



Communiqué de presse - Paris, le 29 novembre 2021

## UNFORGETTABLES : Sidaction et The Good Company rappellent aux jeunes les scènes de sexe à ne jamais oublier

[www.unforgettable.fr](http://www.unforgettable.fr)

A l'occasion de la Journée mondiale de lutte contre le Sida le 1<sup>er</sup> décembre, Sidaction alerte sur la nécessité d'intensifier les programmes de prévention et d'éducation à la sexualité des jeunes alors que les dépistages du VIH/sida ont chuté en raison de la crise sanitaire. Pour sensibiliser les jeunes, Sidaction et The Good Company lancent UNFORGETTABLES un jeu où les scènes de préservatifs ont été insérées dans des scènes de sexe de films et séries cultes.



### VIH/sida : l'éducation sexuelle des jeunes, une priorité oubliée.

13% des nouvelles découvertes de séropositivité concernent les jeunes de moins de 25 ans<sup>[1]</sup>, un chiffre qui malheureusement ne baisse pas depuis plusieurs années.

« Les jeunes entendent peu parler du VIH, notamment à l'école. Les séances d'éducation à la sexualité sont obligatoires en théorie, mais dans la pratique leur mise en place est insuffisante » explique Florence Thune, directrice générale de Sidaction.

Selon un sondage Ifop pour Sidaction<sup>[2]</sup>, 33% des jeunes interrogés estiment être mal informés sur le VIH/sida, soit une augmentation alarmante de 22 points par rapport à 2009. Seuls 34% des jeunes sexuellement actifs déclarent avoir utilisé systématiquement un préservatif lors d'un rapport sexuel (-9 points par rapport à 2020).

*« Il est urgent de mettre en place une éducation complète à la sexualité en contexte scolaire et dans les structures recevant des adolescent.e.s et des jeunes non scolarisé.e.s. Tous les sujets doivent être abordés : découverte de son corps, consentement, infections sexuellement transmissibles, incitation au dépistage, variété des moyens de prévention, orientations sexuelles... Il faut amener les jeunes à parler entre eux, à exprimer ce qui les intéresse et, à partir de ce dialogue, surviendront les questions de prévention »* conclut Florence Thune.

## **UNFORGETTABLES : Sidaction et The Good Company remettent les préservatifs à l'écran pour faire une piqûre de rappel auprès des jeunes**

Face à ce manque d'information auprès des jeunes, Sidaction et The Good Company lancent *UNFORGETTABLES*, un jeu de sensibilisation où les scènes de préservatifs ont été insérées dans des scènes de sexe de films et séries cultes.

Titanic, Ghost, Twilight... Nos films et séries préférés sont souvent accompagnés de scènes de sexe qui nous marquent longtemps. Pourtant, il y a un geste essentiel qu'elles ont oublié de laisser dans notre mémoire... Pour y remédier, Sidaction vient en aide à ces œuvres tant aimées pour les rendre plus responsables et pédagogiques.

Que ce soit en ligne ou en salle, les jeunes n'ont jamais eu autant accès à des films et des séries. Or dans les inoubliables et mythiques scènes de sexe, on ne voit presque jamais les personnages utiliser un préservatif ou un autre moyen de prévention. C'est pourtant la seule manière de se protéger efficacement contre le virus.

**Afin de rappeler ce geste si simple et si important, Sidaction lance UNFORGETTABLES. Un jeu où des séquences d'utilisation de préservatifs ont été recréées et insérées dans des scènes de sexe cultes de films et séries populaires. Dans ce jeu, les jeunes internautes sont invités à deviner à quel film ou quelle série correspond la scène qu'on ne devrait jamais oublier. Un moyen ludique de faire passer un message essentiel.**

La médiatisation du jeu et du dispositif sera assurée par Values Media à partir du 1<sup>er</sup> décembre en digital, sur les réseaux sociaux et par des relais influenceurs.

Un lien redirige ensuite vers une page d'informations complémentaires sur les différents moyens de se protéger du VIH, telle que la PrEP.

**Rendez-vous sur [www.unforgettables.fr](http://www.unforgettables.fr) et découvrez quels films/séries se cachent derrière la scène à ne jamais oublier.**

[1] Source : Santé publique France – Données pour la période janvier 2019- septembre 2020

[2]<https://presse.sidaction.org/communique/208484/Sondage-lfop-Les-jeunes-l-information-prevention-du-sida-degradation-continue-connaissances-amplifiee-par-crise-de-Covid-19>

## FICHE TECHNIQUE

### NOM CAMPAGNE : Unforgettable

### ANNONCEUR : Sidaction

Responsables annonceur : Bérénice Pierson, Florence Thune, Alexandre Jalbert

### AGENCE : The Good Company

Responsables agence : Luc Wise, Julien Quidor dit Pasquet

Responsables de la Création : Fabien Gailleul, Hadi Hassan-Helou, Philippe Pioli-Lesesvre

Directeur artistique : Eva Huguet

Copywriter : Joëlle Elhajj

Planning stratégique : Nina Kurose, Lisa Gache

Chef de projet : Lisa Buisson, Adel Heddadi

TV Productice : Barbara Vaira

Responsable RP : Pauline Germain

### PRODUCTION TV : Gang Life

Réalisateur : Dimitri Grimblat

Directeur de production : Etienne Druilhe

Assistante de production : Maude Demetrau Préveaux

Directeur de la photographie : Olivier Guerbois et Edwin Broyer

1er assistant caméra : Valentin Cornot

Accessoiriste : Yann Le Goff

Chef Monteuse: Stéphanie Pélissier

Étalonneur: Baptiste Vieillard

Étalonnage : Everest Studio

Post Production: Bandapart

Directeur de post production: Julien Daniel

Assistants de post production: Clémence Gasnier & Maude Girard

Production son: Octopus Production

Réalisatrice son : Claire Paillot

Sound design: Kevin Langlois

Mixage: Christophe Chauvet

### PRODUCTION SITE : CPTN

Creative-developper : Jacques Decazes

### A PROPOS DE THE GOOD COMPANY

Née en janvier 2019, The Good Company est une agence créative et responsable de naissance qui s'adresse aux marques qui souhaitent développer une communication plus responsable. Parce que la communication des marques aujourd'hui relève autant des actes que de la parole, l'offre de The Good Company est structurée autour de deux piliers : le Conseil et la Création. Agence citoyenne et engagée, The Good Company est en cours de certification B-Corp et également membre de 1% for The Planet. Les salariés détiennent 20% du capital de l'agence, quel que soit leur niveau hiérarchique. Convaincue que la créativité peut être un levier puissant du changement, The Good Company entend concilier une forte exigence créative et stratégique avec une forte exigence sociétale et environnementale.

Pour en savoir plus : [www.thegoodco.fr](http://www.thegoodco.fr)

### Contact presse The Good Company

Pauline Germain - 40 hertz - pauline.germain@40hertz.fr - 06 07 54 69 72

### A PROPOS DU SIDACTION

Depuis plus de 25 ans, Sidaction fonde son existence sur un principe essentiel : réunir la recherche et le milieu associatif. Ainsi, Sidaction finance aussi bien des programmes de recherche que des associations de prévention du VIH ou d'aide aux personnes vivant avec le VIH, en France et à l'international. Sidaction est la seule association de lutte contre le sida à soutenir la recherche en France. Afin de collecter des fonds, l'association organise chaque année le Sidaction, une opération unique rendue possible grâce à la mobilisation de 31 médias pendant 3 jours et à l'engagement de milliers de bénévoles dans toutes les régions de France.

### Contact Presse Sidaction :

Aurélié Defretin – Responsable médias : a.defretin@sidaction.org –06.73.21.63.97

Romain Gattet – Attaché de presse : r.gattet@sidaction.org – 01.53.26.45.39

Camille Boisson – Attachée de presse : c.boisson@sidaction.org – 01.53.26.45.36

