

Le Ministère de la Santé



1993

Ëch ? Aids ?

Le sida ne concerne pas que les autres.
Nous sommes tous touchés par le sida :
hétéros, homos, bébés, jeunes,
personnes âgées ...



1994

Préservez-vous du Sida

Les enquêtes montrent que les gens ne se servent pas ou pas assez du préservatif.
Il faut donc les motiver. Le visuel de la campagne montre le virus et le moyen de protection qui reste le plus efficace : le préservatif, ... à moins d'être fidèle entre partenaires non infectés ou d'opter pour l'abstinence.



Quel est le rôle du Ministère de la Santé ?

Face à l'incessante progression de l'épidémie du Sida, le Luxembourg s'est doté d'une nouvelle « stratégie nationale de lutte contre le HIV/Sida », pour les années 2006 à 2010.

Celle-ci repose sur un plan d'actions regroupant plus de 60 mesures concrètes. Ce 3ème plan d'actions met l'accent sur la prévention. Un aspect important de la prévention est l'information, la sensibilisation et l'éducation du tout-public, des groupes vulnérables et des jeunes en particulier. Les actions prévues seront réalisées en partenariat avec les institutions nationales (autres Ministères, Comité de Surveillance du Sida, ...) et les acteurs de terrain (Aidsberodung, Stop Aids Now, Planning Familial, ...) et évaluées régulièrement.

Un exemple pour ces actions intersectorielles est la mise à disposition de distributeurs de préservatifs dans les lycées secondaires, dans le cadre de l'initiative « Pour une sexualité responsable » lors de la rentrée scolaire 2006.

Grâce à une collaboration intersectorielle avec le Ministère de l'Education Nationale et de la Formation professionnelle /SCRIPT, l'Aidsberodung et le Planning Familial, les jeunes ont la possibilité, de se fournir des préservatifs de manière quasi-gratuite et discrète (0,20 € les 4). Les écoles commencent parallèlement une campagne d'information et de sensibilisation sur le sujet d'une sexualité responsable, qui reprend en particulier l'utilisation du préservatif, et organisent des séances de formation avec le personnel enseignant.



Les campagnes d'affichage organisées depuis 1993

A l'occasion de la « Journée Mondiale du Sida », proclamée par l'Organisation Mondiale de la Santé (OMS) le 1er décembre, la Division de la Médecine Préventive et Sociale de la Direction de la Santé organise chaque année des campagnes d'information et de sensibilisation à l'adresse du grand-public.

Les messages de prévention

Diffuser les messages-clés :

- ▶ « Le nombre de nouvelles infections HIV reste en progression »
- ▶ « Tout le monde est concerné »

Rappeler au grand public :

- ▶ qu'il n'y a pas de remède pour guérir le Sida
- ▶ qu'il faut continuer à se protéger
- ▶ qu'il faut rester prudent et adopter des comportements responsables

Expliquer les modes de transmission et les moyens de protection.

- ▶ Encourager la solidarité avec les personnes vivant avec le HIV/Sida
- ▶ et combattre la discrimination.

Il s'agit de maintenir l'attention sur le thème du Sida, de renforcer systématiquement les connaissances et d'encourager l'attitude positive vis-à-vis de l'utilisation du préservatif, car d'une part les générations de jeunes adultes se succèdent et d'autre part des nouvelles populations qui ne sont pas nécessairement informées arrivent dans le pays. Dès qu'un rappel n'est pas fait régulièrement, l'attention faiblit et les comportements à risques augmentent.



LE GOUVERNEMENT
DU GRAND-DUCHÉ DE LUXEMBOURG
Ministère de la Santé
Direction de la Santé



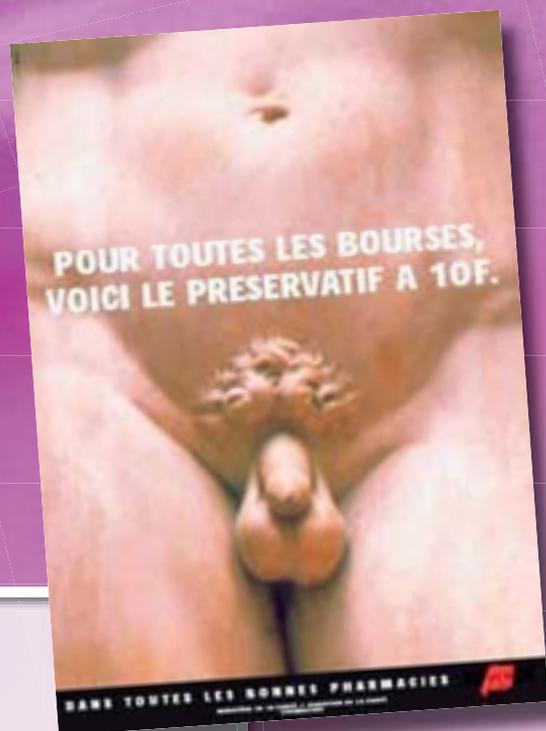
1995
Europe against Aids

Cette campagne européenne met le préservatif en évidence. Grâce au style de Folon (dessinateur belge), cette campagne s'adresse en premier rang aux jeunes pour promouvoir et dédramatiser l'utilisation du préservatif.



1997
Le préservatif

A l'occasion des vacances d'été, un visuel spécial est élaboré pour rappeler surtout aux jeunes l'importance de l'utilisation du préservatif lors d'éventuelles rencontres sexuelles éphémères.



1996
David

Destinée surtout aux jeunes qui n'utilisent pas assez le préservatif car il leur paraît trop cher ou reste trop tabouïté. L'objectif de cette campagne est donc de banaliser l'achat de préservatifs. Plus personne ne devrait se gêner de demander des préservatifs dans un magasin ou dans une pharmacie.

1998

Le préservatif dès la première fois

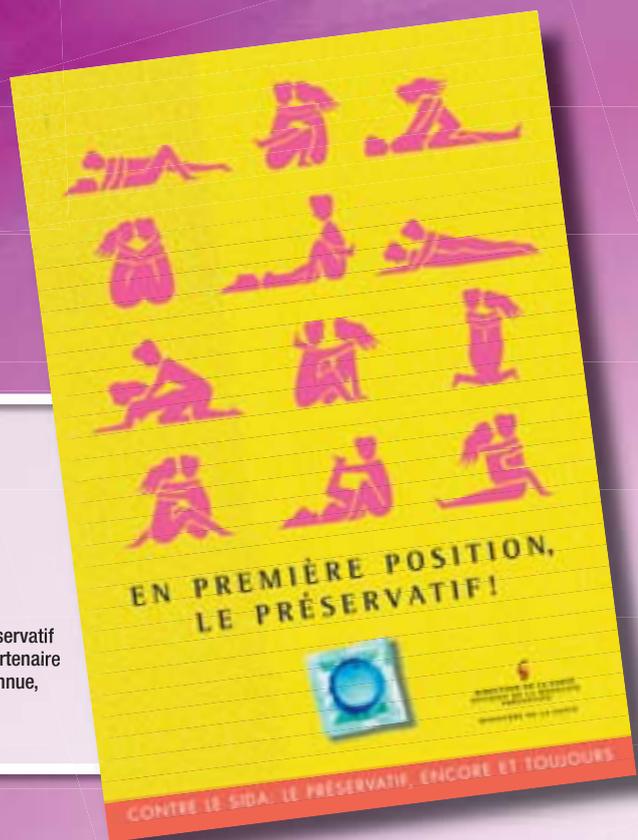
Trois affiches pour associer d'une manière humoristique l'acte sexuel et le préservatif. De plus, il faut motiver les femmes à exiger le port du préservatif de la part de leur partenaire.

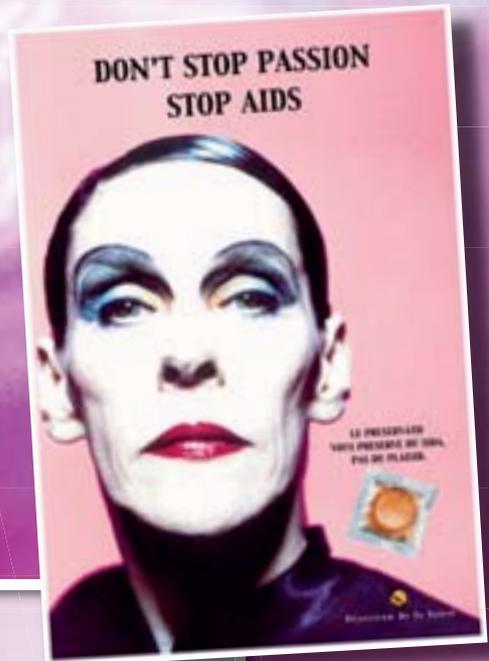
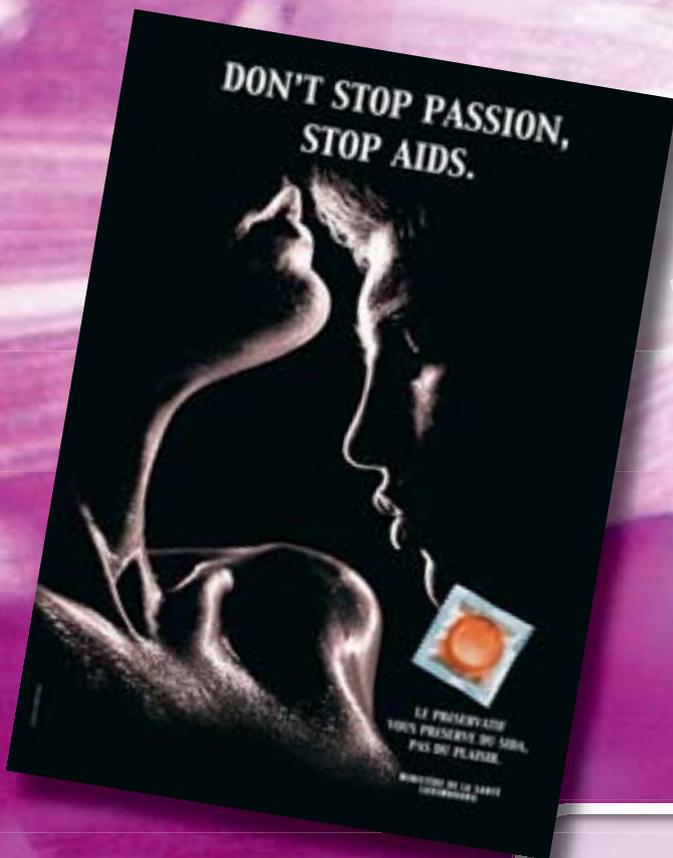


1999

Le préservatif en première position

Par cette campagne provocante, l'importance de l'utilisation du préservatif lors de tout acte sexuel avec un partenaire dont la séronégativité n'est pas connue, est soulignée.





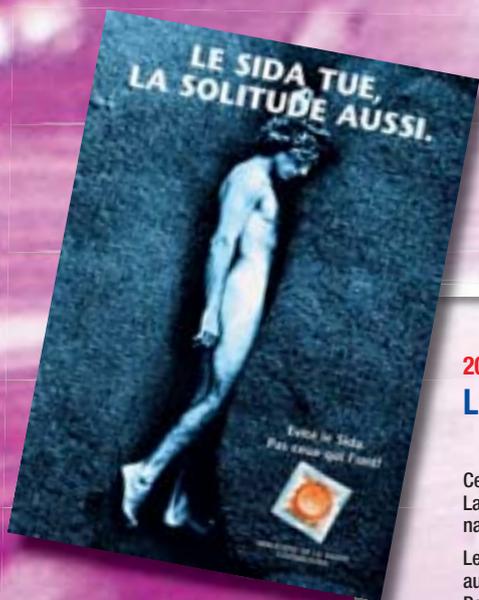
2000-2001

Don't stop passion, stop Aids

La trithérapie a endormi la vigilance. Il faut donc choquer pour réveiller l'attention. Actuellement les rapports hétérosexuels sont à l'origine de la majorité des nouvelles infections : Tout le monde est concerné par le Sida.

« La passion amoureuse » et « le port du préservatif » ne sont pas incompatibles.





2002

La solidarité

Cette campagne reprend le thème de l'OMS : La lutte contre la stigmatisation et la discrimination des personnes vivant avec le HIV/Sida.

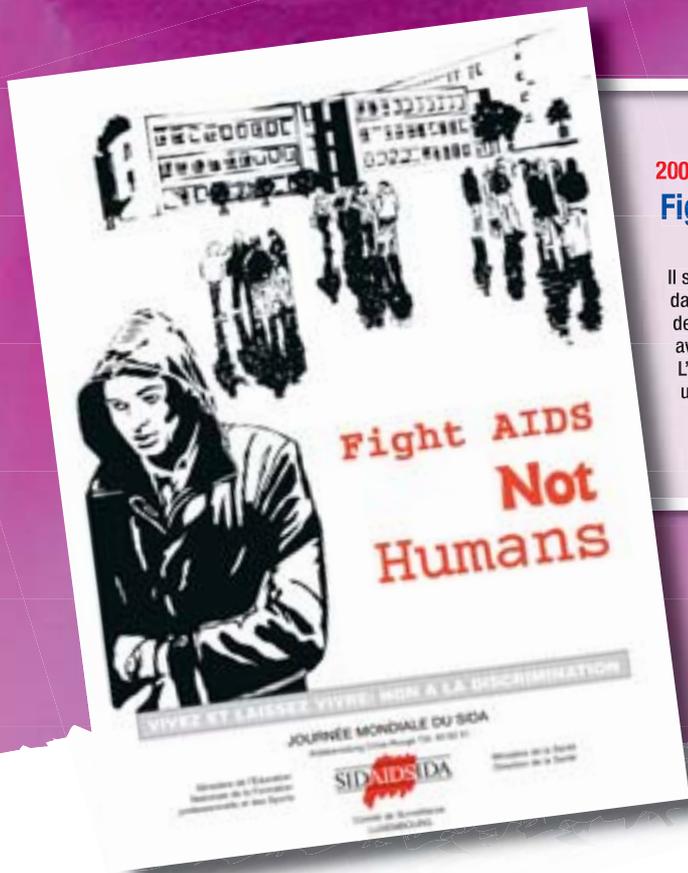
Les deux slogans « Le sida tue, la solitude aussi » en 2002, ainsi que « Evite le sida. Pas ceux qui l'ont » en 2003, montrent l'exclusion sociale des personnes séropositives et encouragent un climat de tolérance et de solidarité.



2003

Fight Aids Not Humans

Il s'agit de la réalisation d'une affiche par des élèves dans le cadre d'un concours d'affiches dans les écoles de l'enseignement secondaire, en collaboration avec le Script (Ministère de l'Education Nationale). L'affiche gagnante a été exposée pendant une semaine dans les abribus.





2004

Le préservatif. Plus que jamais !

La vigilance a baissé. Le Sida revient en force. Jamais il n'y a eu autant de cas nouveaux au cours d'une année. Le préservatif est mis en évidence d'une manière simple et humoristique, pour rappeler clairement son usage.

2005

World Aids Day is every day

Tout indique une fois de plus que l'épidémie est en progression constante 62 % des nouvelles infections se font par des rapports hétérosexuels.

La campagne 2005 a été placée sous le signe de la mobilisation. Un vaste concours de slogans, graphiques et logos relatant des messages de prévention HIV/Sida a été lancé sur les ondes radio, par l'intermédiaire de la presse écrite et dans les écoles. Les visuels gagnants ont été imprimés sur des t-shirts et mis en vente par les bénévoles de Stop Aids Now.

