

RAPPORT D'ETUDE OMNIBUS

Mars 2010



Etude sur les préservatifs

Client : **Agence Sanitaire et Sociale**

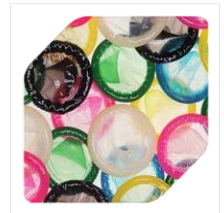
Contact client : Dr ROUCHON, bernard.rouchon@ass.nc

Contact tns : Laetitia UYTTERHAEGEN, laetitia@tns-global.nc

Caroline KAUPP, caroline@tns-global.nc



SYNTHESE



2006

N=1000

MST/IST	85%
SIDA	80%
GROSSESSE	51%
RIEN	0.5%

FACILE	84%
--------	-----

ST. MEDICALES PRIVEES	92%
COMMERCES	61%
ST. HOSPITALIERES	45%
ST. SOCIALES	37%

CAILLOU KAOUTCHOU	66%
DUREX	49%
MANIX	34%
Autres	≤10%

THEME

NIVEAU D'INFORMATION

« Le préservatif protège de ... »

**EVALUATION DE
L'ACCESSIBILITE EN NC**

**PRINCIPAUX
POINTS DE DISTRIBUTION**

Base : individus ayant cité au moins 1 lieu

**NOTORIETE SPONTANEE DES
MARQUES DE PRESERVATIFS**

Base : individus ayant cité au moins 1 marque

RISQUE DES IST/MST

2010

N=800

MST/IST	90%
SIDA	75%
GROSSESSE	42%

FACILE	94%
--------	-----

ST. MEDICALES PRIVEES	90%
COMMERCES	59%
ST. HOSPITALIERES	34%
ST. SOCIALES	18%

CAILLOU KAOUTCHOU	81%*
DUREX	45%
MANIX	29%
Autres	≤12%

Oui elles sont dangereuses pour la santé :	93%
---	-----

2010 vs 2006

Points de distribution :

Pas de différence significative selon le sexe en 2010.

Globalement, le profil des individus fréquentant les points de distribution a peu évolué depuis 2006

ETUDE SUR LES PRESERVATIFS

Niveau d'information

Accessibilité

Notoriété des marques

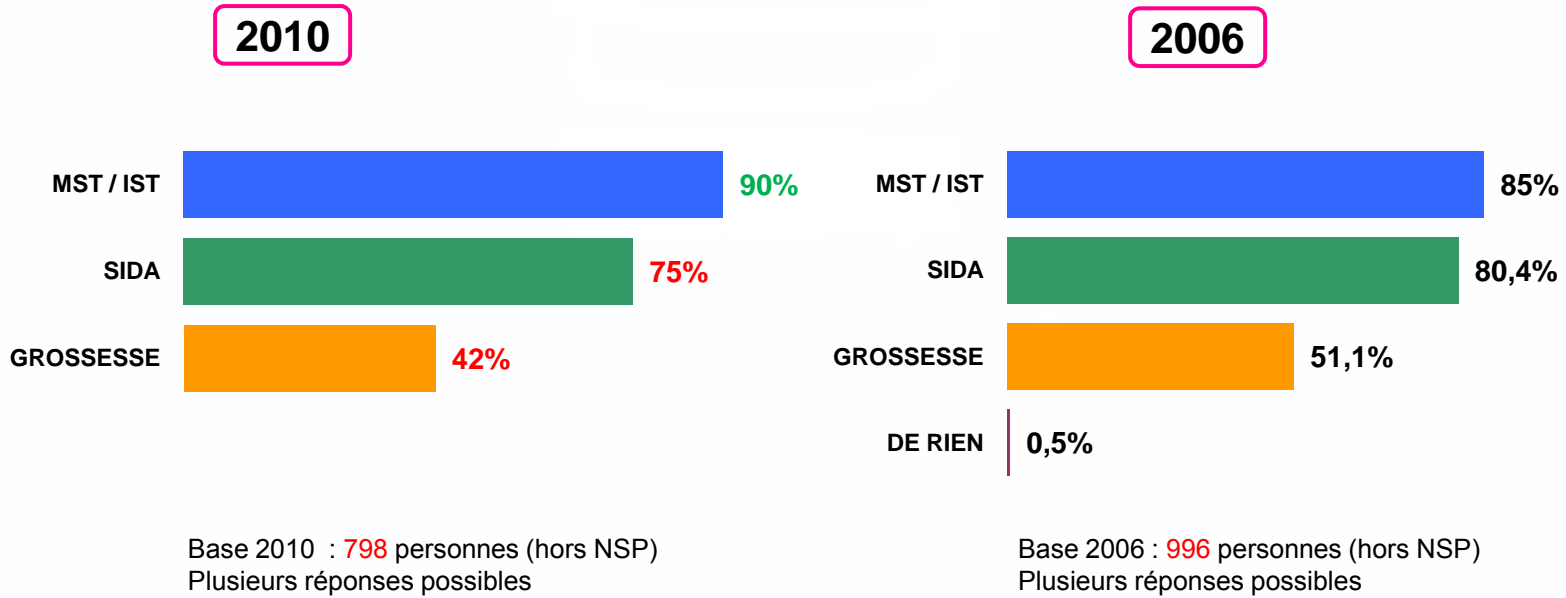
IST / MST





NIVEAU D'INFORMATION SUR LE PRESERVATIF

2010 vs 2006 : De quoi protège le préservatif ?



Les MST/IST sont davantage citées (90%) en 2010 contrairement au SIDA (75%).
Le préservatif comme moyen de contraception est cité par moins d'1 personne sur 2.

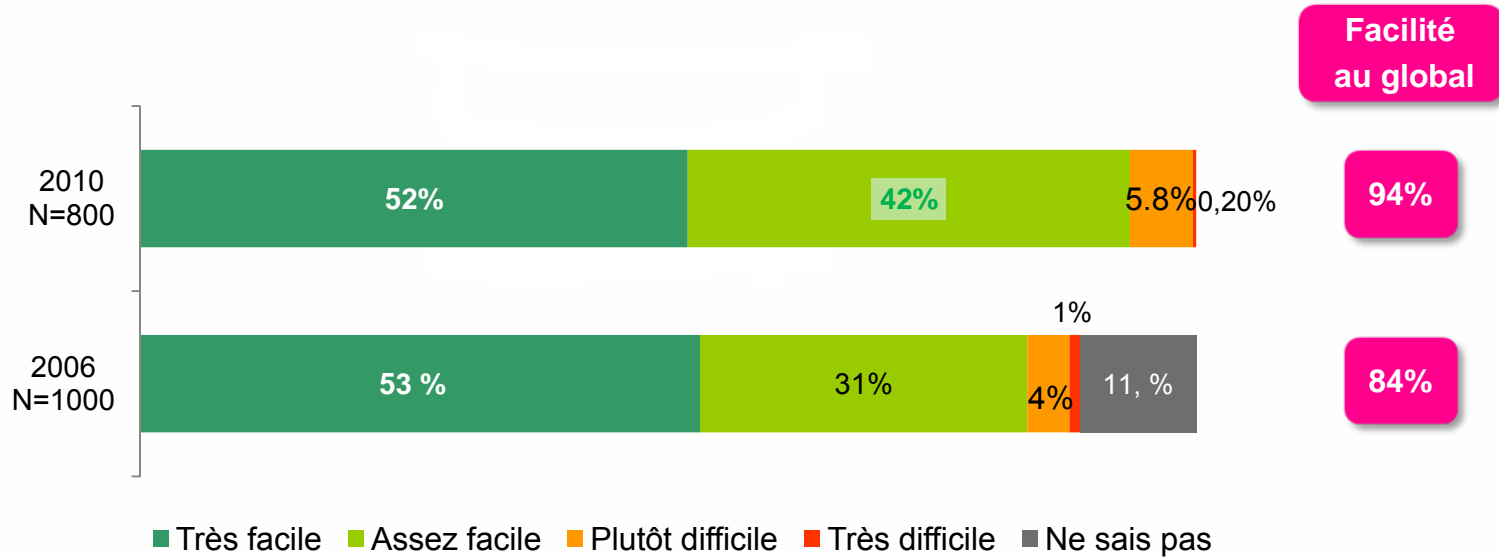
NB : On peut supposer qu'une partie des individus citant uniquement MST/IST (17%) y inclut le SIDA.

Ecart significativement :
supérieur à la moyenne globale
inférieur à la moyenne globale

ETUDE PRESERVATIFS

ACCESSIBILITE AU PRESERVATIF

2010 vs 2006



D'après les personnes interrogées, il semble plus facile de trouver des préservatifs aujourd'hui (94% contre 84% en 2006).

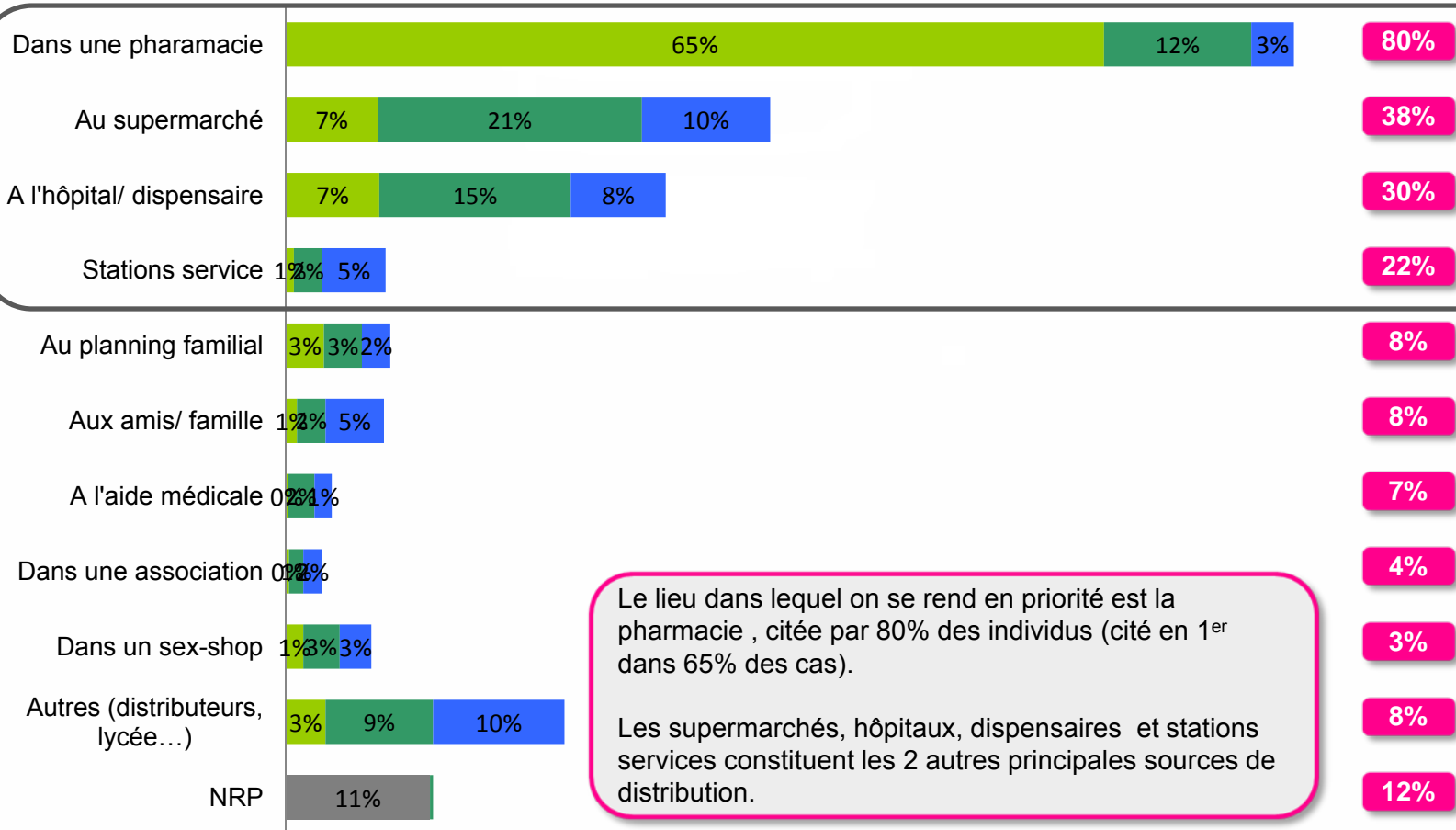
Ecart significativement :
 supérieur à la moyenne globale
 inférieur à la moyenne globale

ETUDE PRESERVATIFS

POINTS DE DISTRIBUTION

Au global

■ 1ère citation ■ 2ème citation ■ 3ème citation



Le lieu dans lequel on se rend en priorité est la pharmacie, citée par 80% des individus (cité en 1^{er} dans 65% des cas).

Les supermarchés, hôpitaux, dispensaires et stations services constituent les 2 autres principales sources de distribution.

ETUDE PRESERVATIFS



Base: 800 répondants
 Source/Qu: Si vous aviez besoin de préservatif, vous iriez où? Et ensuite?
 Note: 3 réponses possibles



POINTS DE DISTRIBUTION

Selon le profil des personnes interrogées

Ils sont significativement **plus** nombreux à citer

Ils sont significativement **moins** nombreux à citer

STRUCTURE MEDICALE PRIVEE (80%)

- CSP + (86%)
- Les moins de 30 ans (86%)
- Les européens (87%)

- Retraité (71%)
- Les 50 ans et + (72%)
- Les mélanésiens (74%)
- Les polynésiens (73%)

COMMERCE (52%)

- Les moins de 30 ans (65%)
- Les européens (60%)

- Retraité (39%)
- Les 50 ans et + (41%)
- Les polynésiens (40%)

STRUCTURE HOSPITALIERE (30%)

- Les mélanésiens (46%)

- CSP + (24%)
- Les 50 ans et + (24%)
- Les européens (21%)

STRUCTURE SOCIALE (16%)

- Retraité (5%)
- Les 50 ans et + (9%)
- Les européens (9%)
- Les asiatiques (6%)

AUTRES STRUCTURES (16%)

- *Pas de différence significative avec la structure de l'échantillon*

Grille de lecture pour les regroupements

STRUCTURE MEDICALE PRIVEE	Pharmacie, médecin
COMMERCE	supermarché, station service, sex shop
STRUCTURE HOSPITALIERE	Hopital, dispensaire
STRUCTURE SOCIALE	Planning familial, PMI, Aide médicale, Infirmerie scolaire
FAMILLE AMI	//
DISTRIBUTEUR	//
ASSOCIATION	//
AUTRES	//

ETUDE PRESERVATIFS

POINTS DE DISTRIBUTION

2010 vs 2006



Avec le regroupement des lieux d'approvisionnement
Base : Personnes ayant cité au moins un lieu

	2010	2006
STRUCTURE MEDICALE PRIVEE	90%	92%
COMMERCE	59%	61%
STRUCTURE HOSPITALIERE	34%	45%
STRUCTURE SOCIALE	18%	37%
FAMILLE AMI	9%	7%
DISTRIBUTEUR	5%	16%
ASSOCIATION	4%	11%
AUTRES	0%	1%
Nombre moyen de lieux cités par pers.	2.3 (N= 709 ayant cité au moins 1 lieu)	2.7 (N= 991 ayant cité au moins 1 lieu))

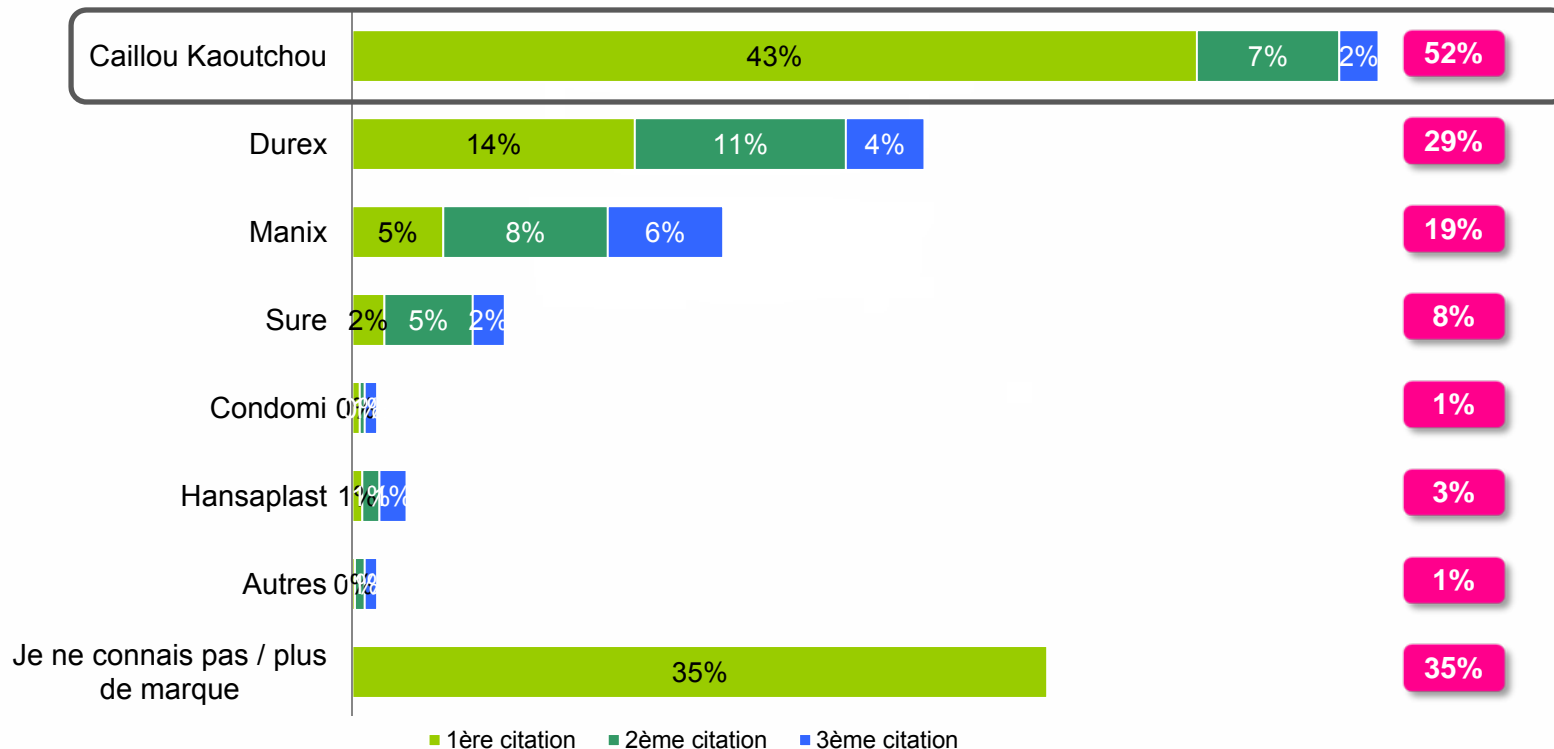
Les structures privées et commerces demeurent les principales sources d'approvisionnement.
En 2010, les structures hospitalières, sociales et associatives sont moins citées qu'en 2006 tout comme les distributeurs

Ecart significativement :
supérieur à la moyenne globale
inférieur à la moyenne globale

ETUDE PRESERVATIFS

NOTORIETE SPONTANEE DES MARQUES DE PRESERVATIFS

Au global



La marque Caillou Kaoutchou arrive en tête. Elle est citée spontanément par 1 personne sur 2. Ce résultat élevé peut être lié à la campagne de prévention contre le VIH menée d'octobre à décembre 2009 par l'association Homosphère en partenariat avec la marque de préservatifs Caillou Kaoutchou.

ETUDE PRESERVATIFS

NOTORIETE DES MARQUES

Selon profil

Ils sont significativement **plus** nombreux à citer

Ils sont significativement **moins** nombreux à citer

CAILLOU
KAOUTCHOU

- Les CSP - (57%)
- Les moins de 30 ans (69%)
- Les mélanésiens (63%)

DUREX

- Les CSP + (45%)
- Les hommes (35%)
- Les moins de 30 ans (41%)
- Les européens (46%)

- Les femmes (23%)
- Les mélanésiens (13%)
- Les polynésiens (17%)
- Les asiatiques (14%)

MANIX

- Les CSP + (30%)
- Les moins de 30 ans (25%)
- Les européens (30%)

- Les mélanésiens (11%)
- Les asiatiques (9%)
- Les polynésiens (8%)

NE CONNAIT
PAS/PLUS
DE MARQUES

- Les retraités (71%)
- Les 50 ans et + (61%)

- Les moins de 30 ans (18%)
- Les européens (29%)

AUTRES
MARQUES

- Bases trop faibles pour permettre un comparatif

Les personnes retraitées et ayant plus de 50 ans sont proportionnellement moins nombreuses à connaître des marques de préservatifs.

L'association Homosphère a mené une campagne de prévention contre le VIH d'octobre à décembre 2009 en association avec la marque de préservatifs Caillou Kaoutchou.

ETUDE PRESERVATIFS

NOTORIETE DES MARQUES

2010 vs 2006



Base : Personnes ayant cité au moins une marque

	2010	2006
CAILLOU KAOUTCHOU	81% *	66%
DUREX	45%	49%
MANIX	29%	34%
SURE	12%	10%
CONDOMI	2%	3%
HANSAPLAST	4%	2%
AUTRES MARQUES	2%	2%
Nombre moyen de marques citées par pers.	1.75 (N= 517)	1.66 (N= 497)

Comme en 2006, la marque Caillou Kaoutchou est la plus citée.
Elle est davantage citée en 1^{er} par rapport à 2006, à l'inverse de marque Durex.

Ecart significativement :
supérieur à la moyenne globale
inférieur à la moyenne globale

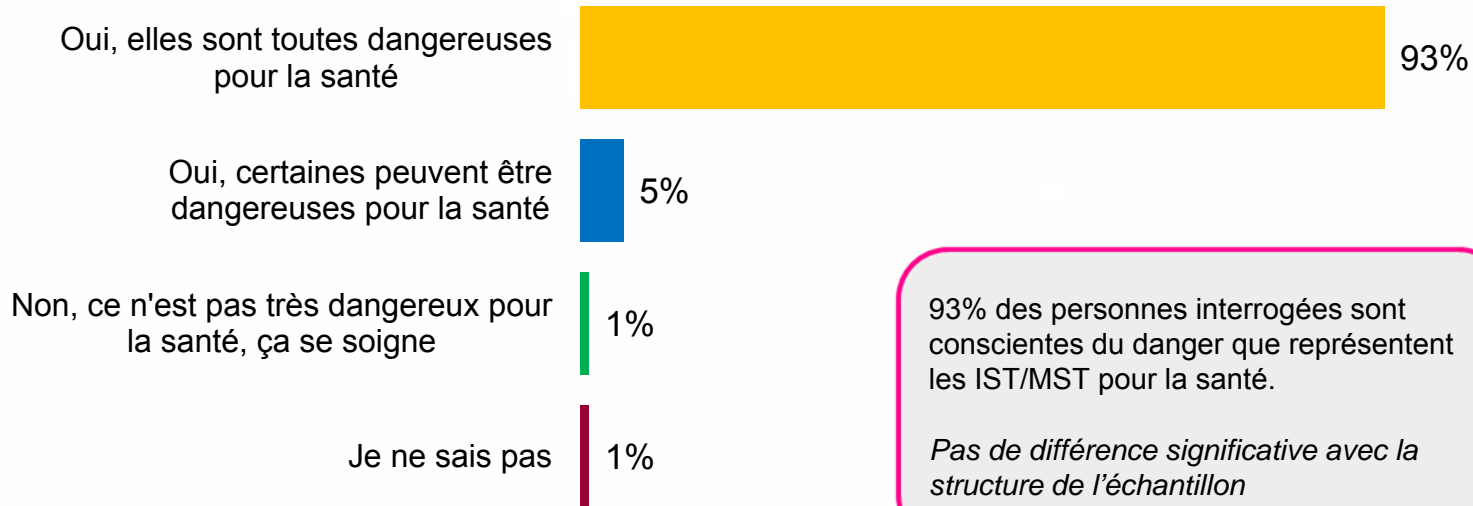
* L'association Homosphère a mené une campagne de prévention contre le VIH d'octobre à décembre 2009 en association avec la marque de préservatifs Caillou Kaoutchou.

ETUDE PRESERVATIFS



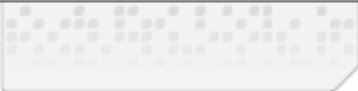
PERCEPTION DU RISQUE DES IST/MST

Perception du danger vis-à-vis des IST / MST

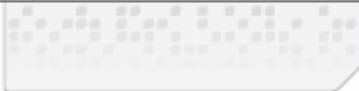


93% des personnes interrogées sont conscientes du danger que représentent les IST/MST pour la santé.

Pas de différence significative avec la structure de l'échantillon



ETUDE PRESERVATIFS



Base: 800 répondants

Source/Qu: Pensez vous que les IST ou MST (infections sexuellement transmissibles) peuvent être dangereuses pour votre santé?



the sixth sense of business™