

Campagne de sensibilisation sur la méningite C

« n'attendez pas que ce soit vrai pour vous faire vacciner »

Pfizer s'engage dans une campagne nationale de sensibilisation sur la Méningite C. Pour cette campagne intitulée « Nine C », destinée aux jeunes de 15 à 24 ans, une bande-annonce circulera sur les réseaux sociaux, le web et au cinéma et livrera un message fort : « n'attendez pas que ce soit vrai pour vous faire vacciner ». Cette campagne vise à faire prendre conscience aux 15/24 ans que cette maladie est très contagieuse et que l'incidence est très élevée dans cette tranche d'âge, mais aussi qu'elle se transmet lors de contacts directs, répétés, rapprochés et prolongés (salle de concert, soirée, trajet en bus…)! et que le vaccin, seul et unique moyen pour prévenir la maladie, est indispensable pour eux-mêmes mais aussi pour éviter de contaminer leurs entourages!.

Pourquoi une campagne destinée aux adolescents et aux jeunes adultes ?
Le plus souvent, les personnes peuvent être porteuses du méningocoque, sans être malade. La bactérie se trouve dans le rhynopharynx de certaines personnes dites « porteurs » et en particulier chez les adolescents et jeunes adultes : une population à risque. La transmission du méningocoque se produit par voie aérienne lors de contacts directs, répétés et rapprochés, par les gouttelettes de salive contaminée1,2. « La propagation des souches bactériennes est très fréquente notamment chez les ados et les jeunes adultes. Je rappelle que le lieu de résidence de la bactérie est la gorge et la transmission se fait par voie aérienne. Si les jeunes sont vaccinés ils se protègent entre eux (nombreux contacts rapprochés) mais ils protègent également les plus petits (leurs frères et soeurs) » souligne le Docteur Taha, chercheur en maladies infectieuses et chef de l'Unité des Infections Bactériennes Invasives à l'Institut Pasteur.

A la recherche de 9 situations de cas contacts
Le spot repose sur la mise en scène de 9 situations de cas contacts, révélés à travers un scénario aux effets subtilement anxiogènes, puisant ses codes dans les séries d'investigations

policières et scientifiques.

Pfizer entend ainsi sensibiliser les 15-24 ans par le biais des réseaux sociaux et de sites web plus traditionnels (msn.fr, plus belle la vie.fr, allocine.fr, youtube.fr…), principal outil de communication de cette cible. La campagne sera également visible sur les écrans de cinéma à partir du 29 juin sur une sélection de 300 salles à travers la France, dans la presse gratuite musicale (21 titres) et à travers le dispositif Cart'Com. Quelques 200 000 cartes seront diffusées dans 10 grandes agglomérations et 760 lieux ciblés (cafés, cybercafés, cinémas, centres d'animation, disquaires, bibliothèques, salles de concerts…). Au total, le buzz tournera pendant 4 semaines d'affilée et renverra systématiquement vers un site dédié, habillé aux couleurs de la campagne : www.nine-clefilm.fr

! Rapport groupe de travail CTV "vaccination par le vaccin conjugué contre le méningocoque de sérogroupe C" du 9 avril 2009
" Circulaire N°DGS/RI1/2011/33 du 27 janvier 2011 relative à la prophylaxie des infections invasives à méningocoque. Site du Ministère de la Santé et des Solidarités