



---

## Favoriser le dialogue sur la contraception

---

Dossier de presse  
Mai 2008

---

## Sommaire

---

### Favoriser le dialogue sur la contraception : un dispositif de communication à l'attention de tous les publics .....p.3

1 – Un dispositif en direction des jeunes : libérer la parole autour de la sexualité et de la contraception ..... p.3

2 – Promouvoir la diversité des moyens de contraception, notamment auprès des couples de 20-30 ans ..... p.5

3 – Un dispositif spécifique pour les départements français d'Amérique ..... p.6

4 – Informer les professionnels de santé et accompagner les relais de terrain..... p.6

### Usage et représentations de la contraception en France ..... p.8

1 - Un usage et des connaissances « approximatifs » de la contraception..... p.8

2 - Des lacunes partagées sur le fonctionnement du corps..... p.9

3 - Des idées reçues et des représentations erronées sur la contraception ..... p.9

4 - Des éléments qualitatifs sur les représentations de la contraception..... p.9

5. Des tabous persistant autour de la sexualité des jeunes..... p.10

---

## Favoriser le dialogue sur la contraception

### Un dispositif de communication à l'attention de tous les publics

---

La communication développée par le Ministère de la Santé, de la Jeunesse, des Sports et de la Vie Associative et l'Institut National de Prévention et d'Éducation pour la Santé (INPES) a pour objectif de favoriser le dialogue comme condition du bon usage de la contraception chez les jeunes, de promouvoir la diversité de l'offre contraceptive auprès du grand public, de mobiliser et d'accompagner les professionnels de santé et les relais de terrain agissant auprès des publics en situation de vulnérabilité.

#### 1 – Un dispositif en direction des jeunes : libérer la parole autour de la sexualité et de la contraception

##### ➤ Une campagne TV et radio

Afin d'illustrer la difficulté de parler de contraception et des tabous liés à la sexualité des jeunes, trois spots TV et trois spots radio ont été réalisés. Utilisant le ressort de l'humour, ils décrivent des situations quotidiennes auxquelles sont confrontés les adolescents, afin de favoriser l'identification et une prise de conscience chez les jeunes et leur entourage : l'oubli de la pilule, la contraception d'urgence et l'usage du préservatif.

Devant la difficulté d'aborder des questions liées à la sexualité et à la contraception, chaque spot conclut : « Vous ne pouvez pas parler de contraception autour de vous ? Parlez-en avec nous » et renvoie vers le numéro de téléphone Fil santé jeunes (0 800 235 236, numéro anonyme et gratuit depuis un poste fixe, 7j/7 de huit heures à minuit) et les professionnels de santé pour inciter les adolescents à s'informer et à poser leurs questions.

Les trois spots TV sont diffusés du 4 au 25 mai sur les chaînes hertziennes, le câble et le satellite. Les trois spots radio de 35 secondes sont diffusés du 4 au 28 mai sur les radios jeunes.



VOUS NE POUVEZ PAS PARLER  
DE CONTRACEPTION  
AUTOUR DE VOUS ?

PARLEZ-EN AVEC NOUS  
**0800.235.236**

FIL SANTÉ JEUNES - APPEL GRATUIT DEPUIS UN POSTE FIXE

### ➤ Une campagne sur les téléphones mobiles

Pour faire connaître auprès des jeunes, tous les lieux dédiés à la contraception (Fil santé jeunes, les Centres de Planification et d'Education Familiale, le médecin traitant, les pharmacies, les infirmeries scolaires...), un mini site wap (site web spécifique accessible uniquement avec un téléphone mobile) délivrant de l'information sur la contraception et renvoyant vers ces structures d'écoute et de consultation est créé.

Ce site mobile sera promu via l'envoi de SMS et de bannières sur les mobiles à 300 000 jeunes de 16 à 25 ans.

Ainsi, grâce à l'interactivité du site, une information pratique, personnalisée en fonction de la situation géographique de l'individu, et en temps réel sur la contraception est accessible :

- information sur les méthodes de contraception,
- coordonnées de tous les lieux - les plus proches du code postal renseigné sur le site - où les jeunes peuvent parler de contraception, s'informer sur ce sujet et se faire prescrire une contraception...

Les vidéos de cette campagne sont téléchargeables sur les téléphones depuis ce site wap.

### ➤ Les chroniques radio Envie2toi

Les chroniques radio Envie2toi, dans lesquelles un médecin répond à des questions que lui posent des adolescents sur la sexualité et la contraception, sont rediffusées quotidiennement sur Skyrock du 5 mai au 13 juin. Les vingt chroniques répondent à des questions concrètes que se posent les ados : Quelles méthodes contraceptives existent en dehors de la pilule ? Qu'est-ce que la contraception d'urgence ? Faut-il obligatoirement consulter un gynécologue pour avoir une contraception ? La pilule rend-elle stérile lorsqu'on la prend longtemps ? Peut-on tomber enceinte lors de son premier rapport sexuel ? Que faire en cas de rupture du préservatif ?...

Les chroniques radio sont relayées sur le web via la création d'un blog – [onSeXprime.skyrock.com](http://onSeXprime.skyrock.com) – permettant aux jeunes de témoigner, de partager leurs expériences et de dialoguer sur des sujets ayant trait à leur sexualité.

### ➤ Diffusion du guide *Questions d'ados*



Le guide *Questions d'ados*, répond à toutes les questions que se posent les adolescents, garçons et filles, sur l'amour, la sexualité, la contraception, l'avortement, les IST, les sida et les préservatifs.

Il fournit une liste de numéros de téléphone utiles, et est diffusé à 1,5 million d'exemplaires dans l'ensemble des réseaux partenaires de l'INPES (Centres de Planification et d'Education Familiale, maisons des jeunes et de la culture, maisons de quartier, infirmeries scolaires et centres de documentation dans les lycées) Par ailleurs, 350 000 exemplaires sont encartés dans le magazine *Vivre au lycée*, diffusé gratuitement dans les lycées généralistes et professionnels, le 5 mai.

- Tous les supports (média et hors média) développés en direction des jeunes renverront vers le numéro de Fil santé jeunes (0 800 235 236 numéro anonyme et gratuit depuis un poste fixe, 7j/7 de huit heures à minuit) : il s'agit en effet de promouvoir une structure d'écoute et de

conseils permettant aux adolescents, notamment, de poser de nombreuses questions et de recueillir de l'information sur la sexualité, la contraception et d'autres sujets les concernant.

## 2 – Promouvoir la diversité des moyens de contraception, notamment auprès des couples de 20 à 30 ans



L'information sur la diversité de l'offre contraceptive est poursuivie auprès du grand public grâce à la promotion du site [www.choisirsacontraception.fr](http://www.choisirsacontraception.fr).

Ce site apporte des réponses aux questions concernant la sexualité :

- les modes de contraception,
- les situations ou circonstances dans lesquelles se pose la question de la contraception : l'âge, la situation affective, l'état de santé, après un accouchement, une IVG, les premières fois...

On peut également y voir des témoignages d'experts.

Une campagne de bannières pour promouvoir le site Internet sera menée à partir du 4 mai, sur des sites en affinité avec les femmes de 20 à 30 ans.



Diffusée l'an dernier à plus de 5 millions d'exemplaires, la brochure *Choisir sa contraception* est rediffusée à 2,5 millions dans les réseaux partenaires de l'INPES (Services du droit des femmes et de l'Égalité, cabinets médicaux, Centres de Planification et d'Éducation Familiale, les associations de femmes et de quartiers, Centres communaux d'action sociale, Protection Maternelle et Infantile, etc.)

### 3 – Un dispositif spécifique pour les Départements Français d'Amérique

Une campagne radio spécifique aux départements de la Guadeloupe, de la Guyane et de la Martinique est rediffusée du 4 au 28 mai sur les stations locales. 12 spots radio de 45 secondes (quatre spots par département) rappellent les bénéfices de la contraception dans le quotidien de la vie d'une femme.

Par ailleurs, la déclinaison locale de la brochure *Choisir sa contraception* est rediffusée à 100 000 exemplaires (Centres de Planification et d'Education Familiale, cabinets médicaux, centres de Protection Maternelle et Infantile, etc.)

### 4 – Informer les professionnels de santé et accompagner les relais de terrain

#### ➤ Sensibiliser les interlocuteurs des patientes



Pour sensibiliser les professionnels de santé prescripteurs (médecins généralistes, gynécologues, sages femmes) une annonce presse est diffusée à partir du 5 mai dans la presse spécialisée (médecins généralistes, gynécologues, sages-femmes).

Elle interpellera le professionnel par une question teasing « *Quelle est la méthode contraceptive la plus efficace ?* ».



L'annonce presse y répondra par « *la méthode contraceptive la plus efficace est celle que la patiente choisit avec VOUS* ».

Le contenu du publi rédactionnel rappellera toute l'importance du dialogue pour aider à choisir la contraception la plus adaptée à la patiente. Il exposera les raisons qui peuvent expliquer l'absence de contraception, les différences d'efficacité des méthodes entre la théorie et la pratique, les idées reçues des patientes, mais aussi tout l'intérêt de la méthode « Berceur », de l'OMS pour aider au choix d'une méthode contraceptive adaptée à la vie sexuelle de la femme. Enfin, il rappellera la nécessité d'anticiper les explications concernant la conduite à tenir en cas d'erreur d'utilisation, et ce, en dehors du contexte de l'urgence.

Parallèlement, des bannières web feront la promotion du site [www.choisirsacontraception.fr](http://www.choisirsacontraception.fr) sur les sites professionnels spécialisés (médecins généralistes et spécialistes) afin que l'adresse soit relayée auprès de leurs patientes ou consultée par les professionnels eux-mêmes (la rubrique dédiée sur ce site ayant été enrichie et mise à jour cette année).

➤ **Donner aux relais de terrain les moyens d'agir auprès des publics en situation de vulnérabilité**

Des kits comprenant l'ensemble des outils de la campagne seront envoyés aux associations (Mouvement Français pour le Planning Familial, Association française pour la contraception, Ni Putes ni Soumises, les centres régionaux d'information et de prévention du sida, etc.) et aux réseaux partenaires de l'INPES (comités départementaux du service du droit des femmes, etc.) qui relayent la campagne sur le terrain auprès des publics cibles. Par ailleurs l'INPES soutient de nombreuses actions locales du Mouvement Français pour le Planning Familial.

---

## Usage et représentations de la contraception en France

---

Les enjeux autour de la contraception sont les mêmes en France que dans le reste du monde. Mais, dans le contexte français la problématique n'est pas tant celle de l'accès à la contraception que celle des problèmes d'adéquation de la contraception utilisée ou proposée et de la diffusion de l'information sur la contraception. Parmi les femmes de 15-54 ans concernées par une grossesse non prévue<sup>1</sup>, seulement 3,2 % se déclarent sans contraception selon les données du dernier Baromètre santé<sup>2</sup>. Par ailleurs, on observe des différences sociales importantes dans les pratiques en matière de contraception. Ainsi, ce sont les femmes en situation de chômage ou inactives qui déclarent plus fréquemment avoir recours à une méthode contraceptive non médicale (préservatifs ou autres méthodes « locales » incluant par exemple, le fait d'éviter certains jours, ou encore le retrait du partenaire...). Les femmes les plus diplômées ont plus fréquemment recours à l'utilisation du préservatif lors des premiers rapports sexuels ou de la médicalisation de la contraception.

Les grossesses non prévues représentent encore une grossesse sur trois<sup>3</sup>. Parmi les grossesses non prévues donnant lieu à une IVG, plus des deux tiers surviennent chez des femmes utilisant une contraception (enquête Cocon 2000). Le nombre annuel d'IVG reste stable et élevé depuis 30 ans – soit 206 300 IVG en 2005<sup>4</sup> - malgré une diffusion massive de la contraception et particulièrement des méthodes médicalisées les plus efficaces (pilule, stérilet). Par ailleurs, le taux de recours à l'IVG est en augmentation chez les mineures et les femmes de moins de 20 ans, malgré le développement de la contraception d'urgence.

Selon les experts du champ, ce paradoxe entre un taux de contraception élevé et la persistance d'un nombre encore important de grossesses non prévues s'expliquerait par plusieurs facteurs associés à des échecs contraceptifs :

- la difficulté à s'approprier et à gérer sa contraception au quotidien ;
- l'existence de certaines fausses croyances et représentations sur les différentes méthodes de contraception ;
- le manque d'information ;
- l'ambivalence face au désir de grossesse.

### 1 - Un usage et des connaissances « approximatifs » de la contraception

Afin de mieux cerner les représentations et usage de la contraception, l'INPES (Institut National de Prévention et d'Éducation pour la Santé) a mené une enquête sur « Les Français et la contraception » en 2007<sup>5</sup>.

---

<sup>1</sup> Personnes sexuellement actives dans les douze derniers mois, non stériles, n'attendant ou ne cherchant pas à avoir un enfant, ayant un partenaire au moment de l'enquête. Cela n'inclut pas les femmes pour lesquelles les raisons de la non-utilisation d'un moyen contraceptif ne sont pas spécifiées.

<sup>2</sup> Beck F., Guilbert P., Gautier A. (sous la dir). Baromètre santé 2005. Editions Inpes, Saint-Denis, 2007, 608p.

<sup>3</sup> Régnier-Loilier A., Léridon H. Après la loi Neuwirth, pourquoi tant de grossesse imprévues ? Population et société. Nov. 2007, n° 439.

<sup>4</sup> Vilain A. Les interruptions volontaires de grossesses en 2005. Etudes et résultats, Drees, 2008, n°624.

<sup>5</sup> Enquête téléphonique auprès d'un échantillon national représentatif de la population française âgée de 15 à 75 ans, de 2 004 personnes interrogées du 27 janvier au 7 février 2007 (échantillon construit selon la méthode des quotas appliquée aux variables suivantes : sexe, âge, PCS du chef de famille après stratification par région et catégorie d'agglomération).

D'après les résultats de cette enquête, les Français se déclarent tout d'abord dans leur très grande majorité, satisfaits (à 95 %) et même très satisfaits (79 %) du moyen de contraception qu'ils utilisent. Ces chiffres seraient très encourageants si l'on ne constatait pas dans le même temps **un usage très approximatif de la contraception** et **une connaissance assez faible des méthodes de rattrapage** en cas d'échec de la contraception (oubli de pilule, rupture de préservatifs, rapport non protégé etc.)

Ainsi, en février 2007, une femme sur cinq parmi celles interrogées (et presque une femme sur trois parmi les 15-30 ans), déclare oublier sa pilule au moins une fois par mois. Et bien qu'elles s'estiment pour la plupart bien informées, la connaissance de la conduite à tenir en cas d'oubli de pilule est très floue. Le Baromètre santé 2005 montre, par exemple que, si 99,4 % des Français âgés de 15 à 54 ans connaissent l'existence de la contraception d'urgence, seuls 10 % des 15 à 54 ans connaissent son délai exact d'efficacité reconnu de 72 heures.

## 2 - Des lacunes partagées sur le fonctionnement du corps

L'enquête INPES de 2007, « Les Français et la contraception », souligne une méconnaissance du fonctionnement du corps, du cycle féminin et de la sexualité dans sa dimension physiologique.

64 % des Français considèrent à tort qu'il existe des jours sans aucun risque de grossesse si l'on surveille bien son cycle. De même, plus de la moitié des Français sont aussi persuadés qu'une femme ne peut pas tomber enceinte si elle a un rapport sexuel non protégé pendant ses règles.

## 3 - Des idées reçues et des représentations erronées sur la contraception

Toujours selon cette enquête, 22 % des Français pensent que la pilule peut rendre stérile, 24 % pensent également que la pilule fait systématiquement grossir et enfin 50 % déclarent penser que l'on doit déjà avoir eu un enfant pour utiliser un stérilet.

Enfin, un jeune de 15 à 20 ans sur dix n'a pas conscience que la pilule ne protège pas des infections sexuellement transmissibles (IST).

## 4 - Des éléments qualitatifs sur les représentations de la contraception

A l'issue de la campagne menée par l'INPES en 2007 sur le thème « La meilleure contraception c'est celle que l'on choisit », le service d'écoute téléphonique Fil santé jeunes a mené une analyse qualitative des appels traités durant cette période. On comprend notamment toute l'importance des représentations et des perceptions dans la pratique contraceptive. A titre d'illustration, il est possible de citer :

- **concernant le stérilet** : peur qu'il rende stérile, qu'il « pique » les hommes, qu'il perfore l'utérus.
- **concernant l'implant et le stérilet** : question complexe pour de nombreuses femmes qui sont rebutées à l'idée de porter un corps étranger en elles ;
- **concernant la pilule** : elle apparaît encore très largement comme le moyen de contraception le plus fiable, au détriment d'autres moyens de contraception. Cependant, il subsiste une mauvaise connaissance de son fonctionnement, notamment s'agissant de la protection pendant la semaine d'arrêt entre deux plaquettes, la nécessité de la prendre à heure fixe, etc. La pilule apparaît nettement comme un moyen de contraception privilégié, « choisi » par le médecin que les femmes n'osent pas toujours interroger.

## 5. Des tabous persistant autour de la sexualité des jeunes.

Les tabous qui existent autour de la sexualité des jeunes ont été identifiés comme un frein majeur à l'entrée dans une contraception assumée et bien gérée. Ces tabous se confondent parfois avec certains principes culturels exerçant un fort impact sur la sexualité. Il n'y a pas de spécificité culturelle à l'origine du manque d'information sur la contraception. Mais la confrontation – prononcée chez les jeunes filles issues de l'immigration nées en France – entre deux modèles, deux normes culturelles auxquelles elles appartiennent, peut générer une difficulté à s'approprier une contraception et à la gérer efficacement.

Il apparaît clairement que l'accès à l'information et l'accès à une contraception adaptée sont des conditions nécessaires au bon usage de cette contraception.