



DÉPARTEMENT DE L'INTÉRIEUR ET DE LA SANTÉ PUBLIQUE

Institut universitaire
de médecine sociale et préventive
Lausanne

EVALUATION DES CAMPAGNES
DE PREVENTION CONTRE LE SIDA
EN SUISSE

RAPPORT SUR LA VENTE
DES PRESERVATIFS

NOVEMBRE 1987

Françoise Dubois-Arber

Etude faisant partie de
l'évaluation globale des programmes de lutte contre le SIDA en Suisse.
Coordination et synthèse : D. Hausser, Ph. Lehmann,
F. Dubois-Arber, F. Gutzwiller.

Cah Rech Doc IUMSP no 23.9

CAHIERS DE RECHERCHES
ET DE DOCUMENTATION

*Adresse pour commande : Institut universitaire de médecine sociale et préventive
Bibliothèque
17, rue du Bugnon - CH 1005 Lausanne*

*Citation suggérée : Dubois-Arber F. - Evaluation des campagnes de prévention
contre le SIDA en Suisse : Rapport sur la vente des
préservatifs. Novembre 1987. - Lausanne, Institut univer-
sitaire de médecine sociale et préventive, 1988, 7 p. -
(Cah Rech Doc IUMSP, n° 23.9)*

DOC 5
23.9
54/92

Institut Universitaire de
Médecine Sociale et Préventive
Lausanne

933

10897i

Evaluation des campagnes de lutte contre le SIDA en Suisse.

L'ensemble de l'évaluation, sur mandat de l'Office fédéral de la Santé Publique, comprend les publications suivantes sous forme de cahiers de recherche et de documentation de l'Institut universitaire de médecine sociale et préventive :

- 16s.1 Lehmann Ph., Hausser D. Dubois-Arber F., Gutzwiller F.
Evaluation de la campagne de lutte contre le SIDA de l'Office fédéral de la santé publique (OFSP) 1987-1988.
Lausanne, Institut universitaire de médecine sociale et préventive, 1987, 20 p. + annexes.
- 16s.2 Lehmann Ph., Hausser D., Dubois-Arber F., Gutzwiller F.
Evaluation de la campagne de lutte contre le SIDA de l'Office fédéral de la santé publique (OFSP) 1987-1988.
Lausanne, Institut universitaire de médecine sociale et préventive, 1987, 102 p.
19. Hausser D., Lehmann Ph., Dubois-Arber F., Gutzwiller F.
Evaluation des campagnes de prévention contre le SIDA en Suisse. (Rapport intermédiaire, juillet 1987).
Lausanne, Institut universitaire de médecine sociale et préventive, 1987, 39 p.
23. Hausser D., Lehmann Ph., Dubois-Arber F., Gutzwiller F.
Evaluation des campagnes de prévention contre le SIDA en Suisse. Sur mandat de l'Office fédéral de la santé publique (OFSP).
Lausanne, Institut universitaire de médecine sociale et préventive, 1987, 96 p.
- 23.1 Zeugin P.
Kampagne zur AIDS-Prävention : repräsentative Befragung bei Personen zwischen 17 und 30 Jahren zur Kondom-Benützung (Erst- und Zweitbefragung)
Lausanne, Institut universitaire de médecine sociale et préventive, 1988.
- 23.2 Gurtner F., Zimmermann H.-P., Kaufmann M., Somaini B.
Sexualanamnese bei nicht verheirateten Praxispatienten. Eine Sentinella-Studie.
Lausanne, Institut universitaire de médecine sociale et préventive, 1988 (à paraître).
- 23.3. Di Grazia M.
Giovani e salute. Fattori di rischio e loro percezione soggettive. Reclutamento 1987.
Lausanne, Institut universitaire de médecine sociale et préventive, 1988.

- 23.4. Schröder I, Mathey M.-C.
Befragung von Berufsschülern, Arbeitsgemeinschaft für
Sozialforschung, Zürich.
Lausanne, Institut universitaire de médecine sociale et préventive,
1988.
- 23.5. Masur J.-B.
Evaluation de la lutte contre le SIDA : Etude du groupe
"drapeurs(euses)".
Lausanne, Institut universitaire de médecine sociale et préventive,
1988.
- 23.6. Dubois-Arber F.
Evaluation des campagnes de prévention du SIDA : rapport de l'étude
"Homosexuels".
Lausanne, Institut universitaire de médecine sociale et préventive,
1988.
- 23.7. Wülser H., Duvanel B.
Evaluation de la campagne nationale STOP-SIDA : groupe
"Toxicomanes".
Lausanne, Institut universitaire de médecine sociale et préventive,
1988.
- 23.8. Stricker M.
TROPEX-Studie zur Erfassung des HIV-Risikos bei Tropenreisenden.
Lausanne, Institut universitaire de médecine sociale et préventive,
1988 (à paraître).
- 23.9. Dubois-Arber F.
Evaluation des campagnes de prévention du SIDA : rapport sur la
vente de préservatifs.
Lausanne, Institut universitaire de médecine sociale et préventive,
1988.
- 23.10. Schröder I., Mathey M.-C.
Die Präventionskampagne STOP AIDS des Bundesamtes für
Gesundheitswesen und der AIDS Hilfe Schweiz im Spiegel der
Schweizer Presse. Analyse der Medienreporte.
Lausanne, Institut universitaire de médecine sociale et préventive,
1988.
- 23.11. Mathey M.-C., Schröder I.
Kantonale Aktivitäten der Aidsprävention.
Lausanne, Institut universitaire de médecine sociale et préventive,
1988.
- 23.12. Zeugin P.
Kampagne zur Aids-Prävention : Befragung von informellen
Meinungsbildnern.
Lausanne, Institut universitaire de médecine sociale et préventive,
1988.

EVALUATION DES CAMPAGNES DE PREVENTION
DU SIDA : RAPPORT SUR LA VENTE
DES PRESERVATIFS

Méthode

L'évolution du chiffre de vente des préservatifs et de la structure du marché des préservatifs en Suisse ont été choisis comme mesures des effets des campagnes de prévention de l'OFSP.

Plusieurs indicateurs ont été retenus:

- **chiffre de livraison de préservatifs** (nombre de pièces) en Suisse provenant des fabricants suisses de préservatifs ou des représentants en Suisse de marques étrangères. Six fabricants ou représentants ont accepté de fournir leurs chiffres de livraisons pour l'année 1986 (total annuel) et pour l'année 1987 (chiffres mensuels jusqu'au 30.9.87)¹. Trois d'entre eux sont présents sur le marché depuis plusieurs années, les autres ont entrepris une implantation au cours de l'année 1986 ou au cours de 1987. Selon nos estimations, ces entreprises représentent plus de 80% du marché suisse. Comme les chiffres de livraisons sont suivis pendant une longue période, on peut les considérer comme des chiffres de vente au public avec un décalage de temps.

- **nombre de points de vente de préservatifs** en Suisse. A chaque fabricant ou représentant de préservatifs il a été demandé de préciser le nombre de points de vente où la marque qu' il propose est accessible, ceci aux dates suivantes: 31.12.86, 30.6.87 et 30.9.87. Ce type de données existe aussi pour les magasins à grande surface.

- la **transformation de la structure du marché des préservatifs** en Suisse, notamment de l'accessibilité de ce produit au public (vente dans les magasins à grande surface, dans les distributeurs automatiques, etc). Six magasins à grande surface et une chaîne de kiosques ont accepté de donner leurs chiffres de fournitures de préservatifs à leurs succursales pour 1986 (total annuel) et pour 1987 (chiffres mensuels jusqu'au 30.9.87) .

Une brève enquête téléphonique a été en outre menée auprès de représentants de distributeurs automatiques pour connaître leurs intentions ou réalisations dans la vente de préservatifs en distributeurs automatiques.

¹ Entreprises (fabrication, distribution ou vente) ayant collaboré à cette étude: ABM, Adima, Beiersdorff-Doetsch-Grether, Cilag, Denner, Globus, Jelmoli, Kiosk, Lamprecht, Manor, Migros, Searle.

1. Chiffres de livraisons de préservatifs

La figure no 1. indique le nombre de préservatifs livrés à la fin de l'année 1986 et le nombre de préservatifs livrés de janvier à septembre 1987 en données cumulatives. Ces données concernent 6 entreprises.

Au 30 septembre 1987, les 6 entreprises qui fabriquent ou distribuent des préservatifs en Suisse et qui ont accepté de collaborer à l'étude, ont mis sur le marché 9.190.500 préservatifs, ce qui représente une augmentation de **60%** par rapport au chiffre total annuel de 1986 calculé sur 9 mois.

La figure no 2 montre l'évolution du volume de distribution mensuel de préservatifs en 1987 par rapport à la moyenne annuelle en 1986 (indice 100), pour les trois plus grandes entreprises de fabrication ou de distribution de préservatifs en Suisse.

C'est durant les mois de février, mars et avril 1987 qu'ont eu lieu les plus fortes hausses dans les chiffres de distribution de préservatifs. Ceci correspondait à des commandes importantes de la part des distributeurs (mise à disposition de la marchandise, remplissage des étalages) et, peut-être, à une demande plus forte de la part des consommateurs, vu la proximité et le poids de la campagne STOP-SIDA. A partir du mois de mai, les chiffres de livraisons semblent se stabiliser autour d'une valeur plus élevée que la moyenne 1986, mais plus basse que celle de janvier 87. Nous ne disposons pas des données mensuelles de livraisons de préservatifs pour l'année 1986; il est possible qu'il se soit produit une lente hausse des ventes au cours de cette année-là, sous l'effet des premières campagnes de prévention du Sida (ASS, brochure de l'OFSP).

2. Points de vente de préservatifs

L'offre en préservatifs en Suisse a été surtout améliorée par l'augmentation et la diversification des points de vente. La compréhension de l'importance de la lutte contre le Sida et la possibilité de conquérir (ou de maintenir) une part importante du marché a poussé les entreprises à rechercher de nouveaux débouchés, ce qui se traduit pour certaines d'entre elles par le doublement des points de vente en quelques mois.

Si l'on considère les trois plus grandes entreprises de fabrication ou distribution de préservatifs en Suisse, l'augmentation des points de vente entre le 31.12.86 et le 30.9.87. a été de 56% (points de vente cumulés: chaque point de vente de chaque entreprise est pris en compte même s'il y a des recoupements entre les marques).

Fig 1: EVOLUTION DU CHIFFRE DE MISE SUR LE MARCHE DE PRESERVATIFS EN SUISSE 1987.
 DONNEES CUMULATIVES PROVENANT DE 6 FABRICANTS OU REPRESENTANTS EN SUISSE
 DE MARQUES ETRANGERES (PLUS DE 80 % DU MARCHE)

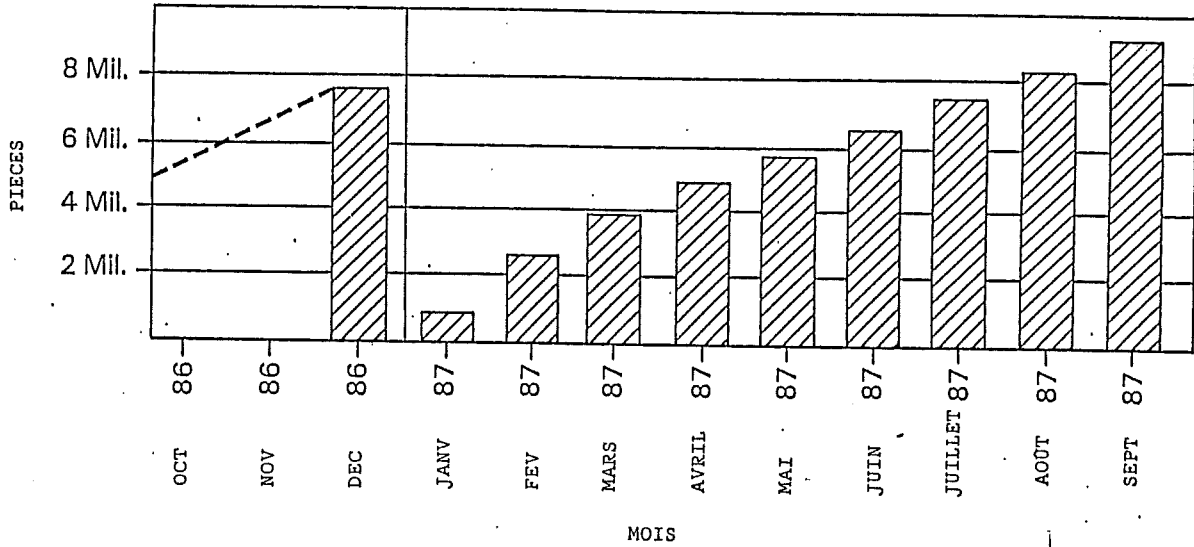
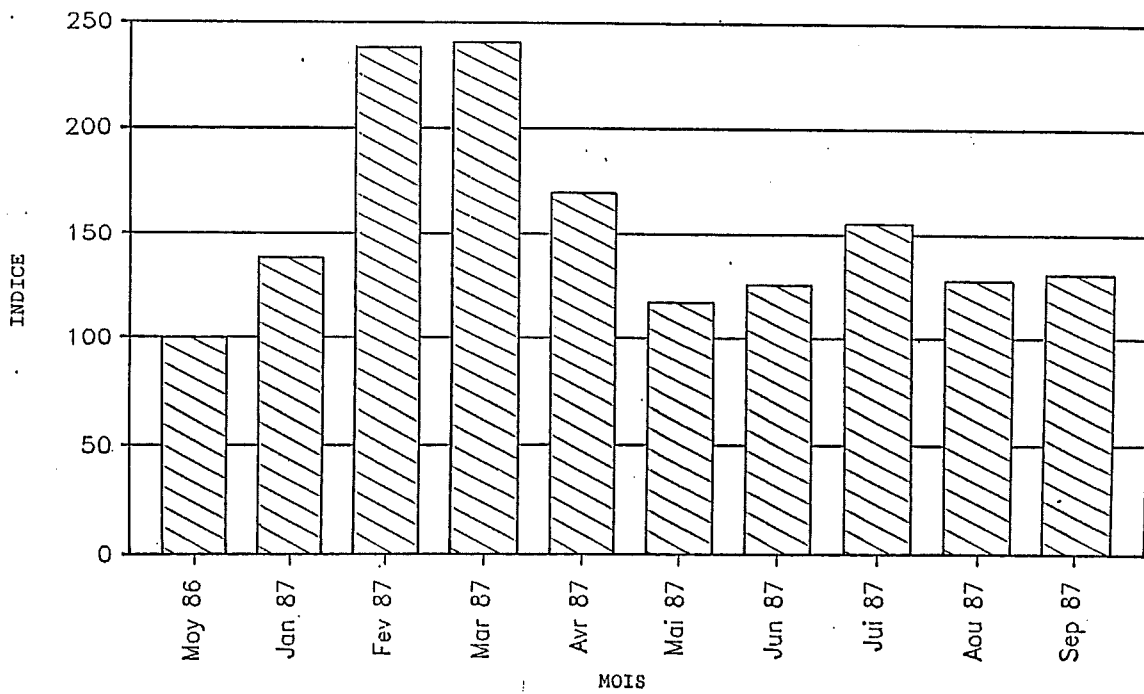


Fig.2: EVOLUTION DES CHIFFRES MENSUELS DE MISE SUR LE
MARCHE DE PRESERVATIFS EN SUISSE PENDANT L'ANNEE 1987.

MOYENNE MENSUELLE DE 1986 EGALE A INDICE 100



Pour les magasins à grande surface: en général, ceux qui vendaient des préservatifs en 1986 dans certaines de leurs succursales (les plus importantes) ont augmenté le nombre de leurs succursales qui en vendent (augmentation des points de vente); ceux qui ont entrepris de vendre des préservatifs en 1987 l'ont étendu d'emblée à l'ensemble de leurs succursales.

Par exemple, pour 5 magasins à grande surface : les points de vente ont passé de 547 en décembre 1986 à 817 en septembre 1987, soit une augmentation de 49%.

3. Transformation de la structure du marché des préservatifs

L'accès facilité des préservatifs à un large public, dans des lieux anonymes comme les magasins à grande surface ou les distributeurs automatiques contribue sans doute à diminuer les résistances à l'usage du préservatif.

Dans le cas des magasins à grande surface ou des kiosques, on observe très nettement un déplacement du lieu d'achat des préservatifs: l'augmentation de la distribution au niveau des grandes surfaces a été plus grande que celle observée chez les fabricants. Dans 5 chaînes de magasins à grande surface ou kiosques, la distribution a été multipliée par 2,5 pour les 9 premiers mois de l'année 87 par rapport à la distribution de 1986 rapportée à 9 mois, avec des fluctuations mensuelles qui rappellent celles rencontrées chez les fabricants.

La figure no 3. indique le nombre de préservatifs livrés mensuellement de janvier 87 à septembre 87 par les mêmes 5 chaînes de magasins à grande surface à leurs succursales.

Plusieurs entreprises de distributeurs automatiques ont décidé d'inclure les préservatifs dans leurs automates. Si l'installation de préservatifs dans les automates des gares ne semble pas poser de problèmes (lieu anonyme, de passage), la proposition faite aux cafetiers, restaurateurs et hôteliers d'ajouter des préservatifs dans les automates à cigarettes a provoqué certaines résistances, certains propriétaires d'établissements craignant que leur clientèle ne fasse un rapprochement entre préservatif et prostitution (nuisible à la réputation de l'établissement). L'expérience se poursuit toutefois et la Société suisse des hôteliers, en collaboration avec l'ASS, a entrepris une campagne de sensibilisation auprès de ses membres en publiant un dépliant explicatif.

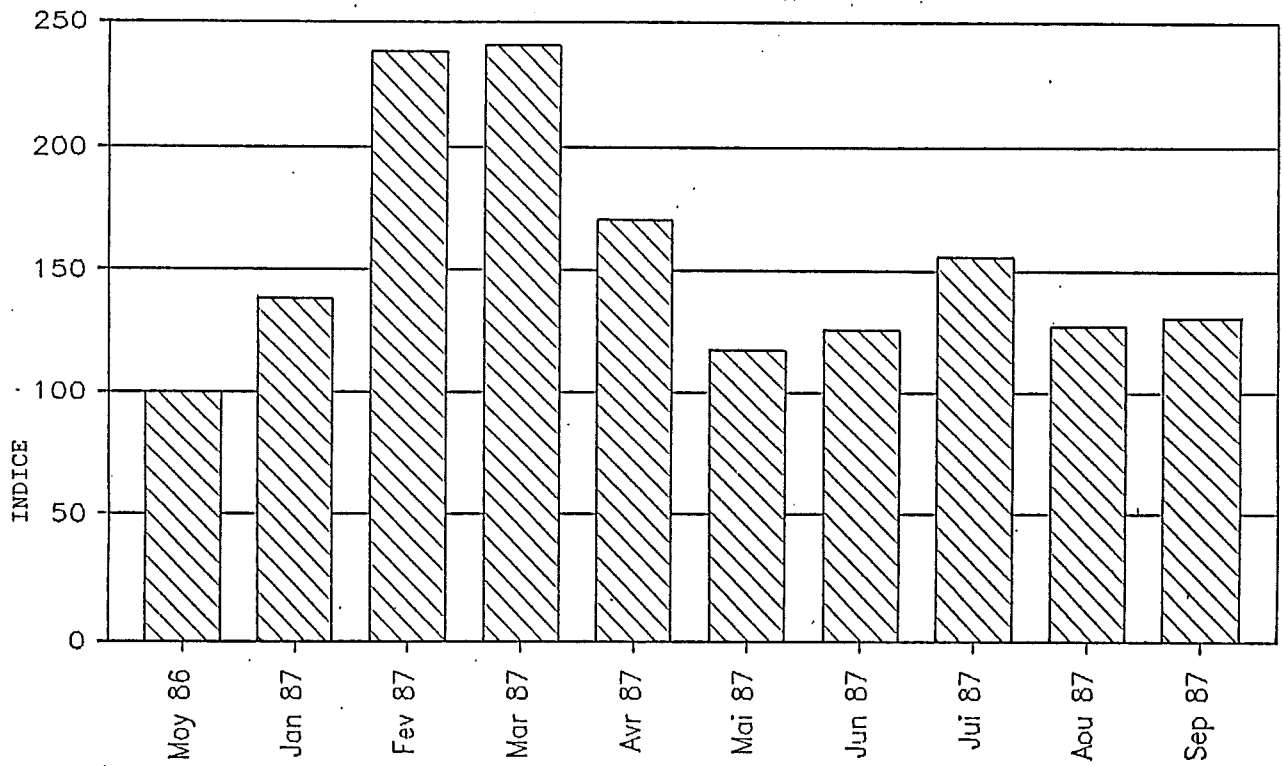
Il est encore trop tôt pour évaluer l'importance de la vente des préservatifs en automate et cela fera l'objet d'un chapitre de l'étude préservatifs en 1988.

Conclusions

Les données récoltées montrent clairement une augmentation des livraisons de préservatifs en Suisse et, par extension, de ventes puisque les livraisons se maintiennent de mois en mois. L'effet de la campagne STOP-SIDA s'est marqué par une brusque augmentation des livraisons de préservatifs qui peut être attribuée à une augmentation de la demande au niveau des vendeurs et/ou des consommateurs. Après cette flambée, on assiste à un mouvement de stabilisation autour de valeurs plus élevées que la moyenne 1986. L'observation dans les mois suivants permettra de dire si cette tendance se maintient.

Fig 3: LIVRAISONS DE PRESERVATIFS DANS LES MAGASINS A GRANDE SURFACE
=====

MOYENNE MENSUELLE DE 1986 EGALE A INDICE 100



Pour l'année 1988, il sera probablement possible de suivre l'évolution des ventes de préservatifs en suivant les mêmes sources de données (fabricants et magasins) tout en surveillant l'apparition sur le marché de nouvelles marques. Une étude de marché peut éventuellement être envisagée.

Le problème de la qualité des préservatifs mis en vente sur le marché suisse devrait être pris en compte dans une prochaine étude (satisfaction aux normes édictées par l'EMPA, modifications apportées par les fabricants en cas d'imperfections décelées, etc.).