

26 mars 2010



CONFÉRENCE DE PRESSE

**Présentation
du concours et du site
www.sida-stop.be**

Fadila LAANAN, ministre de la Culture,
de l'Audiovisuel, de la Santé et de l'Égalité des chances
de la Communauté française

Vendredi 26 mars 2010 – 9h30 – Surllet de Chokier – Bruxelles

Contact:

Pascal Sac

Porte-parole

Cabinet de Fadila Laanan, ministre de la Culture, de l'Audiovisuel, de la Santé et de l'Égalité des chances de la Communauté française

Place Surllet de Chokier, 15-17 - 1000 Bruxelles

Tél. : +32/(0)2/801.70.11

Gsm : +32/(0)477/252.285

Courriel : pascal.sac@gov.cfwb.be

Internet : www.laanan.cfwb.be

Bonjour à tous.

Et merci à tous d'être présents car, vous vous en doutez, les initiatives de prévention en matière de sida, comme d'une manière générale les campagnes de promotion de la santé qui relèvent des compétences de la Communauté française, ont d'autant plus de chances d'être perçues par la population qu'elles sont largement médiatisées.

Celle-ci est un peu particulière, je vais y venir dans un instant, et elle passera donc également par des canaux moins traditionnels, qu'il s'agisse d'Internet ou de contacts directs avec le milieu scolaire, mais votre présence aujourd'hui n'en reste pas moins importante.

A. Le contexte

Permettez-moi, tout d'abord, de vous rappeler dans quel contexte nous nous situons et quels sont les grands enjeux en présence.

Ceux qui, parmi vous, suivent l'actualité médicale le savent : malgré tous les efforts déployés par les pouvoirs publics et par le monde associatif en matière d'information et de prévention, le nombre de nouveaux cas d'infection par le virus d'immunodéficience humaine (VIH) augmente.

Selon le rapport « Epidémiologie du sida et de l'infection à VIH en Belgique », publié en novembre 2009¹ par l'Institut scientifique de Santé publique, 1.079 personnes ont été reconnues séropositives en 2008, ce qui représente trois nouveaux cas par jour. En 2003, 2005 et 2007, les nouveaux diagnostics d'infection par le VIH avaient été respectivement au nombre de 1.053, 1.068 et 1.064. Il faut savoir également que l'augmentation des nouveaux cas d'infection au VIH, observée depuis 1997, va de pair avec une augmentation des diagnostics d'infections sexuellement transmissibles (IST), comme la syphilis par exemple.

Il semble donc qu'au fil des annonces de progrès thérapeutiques, le sida perde de sa gravité aux yeux des populations concernées, notamment parmi les plus jeunes.

Car il est notoire que les comportements à risques (dont les rapports sexuels non protégés) sont en augmentation.

Or, nous ne le répèterons jamais assez, le sida se soigne, mais il ne se guérit pas ! Il est possible d'améliorer le confort des malades et de prolonger leur espérance de vie, mais il n'y a, à ce jour, ni vaccin, ni remède.

D'où la nécessité de remettre l'ouvrage sur le métier en matière de prévention, d'où l'obligation de continuer à taper sur le clou pour sensibiliser la population.

B. L'action de la Communauté française

Dans sa Déclaration politique communautaire pour la législature 2009-2014, le Gouvernement de la Communauté française a dès lors clairement exprimé sa volonté de lancer de nouvelles campagnes de sensibilisation à l'usage du préservatif et de combattre la banalisation du phénomène du sida.

¹ Les chiffres de l'année 2009 seront disponibles en juin de cette année.

La lutte contre le sida constitue d'ailleurs déjà une priorité du Gouvernement de la Communauté française, qui y a consacré 2,052 millions d'euros en 2009, soit le tiers environ des budgets dédiés aux projets de promotion de la santé.

L'année dernière, ce sont ainsi quatorze initiatives qui ont été soutenues par la Communauté française.

1. « Programmes d'actions en promotion de la santé », Plate-Forme Prévention Sida, 490.000 euros : Campagne jeunes (été) et campagne solidarité du 1^{er} décembre.
2. « Prévention du sida et réduction des risques liés à l'usage des drogues », Modus Vivendi, 275.000 euros : prévention des risques de transmission du sida auprès des usagers de drogues via notamment l'échange de seringues.
3. « Promotion de la santé et prévention du sida chez les migrants », Siréas asbl, 209.802 euros : sensibilisation des migrants ; formation des professionnels de la santé, du social ainsi que des relais communautaires et accompagnements communautaires des migrants vivant avec le VIH.
4. « Programme des activités de promotion de la santé en milieu de prostitution en Communauté française », Espace P asbl, 208.425 euros : projet de prévention pour les femmes et les hommes prostitués.
5. « Programme de lutte contre le sida », Ex Aequo asbl, 207.000 euros : projet de prévention du sida auprès des homosexuels, des bisexuels, des transsexuels, des jeunes en quête d'identité sexuelle.
6. « Observatoire du sida et des sexualités », Facultés universitaires Saint-Louis, 188.032,30 euros : soutien à la concertation des acteurs actifs dans la prévention du sida, recueil de données et recherches, identification de questions émergentes.
7. « Programme de prévention », Sida MST-Charleroi-Mons asbl, 92.000 euros : relais des campagnes réalisées par la Plate-Forme Prévention sida, réduction des risques de transmission auprès des populations en grande précarité.
8. « Programme pluriannuel de prévention du sida et des infections sexuellement transmissibles en région liégeoise », Sidaction en Province de Liège asbl, 87.500 euros : projet de prévention du sida auprès des personnes africaines et des populations défavorisées.
9. « Prévention milieu prostitution », ICAR asbl, 82.324 euros : prévention du sida auprès des jeunes hommes prostitués.
10. « Programme prévention sida », Coordination Sida Assuétudes Namur asbl, 80.000 euros : relais des campagnes réalisées par la Plate-Forme Prévention Sida, réduction des risques de transmission auprès des populations en grande précarité.
11. « Projet de prévention Sida-Hépatites-IST », Service d'Education pour la Santé asbl, 50.000 euros : prévention du sida et des infections sexuellement transmissibles en milieu carcéral.
12. « Promotion de la santé et prévention du sida », Aide Info Sida asbl, 42.000 euros : ligne téléphonique d'information pour les personnes vivant avec le VIH.
13. « Programme d'action en promotion de la santé à destination des hommes prostitués en situation vulnérable à Bruxelles », Alias asbl, 38.000 euros : prévention du sida auprès des jeunes hommes prostitués.
14. « Les femmes et le sida : où en sommes-nous ? », Conseil des femmes francophones de Belgique, 1.000 euros : soutien à un colloque.

Dans le respect de la Déclaration de politique communautaire 2009-2014, mes priorités porteront dans les prochaines années sur les actions de prévention du sida qui ciblent les populations les plus touchées. À savoir les homosexuels, les usagers de drogues par voie intraveineuse, la population étrangère et, comme je n'oublie pas que j'ai été ministre de la Jeunesse de 2004 à 2007, les jeunes de 25 à 35 ans.

C. Un concours pour impliquer les jeunes

Depuis que la Santé et l'Égalité des Chances ont rejoint, en juillet 2009, les compétences que j'exerçais en matière de Culture et d'Audiovisuel depuis 2004, j'ai par ailleurs demandé à mon équipe de réfléchir :

- d'une part, à des convergences entre les départements dont j'ai la responsabilité depuis 2009, sur le mode des convergences que j'ai déjà promues entre opérateurs culturels sous la précédente législature entre 2004 et 2009.
- d'autre part, à des méthodes pour faire passer nos messages de promotion de la santé et de prévention en matière de santé auprès de populations qu'ils n'atteignent pas, ou pas assez, actuellement : la promotion du mammothest auprès d'une population féminine défavorisée ; la prévention du sida auprès des jeunes...

Ceux qui ont suivi mon action depuis 2004 savent, en effet, à quel point deux principes politiques me sont chers :

- **renforcer la transversalité des politiques publiques comme des initiatives subventionnées ;**
- **permettre au plus grand nombre possible de nos concitoyens de bénéficier des effets positifs de ces politiques et de ces initiatives.**

L'initiative que je vais vous présenter se trouve à la croisée de mes compétences et elle rencontre parfaitement ces objectifs.

Il s'agit, en effet, de concevoir et de diffuser le message de prévention du sida d'une manière originale, neuve, pour toucher un public qu'il n'atteint pas ou plus par les canaux traditionnels, et plus particulièrement un public jeune.

Pour y parvenir, l'opération Sida-Stop apporte plusieurs innovations par rapport aux campagnes précédentes.

- Elle prend la forme d'un concours faisant appel à la créativité de nos concitoyens, et particulièrement de cette jeunesse, pour susciter la réflexion personnelle et l'implication concrète des jeunes eux-mêmes, à travers la réalisation de clips audiovisuels et de spots radiophoniques.
- Elle ambitionne de mobiliser les énergies créatives des forces vives en devenant des secteurs culturels et audiovisuels, via notamment les écoles de cinéma, je l'évoquais dans mon introduction.
- Elle repose aussi sur la volonté d'offrir une plate-forme d'expression originale aux talents émergents de notre Communauté. Car, vous le verrez dans un instant, outre la diffusion sur Internet, je souhaite dans la mesure du possible utiliser les meilleurs messages générés par le concours Sida-

Stop comme supports de futures campagnes d'intérêt général que la Communauté française diffusera en radio et en télévision.

- Elle utilisera les canaux de communication d'Internet, car ils sont très largement fréquentés par la population que je souhaite sensibiliser.
- Elle impliquera le public-cible lui-même, que j'espère le plus large possible, en l'associant aux choix des capsules audiovisuelles et sonores qui seront primées, pour l'inciter à la réflexion sur la thématique abordée.
- Elle repose sur la conviction que des messages de promotion de la santé destinés à des jeunes seront mieux compris et plus efficaces s'ils sont conçus par des jeunes et si des jeunes sont associés à leur sélection.

D. Sida-Stop concrètement

L'opération Sida-Stop s'arc-boute, vous l'avez compris, sur une plate-forme internet qui vous sera présentée dans quelques minutes : www.sida-stop.be.

Elle est ouverte à tous les jeunes créatifs de notre Communauté française ; aux étudiants de nos écoles de cinéma ; aux animateurs des centres culturels de Wallonie et de Bruxelles ainsi qu'aux jeunes qu'ils encadrent ; aux maisons de jeunes ; ou, plus largement, à tous ceux que ce thème inspire et qui, j'en suis certaine, feront bouillonner leurs imaginations et mobiliseront leur sens de l'image et du son.

Six thématiques sont proposées :

- le regard des jeunes sur le préservatif ;
- la première fois et le préservatif ;
- le mode de transmission du sida et des IST ;
- les situations à risques rencontrées par les jeunes ;
- les fausses croyances relatives au sida et aux IST ;
- la solidarité avec les personnes séropositives.

Les participants au concours sont invités à présenter des clips audiovisuels ou des spots radiophoniques de 30 à 120 secondes via le site www.sida-stop.be.

Pourquoi ces deux formes différentes ?

Certaines personnes sont particulièrement à l'aise avec la vidéo, cela n'aura échappé à personne compte tenu de tout ce qui circule sur des plate-formes dédiées à ce mode d'expression : même avec un téléphone portable, certains artistes en herbe ou confirmés réalisent de véritables prouesses. Mais d'autres se sentent plus inspirés par le travail du son et de l'atmosphère particulière qui s'en dégage. Aussi avons-nous voulu ouvrir le concours à chacun, selon sa propre source d'inspiration et son potentiel personnel.

D'ailleurs dans aucun des deux cas de figure, **il n'est requis d'utiliser un matériel sophistiqué** pour participer au concours : un clip réalisé avec un téléphone portable ou un diaporama photographique ont autant de chances d'être primés qu'un film réalisé avec des moyens plus professionnels, à condition que la pertinence du message et l'originalité de la forme soient présentes.

De plus, **le concours n'est pas ouvert aux professionnels.**

Dans le même esprit, pour offrir des chances équivalentes à tous les candidats, nous travaillerons en plusieurs étapes.

- **Du 29 mars 2010 au 31 mai 2010** : les clips audiovisuels et les spots radiophoniques envoyés par les candidats seront écoutés ou visionnés (simplement pour éviter tout « dérapage ») avant d'être mis en ligne sur www.sida-stop.be. Mais le public ne pourra pas encore voter, car la fonction « vote » ne sera pas encore activée sur le site. Ainsi, les candidats qui auront besoin de plus de temps pour la réalisation de leur œuvre ou qui ne pourront pas les réaliser rapidement ne seront pas pénalisés par rapport à ceux qui posteront la leur dès le début de l'action.
- **Du 1^{er} au 15 juin 2010** : après la clôture de l'envoi des candidatures, le public pourra voter pour ses clips audiovisuels et ses spots radiophoniques préférés. Lors de cette phase, 10 réalisations seront retenues.
- **Entre le 15 et 25 juin 2010** : un jury composé de professionnels des secteurs de la santé et de l'audiovisuel délibérera pour choisir, parmi la sélection du public, les 3 meilleures réalisations.
- **Les résultats seront annoncés avant fin juin.**

Les Prix

Un prix de 1.000 euros sera décerné à chacune des 3 œuvres issues du vote du public et retenues par le jury de professionnels.

Un prix de 500 euros sera décerné à chacune des 7 œuvres issues du vote du public mais pas retenues par le jury de professionnels.

Les trois œuvres qui figureront sur le podium final pourront éventuellement être diffusées par les opérateurs audiovisuels, dans le cadre des campagnes de promotion de la santé de la Communauté française. Ceci sous réserve d'acceptation par l'instance d'avis compétente pour ces campagnes et à condition de répondre à certains critères techniques (voir le règlement annexé).

Le Jury

Experts « santé »

- Jean-Christophe Goffard
- Thierry Martin
- Xénia Maszowez
- Vladimir Mertens
- Patricia Piron
- Bénédicte Rusingizandekwe
- Médecin, Centre de Référence Sida Érasme.
- Plate-Forme Prévention Sida.
- Centres de planning familial des Femmes prévoyantes socialistes.
- Observatoire du sida et des sexualités.
- Direction Santé, Ministère de la Communauté française (en charge des thèmes liés au sida).
- Coordination Sida assuétudes (en charge des projets « jeunes »).

Experts « médias »

- Nabil Ben Yadir
- Dan Cukier
- Jean-Jacques Deleeuw
- Yves Gérard
- Alain Lorfèvre
- Bernadette Wynants
- Cinéaste (« Les Barons »).
- Président de la Commission de Sélection des Films du Centre du Cinéma et de l'Audiovisuel.
- Directeur RTL Newmedia.
- Directeur général RMB.
- La Libre Belgique (journaliste cinéma).
- Présidente du Conseil d'administration RTBF.

Avant de passer à une petite démonstration du fonctionnement du site internet www.sida-stop.be, je précise que la Plate-Forme Prévention Sida a été consultée lors de la conception du projet.

Ainsi, le contenu informatif de www.sida-stop.be est inspiré du site internet de la Plate-Forme Prévention Sida (www.preventionsida.org) et renvoie vers lui à travers une série de liens, pour les internautes qui voudraient davantage d'informations.

De même, la section « Actualités » de www.sida-stop.be sera alimentée par le site internet de la Plate-Forme Prévention Sida.

Enfin, le volet lié au débat interactif sur www.sida-stop.be, via le formulaire dans la section « Contact », sera géré en lien avec les personnes ressources de la Plate-Forme Prévention Sida.

Fadila LAANAN

Concours « Sida-Stop »

Règlement

1. Organisateur et Objet

Le cabinet de la Ministre de la Culture, de l'Audiovisuel, de la Santé et de l'Egalité des chances et de la Communauté française de Belgique, sis à 1000 Bruxelles, 15-17 place Surllet de Chokier, organise un concours intitulé « Sida-Stop ».

Le concours commence le 29 mars 2010 et s'achève le 25 juin 2010.

Le concours a pour objet la réalisation de capsules sonores ou vidéos destinées à alimenter une campagne de prévention du sida.

La participation au concours est totalement gratuite.

La participation au concours entraîne l'entière acceptation du présent règlement.

2. Participation et inscription

Le concours s'adresse exclusivement aux participants majeurs résidant en Belgique.

Le concours n'est pas ouvert aux professionnels de l'audiovisuel. Le concours est ouvert aux personnes physiques, ainsi qu'aux groupes de personnes ou associations, qu'ils soient ou non dotés de la personnalité juridique.

Dans l'hypothèse où un groupe de personnes n'agissant pas sous le couvert d'une personne morale souhaiterait inscrire une capsule au concours, il convient que toutes les personnes ayant participé au projet fournissent leurs coordonnées dans le formulaire d'inscription.

Les participants inscrits garantissent l'organisateur contre tout recours formé par une ou plusieurs personnes dont la mention au formulaire d'inscription aurait été omise et qui estimerait être lésée de ce fait.

L'inscription au concours s'effectue en complétant le formulaire en ligne accessible à l'adresse www.sida-stop.be.

L'inscription n'est effective que pour autant que le lien permettant de consulter la capsule vidéo soit opérationnel.

Seule cette manière de procéder sera considérée comme valable pour la participation au concours.

A tout moment, les participants doivent être en mesure de fournir une preuve de leur identité et de leur âge.

Le concours est ouvert aux inscriptions du 29 mars 2010 au 31 mai 2010.

Seules les inscriptions **complètes** introduites pendant cette période seront prises en considération.

3. Entrée en compétition

Pour être mises en compétition, les capsules produites par les personnes inscrites au concours :

- a) doivent comporter des éléments d'information figurant dans la charte médicale définie à l'annexe 2 ;
- b) ne doivent comporter aucun élément contraire à l'ordre public, aux bonnes mœurs, soit (sans que cette énumération ne soit limitative) : des éléments pornographiques, des éléments illustrant une extrême violence physique ou verbale, des éléments incitant à la haine raciale, etc ;
- c) pour pouvoir faire l'objet d'une diffusion dans le cadre d'une campagne d'intérêt général, les capsules doivent être réalisées conformément aux paramètres techniques de format et de compression détaillés à l'annexe 1.

Toutes les capsules seront visionnées / écoutées avant leur mise en compétition et l'organisateur se réserve le droit d'écarter celles des capsules qui ne rencontreraient pas

une ou plusieurs des conditions visées ci-dessus.

Le cas échéant, les participants seront avisés du rejet de leur capsule, ainsi que des motifs qui ont justifié ce rejet.

4. Cession des droits

§ 1^{er}. Par l'inscription au concours, le ou les participants acceptent que la capsule qu'ils ont produite soit reproduite et communiquée au public dans le cadre du site www.sida-stop.be.

Ils renoncent à toute demande de rémunération du fait de ces actes de reproduction et de communication.

Ils garantissent en outre l'organisateur de tout recours émanant de tiers et affèrent aux droits de propriété intellectuelle relatifs au support mis en compétition.

L'organisateur est exonéré de toute responsabilité en cas de piratage ou téléchargement illégal des capsules entrées en concours, à partir du site www.sida-stop.be.

§ 2. Chaque participant au concours autorise l'organisateur à exploiter la capsule qu'il a produite, dans le cadre d'une future campagne de prévention sida. Cette autorisation implique la reproduction et la communication publique de la capsule par voie de radiodiffusion, par le biais d'internet ou par la fixation de la capsule sur un support de quelque nature qu'il soit.

Les participants renoncent à réclamer une rémunération du fait de cette exploitation.

L'organisateur s'engage à dûment mentionner le nom des auteurs et des interprètes dans le cadre de toute diffusion ultérieure de la capsule.

5. Ouverture de la compétition et sélection

Les capsules seront prévisionnées avant leur diffusion.

Une fois validées, les capsules seront accessibles au public via le site www.sida-stop.be.

La sélection s'effectuera sur base de deux votes :

a) le public choisira les 10 meilleures capsules (soit celles qui auront remporté le plus de votes);

b) un jury de 12 représentants des secteurs de la culture, de l'audiovisuel et de la santé désignera les 3 meilleures capsules parmi les 10 capsules sélectionnées par le public.

Le vote du public sera ouvert du 1^{er} au 15 juin 2010, soit après clôture des inscriptions.

Le jury se prononcera postérieurement à la clôture du vote du public.

Les résultats seront communiqués avant le 30 juin 2010.

Les 10 meilleures capsules seront présentées en page d'ouverture du site.

Les autres capsules resteront consultables via les archives du site.

Le site sera mis hors ligne le 30 décembre 2010.

6. Prix

L'organisateur s'engage à soumettre les 3 capsules sélectionnées par le jury aux instances compétentes pour l'approbation des projets de campagnes d'information d'intérêt général, ceci en vue d'une diffusion télévisuelle / radiophonique des capsules concernées (ceci pour autant que les formats visés à l'annexe 1 aient été respectés).

Un prix de 1.000 euros par capsule sera accordé aux personnes ou aux équipes ayant produit les 3 capsules sélectionnées par le jury.

Un prix de 500 euros par capsule sera accordé aux personnes ou aux équipes ayant produit les 7 autres capsules ayant récolté le plus de points dans le cadre du vote du public.

7. Responsabilité

En aucun cas l'organisateur ne pourra être tenu pour responsable d'accidents, coûts, dommages directs ou indirects quelconques pouvant survenir suite à la participation au

présent concours et à l'attribution des prix.

Dans la mesure où la détermination des gagnants intervient partiellement sur base d'un procédé informatique, les participants sont conscients et acceptent que l'organisateur ne pourra être tenu pour responsable d'une défaillance des réseaux, de pertes, de retards ou de manquements techniques occasionnés par l'Internet ou par les prestataires techniques qui interviennent dans la transmission des formulaires et l'hébergement du site web.

Si le concours doit être reporté, annulé, interrompu en tout ou en partie pour des raisons indépendantes de la volonté de l'organisateur, ce dernier n'assumera aucune responsabilité de quelque nature que ce soit.

8. Vie privée

Les données collectées pendant toute la durée du concours seront utilisées dans le strict respect de la loi du 8 décembre 1992 sur la protection de la vie privée.

Tous les participants ont un droit d'accès et de rectification de leurs données à caractère personnel.

Pour ce faire, il suffit d'adresser un courrier en mentionnant l'objet précis de la demande à l'adresse : Cabinet de la Ministre de la Culture – 15/17 Place Surllet de Chokier – 1000 Bruxelles.

9. Juridiction compétente

Tout litige relatif au présent concours ressortira exclusivement de la compétence des cours et tribunaux de l'arrondissement judiciaire de Bruxelles.

Annexe 1 au règlement

Spécifications techniques

Durée : la durée du spot doit être comprise en 30 secondes et 120 secondes

Format : Pal Broadcast – 16/9 anamorphosé

Résolution minimale : 720 x 576 pixels

Le nom de toutes les personnes qui ont participé à la réalisation doit être communiqué, soit notamment :

- le nom du scénariste ;
- le nom du réalisateur ;
- le nom des comédiens / personnes qui apparaissent dans le support ;
- le nom des opérateurs techniques (caméra, montage, prise de son, etc.).

Le support doit avoir été chargé sur la plateforme **You Tube** au moment de l'inscription au concours.

Annexe 2 au règlement

Soutenir la prévention du sida et des infections sexuellement transmissibles (IST) par la mise en place d'une plate-forme participative destinée à accueillir les productions audiovisuelles des jeunes.

Epidémiologie du sida et IST

En 2008, 1.078 nouveaux cas de VIH ont été diagnostiqués. Cela signifie que presque 3 personnes sont diagnostiquées séropositives au VIH chaque jour en Belgique [1].

On constate aussi une augmentation des cas de certaines IST chez les jeunes de 15 à 25 ans, notamment de la chlamydia et de l'herpès génital, qui sont plus souvent dépistés chez les filles, et enfin de la syphilis, qui concerne plus particulièrement les garçons homosexuels.

Par ailleurs, des études montrent que :

- les jeunes ont un niveau d'information parfois insuffisant quant aux modes de transmission des IST;
- si la quasi totalité des jeunes sexuellement actifs déclarent qu'ils ont déjà vu ou manipulé un préservatif, seuls la moitié d'entre eux déclarent l'avoir utilisé lors de leur dernier rapport sexuel. [2]
- 6 jeunes sur 10 actifs sexuellement ont eu des relations sexuelles à risques [3].

L'enquête «Les connaissances, attitudes, croyance et comportement face au VIH/Sida en France en 2004» de l'Observatoire régional de santé d'Île de France indique que le relâchement des comportements protecteurs se poursuit. La perception du risque s'atténue, surtout dans les groupes les plus exposés, laissant présager une poursuite de la baisse des comportements préventifs, confirmés par la recrudescence des cas d'infection au sida et aux autres IST.

La représentation du sida a changé. L'arrivée des trithérapies a permis à cette maladie mortelle de devenir une maladie chronique. De fait, on parle de moins en moins de sida, mais de plus en plus d'infection au VIH. Les trithérapies d'urgence, traitements préventifs qui permettent d'éviter la contamination après une exposition au risque, commencent aussi à être diffusées. Il est probable que ces événements médicaux et l'usure psychologique liée à la nécessité de maintenir un comportement préventif dans le temps, jouent un rôle dans le relâchement de l'utilisation du préservatif.

Toutefois, il ne faut pas oublier que les trithérapies s'accompagnent de nombreux effets secondaires et que le sida reste une maladie dont on ne guérit pas.

A ce jour, le **préservatif** reste le moyen de protection le plus sûr.

Plate-forme participative

Le présent concours a pour objet la mise en place d'une plate-forme participative destinée à accueillir les productions audiovisuelles de jeunes relatives à la prévention. Il s'inscrit dans un souhait d'encourager les jeunes à maintenir ou à développer un comportement responsable par rapport au sida et aux autres IST. Il s'agit de rappeler l'importance de l'utilisation du

préservatif lors des relations sexuelles en vue de contribuer à une augmentation du nombre de jeunes utilisant un préservatif pour se protéger

Les capsules constituent une opportunité, pour les jeunes, de sensibiliser d'autres jeunes à la problématique du sida et des IST.

Les capsules devront développer un message préventif, dont le contenu serait à choisir parmi les catégories suivantes:

- le regard des jeunes sur le préservatif (les avantages et les freins à l'utilisation) ;
- proposer un préservatif à son/sa partenaire avant une relation sexuelle, trouver les mots pour en parler ;
- la première fois et le préservatif ;
- les modes de transmission du sida et des IST ;
- les situations à risques rencontrées par les jeunes: alcool et/ou drogue lors des sorties, relation sexuelle non désirée, rapports inégalitaires, maltraitance, vacances, la vie en kot, les rencontres par Internet ;
- les fausses croyances relatives au sida et aux IST: je ne suis pas concerné(e), mon/ma partenaire est fidèle, on ne meurt plus du sida, le sida n'existe pratiquement pas en Belgique, on s'aime... pas besoins de se protéger, la pilule protège du sida, se retirer avant l'éjaculation protège du sida... ;
- la solidarité avec les personnes séropositives.

[1] Rapport semestriel n°68 sur la situation épidémiologique du VIH/sida en Belgique au 31/12/2008 – Institut de Santé Publique, A. Sasse

[2] Godin I., Decant P., Noreau N., de Smet P., Boutsen M. La santé des jeunes en Communauté française de Belgique. Résultats de l'enquête HBSC 2006. Service d'Information Promotion Education Santé (SIP ES), ESP-ULB, Bruxelles, 2008.

[3] Enquête Dedicated research des Mutualités socialistes - 2008