



Cum Prepared : amusez-vous, on vous couvre !

Durex et VICE brisent les tabous sur le préservatif avec une vidéo très « fraîche » :
<https://bit.ly/2HoLbTs>

Le nombre d'Infections Sexuellement Transmissibles (IST) explose en Belgique. En 15 ans, le nombre de cas de chlamydia rapporté a été multiplié par 7, celui de syphilis par 20, et la gonorrhée par 5¹. Face à cette recrudescence des IST, surtout parmi les jeunes de 15 à 30 ans, Durex et VICE s'associent aux artistes hollandais Van Santen & Bolleurs afin de sensibiliser les jeunes au port du préservatif qui reste l'unique moyen de prévenir une IST et briser les tabous qui lui collent à la peau. Et cela grâce à une vidéo très fraîche, légère et débordant d'humour, qui met en scène des fruits et légumes dans leur découverte du sexe : et oui... c'est aussi sexy de manier le préservatif aussi bien que son joystick de jeu vidéo !

Quoi de plus sexy que de prendre les choses en main?

Apprendre à manier l'art du préservatif sur sa belle aubergine, sa longue banane, son chicon charnu, son élégant poireau ou son grand concombre, pas toujours évident quand on fait ses premiers pas dans la sexualité, et pourtant si important ! C'est dans cet univers très frais et pourtant suggestif et sexy aux couleurs et matières sensuelles sans jamais être offensif qu'ont choisi Durex et VICE de sensibiliser les jeunes. A travers plusieurs vidéos réalisées par les artistes hollandais Van Santen & Bolleurs, on suit de jeunes fruits et légumes à la découverte l'un de l'autre accompagnés d'une voix plus expérimentée qui les guide et leur rappelle l'importance du préservatif grâce à des métaphores amusantes. A la fin, les jeunes fruits et légumes sont désormais prêts à faire l'amour en toute sécurité sans rien retirer au romantisme du moment : amusez-vous on vous couvre.

Un besoin important de convaincre les jeunes à l'utilisation du préservatif

Une enquête récente montre que plus de 2 Belges sur 3 n'utilisaient toujours pas de préservatif 2018². Or, en 15 ans, le nombre de cas rapportés d'IST en Belgique n'a fait qu'augmenter. La chlamydia est l'IST la plus fréquente en Belgique, suivie de la gonorrhée et de la syphilis³. Souvent, ces IST ne présentent aucun symptôme mais peuvent pourtant mener à des conséquences très graves. Leur contamination est principalement liée à des relations sexuelles sans préservatif et 34% des Belges à en

¹ Source: Sciensano

² Selon une étude menée par le bureau d'enquête Ipsos en janvier 2019 auprès un échantillon représentatif de 1082 Belges

³ Source: Sciensano



être atteints ont moins de 25 ans. C'est pourquoi rappeler constamment les messages de prévention autour des IST grâce à l'utilisation du préservatif reste primordial, et principalement auprès des jeunes afin de briser les tabous et convaincre les jeunes à l'intégrer dans leurs rapports sexuels.

« Apporter une touche d'humour dans la sensibilisation au port du préservatif chez les jeunes était très intéressant pour nous. Briser les tabous qui gravitent autour du préservatif en utilisant un ton et des images amusantes nous a semblé être la façon la plus adaptée de faire passer un message positif sur le préservatif. Et surtout car utiliser le préservatif veut aussi dire prendre les choses en main, être prêt et être maître de son destin et ça aussi c'est sexy ! » expliquent Van Santen & Bolleers, les deux artistes hollandais réalisateurs des vidéos de sensibilisation.

« En tant que première marque de préservatif, informer et sensibiliser au port du préservatif fait partie intégrante de notre mission. On voit encore une utilisation trop faible du préservatif chez les jeunes, c'est pourquoi nous avons décidé de communiquer de façon différente sur l'importance du préservatif grâce à des allusions et des images funs, colorées et amusantes en espérant enfin normaliser l'usage du préservatif » explique Mathias Gaquière, Directeur Marketing de Reckitt Benckiser Benelux.

« On voit malheureusement que les IST's sont un problème majeur chez les jeunes. Avec la campagne 'Cum Prepared', VICE a partagé avec Durex ses connaissances sur cette audience difficile à atteindre afin de pouvoir leur faire passer un message important » ajoute Naique Tanate, Directeur Général de VICE+ Benelux.

La première vidéo de la série « CUM PREPARED » intitulée « Un peu d'entraînement » mettant en scène une jeune aubergine et une jeune pêche sort dès aujourd'hui sur le site web de VICE : https://www.vice.com/fr_be/partners/durex-cum-prepared

Retrouvez les deux autres vidéos sur cette même plateforme en juin et juillet.

A propos de Durex

Durex® s'attache à promouvoir le sexe en toute sécurité pour tous les amoureux du monde entier. Depuis plus de 80 ans, Durex fait de l'épanouissement sexuel sa mission première et souhaite innover chaque jour en proposant de nouveaux produits qui améliore l'expérience sexuelle et aide les couples à se rapprocher et aller plus loin ensemble. Sensibiliser, prévenir et éduquer fait également partie intégrante de sa mission. Durex est une marque du groupe Reckitt Benckiser. Plus d'informations sur www.durex.be

Contacts presse

TBWA PRIDE – Sophie Boving – sophie.oving@pr-ide.be – 0494 58 60 58

TBWA PRIDE – Tine Clauwaert – tine.clauwaert@pr-ide.be – 0471 43 62 01