

## SUJET :

Mise au point de la nouvelle génération de préservatifs

### Explorations des Grands défis Session 12 Septembre 2013

#### Opportunité :

Les préservatifs masculins sont bon marché, faciles à fabriquer et à distribuer, et disponibles partout dans le monde, même dans les milieux démunis, grâce à des réseaux de distribution bien établis. Le taux de production actuel mondial est de 15 milliards d'unités par an pour un nombre estimé de 750 millions d'utilisateurs et un marché en expansion constante. Les préservatifs sont connus presque universellement. Rares sont les endroits au monde où ils ne sont pas connus ou disponibles. Lorsqu'ils sont utilisés correctement, ils offrent aux femmes une protection fiable contre la grossesse et, aux deux partenaires, contre de nombreuses IST, y compris la transmission du VIH, ce qui en fait un excellent exemple de technologie de prévention polyvalente (TPP). Leur utilisation n'exige pas d'ordonnance, de professionnel de la santé qualifié ou non, ou de système de soins de santé. Aucun effet indésirable n'est lié à leur utilisation, ce qu'on ne peut dire d'aucun autre produit contraceptif ou de prévention des IST. Ce sont des dispositifs contrôlés et appliqués par l'utilisateur, d'un usage aisé et faciles à transporter. Ces caractéristiques font du préservatif le parfait produit de TPP, surtout dans les milieux démunis.

Un obstacle majeur à l'utilisation plus systématique et universelle du préservatif masculin est l'idée qu'il représente un compromis entre, d'une part, une perte de plaisir et d'érection en raison de son port, et, d'autre part, la protection contre les grossesses non désirées et les IST. Du point de vue masculin, parmi les inconvénients de l'usage du préservatif figurent la perte de plaisir due à son port et la perte d'érection en raison du temps qu'il faut et des difficultés et autres problèmes rencontrés pour l'enfiler. Nombreux sont les hommes qui trouvent ce compromis inacceptable, d'autant plus que la décision doit être prise juste avant le rapport sexuel. Est-il possible de mettre au point un produit sans ces attributs considérés négatifs, ou mieux encore, qui serait perçu comme augmentant le plaisir ? Et dans ce cas, ce produit aurait-il un effet bénéfique important sur la santé mondiale, à la fois en termes de réduction des taux de grossesses non désirées et de prévention des infections par le VIH et autres IST ?

De même, les préservatifs féminins peuvent être une méthode efficace de prévention des grossesses non désirées et des infections par le VIH, mais souffrent des mêmes inconvénients que les préservatifs masculins, exigent d'avoir appris à les insérer correctement et sont nettement plus chers que les préservatifs masculins. Bien qu'il soit plus facile de convaincre d'utiliser les préservatifs féminins, cette nécessité de convaincre illustre exactement l'obstacle à leur usage plus répandu que nous cherchons à surmonter dans cet appel.

#### Le défi :

Les préservatifs existent depuis plus de 400 ans mais leur technologie ne s'est guère améliorée ces 50 dernières années. La principale amélioration a été l'usage du latex comme matière première principale et des mesures de contrôle de qualité permettant de tester la qualité de chaque préservatif. La science des matières et notre compréhension de la neurobiologie ont fait des progrès révolutionnaires au cours des dix dernières années mais ces nouvelles connaissances n'ont pas encore été suffisamment appliquées pour améliorer les caractéristiques de l'un des produits le plus universels et potentiellement sous-utilisés sur terre. Des prototypes à partir de nouveaux concepts et de matières nouvelles peuvent être mis au point et testés rapidement. Des essais cliniques humains à grande échelle ne sont pas nécessaires. La capacité de production, le marketing et les réseaux de distribution sont déjà en place.

Nous sommes à la recherche d'une **Nouvelle génération de préservatifs** qui préserve ou renforce significativement le plaisir afin d'augmenter son adoption et son usage régulier. D'autres concepts susceptibles d'augmenter son adoption présentent des caractéristiques facilitant l'utilisation des préservatifs masculins et féminins, comme par exemple des emballages ou produits dont l'application correcte est plus facile et plus rapide. En outre, des caractéristiques qui tiennent compte des obstacles culturels et les surmontent sont aussi souhaitables.

Les propositions retenues décriront des concepts de produits s'appuyant sur des données et/ou des connaissances de l'usage et des préférences en matière de préservatifs ou de pratiques sexuelles dans les zones géographiques ciblées par la Fondation, en particulier l'Afrique subsaharienne et l'Asie du Sud-Est. Les propositions doivent (i) présenter une hypothèse vérifiable, (ii) comprendre un plan correspondant en vue de tester et valider le principe et (iii) permettre d'obtenir des données sujettes à interprétation et non équivoques pendant la Phase I, afin de pouvoir

être considérées pour l'attribution de financement pour la Phase II.

*Voici quelques exemples de travaux que nous pourrions envisager de financer :*

- Les idées qui s'emploient à résoudre la perte de sensation effective, perçue ou attendue, notamment
  - Utilisation de nouvelles matières premières non toxiques susceptibles de maintenir, voire de renforcer les sensations ;
  - De nouvelles idées en matière de contour ou d'épaisseur du préservatif ;
  - La mise au point et le test de nouvelles formes ou types de préservatif susceptibles de rendre son utilisation plus agréable ;
  - De nouvelles matières ou fabrications qui changent le degré de friction, procurent une sensation semblable à celle de la peau ou ajustent les niveaux de lubrification
- Les idées qui répondent au problème de perte d'érection pendant la mise en place des préservatifs, notamment : un temps d'application moins long ou des modes d'emploi plus simples et plus clairs ;
- De nouvelles idées pour des préservatifs féminins plus faciles à mettre en place et/ou procurent plus de plaisir ;
- L'application de connaissances dans d'autres domaines (par exemple neurobiologie, biologie vasculaire) à de nouvelles stratégies visant à améliorer l'attrait des préservatifs.

*Nous n'envisagerons pas de financer :*

- Des interventions exclusivement non-technologiques, sociales ou éducatives, comme les activités de distribution, promotion, conseil et autres activités similaires ;
- Les préservatifs en aérosol ;
- Les préservatifs conçus pour ne couvrir la verge que partiellement (par exemple les préservatifs « juste du bout ») ;
- Des conceptions de préservatifs avec diagnostics intégrés ;
- Les préservatifs réutilisables ;
- Les essais de produits déjà commercialisés ;
- Les propositions qui ne présentent pas une hypothèse ou un plan clairement articulé de vérification de la capacité du produit à surmonter les problèmes d'adoption ;
- Les concepts fondamentalement trop coûteux dans le contexte du monde en voie de développement ;
- Les concepts de préservatifs qui sacrifieraient l'aspect de prévention des grossesses non désirées ou des infections au VIH.

Pour en savoir plus sur ce sujet, consultez le blog de « L'optimiste impatient » : [Reinventing The Condom](#)