

1ÈRE ÉDITION Sex**tember**®

Près de 12 000 jeunes ont relevé le défi du mois sans porno.

Le mouvement Sextember, le mois sans porno initié par les préservatifs Eden Gen, a pris fin le 30 Septembre. Lancé cette année pour sa première édition, il invitait les jeunes à décrocher du porno pour redécouvrir le sexe autrement. Près de 12000 jeunes ont participé à cette première édition, un succès qui démontre le besoin de nombreux jeunes en manque de solutions pour faire leur éducation sexuelle.

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

#1 UNE 1ÈRE ÉDITION QUI A FORTEMENT MOBILISÉ :

140 000

jeunes ont visité le site www.sextember.fr lors de cette première édition

14

influenceurs ont rejoint le mouvement sur Instagram et TikTok

250 MILLIONS

de contacts ont été générés à travers la campagne (digital et affichage)

10,7 MILLIONS

de vues sur Tiktok en Septembre avec 6,5 millions de vues sur le #SextemberDéfi et près de 3 millions de vues sur les #Célinereacts



CONTACT PRESSE

Agence Shadow Communication

Karima DOUKKALI - 07 77 36 64 10 - karimadoukkali@shadowcommunication.fr

Aurelie VINZENT - 06 58 66 80 49 - aurelievinzent@shadowcommunication.fr



Original dans ses contenus, interpellant dans sa tonalité, marquant dans son combat ... le mouvement Sextember n'a laissé personne indifférent ! Il a su rallier des personnalités de tous bords, à l'instar de Céline Tran, coach en sexualité et conférencière, ancienne actrice pornographique auparavant connue sous le nom de Katsuni qui a apporté son soutien à l'opération à travers des vidéos, ou les influenceurs Amixem, Darkoctg ou encore Fabiancrfx qui ont eux aussi, à leur manière, renoncé au porno !

#2

L'ÉDUCATION SEXUELLE RESTE UN ENJEU MAJEUR DE SANTÉ PUBLIQUE

EDEN Gen a décidé d'endosser une mission de santé publique : inviter les jeunes à parler simplement et librement de sexe et de plaisir. Malgré l'apparente ouverture d'esprit de notre société et la facilité de nos moyens de communication actuels, certains sujets restent tabous, comme celui de l'éducation sexuelle, en particulier chez les jeunes. Si **85% des 15-25 ans** déclarent avoir une bonne connaissance des risques liés aux MST et IST, **seuls 27%** affirment disposer d'un bon niveau de connaissance sur la sexualité.



« A travers l'éducation sexuelle c'est aussi la lutte contre les maladies sexuellement transmissibles qui reste un enjeu de santé publique. Le succès de Sextember démontre qu'il y a un manque d'informations qui n'est pas adressé aujourd'hui. Il faut que la société progresse pour offrir aux jeunes les moyens et les sources pour mieux s'informer. C'est pourquoi après Septembre, la démarche d'éducation sexuelle portée par Eden Gen continue tout au long de l'année, sur notre site et nos réseaux sociaux. Nous donnons également d'ores et déjà rendez-vous aux jeunes en 2022 pour la deuxième édition de Sextember, qui viendra s'enrichir de nouveaux contenus, d'évènements et partenariats » explique Stéphane Ipertj, Directeur Marketing du Laboratoire Majorelle.

RDV EN 2022 POUR LA DEUXIÈME ÉDITION DE SEXTEMBER
WWW.SEXTEMBER.FR

À PROPOS DE MAJORELLE

Majorelle est un laboratoire pharmaceutique français créé en 2012, spécialisé en santé sexuelle, qui poursuit l'objectif de réduire les inégalités d'accès aux produits de santé et de corriger les dysfonctionnements de marché. Son approche citoyenne repose sur la conviction qu'il est nécessaire de rendre accessible au plus grand nombre les molécules essentielles. C'est pourquoi Majorelle a décidé de lancer des produits innovants et/ou plus accessibles privilégiant ainsi la Santé Publique aux intérêts économiques.

*Etude Opinion Way pour Majorelle