

# Campagne régionale de prévention des ITSS : utiliser l'humour et les médias sociaux pour prévenir les ITSS à Laval

Auteure : Samantha Laferté, sexologue,  
Direction de santé publique, CISSS de Laval

## RISQUE Stupide

risquestupide.ca

## 1 CONTEXTE

### Une hausse chez les jeunes

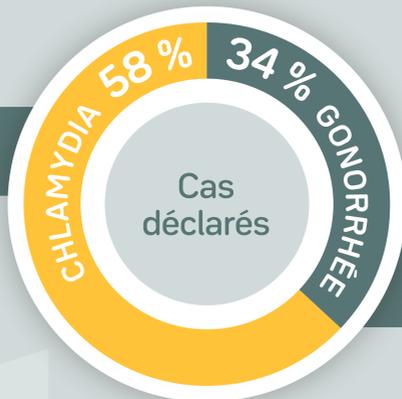
Inquiète de la hausse constante des ITSS, la Direction de santé publique a lancé, le 21 novembre 2018, la campagne Risque stupide.

**Les objectifs :** sensibiliser les jeunes aux ITSS, démystifier le dépistage et faire la promotion du port du condom.



#### Chiffres inquiétants

En 2018, les jeunes de moins de 25 ans représentent :  
58 % des cas déclarés de chlamydia  
34 % des cas déclarés de gonorrhée



#### Pointe de l'iceberg

Ces chiffres sont la pointe de l'iceberg, car plusieurs cas ne sont ni détectés ni déclarés, ces infections étant souvent asymptomatiques.

## 2 MÉTHODE



### Groupes de discussion

- Jeunes de 15 à 25 ans
- Parents
- Professionnels en santé et services sociaux



### Campagne audacieuse et intégrée

Mettant l'accent sur une série de trois vidéos humoristiques présentant un jeu télévisé fictif où le concurrent est placé dans une situation extrême à laquelle personne ne voudrait se soumettre. Pourtant, chaque situation correspond au même type de risque que l'on prend lors d'une relation sexuelle non protégée ou sans dépistage.

### Outils de communications

- Production d'affiches pour milieux scolaires et organismes communautaires
- Création d'un site Web, d'une page YouTube et Facebook
- Offensive dans les médias sociaux : achat média sur les plateformes YouTube, Facebook et Instagram
- Conception d'une image de marque pour kiosques et de trousse ITSS



### Kiosques d'information et de dépistage

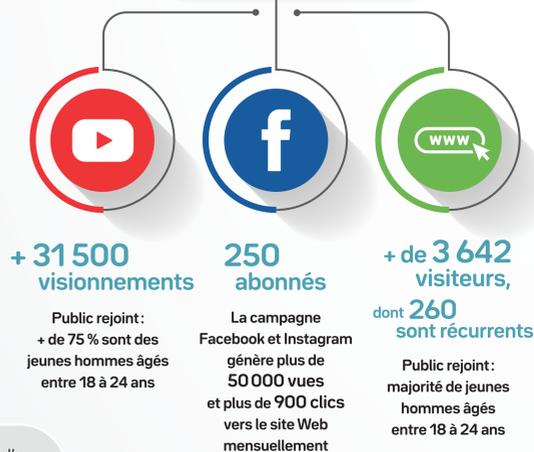
- Écoles secondaires de 2<sup>e</sup> cycle
- Centres de formation professionnelle et de formation aux adultes
- Collège Montmorency
- Campus Laval de l'Université de Montréal

## 3 RÉSULTATS

### Tournée 2018-2019

- 30 kiosques de dépistage
- 1 900 jeunes rejoints
- 459 dépistages effectués sur place
- 800 affiches promotionnelles diffusées
- 700 trousse ITSS distribuées

### Une campagne préférée par les jeunes hommes



### Une campagne reconnue

Certificat d'excellence au concours Flèches d'or 2019 de l'Association Marketing Québec, dans la catégorie meilleure campagne, communications



## 4 CONCLUSION



- Pour améliorer la santé sexuelle des jeunes et diminuer les barrières d'accès aux services :
  - les rejoindre avec des moyens adaptés à leur réalité
  - être présents dans leur environnement et sur les médias sociaux
- Poursuite de la campagne en 2019-2020, notamment avec de la publicité dans les médias sociaux, l'approche de nouveaux milieux jeunesse et de nouveaux outils promotionnels.
- Évaluation de la campagne en cours.



Pour en savoir plus sur la campagne :  
risquestupide.ca

Centre intégré  
de santé  
et de services sociaux  
de Laval

Québec