Bundesamt für Gesundheit
Dienst Kampagnen
3003 Bern
Tel. 031/323 87 11
Fax 031/323 87 99

Office fédéral de la santé publique
Service des campagnes
3003 Berne
Tél. 031/323 87 11
Fax 031/323 87 99

Ufficio federale della sanità pubblica
Servizio campagne
3003 Berna
Tel. 031/323 87 11
Fax 031/323 87 99

Aids-Hilfe Schweiz
Konradstrasse 20
Postfach 141
8031 Zürich
Tel. 01/273 42 42
Fax 01/273 42 62

Aide Suisse contre le Sida
Konradstrasse 20
Case postale 141
8031 Zurich
Tél. 01/273 42 42
Fax 01/273 42 62

Aiuto Aids Svizzero
Konradstrasse 20
Casella postale 141
8031 Zurigo
Tel. 01/273 42 42
Fax 01/273 42 62

STOP SIDA

Eine Präventionskampagne des Bundesamtes für Gesundheit, in Zusammenarbeit mit der Aids-Hilfe Schweiz.
Une campagne de prévention de l'Office fédéral de la santé publique, en collaboration avec l'Aide Suisse contre le Sida.
Una campagna di prevenzione dell'Ufficio federale della sanità pubblica, in collaborazione con l'Aiuto Aids Svizzero.





Die STOP AIDS-Kampagne geht fremd

Die STOP AIDS-Kampagne geht fremd – die Kampagne thematisiert im Sommer 1998 auf Plakaten und in TV-Spots den Seitensprung. Die Kampagne mit Tabubrecher-Funktion wagt damit einen weiteren wichtigen Schritt und verkündet an die gesamte Bevölkerung der Schweiz: «Kein Seitensprung ohne Präservativ.»

Seit 1986 informiert die STOP AIDS-Kampagne die heterosexuelle Bevölkerung auf Plakaten, in TV-Spots und mit Inseraten über die HIV-Risiken und deren Schutzmöglichkeiten. Dabei berührt sie auch immer mehr oder weniger tabuisierte Bereiche. Auch diesen Sommer nimmt sich die STOP AIDS-Kampagne mit dem Seitensprung eines Themas an, das gesellschaftliche Realität und Tabu zugleich ist.

Warum dieses Thema?

Gibt es aus HIV-präventiver Sicht überhaupt eine Notwendigkeit, sich mit dem Seitensprung zu beschäftigen?

Dafür sprechen allein schon die epidemiologischen Daten[1]. Seit einigen Jahren nimmt der Anteil durch heterosexuelle Kontakte verursachter Infektionen kontinuierlich zu und hat Ende 1997 erstmals die 50%-Grenze überschritten.

Abgenommen hat der Anteil auf intravenösen Drogenkonsum zurückgeführter Neuinfektionen (15%, Ende 1997), während der auf homosexuelle Kontakte zurückgeführte Anteil an den Neuinfektionen relativ konstant blieb (27%).

Beziehung, Sex und Lügen

Selbstverständlich gehen nicht alle Neuinfektionen bei Heterosexuellen auf flüchtige Kontakte ausserhalb fester Beziehungen zurück. Da der Seitensprung aber eine unleugbare Tatsache ist und weil «beim Springen nach der Seite» auch nicht immer ein Präservativ verwendet wird, haftet ihm jedoch ein relevantes HIV-Infektionsrisiko an.

Nach einer vom Institut für Sozial- und Präventivmedizin der Universität Lausanne 1994 durchgeführten Telefonbefragung[2] hatten rund 6% der verheirateten Männer in den vergangenen sechs Monaten mindestens einen sexuellen Kontakt mit einer Gelegenheitspartnerin oder einem Gelegenheitspartner. Etwa gleich hoch liegt der Anteil bei nichtverheirateten Männern, die mit ihrer Partnerin zusammenleben (5,5%). Sogar 15,2% bestätigen mindestens einen sexuellen Gelegenheitskontakt innerhalb der vergangenen sechs Monate, wenn Männer befragt werden, die eine feste Partnerschaft leben, jedoch nicht mit ihrer Partnerin zusammenleben.

Ähnliche Resultate ergaben sexualwissenschaftliche Studien aus anderen Ländern[3]: Verheiratete Personen aller Altersgruppen haben in

[1] Bundesamt für Gesundheit, HIV und Aids in der Schweiz – Stand Ende 1997, Bulletin BAG 1998, Nr. 5, S. 19–22

[2] Institut de médecine sociale et préventive de l'Université de Lausanne, Enquête téléphonique population générale 1994, F. Dubois-Arber, et al., Evaluation de la stratégie de prévention du sida en Suisse sur mandat de l'OFSP. 5e rapport de synthèse 1993–1995, Lausanne, IUMSP, 1997

[3] E. O. Laumann, J. H. Gagnon, R. T. Michael, and S. Michaels, The Social Organization of Sexuality – Sexual Practices in the United States, The University of Chicago Press, Chicago, 1994

A. M. Johnson, J. Wadsworth, K. Wellings, and J. Field, Sexual Attitudes and Lifestyles, Blackwell Scientific Publications, Oxford, 1994

A. Spira et al., Les comportements sexuels en France, Rapport au ministre de la Recherche et de l'Espace, La documentation française, Paris, 1993

den jeweiligen Untersuchungszeiträumen häufiger nur mit einem Partner sexuelle Kontakte gehabt als solche Personen, die in eheähnlichen Beziehungen leben. Besonders deutlich ist der Unterschied zwischen den Verheirateten und denjenigen, die eine feste Beziehung, aber keinen gemeinsamen Wohnsitz haben.

Treue, Sicherheit und Schweigen

Über den Seitensprung wird in der Regel jedoch mit dem festen Partner oder der festen Partnerin nicht gesprochen. Innerhalb von festen Beziehungen werden sexuelle Kontakte mit Dritten vielmehr meist tabuisiert. Es hört sich paradox an: Auch diejenigen, die fremdgehen, orientieren sich offenbar an einer Vorstellung, aufgrund deren Liebe und Treue zusammenfallen. Unter solchen Voraussetzungen wird ein flüchtiger sexueller Kontakt ausserhalb einer bestehenden Beziehung wie ein Verrat an der Liebe erlebt, und zwar auch von den fremdgehenden Partnern. Um mit diesem Verrat besser zurechtzukommen, werden die flüchtigen sexuellen Kontakte als bedeutungslos eingestuft – nicht ohne Folge für die Einschätzung eines mit ihnen verbundenen HIV-Risikos. Das als unbedeutend Erlebte kann in der Vorstellung nur schwer mit so etwas Gravierendem, wie es das HIV-Risiko darstellt, in Verbindung gebracht werden. Somit wird in der Vorstellung auch das den sexuellen Gelegenheitskontakten anhaftende HIV-Risiko verleugnet.

Risikobewusstsein der Männer stärken

Die Verantwortlichen der STOP AIDS-Kampagne wollen bewusstmachen, dass der ungeschützte Seitensprung ein HIV-Infektionsrisiko in sich birgt. Dass sie damit eine heikle gesellschaftliche Diskussion anstossen, ist ihnen bewusst. Aber es ist nun mal Aufgabe einer HIV-Präventionskampagne, sich den sexuellen Realitäten zu stellen und zur Sprache zu bringen, was Männer und Frauen in ihren Beziehungen nur ungern ansprechen.

Männer, die verheiratet sind oder in einer festen Partnerschaft leben, sollen im Sommer 1998 dazu angeregt werden, beim Fremdgehen wenigstens das zu tun, was manche so gerne unterlassen: ein Präservativ zu gebrauchen. Frauen sollen gleichzeitig in ihrer Forderung nach dem Gebrauch des Präservativs durch die Kampagne unterstützt werden.

Plakate mit Slogans wie «Denk mal mit dem Kopf», «Du bist der Grösste. Aber nicht der Einzige», «Mit bist du nicht ohne», «Ohne Dings kein Bums» hängen ab 15. Juni 1998 an 3500 Stellen in allen Landesteilen. Begleitet wird der Plakataushang von TV-Spots, in denen der Seitensprung ebenfalls thematisiert wird. Diese werden ab 16. Juni geschaltet und ab Juli 1998 auch im Kino gezeigt.

Die STOP AIDS-Kampagne verfolgt nicht die Absicht, Männer, die fremdgehen, zu einem Geständnis zu bewegen oder den Seitensprung zu banalisieren. Es geht vielmehr darum, das Risikobewusstsein der Männer beim Fremdgehen und ihre Verantwortung sich selbst und ihren Partnerinnen gegenüber zu stärken.

Informationskampagne für Freier

In Ergänzung zur STOP AIDS-Kampagne wird die Aids-Hilfe Schweiz eine Informationskampagne für Freier durchführen. Dazu werden ab Herbst dieses Jahres über die Sexpresse die Kunden von Prostituierten angesprochen, ihren Teil der Prävention zu übernehmen und die Verantwortung nicht nur den Frauen zu überlassen.

FAZIT aus der repräsentativen Befragung zu STOP AIDS 1997:

«STOP AIDS-Kampagnen sind nach wie vor auf dem richtigen Weg. Sie besitzen Rückhalt bei der breiten Bevölkerung. STOP AIDS-Werbung wird dort geschätzt, wo sie witzig ist, neugierig macht, provokativ daherkommt, wahr ist, die Sache kurz und bündig auf den Punkt bringt, auf den ersten Blick verständlich erscheint und ins Auge sticht. Je mehr dieser Eigenschaften erfüllt sind, um so grösser das Involvement seitens Publikum.»

RGS Motiv- und Marktanalysen GmbH, Zürich

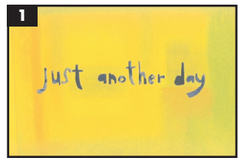
DENK MAL MIT DEM KOPF.

KEIN SEITENSPRUNG OHNE PRÄSERVATIV.

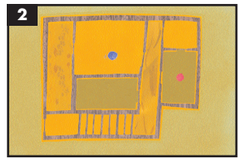
STOP AIDS

Eine Kampagne der Bundeszentrale für Gesundheitliche Aufklärung in Zusammenarbeit mit der Aidshilfe Schweiz

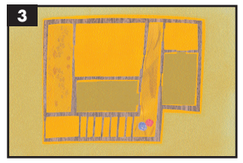
An einem Tag wie jedem anderen.
Un jour comme les autres.
In un giorno come un altro.



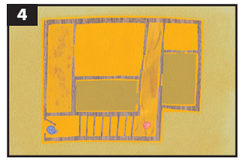
Schrifttafel mit dem Titel der Geschichte.
Tableau noir avec le titre de l'histoire.
In apertura compare il titolo della storia.



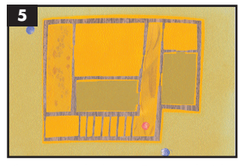
Wohnungsaufriss. Kofferschlösser klappen zu. Man hört Schritte über dem Parkettboden. Der blaue Punkt bewegt sich zum rosa Punkt.
Plan d'un appartement. Bruit d'une valise que l'on ferme. Bruit de pas sur un parquet. Le point bleu se rapproche du point rose.
Pianta di un appartamento. S'odono scattare serrature di valigie. Sul parchetto risuonano dei passi. Il punto azzurro si muove verso il punto rosa.



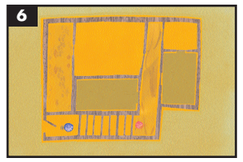
Man hört einen innigen Kuss. Die Tür geht zu, danach Treppengeräusche. Blau bewegt sich zum Ausgang.
Bruit d'un baiser langoureux. La porte de l'appartement se ferme, s'ensuit un bruit de pas dans l'escalier. Le point bleu avance vers la sortie de l'immeuble.
Si sente lo schiocco di un bacio appassionato. La porta si chiude. Rumore di passi nelle scale. Azzurro si muove verso la porta.



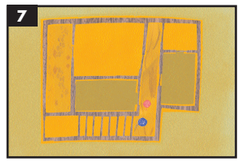
Die Haustüre geht auf und zu, und Blau verschwindet vom Bildschirm. Flugzeuggeräusche.
La porte d'entrée de l'immeuble s'ouvre puis se ferme; le point bleu disparaît de l'écran. Bruit d'avion.
La porta si apre e si chiude; Azzurro sparisce dallo schermo. Sibilo di un aereo in partenza.



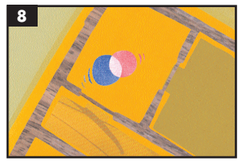
Rosa pfeift vor sich hin. Es wird Abend. Telefongeräusche. Verliebtes Gemurmel (kein Text). Der Hörer wird wieder aufgelegt.
Le point rose sifflote. C'est le soir. Bruit d'une discussion téléphonique, murmures amoureux (pas de paroles). On raccroche le combiné.
Rosa fischietta allegra. Si fa sera. Rumori di telefono. Teneri sussurri (senza parole). Si sente riappendere la cornetta.



Türglocke läutet. Rosa öffnet sofort. Treppengeräusche. Türöffnen. Türschliessen.
Sonnerie à la porte de l'immeuble. Rose (le point) ouvre aussitôt. Bruit de pas dans l'escalier. Une porte s'ouvre puis se ferme.
Suona il campanello. Rosa apre subito. Rumori sulle scale. Porte che si aprono e si chiudono.



Geschmuse. Geschmatze. Gekicher, während die beiden ins Schlafzimmer gehen.
Câlins, baisers, rires étouffés pendant que les deux points gagnent la chambre à coucher.
Moine, sbaciucchiamenti, risatine, mentre i due raggiungono la camera da letto.

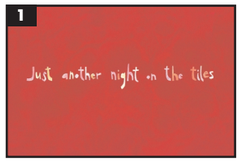


Man hört Stöhnen, Quietschen des Bettes. Die zwei Farben mischen sich. Die Kamera zoomt zu den beiden hin.
Gémissements, grincements de lit. Les deux couleurs se mélangent. La caméra zoome sur le couple.
Si sentono sospiri, gemiti e il cigolio del letto. I due colori si congiungono. La camera zooma sui due.



Die beiden sind zum Präservativ geworden. Abbinder taucht auf. Stop Aids.
Le couple s'est transformé en préservatif. Le logo apparaît. Stop Sida.
I due punti sono diventati un preservativo. Compare il logo. Stop Aids.

Ein ganz normaler Feierabend.
Un retour de bureau comme les autres.
Una normalissima serata.



Schrifttafel mit dem Titel der Geschichte.
Tableau noir avec le titre de l'histoire.
In apertura compare il titolo della storia.



Etablissement. Es ist Nacht. Strassengeräusche, Fussstapfen kommen immer näher.
Dans un bordel. C'est la nuit. Bruits de rue, bruit de pas toujours plus proches.
Casa d'appuntamenti. È notte. Si sente il traffico stradale. Passi che si avvicinano.



Treppengeräusche. Dreimaliges Klopfen. Tür schliesst sich.
Bruit de pas dans l'escalier. Trois coups frappés à la porte. La porte se ferme.
Rumore sulle scale. Si sente bussare tre volte. Una porta si chiude.



Rotes Licht geht an. Man hört klassische Musik, dazu leichtes Gestöhne. Die Punkte vereinen sich.
Une lumière rouge s'allume. Légers gémissements sur fond de musique classique. Les points s'unissent.
Si accende una luce rossa. Si sente della musica classica, inframmezzata da qualche sospiro. I punti si congiungono.



Licht geht wieder aus. Kurzes Gemurmel. Reges Gelaufe auf der Treppe.
La lumière rouge disparaît. Brefs murmures. Pas pressés dans l'escalier.
La luce si spegne. Mormorio, rumori di calpestio sulle scale.



Blau geht ins andere Zimmer. Licht geht an. Man hört schummrigen Sound und gedämpftes Stöhnen, dazu Quietschen des Bettes. Der nächste Blaue erscheint.
Bleu (le point) va dans l'autre chambre. La lumière rouge s'allume. Bruits étouffés, gémissements, grincements du lit. Un autre point bleu apparaît.
Azzurro si reca nell'altra camera. Si accende la luce. Si sente una melodia sentimentale, sospiri sommessi, il cigolio del letto. Sopraggiunge il prossimo Azzurro.



In beiden Zimmern Gestöhne. Alle Geräusche überschneiden sich.
Gémissements dans les deux chambres. Les bruits se chevauchent.
Sospiri e gemiti in entrambe le camere. Tutti i rumori si sovrappongono.

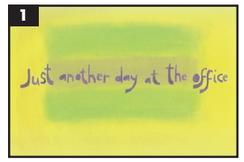


Blau geht wieder. Treppengeräusche, dazu Kuschelrock und Gestöhne. Rosa und Blau sind vereint. Die Kamera zoomt zu den beiden hin. Das Licht wird ausgeknipst.
Le premier point bleu s'en va. Bruit de pas dans l'escalier, sur fond de gémissements et de câlins. Le point rose et le (deuxième) point bleu sont unis. La caméra zoome sur le couple. La lumière s'éteint.
Azzurro se ne va. Rumori sulle scale, risuona un brano rock romantico, s'odono sospiri. Rosa e Azzurro sono congiunti. La camera zooma sui due. La luce si spegne.

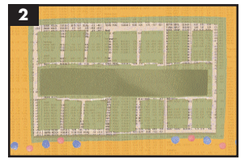


Die beiden sind zum Präservativ geworden. Abbinder taucht auf. Stop Aids.
Le couple s'est transformé en préservatif. Le logo apparaît. Stop Sida.
I due punti sono diventati un preservativo. Compare il logo. Stop Aids.

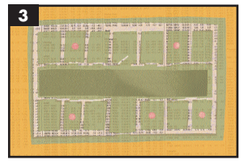
Ein ganz normaler Arbeitstag.
Un jour de travail comme les autres.
Una normalissima giornata di lavoro.



Schrifttafel mit dem Titel der Geschichte.
Tableau noir avec le titre de l'histoire.
In apertura compare il titolo della storia.



Bürosituation. Autogeräusche. Es ist noch leicht finster. Fussstapfen kommen immer näher.
Dans un bureau. Bruit des voitures. Le jour se lève. Bruit de pas toujours plus proches.
Pianta con numerosi uffici. Rumori di auto in arrivo. È ancora un po' buio. Rumore di passi che si avvicinano.



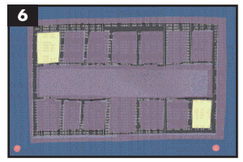
Viele Fussstapfen. Es wird heller. Man hört mehrere Computer aufstarten. Kaffeemaschinen mahlen. Türen öffnen und schliessen sich.
Bruit de pas en grande quantité. Il fait de plus en plus clair. On enclenche les ordinateurs. Bruit de la machine à café. Claquements de porte.
I passi si moltiplicano. Si fa sempre più chiaro. S'ode il suono di computer che s'accedono, macchine del caffè in funzione, porte che si aprono e si chiudono.



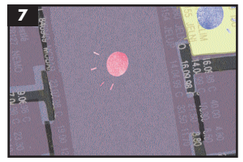
Geschäftige Töne, Telefone, Faxe, Kopierer, Gemurmel, Tippen von Schreibmaschinen.
On s'affaire, téléphones, fax, photocopieuses, machines à écrire, brouhaha.
Tipici rumori d'ufficio, telefoni, fax, fotocopiatrici, voci sommesse, il ticchettio di macchine da scrivere.



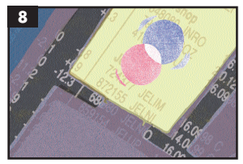
Langsam wird es Abend. Die Leute machen sich auf den Heimweg. Fussstapfen, Gerede usw.
La nuit tombe lentement. Les employés s'apprêtent à rentrer. Bruit de pas, brèves discussions, etc.
Lentamente si fa sera. La gente s'avvia verso casa. Passi, vociferare, ecc.



Die letzten Autos fahren davon. Nur noch zwei Personen sind da. Einige Zeit vergeht. Plötzliches Telefontippen/Klingeln. Kurzes Gemurmel.
Les dernières voitures s'en vont. Seules deux personnes sont encore dans leur bureau. Du temps passe. Soudain, on compose un numéro de téléphone… le téléphone sonne; brefs murmures.
Partono le ultime auto. Rimangono soltanto due persone. Passa un po' di tempo. Improvvisamente si sente comporre un numero telefonico. Un altro telefono suona. Mormorii.



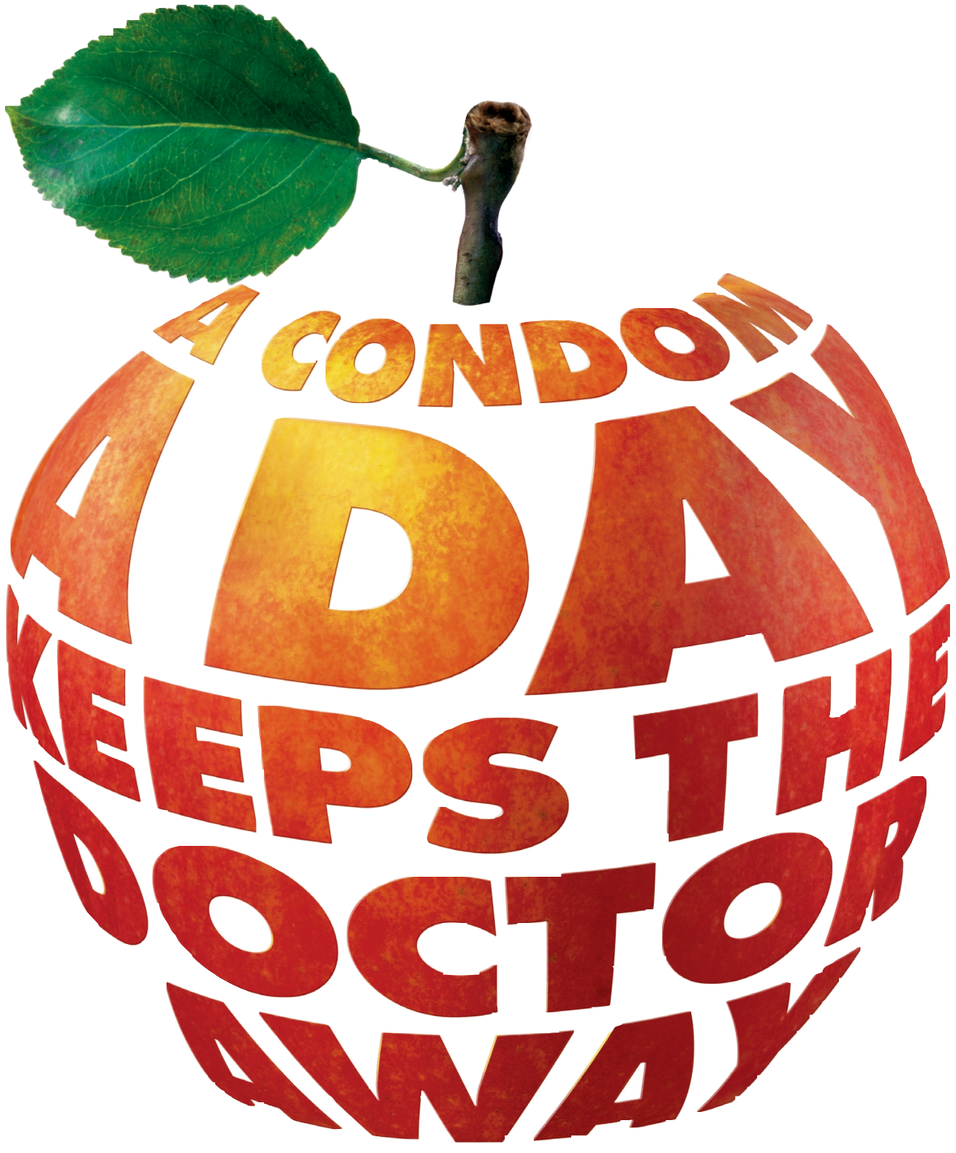
Licht geht aus. Fussstapfen zum anderen Büro.
La lumière s'éteint dans le premier bureau. Bruit de pas en direction du second bureau.
Una luce si spegne. Passi che si muovono in direzione dell'altro ufficio.



Licht geht aus. Man hört es kichern, schmusen, stöhnen, schnaufen usw. Die Kamera zoomt zu den beiden hin.
La lumière s'éteint dans le second bureau. Rires étouffés, mamours, gémissements, halètements, etc. La caméra zoome sur le couple.
L'altra luce si spegne. Si sente ridacchiare, pomiciare, sospirare, ansimare. La camera zooma sui due.



Die beiden sind zum Präservativ geworden. Abbinder taucht auf. Stop Aids.
Le couple s'est transformé en préservatif. Le logo apparaît. Stop Sida.
I due punti sono diventati un preservativo. Compare il logo. Stop Aids.



एड्स रोको

أوقفوا مرض
فقدان المناعة

STOP SIDA

ストップ
エイズ

停止艾滋病

STOP AIDS

A campaign of the Swiss Federal Office of Public Health, in cooperation with the Swiss Aids Federation

Die Prävention stärken

Während der 12. Welt-Aids-Konferenz, die vom 28. Juni bis 3. Juli in Genf stattfindet, richtet sich die STOP AIDS-Kampagne mit einem Sonder-Plakataushang gezielt an die Konferenzteilnehmer und -teilnehmerinnen.

Früher hiess es noch: «An apple a day keeps the doctor away». Heute lautet der Slogan: «A condom a day keeps the doctor away». Die STOP AIDS-Kampagne will damit den vorwiegend medizinisch-therapeutisch orientierten Konferenzbesuchern die unveränderte Wichtigkeit der HIV-Präventionsarbeit vor Augen führen.

In Anbetracht der besseren Behandlungsmöglichkeiten von Aids scheint die HIV-Präventionsarbeit vielerorts auf der gesundheitspolitischen Bühne an Wichtigkeit zu verlieren.

Die in Genf anwesende Weltpresse spielt eine wichtige Rolle als Multiplikator. Übertriebener Optimismus könnte die Prävention weltweit in Frage stellen. Zu einer Entwarnung besteht aber leider kein Anlass.

Rappeler l'importance de la prévention

Pendant la 12e Conférence mondiale sur le sida, qui aura lieu à Genève du 28 juin au 3 juillet, les responsables de la campagne STOP SIDA ont choisi de s'adresser aux participants au moyen d'une affiche spécialement conçue à leur intention.

Jouant sur le slogan bien connu «An apple a day keeps the doctor away», l'affiche diffuse un message plus actuel: «A condom a day keeps the doctor away». Les visiteurs de la conférence ont des préoccupations avant tout médicales et thérapeutiques. En placardant cette affiche, STOP SIDA entend leur rappeler que le travail de prévention du VIH garde une importance primordiale dans la lutte contre le fléau.

Suite aux progrès récents en matière de thérapies du sida, les responsables en santé publique semblent accorder de moins en moins d'importance au travail de prévention.

Una prevenzione maggiore

In occasione del 12° congresso mondiale sull'aids, che avrà luogo dal 28 giugno al 3 luglio prossimi a Ginevra, la campagna di STOP AIDS si rivolgerà ai partecipanti con un'affissione speciale.

Sui manifesti verrà riproposto il vecchio detto: «An apple a day keeps the doctor away (una mela al giorno leva il medico di torno)» nell'aggiornata versione di: «A condom a day keeps the doctor away (un profilattico al giorno leva il medico di torno)». La campagna di STOP AIDS desidera così ricordare ai congressisti, in prevalenza specialisti del ramo medico-sanitario, l'importanza della prevenzione anti-HIV.

In considerazione delle migliori possibilità di cura dell'aids, la prevenzione sembra qua e là perdere d'importanza negli ambiti sanitari e politici.

Campagne STOP SIDA 1998: gros plan sur les petites infidélités.

La campagne STOP SIDA de l'été 1998 franchit un nouveau pas en abordant un thème inédit: l'infidélité occasionnelle. Dès le mois de juin, des affiches et des spots TV clameront haut et fort la volonté de briser les tabous sous le mot d'ordre: «Infidèle en amour? Fidèle au préservatif.»

Depuis 1986, la campagne STOP SIDA met tout en œuvre pour informer le grand public sur les risques de contamination par le VIH et sur les moyens de s'en protéger. Ce faisant, elle aborde presque toujours des domaines plus ou moins «sensibles». L'été 1998 ne fera pas exception à la règle: en s'attaquant au thème de l'infidélité occasionnelle, la campagne STOP SIDA touche à une réalité sociale qui est également un sujet tabou.

Pourquoi l'infidélité?

Est-il vraiment nécessaire, du point de vue de la prévention du VIH, d'aborder le problème des aventures extraconjugales? Pour répondre à cette question, il suffit d'observer les données épidémiologiques[1]: depuis plusieurs années, la proportion de nouvelles infections par le VIH dues à des rapports hétérosexuels ne cesse de croître. A la fin 1997, elle a même dépassé pour la première fois la barre des 50%. Parallèlement, le pourcentage de nouvelles infections en rapport avec l'injection de drogues a connu un certain recul (15% à la fin 1997), tandis que la proportion de contaminations attribuées à des rapports homosexuels reste relativement stable (27%).

Sexe, mensonges et idéaux

Certes, tous les cas de nouvelles infections chez les hétérosexuels ne sont pas dus à des relations hors couple. Mais les infidélités sont une réalité qu'on ne peut pas nier. Et le fait que les maris ou les compagnons «volages» n'utilisent pas toujours de préservatif entraîne un sérieux risque de contamination par le VIH.

Selon une enquête téléphonique réalisée par l'Institut de médecine sociale et préventive de l'Université de Lausanne en 1994[2], environ 6% des hommes mariés reconnaissent avoir eu au moins un rapport sexuel avec une ou un partenaire occasionnel(le) durant les six derniers mois. Le pourcentage est à peu près le même chez les hommes célibataires qui vivent avec leur compagne (5,5%). Il est nettement plus élevé chez les hommes qui ont une relation fixe, mais ne vivent pas avec leur partenaire: 15,2% reconnaissent avoir eu au moins une aventure sexuelle au cours des six derniers mois.

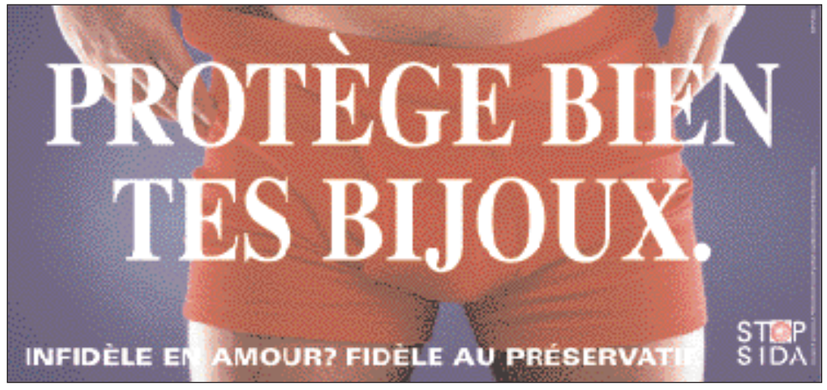
Plusieurs études de sexologues effectuées à l'étranger[3] ont donné des résultats similaires. Quels que soient le groupe d'âge et la période sur lesquels porte l'étude, les personnes mariées sont plus nombreuses à n'avoir eu qu'un seul partenaire sexuel que celles qui vivent en concubinage. La différence est là aussi particulièrement marquée entre les hommes mariés et ceux qui ont une partenaire «attitrée», mais ne partagent pas le même domicile.

[1] Office fédéral de la santé publique, VIH et sida en Suisse – Situation à la fin 1997, Bulletin BAG 1998, N° 5, p. 19–22

[2] Institut de médecine sociale et préventive de l'Université de Lausanne, Enquête téléphonique population générale 1994, F. Dubois-Arber, et al., Evaluation de la stratégie de prévention du sida en Suisse sur mandat de l'OFSP. 5e rapport de synthèse 1993–1995, Lausanne, IUMSP, 1997

[3] E. O. Laumann, J. H. Gagnon, R. T. Michael, and S. Michaels, The Social Organization of Sexuality – Sexual Practices in the United States, The University of Chicago Press, Chicago, 1994
A. M. Johnson, J. Wadsworth, K. Wellings, and J. Field, Sexual Attitudes and Lifestyles, Blackwell Scientific Publications, Oxford, 1994
A. Spira et al., Les comportements sexuels en France, Rapport au ministre de la Recherche et de l'Espace, La documentation française, Paris, 1993







Scènes de la vie conjugale

Le plus souvent, les «petits écarts de conduite» sont un thème qu'on préfère ne pas aborder au sein du couple. Les rapports sexuels avec des tierces personnes restent un sujet tabou. Non sans paradoxe d'ailleurs: même les personnes qui se permettent de petites libertés sur le plan sexuel ont de toute évidence une image du couple où amour rime obligatoirement avec fidélité. Vu sous cet angle, tout rapport sexuel épisodique en dehors d'une relation fixe est ressenti comme une trahison de l'amour, y compris par celui qui en est l'auteur.

Pour mieux «assumer» cette trahison, les personnes infidèles s'efforcent de minimiser la portée des relations de passage. Vécues comme des épisodes «sans importance», les aventures hors couple sont dès lors difficilement associées, dans l'esprit des gens, à un danger aussi sérieux que celui de la contamination par le VIH. En niant toute importance aux aventures d'un soir, on en vient à oublier qu'une relation non protégée peut avoir des conséquences dramatiques.

Renforcer la conscience du risque chez les hommes

La campagne STOP SIDA de l'été 1998 n'a qu'un but: faire prendre conscience aux hommes que toute aventure sans préservatif comporte un risque réel de contamination. Les responsables de la prévention savent bien qu'ils touchent là à une question de société particulièrement sensible. Mais une campagne de prévention du VIH digne de ce nom ne doit pas se voiler la face devant les réalités sexuelles; elle doit aborder de front les questions que les partenaires, hommes et femmes, évitent le plus souvent au sein du couple.

L'objectif est donc d'inciter les hommes mariés ou ceux qui vivent dans une relation fixe, au cas où ils auraient une aventure, à faire ce que trop d'hommes ont tendance à «oublier»: mettre un préservatif. Il s'agit parallèlement d'encourager les femmes à exiger systématiquement de leur partenaire l'usage du préservatif.

Pour diffuser ce message, les responsables de la campagne ont choisi une approche elle aussi inédite. Les gros plans sur des «dessous» masculins sont accompagnés de titres en forme de clins d'œil: «Pense avec ta tête», «Protège bien tes bijoux», «Tu es un très bon coup. Mais tu n'es pas le seul». Les affiches seront placardées dans toute la Suisse, à 3500 emplacements, à partir du 15 juin 1998. Le thème de l'infidélité sera repris dans un spot TV diffusé dès le 16 juin, puis au cinéma à partir de juillet 1998.

La nouvelle campagne STOP SIDA n'a pas pour objectif de pousser les hommes infidèles à «passer aux aveux». Elle n'entend pas non plus banaliser les petits écarts de conduite. Il s'agit simplement de renforcer la conscience des risques liés à tout rapport non protégé et de pousser les infidèles de tout bord à prendre leurs responsabilités envers eux-mêmes et envers leurs partenaires.

Campagne d'information pour les clients de prostituées

En complément à la campagne STOP SIDA, l'Aide Suisse contre le Sida a décidé de lancer une campagne d'information destinée aux clients des prostituées. Le message, diffusé à partir de l'automne dans la presse érotique, engagera les clients à prendre eux-mêmes les mesures de protection qui s'imposent et à ne pas laisser ce soin aux seules «professionnelles».

Conclusion de l'enquête représentative sur la campagne STOP SIDA

«La campagne STOP SIDA est toujours sur la bonne voie. Elle a le soutien d'un large public. Les affiches, les annonces et les spots TV sont appréciés parce qu'ils font appel à l'humour, à la provocation, qu'ils éveillent la curiosité, qu'ils disent les choses sans détour et de manière simple, qu'ils sont compréhensibles au premier regard et qu'ils accrochent l'œil. Plus une campagne remplit ces critères, plus elle a de chances de toucher le public.»

RGS Motiv- und Marktanalysen GmbH, Zurich

La campagna STOP AIDS cerca l'avventura

La campagna STOP AIDS cerca l'avventura: infatti, la campagna estiva 1998 affronterà su manifesti e in TV-spot il tema dell'avventura. La campagna, con funzione di rompere certi tabù, osa un altro importante passo in avanti e proclama a tutta la popolazione svizzera: «Nessuna avventura senza preservativo».

Le campagne STOP AIDS informano la popolazione eterosessuale dal 1986 con manifesti, TV-spot e inserzioni sui rischi di contagio e sulle possibilità di protezione, toccando aspetti di vita individuale e relazionale più o meno influenzati da tabù. Anche quest'estate, trattando l'argomento delle avventure, la campagna STOP AIDS è dedicata a un tema che è nel contempo realtà sociale e tabù.

Perché questo tema?

Ma qual è la necessità di affrontare il tema dell'avventura dal punto di vista della prevenzione dal contagio da HIV?

I dati epidemiologici[1] parlano da soli. Da alcuni anni, la percentuale di infezioni originate da rapporti eterosessuali è in continuo aumento, tant'è vero che alla fine del 1997 ha superato per la prima volta la soglia del 50%. Per contro, la percentuale di nuove infezioni dovute al consumo di droghe per via endovenosa è diminuita (15%, fine 1997), mentre quella imputabile a rapporti omosessuali è rimasta relativamente costante (27%).

Relazioni, sesso e bugie

Naturalmente, non tutte le nuove infezioni presso gli eterosessuali sono riconducibili ad avventure o rapporti occasionali consumati durante una relazione fissa. Considerato però che le avventure, le scappatelle e le infedeltà coniugali sono un fatto innegabile e che in quei frangenti non sempre viene utilizzato il preservativo, sussiste un rilevante rischio di contagio da HIV.

Secondo un'inchiesta telefonica[2] effettuata dall'Istituto per la medicina sociale e preventiva dell'Università di Losanna nel 1994, circa il 6% degli uomini sposati avevano avuto nei sei mesi precedenti almeno un contatto sessuale con una o un partner occasionale. Una percentuale di poco inferiore (5,5%) è stata riscontrata presso gli uomini non sposati che convivono con la loro partner. La percentuale degli uomini con una relazione fissa, ma che non convive con la partner e che ha confermato di aver avuto almeno un contatto sessuale occasionale nei sei mesi precedenti è addirittura del 15,2%.

Risultati simili sono emersi da indagini sessuologiche effettuate in altri paesi[3]: nei rispettivi periodi d'inchiesta, le persone sposate di tutti i gruppi d'età hanno avuto più frequentemente contatti sessuali con una o un solo partner che le persone con relazioni di convivenza. Particolarmente evidente è lo scarto tra le persone sposate e quelle con una relazione fissa ma che non convivono con la o il partner.

Fedeltà, sicurezza e dissimulazione del «tradimento»

Alla o al partner fissa/o non si rivela generalmente di aver avuto un'avventura. Nelle relazioni fisse, i contatti sessuali con terzi vengono quasi sempre vissuti come un tabù. Paradossalmente, anche per coloro che hanno un'avventura vale il principio per cui amore e fedeltà debbano coincidere. Con queste premesse, un contatto sessuale occasionale fuori dalla relazione fissa viene vissuto come un tradimento all'amore e ciò anche da parte della o del partner adultera/o. Per ridurre i sensi di colpa generati dal tradimento, l'importanza dei contatti sessuali occasionali viene sminuita, non senza conseguenze per la valutazione del rischio di contagio da HIV. Un'avventura considerata un affare di poco conto è difficilmente messa in relazione con un fatto così grave come lo è il rischio di un'infezione HIV. Si tende anzi a negare nell'immaginario il potenziale rischio di contagio da HIV dei contatti sessuali occasionali.



Rafforzare la consapevolezza del rischio presso gli uomini

Obiettivo della campagna STOP AIDS è la presa di coscienza del rischio di contagio da HIV insito nelle avventure non protette. I responsabili della campagna sono ben consapevoli che con ciò toccano un argomento delicato. Tuttavia, una campagna di prevenzione contro l'aids ha il compito di confrontarsi con la realtà sessuale e di trattare pubblicamente ciò che spesso nei rapporti privati tende a dissimulare.

La campagna estiva 1998 vuole indurre gli uomini sposati o con una relazione fissa che indulgono a un'avventura o a una scappatella a fare almeno ciò che molti troppo facilmente trascurano: usare il profilattico. La campagna vuole nel contempo sostenere le donne nella richiesta di far uso del preservativo.

Manifesti con slogan come «Quando te le togli, meglio che te lo metti» e «Usa prima la testa» oppure (in altre lingue) «Sei grande. Ma non l'unico» e «Senza stai senza» saranno affissi in 3500 punti d'esposizione a partire dal 15 giugno 1998 in tutto il paese accompagnati, sempre dal 16 giugno, da TV-spot che tematizzano l'avventura e che verranno proiettati anche nei cinema a partire dal mese di luglio 1998.



Risultati dell'inchiesta rappresentativa su STOP AIDS 1997

«Le campagne STOP AIDS sono tuttora sulla strada giusta. Esse godono del sostegno del largo pubblico. La pubblicità STOP AIDS è apprezzata laddove è spiritosa, incuriosisce, provoca, corrisponde alla realtà, tocca il nocciolo della questione in modo conciso e diretto, è di facile comprensione e salta all'occhio. Più queste caratteristiche sono adempiute, maggiore è il coinvolgimento del pubblico.»

RGS Motiv- und Marktanalysen GmbH, Zurigo

La campagna di STOP AIDS non mira a indurre gli uomini che hanno avventure a confessarle alla partner oppure a banalizzare le scappatelle. L'obiettivo è quello di promuovere una maggiore consapevolezza fra gli uomini quando vivono un'avventura e di responsabilizzarli verso se stessi e nei confronti delle loro partner.

Campagna informativa per i clienti delle prostitute

A complemento della campagna STOP AIDS, l'Aiuto Aids Svizzera attuerà una campagna informativa per i clienti delle prostitute. A partire da quest'autunno, sulla stampa rivolta a questo pubblico, si inviteranno i clienti delle prostitute ad assumere la propria parte nella prevenzione e a non lasciare gravare tutta la responsabilità alle donne.

[1] Ufficio federale della sanità pubblica, HIV e Aids nella Svizzera – stato fine 1997, Bulletin BAG 1998, no. 5, pagg. 19–22

[2] Institut de médecine sociale et préventive de l'Université de Lausanne, Enquête téléphonique population générale 1994, F. Dubois-Arber, et al., Evaluation de la stratégie de prévention du sida en Suisse sur mandat de l'OFSP. 5e rapport de synthèse 1993–1995, Lausanne, IUMSP, 1997

[3] E. O. Laumann, J. H. Gagnon, R. T. Michael, and S. Michaels, The Social Organization of Sexuality – Sexual Practices in the United States, The University of Chicago Press, Chicago, 1994

A. M. Johnson, J. Wadsworth, K. Wellings, and J. Field, Sexual Attitudes and Lifestyles, Blackwell Scientific Publications, Oxford, 1994

A. Spira et al., Les comportements sexuels en France, Rapport au ministre de la Recherche et de l'Espace, La documentation française, Paris, 1993



KAUFEN SIE NUR PRÄSERVATIVE MIT DIESEN ZEICHEN: MD ..... ODER CE.... ODER ok.

Ab sofort gilt: Sichere Präservative tragen entweder die Zeichen MD mit einer 5-stelligen Zahl, CE mit einer 4-stelligen Zahl oder das ok-Gütesiegel. Die Hersteller der Präservative mit dem ok-Gütesiegel unterziehen ihre Präservative freiwillig einem zusätzlichen Kontrolltest.



KAUFEN SIE NUR PRÄSERVATIVE MIT DIESEN ZEICHEN: MD ..... ODER CE.... ODER ok.

Ab sofort gilt: Sichere Präservative tragen entweder die Zeichen MD mit einer 5-stelligen Zahl, CE mit einer 4-stelligen Zahl oder das ok-Gütesiegel. Die Hersteller der Präservative mit dem ok-Gütesiegel unterziehen ihre Präservative freiwillig einem zusätzlichen Kontrolltest.



KAUFEN SIE NUR PRÄSERVATIVE MIT DIESEN ZEICHEN: MD ..... ODER CE.... ODER ok.

Ab sofort gilt: Sichere Präservative tragen entweder die Zeichen MD mit einer 5-stelligen Zahl, CE mit einer 4-stelligen Zahl oder das ok-Gütesiegel. Die Hersteller der Präservative mit dem ok-Gütesiegel unterziehen ihre Präservative freiwillig einem zusätzlichen Kontrolltest.

Sicherheit von Präservativen

Eine Vielzahl von Studien belegt, dass das Präservativ einen guten Schutz vor einer HIV-Infektion bietet, vorausgesetzt, es wird sachgemäss benutzt. Und vorausgesetzt, es entspricht den qualitativen Minimalanforderungen, welche in der Medizinalprodukteverordnung festgelegt sind. Die revidierte Medizinalprodukteverordnung ist seit 13. Juni 1998 in Kraft. Eine Inseratekampagne informiert deshalb über die Qualitätsbezeichnungen, welche die Präservativpackungen tragen müssen.

Sécurité des préservatifs

Un grand nombre d'études montre que le préservatif offre une bonne protection contre l'infection par le VIH, dans la mesure bien sûr où il est utilisé correctement. Pour jouer ce rôle, le préservatif doit également remplir les conditions de qualité minimales fixées par l'Ordonnance fédérale sur les produits pharmaceutiques. La nouvelle mouture de cette ordonnance entrera en vigueur le 13 juin 1998. A cette occasion, une campagne d'annonces spécifiques informera les consommateurs sur les nouveaux labels de qualité qui doivent obligatoirement figurer sur les emballages de préservatifs.

Preservativi sicuri

Molti studi dimostrano che il preservativo offre una buona protezione dal rischio di contagio da HIV, premesso che venga usato in modo corretto e che adempia ai requisiti minimi previsti dalla Ordinanza relativa ai dispositivi medici in vigore nella versione revisionata dal 13 giugno 1998. Una campagna d'inserzioni informa pertanto sui contrassegni di qualità che devono recare le confezioni di preservativi.



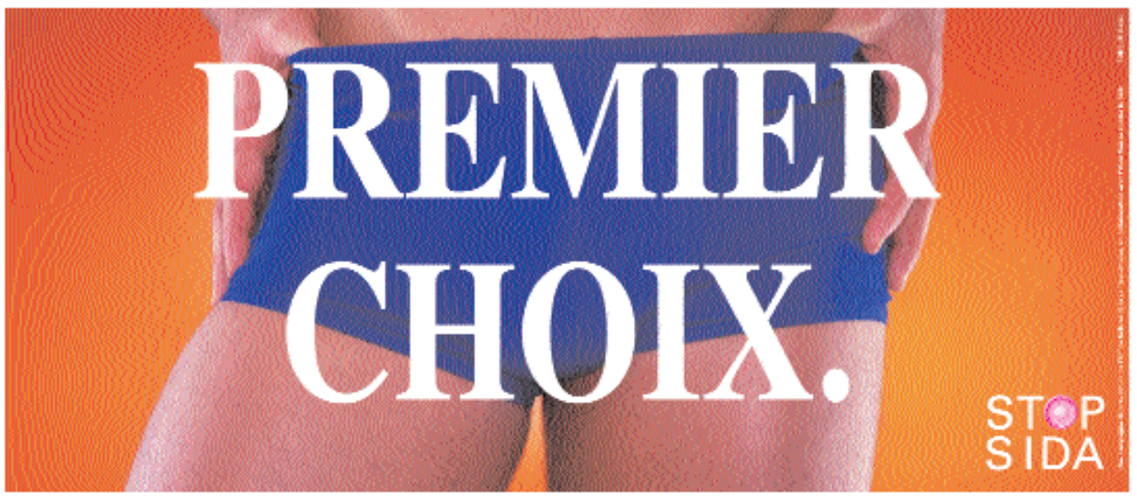
N'ACHETEZ QUE DES PRÉSERVATIFS PORTANT LE LABEL (MD·.....) OU CE.... OU (ok).

Pour choisir les bons préservatifs, regardez bien l'emballage: dès maintenant, il doit comporter le label MD avec cinq chiffres ou CE avec quatre chiffres. La plupart des préservatifs portent également le sceau ok: leurs fabricants les ont librement soumis à un test de qualité supplémentaire.



N'ACHETEZ QUE DES PRÉSERVATIFS PORTANT LE LABEL (MD·.....) OU CE.... OU (ok).

Pour choisir les bons préservatifs, regardez bien l'emballage: dès maintenant, il doit comporter le label MD avec cinq chiffres ou CE avec quatre chiffres. La plupart des préservatifs portent également le sceau ok: leurs fabricants les ont librement soumis à un test de qualité supplémentaire



N'ACHETEZ QUE DES PRÉSERVATIFS PORTANT LE LABEL (MD·.....) OU CE.... OU (ok).

Pour choisir les bons préservatifs, regardez bien l'emballage: dès maintenant, il doit comporter le label MD avec cinq chiffres ou CE avec quatre chiffres. La plupart des préservatifs portent également le sceau ok: leurs fabricants les ont librement soumis à un test de qualité supplémentaire.



ACQUISTATE SOLO PRESERVATIVI MUNITI DEI SEGUENTI CONTRASSEGNI: (MD·.....) O CE.... O (ok).

A partire da subito, i preservativi sicuri sono muniti di uno dei contrassegni seguenti: il codice MD seguito da un numero di 5 cifre, il codice CE con un numero di 4 cifre o il marchio di qualità ok. I produttori di profilattici muniti del marchio di qualità ok sottopongono di propria iniziativa i preservativi a un test di qualità supplementare.