

Accès espace abonné

Inscription newsletter



ACTUALITÉ

ARCHIVES

GUIDE

ABONNEMENT

DOSSIER

Kiffe le préservatif

ACTU ENTREPRISES - Posté le 17 juin 2010



C'est une signature très facilement identifiable, qui reprend le ruban rouge. L'objectif était aussi d'inscrire l'action dans la région ; et tout naturellement, le terme ch'ti s'est imposé... Avant l'effet Dany Boon ! La ch'ti attitude est à la fois une démarche et un état d'esprit... un signe de reconnaissance et d'appartenance. C'est une image positive et battante. Et en même temps, dans le choix du graphisme, un label de qualité. Le ton est dynamique, coloré. L'ensemble donne une impression "psychédélique bizouours". La vie est belle avec le préservatif.

Les nuages, le soleil, la chaleur, les formes rondes induisent cette sensation. Les affiches vont être disposées sur les festivals, dans les bars et discothèques, lieux fréquentés en majorité par des jeunes. "Kiffe le préservatif" leur est tout particulièrement adressé

2010 est la 4^{ème} édition de la campagne de prévention «LA CH'TI ATTITUDE TOUJOURS». Le CRIPS (Centre Régional d'Information et de Prévention du Sida) coordonne la campagne et rassemble à ses côtés des acteurs importants de la lutte contre le sida : Aides, Adis et Sida info service. Une fois par an, ces 4 partenaires aux actions habituellement complémentaires, unissent leur savoir-faire dans le but d'informer le plus grand nombre.