



BLAISE

**Un nouveau projet pour parler de réduction
des risques en contexte festif**

- Première campagne en 2026 : « Bonne ambi »
- Premier lieu de l'action pilote :
festival **Les Ardentes 2026**
- Un projet de l'asbl **Univers santé**

BLAISE EN DEUX MOTS

BLAISE est un nouveau projet développé par Univers santé pour **promouvoir des comportements moins risqués** en contextes festifs chez les jeunes de 15 à 24 ans.

Sa première campagne **encourage l'alternance** entre boissons alcoolisées et boissons sans alcool **pour permettre aux jeunes de profiter plus longtemps** de leur soirée **tout en limitant certains risques** liés à l'alcool.

POURQUOI BLAISE ?

Les jeunes connaissent souvent les risques liés à l'alcool.

Mais en festival ou en soirée (bars, concerts, etc.), **les comportements sont aussi influencés par le groupe, l'ambiance, les normes sociales et le contexte.**

BLAISE part donc d'une idée simple : pour changer certains comportements, il ne suffit pas d'informer. **Il faut aussi rendre ces comportements visibles, simples, positifs et socialement valorisés.**

POURQUOI CE NOM ?

Le nom **BLAISE** vient au départ de l'expression "à l'aise Blaise".

Cette expression évoque l'idée d'être à l'aise, de rester bien dans sa soirée, **de prendre soin de soi et des autres pour maintenir la bonne ambiance.**

À partir de cette expression, Univers santé a construit une figure sociale plus large : **Blaise, c'est la personne qui contribue à ce que la fête reste une bonne fête.**

QUI EST BLAISE ?

Dans chaque groupe, il y a souvent quelqu'un·e qui contribue à ce que la soirée reste une bonne soirée.

Pas forcément la personne qui prend le plus de place, ni celle qui surveille les autres, ...

Mais quelqu'un·e qui garde la bonne énergie, reste présent, profite et contribue à l'ambiance du groupe.

Cette figure sociale positive, nous l'appelons **BLAISE**.

LA PREMIÈRE CAMPAGNE :

« BONNE AMBI »

Chaque année, via une campagne inédite, Blaise explorera un nouveau comportement visant à réduire les risques que les jeunes peuvent prendre en soirée.

Pour sa première édition, la première campagne portée par Blaise s'appelle **Bonne ambi**.

“Bonne ambi” est une expression utilisée dans les milieux festifs **pour désigner une personne qui contribue positivement à l’ambiance du groupe.**

À travers cette expression, l'idée est de **répondre aux motivations sociales des jeunes lorsqu'ils consomment de l'alcool** à savoir : s'intégrer au groupe, partager un moment, célébrer ensemble, **en proposant une alternative moins risquée à travers l'alternance.**

La campagne propose d'associer cette idée à un comportement simple : **l'alternance entre boissons alcoolisées et boissons sans alcool.**

L'objectif : montrer qu'alterner ne casse pas la fête. Au contraire, **cela peut aider à rester dans l'ambiance plus longtemps.**

CONSTATS

- L'alternance est **déjà perçue par les jeunes comme utile**, importante et protectrice.
- **Les principaux freins des jeunes sont sociaux** : peur de moins profiter, impression que les autres ne le font pas, oubli une fois la soirée lancée.
- L'alcool reste fortement associé chez les jeunes à **l'ambiance, au groupe et au lâcher-prise**.
- L'enjeu n'est pas de convaincre les jeunes de l'utilité de l'alternance, **mais de la rendre visible, désirable et compatible avec l'expérience festive**.

2026

L'ACTION PILOTE AUX ARDENTES

En 2026 aux Ardentes, **Blaise prendra vie à travers une activation participative.**

Les festivalier·ères pourront :

- rencontrer les bénévoles Blaise ;
- recevoir un porte-gobelet ;
- découvrir le principe de l'alternance ;
- revenir nous trouver pour boire de l'eau ;
- collectionner des bracelets ;
- être photographié·es ;
- retrouver les contenus et leurs clichés sur les réseaux sociaux.

L'objectif est de rendre visible une autre manière de vivre la fête : **positive, collective et non moralisatrice.**

UNE APPROCHE APPELÉE À EVOLUER

L'alternance constitue le premier thème porté par Blaise.

À l'avenir, la marque pourra aborder **d'autres comportements favorables à la santé** en contexte festif : consentement, protection, retour en sécurité, soin des proches, demandes d'aide.

La figure reste la même.

Les comportements mis en avant évolueront au fil des campagnes.

Au-delà des actions de terrain, Blaise s'appuiera également sur ses réseaux sociaux pour **rendre visibles des représentations positives de la fête et des comportements que la marque souhaite valoriser.**

Les premiers résultats de nos enquêtes montrent par exemple que de nombreux·ses jeunes considèrent l'alternance comme utile, **mais perçoivent encore ce comportement comme peu pratiqué par leurs pairs.**

Blaise souhaite contribuer à faire évoluer ces perceptions en montrant concrètement des jeunes qui adoptent ces comportements tout en continuant à profiter pleinement de leurs expériences festives.

L'ASBL UNIVERS SANTÉ

Univers santé est une ASBL de promotion de la santé en milieu jeune et étudiant.

Nos actions couvrent cinq thèmes majeurs :

assuétudes, santé mentale et vie affective/sexuelle, activité physique, alimentation.

À travers des actions d'informations, de sensibilisation, de prévention, nous formons notre public, fournissons des outils et coordonnons des campagnes telles que "Jeunes, Alcool & Société" depuis 2003, "Guindaille 2.0" depuis 2013, "Tournée Minérale" depuis 2020 et "Blaise" depuis 2026.

CONTACTS PRESSE

Univers santé ASBL

Contact : *Anne-Charlotte Baar*, coordinatrice de la marque Blaise et chargée de projet assuétudes d'Univers santé

Email : anne-charlotte.baar@uclouvain.be

Téléphone : +32 (0)472 41 53 42

Site : univers-sante.be/blaise

Réseaux sociaux Blaise : [@blaise.0fficiel](https://www.instagram.com/blaise.0fficiel)