social. Des groupes sur Facebook et myspace.com seront créés et un compte sur Youtube sera ouvert afin de susciter le transfère naturel d'informations et de matériel promotionnel.

Des placements de bannières sur divers sites Internet permettront d'augmenter la visibilité de la campagne et possiblement son impact en plus de rejoindre les hommes résidant hors des grands centres urbains et/ou ceux qui ne fréquentent pas les milieux de socialisation gais et bisexuels. De plus, une fois sur le site [www.bien-equipe.org](http://www.bien-equipe.org), les hommes pourront émettre leurs commentaires via la section « babillard ». Ils pourront également télécharger différents produits développés afin de les partager avec leurs proches et amis.

Un des responsables de l'évaluation de cette campagne, le Dr. Terry Trussler, directeur de la recherche au centre Community Based Research de Vancouver a commenté le caractère unique de la campagne : « ce qui distingue principalement cette campagne des précédentes est le fait qu'en plus d'employer des stratégies de diffusion virale, cette dernière sera supportée par diverses activités terrain par les milieux communautaires de chaque région. »

À cet égard, un guide d'activités a été élaboré afin d'encadrer les intervenants des organismes communautaires à rejoindre, à une échelle locale, les hommes ciblés par le biais de plusieurs activités au sein même des milieux qu'ils fréquentent.

Plusieurs des partenaires ayant participé à l'élaboration de la campagne nationale de marketing social et communautaire « Es-tu bien équipé ? » étaient présents au dévoilement de celle-ci. Ces groupes communautaires ont d'ailleurs composé le comité directeur national de cette initiative commune. Cette collaboration n'est pas une première, car deux précédentes campagnes pancanadiennes —vouées aussi à la sensibilisation et à la prévention du VIH/sida— ont eu lieu : en 2004, avec la campagne « *Penses-y* » et en 2005, avec « *Nous jouons safes* ».

Action Séro Zéro est un organisme communautaire de promotion de la santé et de prévention du VIH/sida ainsi que des autres ITSS. L'organisme offre depuis 1991 différents services, tous gratuits. Notamment, un service d'accompagnement lors de tests de dépistage, un service de rencontre en individuel pour les hommes gais et bisexuels séronégatifs ou séropositifs. Action Séro Zéro est présent dans plusieurs lieux de socialisation gais de Montréal et détient un site Internet de promotion de la santé : [www.sero-zero.qc.ca](http://www.sero-zero.qc.ca)

Contact médias :

Pour toutes demandes d'entrevue, en français ou en anglais, prière de communiquer avec Monsieur Daniel LeBlanc, coordonnateur du secteur des communications pour Action Séro Zéro, au 514-521-7778 poste 234 ou [communication@sero-zero.qc.ca](mailto:communication@sero-zero.qc.ca)

Portes paroles :

Robert Rousseau, directeur général de Séro Zéro  
Ken Monteith, directeur général de la COCQ-Sida

Organismes membres du comité directeur national :

---

Alexander, Stephen	Société canadienne du SIDA (Ottawa)	conseiller en programmes
Banks, Phillip	Health Initiative for Men (Vancouver)	représentant
Kerr, Ted	HIV Edmonton	artiste, écrivain
Hapanowicz, Mark	AIDS community care Montreal	directeur général
Mac Intosh, Maria	AIDS Coalition of Nova Scotia (Edmonton)	directeur général
Maxwell, John	AIDS Committee of Toronto	directeur, projets spéciaux
Owen, Katie	Rainbow Resource Centre (Winnipeg)	intervenante sociale
Rasmussen, Capri	Aids Calgary	chef d'équipe
Trussler, Terry	Community Based Research Center (Vancouver)	directeur de la recherche

---