

Contraception d'urgence : une approche virale pour mieux informer les femmes

Paris, le 4 mars 2011 : « J'ai couché avec un drôle de superman et j'ai oublié ma contraception ! ». Voilà le « pitch » de la campagne virale intitulée « et si ça m'arrivait » qui sera lancée le 7 mars sur le web. Initiée par HRA Pharma et orchestrée par l'agence Spin Interactive, cette campagne a pour objectif de mieux sensibiliser les femmes à la contraception d'urgence, dans un contexte où une grossesse française sur 3 est non désirée¹.

Sourire pour mieux interpeller sur les accidents de contraception

Plusieurs constats sont à l'origine de cette campagne au ton volontairement décalé :

- L'usage de la contraception d'urgence, méthode de rattrapage simple, est largement insuffisant² (Rapport IGAS, octobre 2009)
- Les femmes de plus de 25 ans ont été jusqu'ici très peu ciblées par les campagnes d'information précédentes : elles utilisent donc moins ce recours contraceptif, alors que 60% des IVG surviennent après 25 ans³.
- Les femmes ont besoin d'être mieux informées sur les situations à risque ainsi que les méthodes de rattrapage : le médecin gynécologue ou généraliste est l'interlocuteur idéal pour présenter l'offre contraceptive dans son ensemble et pour poser les bases d'une prévention efficace²...

« Faire prendre conscience aux femmes que les accidents de parcours contraceptif peuvent arriver à toutes, à tout âge, qu'il est possible de « se rattraper » grâce à la contraception d'urgence, qu'on peut facilement parler des oublis ou difficultés de contraception avec son médecin (gynécologue ou médecin généraliste)... Tels sont donc les objectifs de cette campagne d'information originale au ton positif, sur un sujet sérieux. » précise Luc Massart, directeur général d'HRA Pharma France.

La campagne web d'une série de 4 films viraux très courts (30/40 secondes), utilisant un ton volontairement décalé - et des situations forcément caricaturales - interpelle sur les situations à risque de grossesse non désirée auxquelles les femmes peuvent être confrontées.

Dans l'épisode 1, Sophie, jeune trentenaire, se réveille après une soirée agitée.

Elle découvre qu'elle n'est pas seule dans son lit... et elle n'a vraiment - mais alors vraiment - pas envie de se retrouver enceinte après une aventure d'un soir...

Les épisodes 2,3 et 4 nous livrent l'issue de cette expérience "malheureuse" et l'importance d'en parler rapidement avec son médecin.

Les films se terminent tous par un message invitant à se renseigner : *"La contraception de rattrapage a évolué, les comportements aussi. Parlez-en à votre médecin. Rendez-vous sur www.etsicamarrivait.fr".*

www.etsicamarrivait.fr : que faire en cas d'accident ?

Cette campagne s'accompagne d'un lien vers un site complet, simple et pédagogique, permettant à l'internaute de consulter toutes les informations relatives à la contraception classique et à la contraception de rattrapage, mais aussi de mieux identifier les situations à risque de grossesse non désirée. Pour chacune des rubriques, l'internaute retrouve un volet "les n'importe quoi" destiné à lutter contre les idées fausses.

Le site renvoie vers de nombreux liens utiles permettant à celles ou ceux qui le souhaitent d'aller plus loin dans leur compréhension des problématiques liées aux rapports sexuels et à la contraception.

Enfin, les internautes peuvent aussi visionner les films de la campagne, les envoyer à des amis et partager ce site sur Facebook et twitter.

<http://www.etsicamarrivait.fr>

<http://www.facebook.com/etsicamarrivait>

<http://www.dailymotion.com/EtSiCaMarrivait>

<http://twitter.com/etsicamarrivait>

A propos de HRA Pharma

HRA Pharma, jeune laboratoire pharmaceutique européen spécialisé dans les marchés de niche, développe et commercialise des médicaments et du matériel médical destinés aux professionnels de santé et aux patients du monde entier.

Pionnier de la contraception d'urgence depuis 1999, date du lancement de la première pilule de rattrapage, HRA Pharma compte de nombreux projets et références dans les domaines de la santé reproductive et de l'endocrinologie. Il a obtenu récemment (septembre 2010) le remboursement de la pilule de rattrapage de nouvelle génération.

A propos de Spin Interactive

Spin Interactive est une agence conseil et création en communication digitale, spécialisée dans la création de concept innovant pour tous types de site internet, en application et stratégies Facebook®, en sites et applications mobiles/tablettes et en réalité augmentée.

Pour toutes informations complémentaires, <http://www.spin-interactive.com>.

Contact Spin Interactive :

Emmanuel Muntlak - Resp. Conseil & Développement

Tel : 09.50.69.77.46 - contact@spin-interactive.com

Références :

¹ Bajos N et al. Contraception : from accessibility to efficiency .Human Reprod 2003;18:994-999

² IGAS. La prévention des grossesses non désirées : contraception et contraception d'urgence. Rapport RM2009-104A. Octobre 2009.

³ Vilain A. Les interruptions volontaires de grossesse en 2007, DREES, Etudes et Résultats, n°713, dec 2009

Contact presse :



Camille Journet - 16 rue de l'Arcade 75008 Paris - Tel : 01 45 03 57 66 - E-mail : c.journet@ljcom.net

CU - CPC - 0311 - FR