

PRIX DE L'ÉDITION



COM-ENT D'ARGENT

KAMASUTRA+

Association : Sidaction

Agence : The Good Company

Date : 11-2022 / 11-2022

POURQUOI CETTE CAMPAGNE ?

L'amour n'a pas de frontière, ni celle des corps ni celle des genres. Alors que l'acceptation de soi et de toutes les sexualités fait partie des clés d'une bonne santé sexuelle et de la lutte contre le VIH, la communauté LGBT+ subit pourtant de nombreuses discriminations qui pèsent sur la santé mentale, physique et sexuelle de ses membres.

A l'occasion du mois des fiertés, Sidaction se donne pour objectif de visibiliser et célébrer tous les amours et toutes les sexualités pour promouvoir une éducation à la sexualité inclusive et bienveillante.



POUR QUI ?

La campagne s'adresse certes en priorité aux membres de la communauté LGBT+ mais plus généralement au grand public.

COMMENT ?

Si le Kamasutra est l'ouvrage sur la sexualité le plus connu et diffusé dans le monde, ses versions donnent souvent à voir une représentation normée des corps et des identités.

Sidaction lance le Kamasutra + : 69 positions revisitées, incluant divers moyens de protection contre le VIH (PReP, préservatif...) et illustrées par des artistes français et étrangers, appartenant ou soutenant la cause LGBT+.

Préfacé par Eddy De Pretto et agrémenté des contributions littéraires d'Amandine Dhée, Patrick Autréaux et Mathieu Bermann, le livre comprend aussi des contenus sur la protection et l'aide.

Les bénéfices de la vente de l'ouvrage ont été reversés à Sidaction pour financer des programmes de recherche médicale et scientifique ainsi que des associations de prévention ou d'aide aux personnes.

QUELS RÉSULTATS ?

Un ouvrage en édition limitée sold Out en seulement 5 jours 1000 exemplaires vendus en ligne et dans 10 librairies, représentant 17 000 récoltés pour financer l'association.

Une campagne d'impact massivement relayée :

5,6M d'impression +64 posts de relais sur les réseaux sociaux, par les médias et influenceurs

25 retombées presse (presse écrite, digitale, TV et radio : Le Parisien, Cosmopolitan, RMC, Bilal Hassani...)

PROCESS DE COMMUNICATION RESPONSABLE

L'imprimeur Musumeci (certifié FSC) qui a réalisé le livre Kamasutra+ est italien et le centre de distribution choisi était à Lyon afin de limiter les émissions liées au transport.