



FACE À L'INTOLÉRANCE, À NOUS DE FAIRE LA DIFFÉRENCE.

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

MERCI DE NE PAS COMMUNIQUER AVANT LE 17 MAI 2021

BABEL
STRATEGIE ET CREATION



 **Santé
publique**
France

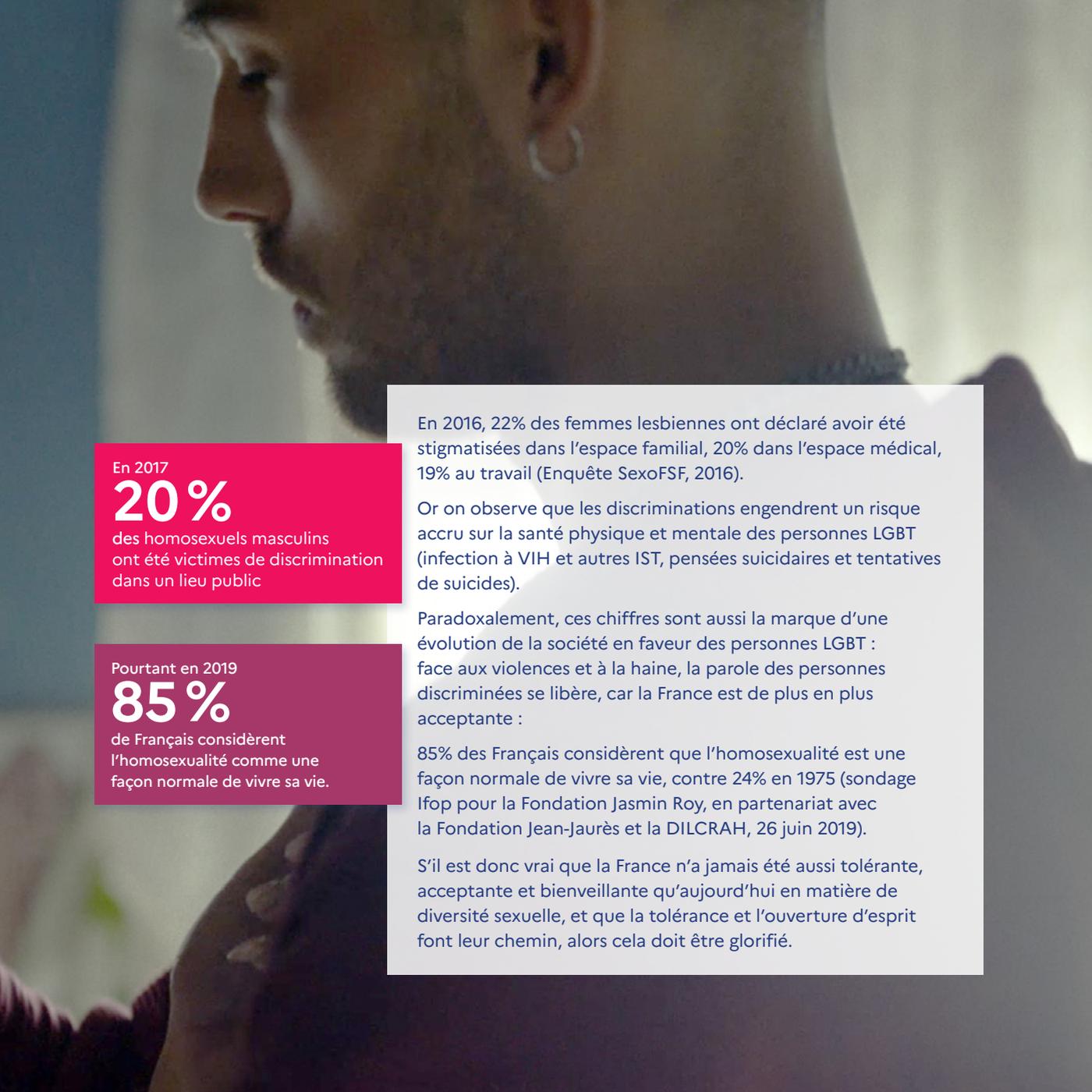
LUTTER CONTRE LES DISCRIMINATIONS LGBT

L'agence Babel est heureuse et fière de partager avec vous sa prochaine campagne réalisée pour Santé publique France.

À l'occasion de la Journée mondiale contre l'homophobie, la transphobie et la biphobie qui aura lieu le 17 mai prochain, Santé publique France a souhaité prendre la parole afin de sensibiliser et mobiliser les Français autour de l'acceptation des minorités sexuelles et de la nécessité de faire cesser les discriminations LGBTphobes.

À la faveur de cette commande, et alors que nous espérions qu'en 2021 cela n'était plus un sujet, nous avons découvert l'ampleur du problème et compris que la lutte contre les discriminations à l'égard des personnes LGBT relevait d'un véritable enjeu de santé publique. Ainsi, nous avons notamment pu constater que :

En 2017, un tiers des homosexuels masculins a subi des injures ou des agressions liées à leur orientation sexuelle au cours des douze derniers mois : 20% ont été victimes de discrimination dans un lieu public, 10% sur leur lieu de travail ou d'études et 9% au sein de leur famille (Enquête Rapport au sexe 2019, Santé publique France).



En 2017

20%

des homosexuels masculins
ont été victimes de discrimination
dans un lieu public

Pourtant en 2019

85%

de Français considèrent
l'homosexualité comme une
façon normale de vivre sa vie.

En 2016, 22% des femmes lesbiennes ont déclaré avoir été stigmatisées dans l'espace familial, 20% dans l'espace médical, 19% au travail (Enquête SexoFSF, 2016).

Or on observe que les discriminations engendrent un risque accru sur la santé physique et mentale des personnes LGBT (infection à VIH et autres IST, pensées suicidaires et tentatives de suicides).

Paradoxalement, ces chiffres sont aussi la marque d'une évolution de la société en faveur des personnes LGBT : face aux violences et à la haine, la parole des personnes discriminées se libère, car la France est de plus en plus acceptante :

85% des Français considèrent que l'homosexualité est une façon normale de vivre sa vie, contre 24% en 1975 (sondage Ifop pour la Fondation Jasmin Roy, en partenariat avec la Fondation Jean-Jaurès et la DILCRAH, 26 juin 2019).

S'il est donc vrai que la France n'a jamais été aussi tolérante, acceptante et bienveillante qu'aujourd'hui en matière de diversité sexuelle, et que la tolérance et l'ouverture d'esprit font leur chemin, alors cela doit être glorifié.

CHOISIR DE MONTRER LA DIVERSITÉ DES SEXUALITÉS ET DES IDENTITÉS DE GENRE, ET VALORISER LEUR ACCEPTATION

Dans ce contexte, nous avons pris le parti de **montrer la voie à suivre** plutôt que le clivage et la division de l'opinion. En effet, si l'indignation face aux discriminations peut être mobilisatrice sur le plan émotionnel, elle ne permet plus de créer une dynamique suffisante pour faire évoluer les représentations et les comportements. Là, nous voulons susciter l'adhésion de tous les publics, y compris les plus concernés, **en adoptant une approche positive et inclusive du sujet. Il s'agit d'une prise de parole qui marque le rassemblement et le consensus.**

Cette campagne signée « **Face à l'intolérance, à nous de faire la différence.** » est née de la découverte d'une chanson intitulée « Nous les amoureux », interprétée pour la première fois par Jean-Claude Pascal en 1961. Cette année-là, en plus de gagner l'Eurovision pour le Luxembourg, elle devient numéro 1 des ventes en France. Mais ce n'est que bien plus tard que Jean-Claude Pascal confirmera le double sens de ses paroles. En effet, il ne s'agit pas d'une chanson d'amour comme les autres : c'est un hymne à l'amour réprimé des couples homosexuels.

C'est donc pour la beauté de sa mélodie, de ses paroles et de son histoire que « Nous les amoureux » a été choisie pour devenir le thème musical de la campagne de lutte contre les discriminations et toutes formes de LGBT-phobie.

Ainsi, la particularité de cette campagne est de **prendre le contrepied de la haine et de prôner l'amour.** Une approche résolument positive qui vise à propulser l'acceptation des personnes LGBT comme nouvelle norme culturelle.

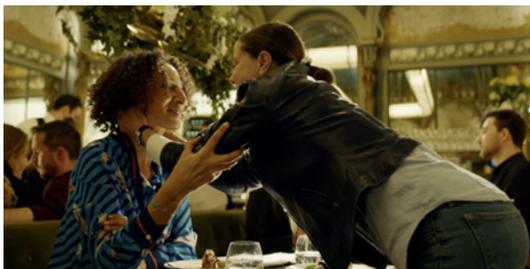
La campagne poursuit un double objectif : faire changer les regards sur les personnes LGBT et, plus encore, inciter chacun à « faire la différence ». Parce qu'en matière d'acceptation, chacun peut jouer un rôle pour faire reculer les discriminations, en manifestant son soutien à ses proches LGBT et en s'opposant aux situations de discriminations dont il est témoin.

À travers le **#JeFaisLaDifférence**, la campagne appelle donc chacun d'entre nous à interroger son propre rapport à la différence et à avancer vers davantage d'acceptation, créant ainsi un véritable phénomène de société.



UN DISPOSITIF DE CAMPAGNE AMBITIEUX ET POPULAIRE

Il s'agit d'une campagne médias et hors médias qui sera visible au niveau national à partir du 17 mai 2021 et pendant un mois. Elle se décline en :



Un film manifeste diffusé en TV et VOL
(120 s avec un cut-down 45 s et
5 formats courts 20 s), tout en nuances,
qui raconte l'avancée de notre société
sur la question des sexualités plurielles et
célèbre le quotidien des personnes LGBT
intégrées dans une France acceptante.
Un hymne à la tolérance et un
encouragement à parcourir les derniers
mètres vers l'acceptation totale.

Un volet affichage urbain et presse qui met l'accent sur l'acceptation de l'entourage des personnes LGBT : des parents, des amis manifestent concrètement leur soutien à leurs proches homosexuels ou trans, en les enlaçant.

RÉPUBLIQUE FRANÇAISE
Liberté
Égalité
Fraternité

Santé publique France

Oui, mon père est gay.

Face à l'intolérance, à nous de faire la différence.
Témoignages et conseils sur QuestionSexualite.fr

Continuons de respecter les gestes barrières. Portons un masque quand cela est nécessaire.

DIAH

RÉPUBLIQUE FRANÇAISE
Liberté
Égalité
Fraternité

Santé publique France

Oui, ma fille est lesbienne.

Face à l'intolérance, à nous de faire la différence.
Témoignages et conseils sur QuestionSexualite.fr

Continuons de respecter les gestes barrières. Portons un masque quand cela est nécessaire.

RÉPUBLIQUE FRANÇAISE
Liberté
Égalité
Fraternité

Santé publique France

Oui, mon pote est gay.

Face à l'intolérance, à nous de faire la différence.
Témoignages et conseils sur QuestionSexualite.fr

Continuons de respecter les gestes barrières. Portons un masque quand cela est nécessaire.

RÉPUBLIQUE FRANÇAISE
Liberté
Égalité
Fraternité

Santé publique France

Oui, ma petite-fille est trans.

Face à l'intolérance, à nous de faire la différence.
Témoignages et conseils sur QuestionSexualite.fr

Continuons de respecter les gestes barrières. Portons un masque quand cela est nécessaire.

RÉPUBLIQUE FRANÇAISE
Liberté
Égalité
Fraternité

Santé publique France

Oui, ma coloc est lesbienne.

Face à l'intolérance, à nous de faire la différence.
Témoignages et conseils sur QuestionSexualite.fr

Continuons de respecter les gestes barrières. Portons un masque quand cela est nécessaire.



Un volet digital et réseaux sociaux issu du film et du print.



Une série de podcasts intitulée « Et alors », diffusée sur les plateformes habituelles. D'authentiques témoignages sans fard qui donnent à comprendre quel peut être le cheminement, plus ou moins rapide, plus ou moins compliqué, du cercle familial proche vers l'acceptation d'une personne LGBT.



La campagne redirigera sur [questionsexualité.fr](https://www.questionsexualite.fr), le nouveau site de Santé publique France dédié à la santé sexuelle de toutes les populations, et dont la promesse est : en matière de sexualité, ne laisser aucune question sans réponse.



Un showcase live le 17 mai à 19 h avec les candidats de la saison 2021 de The Voice et présenté par Nikos Aliagas, parmi lesquels quatre sont personnellement concernés par la question, sur le thème de l'amour et des différences et au cours duquel la chanson « Nous les amoureux » sera interprétée et son sens révélé.

Une série d'interviews, réalisées par des influenceurs, des candidats de The Voice directement concernés par le sujet.

À PROPOS DE SANTÉ PUBLIQUE FRANCE ET DE BABEL



Babel accompagne Santé publique France depuis 2019 dans le cadre du marché sur la santé sexuelle.

Créée en 2016, Santé publique France est l'agence nationale de santé publique. Placée sous la tutelle du ministère des Solidarités et de la Santé, l'institution vise à améliorer et protéger la santé des populations.

Première agence intégrée indépendante de France, Babel réunit près de 180 talents multidisciplinaires qui allient intelligence stratégique et excellence créative pour bâtir des marques fortes, singulières et rayonnantes, au service de vos transformations.

L'activité Communication d'intérêt général de Babel : pour révéler et accompagner les politiques publiques et les problématiques d'intérêt général. Notre expertise s'exprime tout à la fois en matière de conseil stratégique et de pilotage opérationnel. Son ancrage réside dans son attachement profond à la valorisation des biens communs et le management des opinions. Nos clients, acteurs publics, privés non marchands, entreprises concernées par des engagements publics et sociétaux, nous confient des interventions multiples que ce soit en matière de changement d'opinion ou de comportement, de positionnement de marque, de campagne de prévention, etc.

FICHE TECHNIQUE

AGENCE BABEL

Directeurs de création
Laurent NUYEN
Jean-Laurent PY

Directeur artistique
Louis GRZESKOWIAK

Concepteur rédacteur
Cédric HAMELIN

Head of TV Prod
Jeanne HALFON

Directeur conseil
Nicolas KABASSAKALIS

Directrices de clientèle
Coline MOREAU
Laura DELBOURGO

Cheffe de projet
Hapsa DIA

**Associée en charge
des activités Réputation
et thought leadership**
Julie ESPALIOUX

**Responsable des activités
social media et e-influence**
Céline MOUQUET

SANTÉ PUBLIQUE FRANCE

**Direction de la prévention
et promotion de la santé -
Directrice adjointe**
Claudine TANGUY

**Responsable de l'unité
Santé sexuelle**
Nathalie LYDIÉ

Chargée de communication
Lucile BLUZAT

Chargé de communication
Nicolas ÉTIEN

**Chargée de projet
et d'expertise scientifique
en santé publique**
Lucie DUCHESNE

PRODUCTION

Réalisatrice
Lucy LUSCOMBE

Photographe
Maciek POZOGA

Production
CAVIAR

Postproduction
FIRM

Studio son
CIRCONFLEX

MUSIQUE

« Nous les amoureux », 1961

Auteur
Maurice VIDALIN

Compositeur
Jacques DATIN

Interprète
Jean-Claude PASCAL

Éditeur
Bagatelle SA - Sony Music

PRODUCTION PODCASTS

Une coproduction
STUDIO CONVERSATION
et ALLSOUND

AGENCE MÉDIA DENTSU AEGIS NETWORK

Directeur associé
Julien LE SEC'H

Consultante média
Laurine BIESSY

CONTACT PRESSE BABEL

Maud PAGET
maud.paget@agencebabel.com
P +33 6 76 09 60 84

**Voir l'ensemble
de la campagne ici**

