

Agence de la santé
et des services sociaux
de Montréal

Québec 
Santé publique

CAMPAGNE PROVINCIALE
« **NOUS, ON ANNONCE LA LGV** »
S'ADRESSANT AUX HOMMES
AYANT DES RELATIONS SEXUELLES AVEC DES HOMMES



SECTEUR VIGIE ET PROTECTION – ÉQUIPE ITSS
DIRECTION DE SANTÉ PUBLIQUE

MARS 2007

Campagne provinciale
« Nous, on annonce la LGV »
s'adressant aux hommes ayant des relations
sexuelles avec des hommes

Dr. Gilles Lambert, médecin conseil

Elysaabeth Lacombe, chargée de projet

2007

Une réalisation du secteur Vigie et Protection
Direction de santé publique
Agence de la santé et des services sociaux de Montréal
1301, rue Sherbrooke Est
Montréal (Québec) H2L 1M3
Téléphone : 514-528-2400
www.santepub-mtl.qc.ca

Avec la collaboration de :
Patrick Berthiaume, DSP(ASSSM), agent de planification
Évelyne Fleury, DSP (ASSSM), agente de planification
et
Gaétan Proulx, Desève-Proulx communications Inc., concepteur

Nous tenons à remercier chaleureusement les personnes qui ont contribué à l'élaboration et à la réalisation de la campagne « Nous, on annonce la LGV » :

Collaborateurs des milieux médical, commercial, communautaire et institutionnel

Les intervenants et bénévoles d'Action Séro-Zéro
Les partenaires des milieux commerciaux
Les partenaires des médias gais
Les partenaires des cliniques médicales

Équipe de soutien de la DSP (ASSSM)

Linda Daneau, infographiste
Sylvie Morand, agente administrative
Hélène Machado, agente administrative
Micheline Tremblay, webmestre
Sylvie Gauthier, traductrice

© Direction de santé publique
Agence de la santé et des services sociaux de Montréal (2007)
Tous droits réservés

Dépôt légal - Bibliothèque et Archives nationales du Québec, 2007
Dépôt légal - Bibliothèque et Archives Canada, 2007
ISBN : 978-2-89494-602-2 (version imprimée)
ISBN : 978-2-89494-603-9 (version PDF)

Prix : 5,00 \$

Lexique

DSP :	Direction de santé publique
HARSAH :	Homme ayant des relations sexuelles avec des hommes
ITS :	Infection transmissible sexuellement
ITSS :	Infection transmissible sexuellement et par le sang
LGV :	Lymphogranulomatose vénérienne
MSSS :	Ministère de la Santé et des services sociaux
PVVIH :	Personne vivant avec le VIH
VIH :	Virus d'immunodéficience humaine

Faits saillants

Titre de la campagne

« Nous, on annonce la LGV »

But

Informers les HARSAH que la lymphogranulomatose vénérienne (LGV) est « arrivée » au Québec.

Objectifs

- Renseigner les HARSAH sur les signes et les symptômes de la LGV afin qu'ils les reconnaissent et puissent consulter rapidement un médecin ;
- Promouvoir l'adoption de comportements sexuels sécuritaires.

Population cible

Les HARSAH du Québec, plus particulièrement ceux qui ont des comportements sexuels à risque et/ou qui sont infectés par le VIH.

Démarches de conception

Développement conceptuel de la campagne guidé par des groupes de discussion (3) avec des interlocuteurs-clés de la communauté et des HARSAH.

Message central

La reconnaissance des signes et des symptômes de la LGV (ton humoristique et informatif).

Composantes et outils de la campagne

Types	Diffusion
<ul style="list-style-type: none"> • affiche (français - anglais) 	849 affiches en français diffusées en région et 845 à Montréal 160 affiches en anglais diffusées en région et 419 à Montréal
<ul style="list-style-type: none"> • dépliant d'information (français - anglais) 	8 205 dépliants en français diffusés en région et 2 825 à Montréal 985 dépliants en anglais diffusés en région et 840 à Montréal
<ul style="list-style-type: none"> • tract (français - anglais) 	3 580 tracts en français diffusés en région et 1 180 à Montréal 695 tracts en anglais diffusés en région et 503 à Montréal
<ul style="list-style-type: none"> • site Internet : www.infoITS.qc.ca (français - anglais) section LGV 	7 990 visites durant la campagne
<ul style="list-style-type: none"> • bannière électronique : « Nous, on annonce la LGV » 	11 527 clics durant la campagne
<ul style="list-style-type: none"> • Infolettre 	Sept éditions durant la campagne – plus de 150 abonnés
<ul style="list-style-type: none"> • articles dans les médias 	Un article dans la revue « Fugues » et un autre dans « Le Point »
<ul style="list-style-type: none"> • lancement de la campagne (Montréal) 	Un lancement médiatique (décembre 2005)
<ul style="list-style-type: none"> • session de formation destinée aux professionnels de la santé et aux intervenants des organismes communautaires oeuvrant auprès des HARSAH et des PVVIH (Montréal) 	Une session de formation (décembre 2005)
<ul style="list-style-type: none"> • activités ponctuelles d'animation (Montréal) 	Deux kiosques d'information (avril et août 2006)

Durée

- De décembre 2005 à septembre 2006

Financement

- ministère de la Santé et des services sociaux du Québec : 43 000\$ (deux versements : 25 000 \$ pour la conception et 18 000\$ pour la diffusion).
- Direction de santé publique de Montréal : 975 \$

Évaluation

Compte tenu du budget disponible et de l'ampleur de la campagne, il n'a pas été jugé pertinent d'évaluer celle-ci formellement.

**Bien que la campagne soit terminée,
les outils développés peuvent être consultés sur Internet à l'adresse suivante :**

www.infoITS.qc.ca

Au Québec, depuis le début de l'écllosion (06-2004 jusqu'à la fin de la 2^e période 2007), un total de 70 cas ont été déclarés au registre MADO.

Table des matières

1. État de situation.....	6
2. Description de la campagne	7
2.1 Démarches de conception.....	7
2.2 Composantes et outils de la campagne.....	7
2.2.1 Composantes et outils régionaux.....	7
2.2.2 Composantes et outils Montréalais	9
3. Diffusion des composantes de la campagne	9
3.1 Diffusion de l’affiche	9
3.2 Diffusion du dépliant.....	10
3.3 Diffusion du tract.....	11
3.4 Diffusion du site Internet.....	11
3.5 Diffusion de la bannière LGV	11
3.6 Infolettre	11
3.7 Communications orales et écrites avec les médias.....	11
3.8 Activités ponctuelles d’animation (Montréal).....	12
4. Budget de la campagne	12
4.1 Budget - MSSS	12
4.2 Budget - DSP Montréal	12
ANNEXE 1 - Rubriques du site Internet sur la LGV	13
ANNEXE 2 - Diffusion de l’affiche « Nous, on annonce la LGV » dans des magazines gais distribués dans plusieurs régions du Québec de décembre 2005 à septembre 2006.....	14
ANNEXE 3 - Budget – MSSS - décembre 2005 à septembre 2006.....	15
ANNEXE 4 - Budget – DSP Montréal - décembre 2005 à septembre 2006.....	16
ANNEXE 5 - Données épidémiologiques – mise à jour 2006	17

En 2005, face à une éclosion de LGV au Québec parmi les hommes ayant des relations sexuelles avec des hommes (HARSAH), le SLITSS a mandaté la DSP de Montréal pour concevoir une campagne d'information sur la LGV. Il s'agissait, dans un premier temps, de produire des outils de communication sur la LGV à l'intention des HARSAH, puis, dans un deuxième temps, de diffuser ces outils auprès des publics concernés.

Ce rapport présente un bilan des activités réalisées dans le cadre de la campagne « Nous, on annonce la LGV » ainsi que des dépenses inhérentes.

1. ÉTAT DE SITUATION

La lymphogranulomatose vénérienne ou LGV est une infection transmissible sexuellement (ITS) causée par une des familles de la bactérie *Chlamydia*.

La LGV a été décrite formellement pour la 1^{ère} fois en 1900. Elle est surtout présente en Afrique, en Amérique du sud, dans les Caraïbes et en Asie. Depuis 2004, on observe une flambée de LGV dans les grandes villes en Europe, aux États-unis et au Canada.

Au Québec, un total de 17 cas (16 à Montréal et 1 en Estrie) de LGV ont été déclarés entre mai 2004 et novembre 2005 (70% des cas signalés l'ont été depuis juillet 2005). Tous ces cas sont survenus chez des hommes ayant des relations sexuelles avec des hommes, âgés entre 21 et 55 ans (âge moyen : 38 ans). Les cas survenus au Canada et au Québec ne sont pas associés à des voyages dans des régions endémiques. Plusieurs des personnes touchées par la LGV étaient également infectées par le virus du sida (VIH) et par d'autres ITS.

On peut attraper et transmettre la LGV au cours d'une relation sexuelle (sexe oral, vaginal, anal) avec une personne infectée. Quelques jours après, une ou des petites plaies apparaîtront à l'endroit où la bactérie a pénétré dans le corps. Par la suite, la LGV provoquera le plus souvent une inflammation des ganglions ou encore une inflammation du rectum. La LGV se traite bien quand on la reconnaît tôt mais non traitée, elle peut causer des dommages graves notamment aux organes génitaux et à l'intestin.

Il est recommandé d'utiliser un condom lors de chaque relation sexuelle avec pénétration du pénis ou d'un objet sexuel dans l'anus, le vagin ou la bouche et d'utiliser des gants de latex lors d'insertion de doigts ou du poing dans l'anus.

2. DESCRIPTION DE LA CAMPAGNE

La campagne provinciale « Nous on annonce la LGV » est destinée **aux hommes gais et bisexuels**. Cette campagne vise principalement à informer les HARSAH qu'une « nouvelle » infection transmissible sexuellement (ITS), la lymphogranulomatose vénérienne (LGV), est « arrivée » au Québec. Elle a aussi pour objectif de renseigner les HARSAH sur les signes et les symptômes de la LGV afin qu'ils les reconnaissent et puissent consulter rapidement un médecin. Enfin, cette campagne vise également à promouvoir l'adoption de comportements sexuels sécuritaires. Aucune démarche d'évaluation n'a été prévue dans les demandes de subvention.

2.1 Démarches de conception

La campagne « Nous, on annonce la LGV » a été développée par la Direction de santé publique de Montréal, en collaboration avec l'organisme Action Séro Zéro et en lien avec plusieurs partenaires du milieu communautaire (ACCM, COCQ-sida, Émiss-ère, Structu.re), de la santé (clinique l'Actuel, CLSC des Faubourgs) et commercial (Fugues, RG, Priape, sauna Centre-ville).

Différentes activités de conceptualisation ont été effectuées :

- Revue de littérature sur la LGV ;
- Consultation de campagnes sur la LGV réalisées dans d'autres villes nord-américaines ou européennes ;
- Tenue de trois groupes de discussion avec des interlocuteurs-clés de la communauté et des HARSAH (août, septembre et octobre 2005) ;
- Mise sur pied d'un comité de travail pour développer un message-clé ainsi qu'un visuel pouvant être décliné sur plusieurs outils (affiche, dépliant, tract).

2.2 Composantes et outils de la campagne

Cette campagne comprend différentes composantes et outils, en version française et anglaise. Les outils sont disponibles sur Internet à l'adresse suivante : www.infoITS.qc.ca

2.2.1 Composantes et outils régionaux

Une affiche

Sur un ton humoristique, l'affiche « annonce » la LGV. Elle invite les hommes ayant des relations sexuelles avec des hommes à consulter un médecin s'ils reconnaissent les symptômes de la LGV. Elle propose également des moyens de se protéger de cette ITS.

Un dépliant d'information

Afin de favoriser l'accès à une information adéquate sur la LGV, les HARSAH peuvent consulter un dépliant qui les renseigne sur cette ITS. Le dépliant, écrit dans un langage simple et accessible, comporte huit rubriques :

- 1) Comment ça se transmet ?
- 2) Quels sont les symptômes ?
- 3) Quelles sont les complications ?
- 4) Quels sont les liens entre la LGV et le VIH ?
- 5) Comment diagnostiquer la LGV ?
- 6) Quel est le traitement ?
- 7) Quels partenaires sexuels informer ?
- 8) Comment se protéger de la LGV ?

Le dépliant comprend également les coordonnées de ressources pouvant offrir davantage d'informations sur la LGV.

Un tract

Un tract, imprimé recto-verso, reprend les informations clés de l'affiche. Cet outil, de format pratique (1/4 de page), est facile à distribuer lors d'animations auprès de la communauté.

Un site Internet www.infoITS.qc.ca

Une autre façon de rejoindre les HARSAH est de les inviter à consulter le site www.infoITS.qc.ca. Cette adresse conviviale dirige l'internaute vers la page des ITS du site de la DSP de Montréal. Il suffit alors de choisir « LGV ». Le site est divisé en deux sections, l'une pour le public, l'autre pour les intervenants et les professionnels. En visitant le site, les internautes ont notamment accès :

- aux composantes de la campagne (affiche, dépliant, tract, etc.);
- à des articles sur la LGV (statistiques, évolution de l'épidémie, etc.);
- à des ressources sur la LGV (lignes d'écoute et d'information, organismes communautaires).

Ce site a été créé et est géré par le service informatique de la Direction de santé publique de Montréal. L'annexe 1 présente plus en détails les rubriques du site Internet.

Une bannière électronique

Une bannière électronique informe les internautes de la présence de la LGV au Québec et les invite à se renseigner davantage sur cette ITS en cliquant sur la bannière : cela les mène directement à la section « LGV » du site www.infoITS.qc.ca.

Une infolettre

Destinée aux intervenants et aux professionnels, l'Infolettre vise à favoriser le partage d'information sur la syphilis et la LGV et à mobiliser les intervenants et les professionnels de la santé à la prévention de ces ITS chez les HARSAH. Les intervenants et professionnels s'inscrivent en envoyant un courriel avec leurs coordonnées (nom, titre, organisme et adresse courriel) à infolettre-syphilis@santepub-mtl.qc.ca.

Communications médias

Des magazines destinés à une clientèle gaie publient, à l'occasion, des articles sur des sujets en lien avec les ITSS, dont la LGV. Ces magazines sont diffusés à travers le Québec (cf. annexe 2).

2.2.2 Composantes et outils Montréalais

Lancement médiatique

Le 8 décembre 2005, la Direction de santé publique de Montréal a organisé un lancement montréalais de la campagne « Nous, on annonce la LGV ». Les journalistes des différents médias gais ont été conviés à une présentation de la campagne.

Formation d'intervenants

Le 13 décembre 2005, la Direction de santé publique de Montréal a organisé une formation de deux heures sur la LGV. 18 intervenants provenant d'organismes communautaires oeuvrant auprès des HARSAH ont participé à cette formation. Elle avait pour objectif de développer les connaissances des participants sur la LGV, de mettre en pratique certaines habiletés d'intervention et de favoriser des partenariats avec les organismes œuvrant auprès des HARSAH.

Lors de cette formation, les différents aspects suivants ont été abordés : état de situation de la LGV, présentation du plan d'intervention LGV, présentation de la campagne, modes de transmission, signes et symptômes, complications, traitements, pistes d'intervention individuelle et communautaire, notification aux partenaires.

Des activités ponctuelles d'animation

La Direction de santé publique de Montréal a tenu un kiosque d'information sur la LGV au cours d'événements de la communauté gaie. Les intervenants au kiosque ont animé un quiz sur la LGV, ont répondu aux questions des HARSAH sur cette ITS et ont distribué les outils de la campagne.

3. DIFFUSION DES COMPOSANTES DE LA CAMPAGNE

Les outils de la campagne ont été distribués largement dans les diverses associations et lieux de socialisation gais, les organismes communautaires, les cliniques médicales, les médias écrits et électroniques s'adressant à la communauté gaie. La diffusion des outils s'est étendue de décembre 2005 à septembre 2006

3.1 Diffusion de l'affiche

11 000 affiches ont été imprimées dont 8 000 en français et 3 000 en anglais.

En région:

- Au total, 849 affiches « Nous, on annonce la LGV » en français et 160 en anglais ont été distribuées. Ces affiches ont été acheminées aux répondants des dix-sept directions régionales de santé publique du Québec

chargés de les redistribuer sur leur territoire. Quelques affiches ont été acheminées directement aux organismes des régions ayant adressé des commandes à la Direction de santé publique de Montréal par télécopieur ou par courriel.

L’affiche « Nous, on annonce la LGV » a également été diffusée dans cinq magazines gais différents¹. Ces magazines sont distribués gratuitement dans les cafés, les bars, les boutiques et autres lieux commerciaux et communautaires gais de plusieurs régions du Québec.

L’annexe 2 présente la diffusion de l’affiche « Nous, on annonce la LGV » dans des magazines gais de décembre 2005 à septembre 2006. Dans chaque magazine, l’affiche prenait une page complète. En tout, l’affiche a été présente 12 fois durant la campagne.

À Montréal

- Au total, 845 affiches en français et 419 affiches en anglais ont été distribuées à Montréal. Ces affiches ont été distribuées dans différents lieux : associations gaies ou bisexuelles (culturelles, sportives, religieuses, etc.), hôtels, motels, B&B, auberges et campings, bars et *after hours*, cafés et restaurants, organismes communautaires, saunas, cliniques médicales, bars de danseurs nus, CSSS, UHRESS cliniques externes de centres hospitaliers, boutiques érotiques, et autres commerces gais.

3.2 Diffusion du dépliant

15 000 dépliantes ont été imprimés dont 12 000 en français et 3 000 en anglais.

En région:

- Au total, 8 205 dépliantes en français et 985 en anglais ont été distribués. Ces dépliantes ont été acheminés aux répondants des dix-sept directions régionales de santé publique du Québec chargés de les redistribuer sur leur territoire. Quelques dépliantes ont été acheminées directement aux organismes des régions ayant adressé des commandes à la Direction de santé publique de Montréal par télécopieur ou par courriel.

À Montréal

- Au total, 2 825 dépliantes en français et 840 dépliantes en anglais ont été distribués à Montréal, dans différents lieux : associations gaies ou bisexuelles (culturelles, sportives, religieuses, etc.), hôtels, motels, B&B, auberges et campings, bars et *after hours*, cafés et restaurants, organismes communautaires, saunas, cliniques médicales, bars de danseurs nus, CSSS, UHRESS cliniques externes de centres hospitaliers, boutiques érotiques, et autres commerces gais.

¹ Cf. l’annexe 2 pour des informations sur les tirages de ces magazines ainsi que sur leur diffusion au Québec.

3.3 Diffusion du tract

15 000 tracts ont été imprimés dont 12 000 en français et 3 000 en anglais.

En région:

- Au total, 3 580 tracts en français et 695 en anglais ont été distribués. Ces tracts ont été acheminés aux répondants des dix sept directions régionales de santé publique du Québec chargés de les redistribuer sur leur territoire. Quelques tracts ont été acheminés directement aux organismes des régions ayant adressé des commandes à la Direction de santé publique de Montréal par télécopieur ou par courriel.

À Montréal

- Au total, 1 180 tracts en français et 503 dépliants en anglais ont été distribués à Montréal. Ces tracts ont été distribués dans différents lieux : associations gaies ou bisexuelles (culturelles, sportives, religieuses, etc.), hôtels, motels, B&B, auberges et campings, bars et *after hours*, cafés et restaurants, organismes communautaires, saunas, cliniques médicales, bars de danseurs nus, CSSS, UHRESS cliniques externes de centres hospitaliers, boutiques érotiques, et autres commerces gais.

3.4 Diffusion du site Internet

Le site Internet de la LGV est disponible 24h sur 24 et 7 jours par semaine. Il a été mis en fonction dès le début de la campagne, en décembre 2005. De décembre 2005 à septembre 2006, le site a reçu 7 990 visiteurs. Bien que la campagne soit terminée depuis quelques mois, le site Internet est toujours accessible.

3.5 Diffusion de la bannière LGV

La bannière électronique « Nous, on annonce la LGV » a été mise en ligne sur le site de rencontres gaies de *Priape* en février 2006 et ce, jusqu'à fin août 2006. Durant cette période, la bannière a reçu 11 527 clics (soit une moyenne de 1 646 clics par mois), dirigeant ainsi les internautes sur le site LGV de la DSP de Montréal.

3.6 Infolettre

La première Infolettre a été diffusée le 17 décembre 2004. Depuis septembre 2005, des informations sur la LGV et les HARSAH ont été régulièrement ajoutées. Bien que la campagne soit terminée depuis quelques mois, l'Infolettre est toujours distribuée mensuellement.

- Sept éditions de l'Infolettre ont été diffusées au cours de la campagne ;
- À ce jour, l'Infolettre syphilis-LGV compte plus de 150 abonnés.

3.7 Communications orales et écrites avec les médias

Deux magazines destinés à la clientèle gaie ont écrit un article sur la LGV durant la campagne : *Fugues* dans l'édition de décembre 2005 et *Le Point* dans son édition de novembre-décembre 2005.

3.8 Activités ponctuelles d'animation (Montréal)

La Direction de santé publique de Montréal a organisé deux kiosques d'information sur la LGV : le premier, le 29 avril 2006, durant la semaine de la santé sexuelle de Séro-Zéro et le deuxième lors de la journée communautaire de Divers-Cité (5 août 2006).

4. BUDGET DE LA CAMPAGNE

Les dépenses ont été regroupées en fonction des postes budgétaires présentés en annexe (3 et 4). Les dépenses du MSSS et de la DSP Montréal font l'objet de deux budgets distincts.

4.1 Budget - MSSS

43 000 \$ ont été alloués pour la campagne provinciale sur la LGV, en deux versements : 25 000 \$ pour la conception et 18 000\$ pour la diffusion. La totalité de ces sommes ont été dépensées (cf. annexe 3) : 43% du budget pour le développement d'un concept, 17% pour l'impression des outils, 40% pour la diffusion des outils dans les médias gays et sur Internet. Le développement des paramètres de la campagne, la conception des outils et la publicité dans les médias gays ont coûté un peu moins que ce qui avait été prévu initialement. Ceci nous a permis de doubler la quantité d'exemplaires des outils imprimés (affiches, dépliants et tracts) afin de répondre notamment à la demande des directions de santé publique du Québec.

Les frais excédants le budget provincial alloué, soit environ 175 \$, ont été absorbés par le budget montréalais de la campagne « Nous, on annonce la LGV » (cf. annexe 4).

4.2 Budget – DSP Montréal

Au terme de la campagne, 975 \$ ont été dépensés (annexe 4). Le budget montréalais a servi à réaliser des activités ponctuelles d'animation (kiosques d'information). Les frais excédants le budget provincial alloué, soit environ 175 \$, ont été absorbés par le budget montréalais.

Contribution de l'équipe de projet et de l'équipe de soutien de la Direction de santé publique de Montréal

À la Direction de santé publique de Montréal, une équipe de projet comportant trois agent(e)s de planification et un médecin-conseil a oeuvré au développement et à la mise en œuvre de la campagne « Nous, on annonce la LGV ». Une équipe de soutien (traduction des outils en anglais, travail d'infographie, création d'outils électroniques, travail de secrétariat, envoi postal des outils) a grandement participé au bon déroulement de la campagne. Les frais liés à l'implication de ces personnes ont été couverts par le budget de la Direction de santé publique de Montréal et ne sont pas inclus dans le budget de la campagne.

ANNEXE 1 - RUBRIQUES DU SITE INTERNET SUR LA LGV

Pour le public	Pour les professionnels et les intervenants
<p>a) Je m'informe</p> <p>1. Documents</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Dépliant d'information ▪ Affiche « Nous, on annonce la LGV » ▪ Tract <p>2. Références Internet</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Informations générales ▪ Sites Internet <p>3. Ressources</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Lignes téléphoniques d'écoute et d'information ▪ Organismes communautaires oeuvrant auprès des HARSAH et des PVVIH <p>b) Je m'implique</p> <p>1. La LGV est présente au Québec, que faire ?</p> <p>2. Se protéger contre la LGV</p>	<p>a) Informations cliniques et épidémiologiques</p> <p>1. Documentation</p> <p>2. Ressources</p> <p>b) Infolettre syphilis-LGV</p> <p>c) Notification aux partenaires</p> <p>d) Outils de sensibilisation</p> <p>1. Dépliant d'information</p> <p>2. Affiche « Nous, on annonce la LGV »</p> <p>3. Tract</p> <p>4. Bon de commande</p>

ANNEXE 2 - DIFFUSION DE L’AFFICHE « NOUS, ON ANNONCE LA LGV » DANS DES MAGAZINES GAIS DISTRIBUÉS DANS PLUSIEURS RÉGIONS DU QUÉBEC DE DÉCEMBRE 2005 À SEPTEMBRE 2006

Magazines	Déc. 2005	Janv. 2006	Fév. 2006	Mars 2006	Avril 2006	Mai 2006	Juin 2006	Juil. 2006	Août 2006	Sept. 2006
<i>Fugues</i> ²	---	✓	✓	✓	✓	---	✓	✓	✓	---
<i>La voix du village</i> ³	---	---	---	---	---	---	---	---	---	✓
<i>Le point</i> ⁴	---	---	---	---	---	---	---	---	✓	✓
<i>RG</i> ⁵	---	---	---	---	---	---	---	---	✓	✓

² Le magazine *Fugues*, publié mensuellement de 45 000 à 52 000 exemplaires, compterait 215 000 lecteurs par édition. Il est distribué à Montréal (68%), à Québec (10%) ainsi que dans différentes régions du Québec (17%) telles que Gatineau, les Cantons de l’est et Saguenay. 5% des exemplaires sont distribués à l’extérieur du Québec (tirage certifié par CCAB BPA Worldwide entreprise de vérification des données d’audience : www.bpaww.com/about_bpa).

³ *La Voix du village* est publié chaque mois à 30 000 exemplaires³. 80% des exemplaires sont distribués à Montréal, 10% à Québec et 10% dans le reste de la province (3Tirage certifié par Auditing Bureau of Circulation, une entreprise de vérification des données d’audience : www.accessabc.com).

⁴ *Le point* est un bi-mensuel publié à 15 000 exemplaires. Il est diffusé principalement à Montréal et à Québec (tirage certifié par The Media Information Network, une entreprise de vérification des données d’audience : www.cardonline.ca).

⁵ *RG* a un tirage de 11,500 exemplaires par mois et compte 51 000 lecteurs. 65% des exemplaires sont distribués à Montréal, 15% dans la ville de Québec, 18% dans les autres régions de la province et 2% à l’extérieur de Québec.

ANNEXE 3 - BUDGET – MSSS - DÉCEMBRE 2005 À SEPTEMBRE 2006

CAMPAGNE « NOUS, ON ANNONCE LA LGV »⁶

	Budget alloué	Dépenses effectuées	Balance
Développement d'un concept (message, visuel, contenu) pouvant être décliné en divers produits dont une bannière et un site Internet	20 500 \$		1 880 \$
<ul style="list-style-type: none"> • <i>Groupes de discussion avec des interlocuteurs-clés</i> • <i>Contribution d'une agence de communication</i> 		1 080 \$ 17 540 \$	
Impression d'outils en français et en anglais			
<ul style="list-style-type: none"> • <i>Affiches</i> • <i>Dépliants</i> • <i>Tracts</i> 	4 500 \$	7 305 \$	-2 805 \$
Publicité dans les médias écrits gais	14 200 \$	13 490 \$	710 \$
Publicité sur Internet	3 800 \$	3 760 \$	40 \$
<ul style="list-style-type: none"> • <i>Site de rencontres gais (Priape)</i> 			
Total :	43 000 \$	43 175 \$	- 175 \$⁷

⁶ Les montants ont été arrondis.

⁷ Les dépenses excédant le budget ont été financées par le budget DSP Montréal de la campagne « Nous, on annonce la LGV ».

ANNEXE 4 - BUDGET – DSP MONTRÉAL - DÉCEMBRE 2005 À SEPTEMBRE 2006
CAMPAGNE « NOUS, ON ANNONCE LA LGV »⁸

	Dépenses effectuées
Formation d'intervenants	200 \$
Activités ponctuelles d'animation	600 \$
Excédents des dépenses budget MSSS	175 \$
Total :	975 \$

⁸ Les montants ont été arrondis.

ANNEXE 5 - DONNÉES ÉPIDÉMIOLOGIQUES – MISE À JOUR 2006⁹

Au Québec, un premier cas de LGV a été déclaré en 2003, un deuxième en 2004, puis 26 cas en 2005. On estime entre 40 et 45 le nombre de cas en 2006, soit une augmentation de 65 % par rapport à la situation de 2005.

Tous les cas déclarés jusqu'à maintenant sont masculins. Si 75 % d'entre eux sont âgés entre 30 et 49 ans, les 20-29 ans comptent cependant pour une part non négligeable, avec 14 % des cas. Aucun cas n'a encore été rapporté chez les jeunes de moins de 20 ans ou chez des adultes de 60 ans ou plus. La très grande majorité des cas rapportés en 2005-2006, soit 88 % (n = 50), l'ont été dans la région de Montréal. Quatre régions, soit l'Estrie, Laval, la Montérégie et le Saguenay–Lac-Saint-Jean, ont quant à elles déclaré un ou deux cas de LGV depuis le début de l'éclosion.

Les HARSAH représentent la totalité des cas : aucun d'eux n'a eu des contacts sexuels avec des hommes et des femmes au cours de la dernière année. Près de 90% de ces HARSAH ont déjà eu une ITSS au cours de leur vie, 44 % ont déjà contracté une syphilis, et 59% sont reconnus comme étant infectés par le virus de l'immunodéficience humaine (VIH). Près des deux tiers (64%) ont eu des relations sexuelles dans des saunas gais au cours de la période d'incubation. Plus du quart des cas pour lesquels l'information est disponible ont eu des relations sexuelles avec un partenaire résidant habituellement à l'extérieur du Québec. Enfin, aucun n'a rapporté avoir reçu ou donné de l'argent en échange de relations sexuelles au Québec au cours de la dernière année.

⁹ Lambert G., Markowski F. et Minzunza S. *Portrait des ITSS au Québec année 2005 (et projections 2006)*. Bureau de surveillance et de vigie du MSSS. 2006.

BON DE COMMANDE

QUANTITÉ	TITRE DE LA PUBLICATION	PRIX UNITAIRE (tous frais inclus)	TOTAL
	Campagne provinciale «Nous, on annonce la LGV» s'adressant aux hommes ayant des relations sexuelles avec des hommes	5.00 \$	
	NUMÉRO D'ISBN 978-2-89494-602-2		

Nom _____

Adresse

No

Rue

App.

Ville

Code postal

Téléphone _____

Télécopieur _____

Les commandes sont payables à l'avance par chèque ou mandat-poste à l'ordre de la Direction de santé publique de Montréal

Veillez retourner votre bon de commande à :

Centre de documentation
Direction de santé publique
Agence de la santé et des services sociaux de Montréal
1301, rue Sherbrooke Est
Montréal (Québec) H2L 1M3

Pour information : 514-528-2400, poste 3646