

BABEL

STRATEGIE ET CREATION

COMMUNIQUÉ DE PRESSE
LE 20 NOVEMBRE 2020

« VIVRE AVEC LE VIH, C'EST D'ABORD VIVRE » Santé publique France lance avec Babel une campagne de changement de regard vis-à-vis des personnes vivant avec le VIH

**SOUS EMBARGO JUSQU'AU 1^{ER} DÉCEMBRE 2020, DATE DE DIFFUSION DE LA
CAMPAGNE**



À l'occasion du 1^{er} décembre, **Journée internationale de lutte contre le sida**, Santé publique France prend la parole avec une nouvelle campagne d'information et de sensibilisation, imaginée par l'agence Babel.

Si l'épidémie du sida n'est pas révolue, il existe des moyens pour contenir la propagation du VIH. Et notamment, au-delà du préservatif, deux moyens plus récents : le **TasP** (*Treatment as Prevention* en anglais) et la **PrEP** (*Prophylaxie Pré-Exposition*).¹

Malgré ces avancées médicales et scientifiques, les comportements et les regards peinent à suivre.

En effet, les perceptions à l'égard des personnes vivant avec le VIH semblent encore parfois figées dans les années 90. D'une part, elles alimentent des **comportements sérophobes** et la mise à distance du risque. Et d'autre part, elles questionnent la vision qu'une personne vivant avec le VIH peut avoir d'elle-même : un sentiment de culpabilité et/ou encore de honte d'être potentiellement séropositif, alors qu'elle est pourtant une victime.

¹ : voir encadré en fin de communiqué pour plus de détails sur le TasP et la PrEP.

C'est donc pour continuer à **déconstruire les préjugés encore associés aux personnes vivant avec le VIH**, et pour sensibiliser le grand public à l'existence de ces traitements que Babel a imaginé une campagne percutante, qui clame haut et fort « *Vivre avec le VIH, c'est d'abord vivre* ». En effet, une personne vivant avec le VIH ne doit être réduite à son statut sérologique.

À travers **5 visuels**, la campagne donne à voir des **moments de vie** de personnes vivant avec le VIH : des moments anodins qui montrent qu'être séropositif ne s'oppose pas au fait d'avoir une vie sociale, une vie amoureuse, une vie familiale avec des enfants, une sexualité sereine. On peut être tout à la fois « *séropositif* » et « *populaire* », « *séropositif* » et « *possessif* », « *polisson* », « *popstar* » ou encore « *poétique* »...

La campagne est diffusée depuis le 30 novembre 2020 et pour un mois en affichage print et digital, sur le web et dans la presse. La campagne renvoie vers le [site sida-info-service.org](https://www.sida-info-service.org).

POUR ACCÉDER AUX VISUELS DE CAMPAGNE, [CLIQUER ICI](#)

Fiche technique

Photographe : Nicolas Kuttler (Producteur : Yohannes Cousy)

Agence de création : Babel

- Directeur de création : Jean-Laurent Py
- Directeur artistique : Julian Brice
- Concepteur-rédacteur : Benjamin Coché
- Brand manager : Nicolas Kabassakalis
- Directrice de clientèle : Coline Moreau
- Cheffe de projet : Hapsa Dia

Achat d'art : Ophélie Seri

Agence média : Dentsu Aegis Network

Santé publique France :

- Directrice adjointe Direction de la prévention et promotion de la santé : Claudine Tanguy
- Responsable de l'Unité Santé sexuelle : Nathalie Lydié
- Chargé de Communication et Marketing social : Nicolas Étien

CONTACT PRESSE

Maud PAGET

Chargée de communication

maud.paget@agencebabel.com

T + 01 53 00 11 86