



Communiqué de Presse

Paris, le 4 décembre 2025

LMDE lance la 9^{ème} édition de son Opération Kamasutra afin de sensibiliser les jeunes à la santé sexuelle

À l'occasion de la neuvième édition de l'Opération Kamasutra, LMDE, la Mutuelle des Étudiants, marque du Groupe INTÉRIALE, déploie sa campagne digitale de sensibilisation à la santé sexuelle, grâce à des contenus digitaux innovants.

Une campagne 100% digitale, engagée et innovante

Lancée le 1er décembre, en relais de la Journée mondiale de lutte contre le sida et jusqu'au 25 décembre, l'Opération Kamasutra illustre la stratégie de prévention de LMDE auprès des étudiants : proposer une information accessible, décomplexée et scientifiquement validée sur la santé sexuelle.

Pour toucher l'ensemble de la communauté étudiante, la campagne s'appuie sur des formats adaptés aux usages numériques des jeunes, avec une série de vidéos diffusées sur **TikTok**, incitant à tester ses connaissances dans un questionnaire. Accessible en ligne, le **quiz interactif** de la campagne permet de façon ludique de s'informer, de déconstruire les idées reçues et d'approfondir la compréhension des enjeux de prévention.

Chaque question est l'occasion d'introduire une notion de santé étayée scientifiquement : « **La saisonnalité peut-elle influencer la libido ?** » **Réponse : Vrai.** En hiver, la libido baisse car le manque de soleil diminue la sérotonine, hormone du bien-être, et augmente la mélatonine, hormone du sommeil.¹

Cet exemple de question illustre la démarche globale de la campagne : à partir de situations proches du quotidien apporter, avec clarté, des réponses fiables et utiles à la santé des étudiants, dans un langage accessible et sans jamais moraliser.

Des thématiques essentielles au cœur du quotidien étudiant

L'Opération Kamasutra aborde les **principales questions de santé sexuelle** qui concernent les jeunes : prévention et dépistage des infections sexuellement transmissibles (IST), partage de la contraception au sein du couple, importance du consentement et de la communication dans la relation, mais aussi compréhension du plaisir et influence du mode de vie étudiant sur l'équilibre intime. En proposant des repères fiables et décomplexés, la campagne vise à renforcer l'autonomie des étudiants dans la prise en charge de leur santé affective et sexuelle.

¹ Source : « AlloDocteurs - Le printemps booste-t-il vraiment la libido ? Un sexologue nous répond », 5 avril 2025. [Lien](#).

Comme le soulignent les résultats de la 7^e Enquête Nationale sur la Santé des Étudiants, il est essentiel d'apporter une information fiable aux étudiants. 80% d'entre eux déclarent s'informer via les réseaux sociaux en priorité. De plus, en prenant l'exemple du dépistage des IST, 57 % des étudiants déclarent avoir déjà effectué un test, soit une progression de huit points par rapport à 2022. Cette progression témoigne d'une conscience accrue des risques et conforte la vocation de l'Opération Kamasutra de mêler la rigueur des informations avec la pédagogie adaptée au format digital.

« Cette campagne 100% digitale, informative et ludique nous permet d'être là où les jeunes nous attendent, avec des messages étayés scientifiquement, utiles et qui sensibilisent également à la question du respect mutuel », souligne Fabrice Grière, Directeur général de la LMDE.

En complément de cette campagne digitale, LMDE mène toute l'année des actions de prévention « par les pairs » grâce à près de 50 jeunes en service civique.

Ces actions se déploient dans **12 territoires universitaires : Caen, Cherbourg, Lille, Montpellier, Nantes, Nice, Orléans, Paris, Toulon, Toulouse Métropole, Tours et Rennes.**

Ces opérations se déclinent selon deux modalités complémentaires :

- **Les Déambulations Noct'ambules**, menées dans les quartiers festifs, facilitent l'écoute et la réduction des risques liés aux consommations ou aux rapports non protégés.
- **Le dispositif « Cité Zen »**, en cités universitaires, informe sur le système de soins, le dépistage, les infections sexuellement transmissibles (IST), ainsi que sur les ressources locales et l'accompagnement psychologique.

À propos du Groupe INTÉRIALE

Le Groupe INTÉRIALE est présidé par Gilles Bachelier. Il accompagne les agents publics, les décideurs et les étudiants et leur propose les meilleures protections en santé et prévoyance intégrant des services de prévention et d'accompagnement novateurs. Fort d'une histoire de 150 ans, créé par et pour les agents du service public, INTÉRIALE agit dans le seul intérêt de ses adhérents qui en sont à la fois les bénéficiaires et les propriétaires.

Le Groupe INTÉRIALE c'est :

- La mutuelle INTÉRIALE, acteur majeur de la protection sociale complémentaire des agents publics, au sein de la fonction publique d'État, et auprès de + de 1000 collectivités territoriales
- Prévention plurielle, 1^{ère} mutuelle de livre III entièrement dédiée à la Prévention en France
- Le Continuum Lab, think tank consacré au continuum sécurité-justice
- LMDE, La Mutuelle des Étudiants, la marque expert santé des étudiants
- 490 000 personnes protégées
- 435 collaborateurs
- Près de 60 points de rencontre
- 23 administrateurs, 200 délégués et plus d'un millier de bénévoles

Sa raison d'être : acteur de transformation de la fonction publique, partenaire de vie(s) de ses agents et du monde de la jeunesse. Son expertise de terrain s'exprime par un engagement éthique et personnalisé au service de la santé et de la sécurité, dans la confiance pour tous.

Sites web: <https://www.groupeinteriale.fr/>, <https://www.interiale.fr/>

Réseaux sociaux : [LinkedIn](#), [Facebook](#), [YouTube](#), [Bluesky](#)

Contacts presse :

Constance Baudry
Tél. : 06 82 43 69 62
constance.baudry@agence-constance.fr

Antoine Reeb
Tel : 07 57 68 30 60
antoine.reeb@agence-constance.fr