

**PLAN BRUXELLOIS DE RÉDUCTION DES RISQUES
LIÉS À L'USAGE DE DROGUES**

Carnet 5

**MILIEU DE VIE « FESTIF » :
ACTIONS PRIORITAIRES À MENER**

Cécile Béduwé
Catherine Van Huyck
François Baufay

Modus vivendi ASBL



Avec le soutien de



Janvier 2014

I.	Eléments du diagnostic	4
II.	Les actions prioritaires pour le milieu « Festif »	7
A.	Accès à l'information.....	8
	Action n°1	
	<i>Création et diffusion de messages objectifs et non moralisateurs de RdR dans les lieux festifs bruxellois via des modes de communication alternatifs (nouveaux médias, nouveaux modes de communication, adaptés à la diversité des lieux festifs et à la diversité des publics (c-à-d visant les publics festifs jeunes, étudiants, HSH ...)).....</i>	<i>8</i>
B.	Accès aux outils/actions de RdR, aux traitements et au dépistage.....	11
	Action n°2	
	<i>Développement du testing en lieux fixes et en milieu festif et diffusion des messages d'alertes précoces.....</i>	<i>11</i>
	Action n°3	
	<i>Développement d'actions pour un retour en sécurité : remise de clés volontaire de voiture contre un éthylotest; création de système "bons taxi", achats groupés "entrée soirée-taxi", cartes "Collecto", renforcement Noctis.</i>	<i>14</i>
C.	Prévention de proximité (outreach).....	17
	Action n°4	
	<i>Mise en place et formation d'agents « bien-être » sur les lieux festifs pour repérer les personnes qui ont un malaise et intervenir.....</i>	<i>17</i>
D.	Participation/prévention par les pairs	20
	Action n°5	
	<i>Mise en place d'outils (plates-formes, sites internet, questionnaires, focus groups...) pour la consultation et implication des consommateurs dans les projets de RdR (création, mise en œuvre, évaluation...) menés en milieu festif.....</i>	<i>20</i>
	Action n°6	
	<i>Formation de jobistes/pairs et participation à des actions de RdR en milieu festif : animation de stands de prévention/RdR, passage de questionnaires, information et sensibilisation du public.....</i>	<i>22</i>
	Action n°7	
	<i>Création et formation de groupes de jeunes pairs responsable "bien-être" au cours des événements festifs, impliqués dans la préparation et dans le déroulement (exemple : soirées d'étudiants, etc.).....</i>	<i>26</i>
E.	Actions liées à un environnement et des lieux favorables à la santé.....	29
	Action n°8	
	<i>Sensibilisation des lieux festifs (y compris étudiants) à mettre de l'eau fraîche potable à la disposition de leurs clients, et à proposer des boissons non alcoolisées "attractives" (au niveau prix, apparences, noms...).....</i>	<i>29</i>
F.	Actions liées à l'orientation, au travail en réseau et à l'accompagnement de l'utilisateur.....	32
	Action n°9	
	<i>Renforcement des actions « points d'appui assuétude » dans le milieu scolaire, y compris les Hautes Ecoles et universités.</i>	<i>32</i>
	Action n°10	
	<i>Mise en place d'une coordination des actions "santé" et "promotion de la santé/RdR" en milieu festif pour améliorer la collaboration et l'efficacité des acteurs ainsi qu'une coordination effective de terrain lors de gros événements.</i>	<i>34</i>
G.	Travail sur les compétences et connaissances des relais (non) professionnels	37
	Action n°11	

	<i>Création et diffusion de guidelines, organisation régulière de formations à la RDR destinés aux professionnels des milieux festifs et organisateurs d'événements (y compris étudiants).</i>	37
	<i>Action n° 12</i>	
	<i>Création, mise à jour régulière et diffusion d'outils d'information tenant compte de l'évolution des modes de consommation, des produits consommés (avec une attention particulière aux RC) et des risques en lien (à destination des professionnels spécialisés ou non en assuétudes : acteurs psycho-médicosociaux, éducation...).</i>	40
H.	Recherche, évaluation et nouvelles initiatives	42
	<i>Action n°13</i>	
	<i>Elaboration d'études et d'enquêtes spécifiques sur la consommation de psychotropes il/licites en milieux estudiantins, HSH et les risques liés (établissements d'études supérieures, universités, voire écoles secondaire), éventuellement ajout de questions s'y rapportant dans des enquêtes santé existantes (HBSC, etc.)</i>	42
	<i>Action n°14</i>	
	<i>Etude sur la mobilité des publics festifs (lieux où sortent les Bruxellois) et les recommandations pour adapter les actions à celle-ci.</i>	45
I.	Actions de plaidoyer, lobbying et engagement des décideurs	48
	<i>Action n°15</i>	
	<i>Développement d'une stratégie de lobbying auprès des acteurs politiques responsables (au niveau local ou régional) pour garantir un cadre légal minimum de mesures santé dans les lieux/événements festifs et favoriser des politiques valorisant les contextes et les usages plus responsables et moins risqués.</i>	48
III.	Lexique	51
IV.	Annexes	52
A.	Les objectifs identifiés pour le milieu « Festif »	52
B.	Les actions identifiées	Erreur ! Signet non défini.
	<i>1. Actions visant l'accès à l'information</i>	58
	<i>2. Actions visant l'Accès aux outils de RdR, aux traitements et au dépistage</i>	59
	<i>3. Actions visant la prévention de proximité (outreach)</i>	60
	<i>4. Actions visant la participation/prévention par les pairs</i>	61
	<i>5. Actions visant un environnement et des lieux favorables à la santé</i>	62
	<i>6. Actions visant l'orientation, le travail en réseau et l'accompagnement de l'utilisateur</i>	63
	<i>7. Actions visant le travail sur les compétences et les connaissances des relais (non) professionnels (1)</i>	65
	<i>8. Actions visant la recherche, l'évaluation et les nouvelles initiatives</i>	67
	<i>9. Actions visant le plaidoyer, le lobbying et l'engagement des décideurs</i>	68
C.	L'outil de catégorisation des résultats (OCR)	69

Le « milieu de vie festif » comprend l'ensemble des lieux et événements festifs en Région de Bruxelles-Capitale et leurs publics, les différents professionnels qui y sont actifs, y compris les acteurs de Réduction des Risques et de prévention, ainsi que le personnel (patrons-employés) travaillant dans ces lieux.

Cerner le milieu festif à Bruxelles est particulièrement délicat tant son hétérogénéité et sa multiplicité sont remarquables dans un contexte urbain socio-culturellement contrasté. Bien que les espaces festifs soient en mutation permanente¹, on peut affirmer que la musique² et la consommation³ de substances psychotropes⁴ sont des « constantes transversales » de ce milieu. Les environnements festifs se caractérisent presque toujours par la mise à disposition légale d'alcool⁵. Dans certains d'entre eux, on peut noter une présence, bon gré mal gré, de produits illicites. Cette disponibilité peut évidemment encourager la consommation, entraîner une rechute⁶ et favoriser certaines prises de risques⁷ : effets et combinaison de produits (malaises, surdoses, bad trips...), modes d'usage (VIH et virus de l'Hépatite C), perte de contrôle des comportements (chutes, violences, accidents de la route, rapports sexuels non protégés⁸).

Les milieux festifs vont des univers les plus privés et inaccessibles (fêtes privées ...) aux lieux les plus gigantesques et publics (grandes boîtes de nuit, festivals, concerts ...). Ils peuvent être en « plein air » ou en « indoor » et varier en durée. Ces deux éléments peuvent avoir une incidence sur les risques encourus (surchauffe, déshydratation, sur-fatigue...). Une ville comme Bruxelles regorge également de « bars » ; univers culturels hétéroclites, distingués et distincts, pour des populations qui ont toutes leurs codes, leurs usages, et parfois leurs produits de prédilection⁹ et leurs modes de consommation spécifiques (sniff, fumette, injection,...). On note également une certaine mobilité des publics et donc une difficulté à cibler les lieux où de l'information devrait être disponible. Une attention particulière devrait néanmoins être portée sur certains publics. Le milieu festif gay, notamment, devrait être particulièrement investi. Les touristes qui « sortent » à Bruxelles et certains lieux culturellement spécifiques¹⁰ devraient également être investis. De plus, dans le cadre de la fête, le risque est encore présent après l'événement puisqu'il faut souvent rentrer à son domicile¹¹ « sous influence ».

Par ailleurs, les pratiques festives tiennent une grande part dans la socialisation des jeunes et c'est souvent dans ce contexte que l'initiation à l'usage de psychotropes se produit¹². Un public plutôt jeune et « inexpérimenté » est régulièrement présent en milieu festif c'est pourquoi il faut réfléchir à la mise en place de dispositifs adéquats. Certains de ces dispositifs pourraient d'ailleurs se développer à l'école, via les points d'appui assuétudes¹³ par exemple. Certains jeunes, par contre, se voient trop souvent refuser de manière systématique l'accès aux lieux festifs par un filtrage basé sur l'origine ethnique des personnes¹⁴ et n'ont souvent pas d'autre option qu'utiliser la rue comme lieu de rencontre et de fête, avec tous les effets délétères sur l'image et le sentiment d'insécurité du quartier.

¹ Cadet-Tairou A., Reynaud-Maurupt C., Costes J-M., Palle C., Enquêtes quantitatives auprès des populations difficiles à joindre : l'expérience de l'Observatoire français des drogues et des toxicomanies, in Methodological Innovations Online 5 (2), Paris, 2010. En ligne (consulté le 30/9/2013) voir [http://www.pbs.plym.ac.uk/mi/pdf/05-08-10/8.%20Cadet-Tairou%20French%20\(formatted\).pdf](http://www.pbs.plym.ac.uk/mi/pdf/05-08-10/8.%20Cadet-Tairou%20French%20(formatted).pdf)

² Peu importe le style

³ Fréquence et intensité variables

⁴ Légales et illégales, avec en fonction du produit utilisé des modes de consommation particuliers

⁵ Caraël E., Stratégies concertées de prévention et de réduction des risques en matière de drogues en Fédération Wallonie-Bruxelles, Eurotox, Bruxelles, novembre 2012

⁶ Stoicescu C., Cook C., Harm Reduction in Europe : mapping coverage and civil society advocacy, European Harm Reduction Network, 2011. En ligne (consulté le 30/9/2013), voir http://www.eurohrn.eu/images/stories/pdf/publications/EuroHRN_CivilSociety.pdf

⁷ Caraël E., Stratégies concertées de prévention et de réduction des risques en matière de drogues en Fédération Wallonie-Bruxelles, Eurotox, Bruxelles, novembre 2012

⁸ Martens V., Parent F., et les acteurs de la prévention des IST/SIDA en Communauté française, Le public festif. Stratégies concertées de la prévention des IST/SIDA en Communauté française. Une analyse pour l'action, Observatoire du sida et des sexualités (FUSL), Bruxelles, Décembre 2009

⁹ Laurence Noël, « Diagnostic qualitatif de la RdR à Bruxelles », Modus Vivendi, 2012

¹⁰ Quartier Matongé par exemple

¹¹ Quand il existe

¹² Petiau A., Pourtau L., Galand C., De la découverte des substances psychoactives en milieu festif techno à l'usage maîtrisé, in Drogues, santé et société, volume 8, n°1, 2009. En ligne (consulté le 30/9/2013), voir <http://www.erudit.org/revue/dss/2009/v8/n1/038919ar.pdf>

¹³ Les Centre Locaux de Promotion de la Santé

¹⁴ MRAX 2005

Dans les milieux étudiants, la vie festive et la consommation d'alcool sont des éléments essentiels d'intégration sociale dans un nouveau milieu de vie. Il conviendrait donc aussi d'être spécifiquement attentif à ce public et de réfléchir à la mise en place de dispositifs adéquats impliquant les étudiants.

Au niveau européen, on note que les produits psychoactifs les plus consommés dans les milieux festifs sont l'alcool, le tabac et le cannabis. La polyconsommation de produits est répandue. On note également une plus grande consommation de « Research Chemicals » (les « nouvelles drogues légales »), d'amphétamines et de cocaïne dans les espaces festifs¹⁵. Les pratiques d'injection semblent elles plus marginales dans ce milieu. Les données indicatives récoltées par Modus Vivendi¹⁶ en milieu festif bruxellois montrent que les produits les plus consommés sont l'alcool, le tabac, le cannabis (augmentation sur 5 ans), le Speed/Amphétamines, l'XTC, la cocaïne... On noterait également ces dernières années l'augmentation de la consommation de benzodiazépines.

Evolution de la consommation au cours de l'événement chez les personnes rencontrées lors des actions Drogues Risquer Moins en Région de Bruxelles-Capitale (2005-2011)

	2005 % (n=47)	2006 % (n=410)	2007 % (n=249)	2008 % (n=327)	2009 % (n=272)	2010 % (n=168)	2011 % (n=132)	Chi ²	p
Alcool	46,8	68,5	59,0	68,5	65,4	63,1	65,2	8.02	>.1
Tabac	40,4	43,7	49,8	50,8	47,4	44,6	49,2	5.05	>.1
Cannabis	25,5	32,0	41,4	35,5	29,0	31,5	40,2	12.62	<.05
Speed/amphétamines	34,0	12,2	26,1	12,5	6,3	18,5	23,5	53.27	<.01
XTC/MDMA	12,8	9,3	18,5	5,5	4,8	4,8	13,6	45.04	<.01
Cocaïne	2,1	5,6	4,8	6,4	8,1	6,5	6,1	2.78	>.1
Champignons hallucinogènes	2,1	2,7	4,4	1,8	2,2	0,6	2,3	7.18	>.1
Benzodiazépines	2,1	1,5	0,8	4,6	3,3	3,0	5,3	13.38	<.05
LSD	0,0	0,7	4,4	2,4	2,6	2,4	2,3	9.54	>.05
Héroïne, méthadone, opium...	0,0	1,2	2,0	1,2	1,1	0,6	3,8	6.82	>.1
Crack, free-base	0,0	1,0	0,8	1,5	1,5	0,0	0,8	3.31	>.1
GHB	2,1	1,2	1,6	0,6	1,1	0,0	0,8	3.54	>.1
Colles/solvants	2,1	0,2	1,6	0,6	1,8	1,8	1,5	6.41	>.1
Kétamine	0,0	0,5	1,2	1,5	0,4	0,6	5,3	22.54	<.01

L'offre et la demande de produits psychotropes, notamment les « Research Chemicals », sont en constante évolution, de même que les modes de consommation et les risques associés. En Europe, les interventions en milieu festif s'articulent notamment autour de la diffusion d'information et de conseils, prévention par les pairs, distribution de préservatifs, récoltes de données par questionnaires, formation du personnel des lieux récréatifs (exemple : projet « Safer Nightlife »), campagnes BOB, *Responsible Young Drivers*, charte de critères de qualité sur le plan sanitaire pour les lieux de sortie (« Quality Nights »), analyses de produits psychotropes (testing). A Bruxelles, on note cependant relativement peu d'opérateurs « actions santé » et « promotion de la santé/RdR » présents sur le terrain de la fête.

¹⁵ Caraël E., Stratégies concertées de prévention et de réduction des risques en matière de drogues en Fédération Wallonie-Bruxelles, Eurotox, Bruxelles, novembre 2012

¹⁶ Hogge M., « Analyse des données récoltées de 2005 à 2011 en Région de Bruxelles-capitale dans le cadre du projet Drogues Risquer Moins », Modus Vivendi, à paraître.

Outre une présence lors de certains événements avec des stands de RdR proposant des préservatifs, gel lubrifiant, brochures d'information sur les produits, sur la RdR, voire de Stérifix¹⁷ et de kit de sniff (« roule ta paille »), un dispositif restreint¹⁸ de « testing » de « substances psychotropes » s'est développé. Ce dispositif¹⁹ alors qu'il a été validé par plusieurs enquêtes internationales, cristallise souvent les tensions parce qu'il est parfois perçu comme incitant à l'usage et non comme un outil de responsabilisation et une occasion privilégiée de contact pour un conseil et/ou une demande d'aide.

¹⁷ Kit de matériel d'injection

¹⁸ Par manque de financement et reconnaissance.

¹⁹ À l'instar de la RdR en général

II. LES ACTIONS PRIORITAIRES POUR LE MILIEU « FESTIF »

Une cinquantaine d'actions à mener, réparties en 9 catégories présentées dans le « Carnet n°1. Présentation et cadre méthodologique », ont été identifiées sur base du diagnostic préalablement réalisé. Elles ont ensuite été priorisées, parfois reformulées, et spécifiées par des professionnels issus de différents secteurs d'activité (soin, prévention, RdR, social, aide d'urgence) lors de groupes de travail qui réunissaient une quinzaine de personnes par milieu de vie étudié.

Toutes ces actions sont en lien avec les objectifs généraux, spécifiques et opérationnels formulés à l'aide de l'Outil de Catégorisation des Résultats (OCR)²⁰, un modèle de Promotion de la Santé utilisé par le Service de Promotion de la Santé en Suisse (cf. Annexe). Nous avons privilégié cet outil car nous souhaitons adopter une approche la plus systémique possible, de façon à tenir compte de l'ensemble des facteurs et déterminants de la santé. L'ensemble des objectifs ainsi que la liste complète des actions sont présentés en annexe.

La démarche méthodologique, quant à elle, est développée dans le « Carnet N°1. Présentation et cadre méthodologique ».

Nous présentons ci-après les actions prioritaires ainsi que les pistes concrètes pour les mettre en œuvre sur le terrain par axes de travail.

Pour chaque action prioritaire sont notamment spécifiés les éléments suivants :

- l'opérateur : quel type d'intervenant(s) doit/vent mener l'action ;
- les partenaires qui pourraient être associés;
- le(s) public(s)-cible(s) : public final visé par l'action ;
- le(s) public(s) relais : public intermédiaire à toucher pour atteindre le public cible;
- la couverture et les zones géographiques à couvrir par cette action;
- les stratégies, les outils, les modalités de mise en place de l'action ;
- les freins, risques et obstacles à l'action ;
- les leviers et facteurs de réussite à essayer de rassembler pour faciliter la mise en œuvre l'action ;
- des indicateurs (quantitatifs ou qualitatifs) qui permettront d'évaluer la réalisation de l'action et de ses objectifs.

Remarque : il est important d'insister ici sur le fait que les actions qui n'ont pas été retenues comme prioritaires par les différents acteurs (cf. annexes), ne sont pas pour autant à négliger. Elles ont été identifiées sur base des diagnostics. L'ensemble des actions, qu'elles soient prioritaires ou non, trouvent leur place dans le Plan bruxellois et contribuent à sa cohérence.

²⁰ Auteur(e)s: Cloetta, Bernhard; Spencer, Brenda; Ackermann, Günter; Broesskamp-Stone, Ursel; Ruckstuhl, Brigitte; Spörri-Fahrni, Adrian, « Guide pour la catégorisation des résultats », www.promotionsante.ch

ACTION N°1 :

Création et diffusion de messages **objectifs et non moralisateurs** de RdR **dans les lieux festifs bruxellois** via des modes de communication alternatifs (nouveaux médias, nouveaux modes de communication, adaptés à la diversité des lieux festifs et à la diversité des publics (c.-à-d. visant les publics festifs jeunes, étudiants, HSH ...).

Action qui existe déjà mais à "étendre"/à développer. En lien avec les objectifs opérationnels 9, 11, 12, 16 et 18.

Public(s) cible(s)

Les publics des festivals, des boîtes de nuit, qui fréquentent les lieux festifs alternatifs, les lieux de sorties étudiants, les lieux festifs destinés aux publics LGBTQI

Public(s) relais

Les usagers fréquentant les différents lieux festifs
Les jobistes (pairs du public cible)
Les professionnels du secteur de la Promotion de la Santé

Type(s) d'opérateur(s)

Associations de RdR/ Associations de Promotion de la Santé
Associations LGBT
Usagers des différents milieux (HSH, étudiants...)

Partenaires

Usagers de drogues/alcool, cercles d'étudiants
Professionnels de la RdR et de la Promotion de la Santé en Wallonie et en Flandre
Acteurs de prévention/santé LGBTQI, étudiants...
Organisateurs d'événements, responsables de lieux festifs
Professionnels des milieux LGBTQI (responsables des lieux festifs, organisateurs d'événements professionnels ou non, les associations travaillant avec ces publics ...)
Spécialistes et acteurs du secteur de la mobilité

Lieu(x) et couverture géographique

Lieux (boîtes de nuit, bars...) et événements festifs (festivals, soirées...) en Région de Bruxelles-Capitale

Exemples de ce qui existe déjà

- Stands RdR de sensibilisation et d'informations animés par des jobistes (pairs du public cible) dans des lieux/événements festifs bruxellois
- Diffusion d'outils d'informations et de RdR sur les risques en milieu festif (sur les produits, modes de consommation, risques sexuels...)
- Animations de RdR dans des lieux festifs HSH à Bruxelles

Contenus et conception des messages

Pour le public festif : information sur les produits, dont les Research Chemicals (composition, effets, risques...), modes de consommation (risques et moyens de les réduire), alertes précoces, formation jobistes conseils de RdR, prochain(e)s soirées ou lieux où ont lieu les interventions...

Pour le public général : associations existantes, conseils généraux :

- IST : actualités dans le domaine, risques spécifiques, IST-Sida, dépistages...
- LGTB : idem en tenant compte des risques spécifiques.

Les messages diffusés en milieu festif doivent :

- être courts et bien réfléchis, positifs et en accord avec les valeurs de promotion de la santé ;
- être objectifs et non moralisateurs pour être crédibles et non rejetés d'emblée (les messages trop moralistes ne paraissent pas crédibles auprès des publics festifs qui ont déjà pu expérimenter certaines substances et leurs effets) ;
- intégrer la musique, être en lien avec la musique, la fête et la séduction (côté « sexy ») ;
- être disponibles en trois langues (français, néerlandais et anglais).

Les messages et outils doivent être conçus en **partenariat avec les usagers et les professionnels** des différents milieux ainsi qu'avec des travailleurs de la Promotion de la Santé et des partenaires actifs dans le secteur de la mobilité, avec l'aide de spécialistes en communication. C'est avec les différents publics qu'il faut étudier ce qui est moralisateur ou non.

Outils à développer

- applications pour smartphones ;
- QR code (type de code-barres) : QR (abréviation de Quick Response) signifie que le contenu du code peut être décodé rapidement après avoir été lu par un lecteur de code-barres, un téléphone mobile, un smartphone, ou encore une webcam. Il permet de stocker plus d'informations qu'un code à barres 1, et surtout des données directement reconnues par des applications, permettant ainsi de déclencher facilement des actions comme :
 - naviguer vers un site internet, visiter un site web ou mettre l'adresse d'un site en marque-page ;
 - regarder une vidéo en ligne ou un contenu multimédia ;
 - déclencher un appel vers un numéro de téléphone ou envoyer un SMS ;
 - envoyer un courriel ;
 - faire un paiement direct via son cellulaire (Europe et Asie principalement) ;
 - ajouter une carte de visite virtuelle (vCard, MeCard) dans les contacts, un rendez-vous ou un événement (iCalendar) dans l'agenda électronique ;
 - montrer un point géographique sur Google Maps ou Bing Maps ;
 - afficher un texte ou rédiger un texte libre (sa version la plus grande permet d'inclure un texte d'environ 500 mots) ;
 - etc.
- flyers/brochures ;
- outils promotionnels : gadgets en tous genres...
- outils de RdR et de Promotion de la Santé : bouchons d'oreilles, préservatifs, lubrifiant...

Diffusion des messages et outils

- identification visuelle des messages sur des t-shirt, accessoires lumineux, gadgets... et projection de slogans sur écran géant (style sexy, non moralisateur...) ;
- diffusion de flyers avec un QR code (cf. ci-dessus les outils) qui renvoie sur une page web d'informations adaptées en fonction des publics et avec un relai vers un stand présent sur les lieux (bien identifiés au préalable) et à des heures stratégiques (avec du matériel de RdR, des brochures d'informations, des intervenants jobistes ou professionnels) ;
- diffusion d'info sur l'existence d'une application (type smartphone) : informations et conseils de RdR adaptés au public du lieu/événement, alertes précoces, quizz... ;
- diffusion de matériel (via le stand ou distribués par les jobistes): bouchons d'oreilles, préservatifs, lubrifiant... ;
- formation de jobistes (usagers pairs du public) à être proactifs et visibles dans les différents lieux, intégration des jobistes dans la fête et à diffuser les informations mais surtout comment les trouver (exemple : comment et où trouver des informations sur les risques, les dépistages...), comme cela se fait déjà en Grande-Bretagne ;

Facteurs de réussite

Qualité de la formation et du recrutement des jobistes

Travail sur le partenariat (investir tous les acteurs dans l'élaboration des messages)

Application bien conçue

Outils et messages bien intégrés dans la fête et adaptés aux publics fréquentant les lieux festifs

Ton positif et non moralisateur

Risques/obstacles

Prix élevé

Trop d'informations, message trop peu précis

Messages « fourre-tout »

Mécompréhension des objectifs par les organisateurs de soirées

Indicateurs

Nombre de connexions sur les sites des opérateurs suite aux actions

Nombre de personne qui téléchargent les applications

Temps passé sur le site ou l'application

Nombre de pages ouvertes et lesquelles

Investissement et motivation des jobistes

Réceptivité des publics aux outils et messages diffusés

ACTION N°2 :

Développement du testing en lieux fixes et en milieu festif et diffusion des messages d'alertes précoces.

Action qui existe déjà mais à "étendre"/à développer. En lien avec les objectifs opérationnels 8, 9, et 28.

Public(s) cible(s)

Usagers de drogues en milieu festif

Public(s) relais

Institutions spécialisés en RdR

Organisateurs d'événements festifs, responsables de lieux festifs

Opérateurs

Institution spécialisée en assuétudes/RdR

Partenaires

Professionnels de la santé, de la promotion de la santé, assuétudes, RdR (dont les partenaires européens du projet Trans European Drug Information)

Institut Scientifique de Santé Publique (ISSP)

Comptoirs d'échange de seringues

Partenaires locaux de RDR en milieu festif

Hôpitaux, centres antipoison

Organisateurs d'événements

Lieu(x) et couverture géographique

Testing : testing en lieu fixe (professionnel de la RdR) et testing mobile pour couvrir des événements festifs en Région de Bruxelles-Capitale

Messages d'alertes précoces : boîtes, lieux festifs, comptoirs d'échange de seringues partout en Belgique, et si possible le réseau européen (Trans European Drug Information)

Exemple de ce qu'il existe déjà

Le testing en lieu fixe est actuellement réalisé à Bruxelles dans un lieu d'accueil (RdR) fréquenté par les usagers festifs. Les échantillons sont généralement collectés lors d'une permanence le vendredi soir.

Démarches préalables pour le testing

Pour la mise en place du testing, il est nécessaire d'obtenir une série d'autorisations :

- du Bourgmestre de la Commune où le testing va se réaliser. Il serait toutefois moins lourd administrativement de pouvoir bénéficier d'une autorisation couvrant les 19 communes de Bruxelles. Idéalement, il faudrait donc plutôt négocier une autorisation au niveau régional ;
- une autorisation pour le transport de produits vers le laboratoire de référence. A l'heure actuelle, cette autorisation est nominative avec une validité d'un an. Il faudrait que cette autorisation soit délivrée pour une plus longue durée plutôt que de devoir la renouveler annuellement.

Développement du testing « mobile » et en lieux fixes

Il est nécessaire de généraliser le testing en lieu fixe (multiplier les lieux et la couverture c'est-à-dire y compris dans les comptoirs d'échange de matériel d'injection) et de travailler sur le développement du testing mobile. Pour cela, il faut relancer des études pour la mise en place d'autres initiatives (ex: dans des camionnettes qui se déplaceraient de lieu/événement en lieu/événement). Afin de développer le testing en milieu festif, il est nécessaire d'intensifier le lobbying auprès d'organiseurs d'événements. Le lobbying doit se baser sur des objectifs de la RdR, en insistant sur le fait qu'il permet d'éviter des accidents et de protéger le public.

Il est important que les échantillons puissent être analysés au moins sur une base hebdomadaire.

Compétences nécessaires

Pour la mise en place du testing en équipe mobile, il faut une équipe composée d'un chimiste formé à la technique de la chromatographie sur couche mince (CCM) ainsi qu'une personne qui puisse rentrer en contact avec les usagers.

La personne qui réalise la CCM doit avoir été formée à la technique de la CCM, à l'application du protocole d'entretien et la remise des résultats. La formation peut être donnée par les personnes qui font actuellement la CCM en Belgique, mais aussi par des techniciens réputés à l'étranger (exemple : en Suisse, en Espagne).

Mise à jour et connaissance des produits

Il est important de mettre à jour régulièrement les connaissances sur les produits et spécialement les nouvelles drogues de synthèse. Pour cela il est nécessaire d'utiliser les différentes sources d'informations à disposition (littérature scientifique, « fact sheets » de l'Observatoire européen des drogues et des toxicomanies, forum de consommateurs, expertise des jobistes...). Le testing constitue une bonne source d'information sur les substances.

Il est nécessaire d'avoir une base de données qui rassemble les nouveaux produits pour pouvoir actualiser les connaissances ainsi que mettre à jour les standards pour pouvoir réaliser les CCM (dans le cas contraire les échantillons doivent être envoyés au laboratoire de référence). Il faudrait intensifier les échanges entre techniciens, laboratoires, ISSP et institutions spécialisées.

Il est nécessaire de développer le partenariat et d'identifier d'autres laboratoires (pas uniquement l'ISSP) qui puissent réaliser les analyses. Afin d'améliorer la rapidité et l'efficacité du testing, il faudrait disposer d'un accord avec le laboratoire pour réaliser les analyses sans avoir besoin d'un quota de produits à analyser. Actuellement, il faut rassembler 10 échantillons pour pouvoir les faire analyser.

Soutien financier et ancrage politique

Du point de vue financier, il est nécessaire d'obtenir un accord pour que les autorités publiques prennent en charge le coût du testing ou qu'il soit entièrement prévu dans le cadre du financement du système d'alerte précoce.

Il faut que le testing soit bien ancré au niveau politique. Actuellement, il bénéficie d'un statut de projet expérimental qui dure depuis 10 ans.

Information concernant le testing

Il est important de ne pas « cacher » l'activité de testing et de faire correctement sa promotion, en particulier si elle a lieu lors d'un événement.

Pour réaliser le testing, il est indispensable de disposer d'un endroit calme et visible mais garantissant le respect de la vie privée. Le testing peut être proposé dès l'ouverture de l'événement jusqu'à la moitié de la soirée.

Afin que le testing se déroule correctement, il faut que les organisateurs et intervenants de la soirée/ événement connaissent précisément ce qu'est le testing. Il faut donc organiser un briefing avec ces derniers. Ceci pourrait être fait par une institution spécialisée. Il est important d'avoir également un accord tacite avec la police pour protéger les usagers qui bénéficient du testing.

Un travail de sensibilisation et de diffusion auprès du public est important. Pour cela, étant donné que le sujet interpelle beaucoup et draine beaucoup de fantasmes, il faut constituer un bon dossier de presse et le réactualiser régulièrement.

Messages d'alertes précoces

La diffusion des messages alimentés notamment via le testing peut se faire via :

- l'affichage dans les boîtes de nuit à travers le label Quality Nights ;
- les cercles d'étudiants ;
- le réseau d'institutions spécialisées en assuétudes / RdR ;
- les hôpitaux ;
- Centre antipoison belge ;
- les sites internet de l'Observatoire des drogues et assuétudes, d'acteurs de RdR/assuétudes et en France via les associations ASUD (Auto-support des usagers de drogues) et Techno+, via le réseau européen (Trans European Drug Information).

Facteurs de réussite

Volonté politique

Sensibilisation de la société civile

Acceptation des organisateurs d'évènements

Déstigmatisation de l'usage de drogues

Risques/obstacles

Manque de financement

Manque de volonté politique/ virement politique

Manque de coordination

Indicateurs

Nombre de testings réalisés

Nombre de lieux qui pratiquent le testing

Régularité du testing en lieu fixe

Nombre de testing réalisés qui donnent lieu à des annonces d'alertes précoces

Nombre de nouvelles drogues de synthèse potentiellement dangereuses identifiées sur le territoire belge par ce biais

Traitement médiatique favorable au testing

Taux de fréquentation des lieux de testing (nombre de contacts et de personnes)

Diminution de l'écart entre la circulation de la substance et le lancement d'une alerte

ACTION N°3

Développement d'actions pour un retour en sécurité : remise de clés volontaire de voiture contre un éthylotest; création de système "bons taxi", achats groupés "entrée soirée-taxi", cartes "Collecto", renforcement Noctis.

Action qui existe déjà mais à "étendre"/à développer. En lien avec l'objectif opérationnel 17.

Public(s) cible(s)

Les personnes qui se déplacent la nuit

Public(s) relais

Parents

Pairs

Type(s) d'opérateur(s)

Un coordinateur qui serait également porteur de l'action

Pour être cohérent ce type d'action devrait avoir un coordinateur qui serait le porteur de la recherche actions sur la mobilité des publics festifs²¹. Suivant les axes développés, il travaillerait en partenariat avec d'autres acteurs impliqués

Partenaires

Varié suivant les projets développés

STIB

Acteurs politiques régionaux et locaux en charge de la mobilité à Bruxelles

Associations et centres de recherche actifs dans le domaine de la mobilité

Agence de prévention routière

Les acteurs de RdR et de promotion de la santé en milieu festif

Etc.

Lieu(x) et couverture géographique

Région de Bruxelles-Capitale

Exemple de ce qui existe déjà

Le réseau Noctis de la STIB est accessible avec tous les titres de transports de la STIB. Malheureusement, le nombre de lignes a diminué. Il n'en reste plus que quelques-unes de 00h30 à 03h00

Collecto : un service de taxis collectifs disponible 7 jours sur 7 entre 23 heures et 6 heures du matin sur tout le territoire de la Région de Bruxelles-Capitale

Responsable Young Drivers : actions ponctuelles de sensibilisation des jeunes à une conduite responsable via un dialogue de jeunes à jeunes

Campagne Bob : projet et campagne de sensibilisation de l'IBSR pour organiser son retour à l'avance

²¹ Cf. Action n°14 : « Etude sur la mobilité des publics festifs et les recommandations pour adapter les actions à celle-ci. »

DESCRIPTION DE L'ACTION (COMMENT, STRATÉGIES ET OUTILS UTILISÉS)

Remarques préalables

La notion « d'urgence » : une fois que les gens ont trop consommé (alcool ou autres substances), il est trop tard pour discuter la question du retour à domicile. Il faut évidemment envisager des solutions de rechange d'urgence mais il est évident que la plupart des réponses doivent se trouver en amont et ceci au sein d'un panel d'actions diversifiées

La consommation et la fatigue : outre la question de la consommation, il est important d'insister aussi sur la question de la fatigue. Ce n'est pas parce que l'on n'a pas ou peu consommé que l'on est en état de prendre le volant

De manière globale, il faut se baser sur la recherche sur la mobilité festive à Bruxelles afin de déterminer ce qu'il faut mettre en place.

Axes à travailler

Dans l'ensemble, et en priorité, il faut :

- faciliter l'accès à de l'information sur les moyens alternatifs de retour à domicile ;
- faciliter l'accès aux modes de paiement de ceux-ci et améliorer la coordination entre les moyens alternatifs ;
- maintenir ce qui existe d'abord et communiquer sur ces possibilités ;
- renforcer et améliorer ce qui existe déjà comme actions en se basant sur les résultats de la recherche sur la mobilité festive à Bruxelles (inventaire de tous les moyens existants ainsi que des possibilités d'optimisation de ceux-ci réalisés dans le cadre de la recherche sur la mobilité).

Autres pistes intéressantes à développer :

- sensibiliser les portiers sur la question de la limite de la responsabilité de chacun : la personne en état d'ivresse n'est pas toujours à même de juger de son état et l'établissement où elle a consommé a une responsabilité par rapport à cela ;
- systématiser la mise en place de navettes à la sortie de festivals (comme au festival Couleur Café) ;
- mettre en place un petit bus-navette qui circule entre les différents lieux festifs bruxellois (comme cela se fait déjà dans d'autres villes) ;
- mieux informer les taxis des lieux de sortie et créer des espaces de stationnement pour taxi près des lieux de sorties récurrents ;
- créer des chèques « sortie-taxi » sur le même mode que les chèques repas ;
- créer des chèques Collecto en étant attentif au fait que plus ce système est utilisé, plus il coûte. Il faut donc veiller à ne pas uniquement développer ce système (pour les bus Noctis, c'est l'inverse : plus c'est rempli, plus le coût diminue) ;
- développer un système de transport public disponible 24h/24h ;
- le réseau Noctis doit correspondre à la fréquentation des usagers (cf l'action 8,6 sur l'étude de mobilité festive à Bruxelles) ;
- diffuser les informations sur les moyens alternatifs de retour à domicile dans les lieux de sortie (écran tactile géant) ;
- créer une application smartphone intégrée NOCTIS, COLLECTO, Taxi qui pourrait renseigner les moyens de transport alternatifs à proximité de l'endroit où la personne se trouve ;
- développer un système de chargement de chèques taxis sur la carte Mobib comme le principe de la carte proton. Cela pourrait être testé dans la deuxième phase de la recherche action sur la mobilité festive ;
- créer des chèques taxi et Collecto à offrir (il s'agit de réfléchir à un moyen de retour qui ne passe pas par de l'argent en liquide qui peut être dépensé en boissons) ;
- informer les parents sur les possibilités de retour à domicile (via un site internet, par une campagne de prévention)
NB : Pour ces trois derniers points le public des parents est visé spécifiquement.
- créer un plan de mobilité festif nocturne autofinancé : indication des points Collecto et Noctis sur un plan de la vie festive à Bruxelles. Ce plan serait financé par les lieux festifs qui souhaitent être présents sur ce plan. Diffusion de celui-ci auprès des auberges de jeunesse, office du tourisme, lieux festifs, etc... ;
- augmenter les contrôles. Cependant c'est plus le taux perçu de risque de contrôle que les contrôles réels qui ont un impact. Il faut donc faire des campagnes de sensibilisation sur les contrôles ;
- développer des casiers à éthylotest : les personnes auraient accès à un casier gratuit mais pour l'ouvrir en fin de soirée ils devraient souffler dans l'éthylotest intégré au casier ;
- remettre les clés au conducteur de voiture contre un éthylotest négatif.

Facteurs de réussite

Lien avec la recherche action

Test des solutions proposées

Utilisation du réseau Noctis, des bus Collecto

Inventaire des nouvelles initiatives et de leur « succès »

Risques/obstacles

Manque de moyens

Manque de collaboration entre les différents projets

Manque de partenaires

Indicateurs

Utilisation de la recherche action dans le choix des actions mises en place

Diversité des actions proposées

Réunion de collaboration entre les différents porteurs des axes mis en place

Mises en place de campagne d'information

Indicateurs spécifiques par pistes retenues

ACTION N°4

Mise en place et formation d'agents « bien-être » sur les lieux festifs pour repérer les personnes qui ont un malaise et intervenir.

Action à créer. En lien avec les objectifs opérationnels 1, 18 et 33.

Public(s) cible(s)

Les usagers de drogues (y compris d'alcool) en milieu festif

Public(s) relais

Les institutions spécialisées en Promotion de la Santé en milieu festif et les organisateurs d'évènements

Opérateurs

Institution spécialisée en assuétudes et RdR

Partenaires

Les organisateurs d'évènements, le personnel travaillant en milieu festif, les institutions spécialisées en RdR, les structures de santé ou de promotion de la santé

Lieu(x) et couverture géographique

Lieux festifs de taille moyenne et gros évènements festifs en Région de Bruxelles-Capitale

Exemple de ce qui existe déjà

Les jobistes intervenant en milieu festif, dans le cadre d'équipes mobiles, repèrent entre autres les personnes en difficulté sur les sites festifs et les accompagnent dans la Relax Zone en place (espace calme où les personnes angoissées suite à la prise d'un produit peuvent trouver un réconfort auprès de professionnels). Les jobistes sont des usagers, qui, une fois formés, vont informer leurs pairs des risques liés à la consommation de produits psychotropes ainsi qu'aux moyens de s'en prémunir.

Lieux où mener les actions

Il s'agirait de **pairs formés** à la santé en général, au bien-être et à la RdR. Dans un premier temps, les lieux d'action de ces pairs seraient les grosses soirées, les évènements festifs, les fêtes estudiantines et les soirées d'ampleur moyenne

Recrutement

Le recrutement de ces pairs peut se faire par différents voies :

- via les actuels jobistes qui seront formés spécifiquement pour ce rôle ;
- via les boîtes/organiseurs d'évènements qui peuvent faire la promotion à travers leurs outils de diffusion : site Internet, affiches, newsletter... ;
- via les cercles d'étudiants pour les soirées estudiantines, affichage aux valves ;
- via des institutions spécialisées pour des publics spécifiques.

Formation des « pairs bien-être »

La mise en place des « pairs bien-être » passe tout d'abord par la réalisation d'une formation.

Cette formation porterait sur :

- la santé et le bien-être en général ;
- les principes de la RdR : pourquoi, comment, charte ... ;
- la vie affective et sexuelle ;
- les risques de transmission de maladies infectieuses et des IST ;
- la gestion d'une situation de crise ;
- des mises en situation ;
- la connaissance des produits, des modes de consommation et des risques liés ;
- des aspects pratiques (n° urgence, lieux de transfert, lieux de dépistage et de prise en charge...);
- ...

Cette formation doit être conçue en deux parties: des modules de formation classique plus théorique et une formation pratique donnée sur les lieux avec accompagnement des anciens « pairs bien-être ». Elle doit également tenir compte des spécificités des lieux et des publics. Ainsi pour les soirées estudiantines, la formation devrait principalement cibler la consommation d'alcool.

En ce qui concerne la périodicité de la formation, il faudrait évaluer, en fonction de l'ampleur du projet, s'il vaut mieux privilégier des formations à des dates fixes ou plutôt adaptées en fonction de la demande.

La formation pourrait être dispensée par les institutions spécialisées en RdR qui ont une expertise de travail avec les pairs.

Rôles des pairs et déroulement des actions

La mission de ces « pairs bien-être » serait :

- d'identifier les personnes qui ont un malaise et d'intervenir (en les prenant en charge ou en faisant le nécessaire pour qu'elles soient prises en charge);
- de faire passer des messages santé, bien-être, RdR.

Afin d'assurer la visibilité des pairs, ils pourront s'identifier via un simple badge (pour les évènements de taille moyenne) ou à l'aide d'un T-shirt dans le cas des gros évènements. Une adaptation serait nécessaire selon le type d'évènement.

Il est nécessaire que chaque endroit identifie un responsable des « pairs bien-être » qui joue un rôle de relais (entre les « pairs bien-être » et les patrons de boîtes ou organisateurs d'évènements).

Chaque lieu/boîte disposerait de sa liste/réserve de « pairs bien-être ». Ils pourront faire appel à son groupe selon le type de soirées/évènements.

Le travail de « pairs bien-être » doit être suivi d'un défraiement. Les boîtes/organiseurs d'évènements prendraient en charge l'entrée gratuite aux lieux et le défraiement.

Facteurs de réussite

Motivation des pairs
Mobilisation des pairs
Réceptivité du public festif
Communication optimale autour du projet

Risques/obstacles

Réticence des patrons des boîtes
Manque de financement pour le défraiement
Mécompréhension de sorteurs/ personnel de sécurité
Manque d'accompagnement des pairs

Indicateurs

Nombre de lieux festifs avec des « pairs bien-être »
Nombre de pairs recrutés
Nombre de formations données
Nombre de personnes touchées par les « pairs bien-être »
Nombre de transferts réalisés (vers structures d'urgence ou autres)
Satisfaction du public festif

ACTION N°5

Mise en place d'outils (plates-formes, sites internet, questionnaires, focus groups...) pour la consultation et implication des consommateurs dans les projets de RdR (création, mise en œuvre, évaluation...) menés en milieu festif.²²

Action qui existe déjà et à "étendre"/à développer. En lien avec l'objectif opérationnel 34.

Public(s) cible(s)

Les usagers de psychotropes (y compris l'alcool) en milieu festif

Public(s) relais

Pairs

Acteurs RdR en milieu festif (ex : Membres du Réseau *Drogues Risquer Moins*)

Opérateurs

Acteurs de RdR ou de Promotion de la Santé développant des projets en milieu festif (y compris les milieux festifs étudiants)

Partenaires

Les gérants des lieux festifs, les associations actives dans des milieux festifs spécifiques (gay, rap, hip-hop, techno, étudiants, hard rock...), les pairs

Lieu(x) et couverture géographique

Les milieux et lieux festifs (y compris étudiants) en Région de Bruxelles-Capitale

Exemple de ce qui existe déjà

Consultation des usagers : pour la création (tant au niveau de la pertinence, du contenu, de la forme) de brochures de réduction des risques sur différents produits, d'outils de RdR (pochette Stérifix...), pour la mise en œuvre de campagnes, de projets de prévention en milieu étudiant... Cette consultation se fait par le biais de rencontres, de focus groups, de questionnaires en ligne, questionnaires diffusés lors d'événement festifs...

DESCRIPTION DE L'ACTION (COMMENT, STRATÉGIES ET OUTILS UTILISÉS)

Consulter les usagers sur les projets qui les concernent permet de développer des projets répondants davantage aux besoins du public cible en utilisant des messages et des outils qui sont plus adaptés. En étant impliqué depuis le début et aux différentes étapes du projet, le public cible se l'approprie davantage. Par ailleurs, c'est une façon de reconnaître l'utilisateur comme un citoyen, un acteur de prévention à part entière.

Quand consulter les consommateurs :

Avant : pour définir les objectifs du projet, le public-cible, tester la pertinence du projet, définir les contenus et formes des messages et des outils ;

Pendant : pour assurer la mise en œuvre (établissement d'un contact plus facile avec le public-cible, etc.) ;

Après la mise en place de l'action : pour une évaluation du projet en tenant compte de leur point de vue et identifier des améliorations.

L'idéal est de consulter le public à ces trois niveaux. Cela n'est malheureusement pas toujours faisable. La consultation à une de ces trois étapes constitue un minimum à atteindre.

²² Action reformulée par les participants

Remarque : le moment de l'action, c'est-à-dire au cours de l'événement, semble le moment le plus propice pour mobiliser le public-cible (le public est là) mais il y a de nombreuses « interférences » à l'établissement du contact : consommation, activité, danse, bruit, ... Néanmoins, lorsqu'un contact est établi au cours d'un événement (dans la phase de mise en œuvre d'une action), il pourrait être mobilisé pour un autre projet, dès sa conception cette fois. Il est plus difficile de mobiliser le public en dehors, sauf, s'il y a un défraiement éventuel (voir fiche 1.4 Transversal). Il semble donc primordial de recruter les pairs sur le terrain.

Comment créer l'envie de participer à ces concertations sur la RdR en milieu festif

Il faut rendre la participation attractive. La participation bénévole est de plus en plus difficile à organiser. Il est donc indispensable d'offrir des « avantages » : défraiement, entrées, boissons gratuites, valorisation par une formation ou une certification, etc. Il faut préciser l'importance de l'expertise des usagers sur la mise en place d'actions pertinentes.

Comment consulter les usagers ? (plates-formes, forum, blogs, etc.)

Exemples d'outils : plates-formes, forums, blogs, focus groups, tablettes ou bornes interactives disponibles dans les lieux festifs, questionnaires (en ligne ou non), sites internet...

Les opérateurs doivent bien penser leurs stratégies de communication en fonction du public auquel ils s'adressent. Il faut donc d'abord investiguer in situ l'ambiance qui règne dans le milieu et voir ce qui se fait déjà. Il faut donc que les opérateurs (acteurs RdR) identifient les opérateurs actifs dans certains milieux festifs et investiguent auprès d'eux pour savoir ce dont ils disposent comme informations et contacts auprès des usagers habituels. Une mise en contact par des opérateurs déjà identifiés ou implantés dans certains milieux peut favoriser la mise en place de concertation du public-cible sur les actions à mener. Sauf si évidemment les opérateurs habituels ne sont pas reconnus comme légitimes par leur public-cible, ce qui peut parfois arriver.

Dans le cas de supports informatiques, il est important de pouvoir garantir l'anonymat des répondants : « liker » sur Facebook par exemple risque d'être délicat pour certains.

Comment faire connaître ces outils de concertation

Par la diffusion du lien vers ces outils via des réseaux sociaux

Inscription à une mailing liste à l'entrée de la boîte

Diffusion ou visibilité à l'entrée d'une adresse internet, ou d'une application smartphone : reprenant des conseils de RdR, des infos sur les produits, sur les sorties et sur la place importante que les usagers peuvent prendre dans le dispositif

Diffusion de flyers en soirées, affiches disponibles sur lieux festifs

Facteurs de réussite

Pour impliquer il faut mieux connaître

Ancrage auprès des publics visés

Assurer l'anonymat

Adéquation avec la réalité de terrain

Mise en évidence de l'intérêt

Attractivité du site internet : bonne info, bon plan sortie, diffusion d'infos de prévention

Avantages pour attirer les participants : entrées gratuites, tickets boissons, formation, reconnaissance positive, défraiement...

Risques/obstacles

Biais de sélection des consommateurs qui vont y participer

Phénomène délicat

Manque d'intérêt

Le milieu festif est presque par définition un milieu où on recherche un certain risque

Difficulté de mobiliser le public (notamment pendant l'événement)

Indicateurs

Notoriété du site

Notoriété de l'application

Nombre et qualité des réponses aux questionnaires

Nombre de participants aux focus group

Résultats de ces consultations

Consultation effective aux différents moments du projet

Nombre de projets pour lequel il y a eu consultation du public et à quelles étapes

Formation de jobistes/pairs et participation à des actions de RdR en milieu festif : animation de stands de prévention/RdR, passage de questionnaires, information et sensibilisation du public...

Action qui existe déjà et à "étendre"/à développer. En lien avec les objectifs opérationnels 9,11, 14 et 33.

Public(s) cible(s)

Les usagers qui fréquentent le milieu festif

Public(s) relais

Les organisateurs d'évènements et patrons de discothèques
Les jobistes et pairs du public festif

Opérateurs

Les professionnels de la RdR

Partenaires

Les organisateurs d'évènements
Les professionnels du secteur de la Promotion de la Santé (nuisance sonore, IST...)
Les professionnels européens de la RdR
Des experts sur des thématiques en lien avec la problématique
Des anciens jobistes
Des professionnels de la communication

Lieu(x) et couverture géographique

Bruxelles-Capitale (Région) et partenariats avec la Flandre et la Wallonie

Exemple de ce qui existe déjà

Le projet *Drogues Risquer Moins* (DR-) est présent dans une bonne trentaine d'évènements et lieux festifs à Bruxelles. Il s'agit d'un projet participatif de sensibilisation des consommateurs aux risques liés à l'usage de produits psychotropes et d'information sur les moyens de réduire ces risques. Dans ce cadre, des jobistes (pairs des usagers en milieu festif) vont à la rencontre de leurs pairs pour leur transmettre un message de réduction des risques

Des acteurs de prévention VIH/Sida sont également présents lors du festival Couleur Café

Des partenariats entre différentes associations (centres de planning familial, acteurs de RdR) sont en cours d'élaboration afin de créer des stands de sensibilisation communs sur Bruxelles

Néanmoins, l'ensemble du public n'est pas assez touché (publics qui fréquentent les discothèques, les fêtes étudiantes, le milieu gay, de Matonge (Ixelles)...

Objectifs à poursuivre

- Donner des informations sur les produits consommés et les moyens de réduire les risques liés à cette consommation
- Donner les informations sur les modes de consommation et les moyens de réduire les risques liés
- Donner des informations sur le set and setting (les effets dépendent non seulement des produits mais aussi de la personne et du contexte)
- Donner des informations sur les risques spécifiques liés au milieu festif et les moyens de les réduire (nuisances sonores, retour à domicile après la fête, consommation de substances...)
- Donner des outils, du matériel permettant de réduire ces risques
- Intégrer les usagers dans les actions de RdR
- Entrer en contact avec les usagers en milieu festif
- Informer les publics festifs des lieux de prise en charge spécialisés et des lieux de dépistage du VIH et des hépatites
- Faire émerger la question de la réduction des risques

Spécificité des actions RDR participatives

De manière générale, ce type de projets étant participatif, ils doivent donc être construits avec des pairs du public cible (depuis la phase de conception, en passant par la mise en œuvre et l'évaluation, ou tout au moins à l'une de ces étapes) afin de construire ensemble des modes d'interventions communs répondant aux besoins des pairs et publics cibles.

Les pairs reçoivent une formation préalable à la participation aux actions définies de manière participative.

Mise en place des actions participatives

1ère étape : la construction des partenariats qui comprend :

- des contacts avec le réseau festif européen afin de dresser l'inventaire des types d'actions mises en place ;
- des contacts avec des « anciens » jobistes pour partager leur expériences ;
- des contacts avec des organismes spécifiques suivant les thématiques (RdR, prévention des IST, VIH, hépatites...) ;
- la réalisation d'un programme de formation en partenariat et de manière participative (usagers festifs, professionnels de la RdR, professionnels du milieu gay, responsables de cercles...)
- la création d'un réseau des acteurs de promotion de la santé intervenant en milieu festif sur Bruxelles.

2ème étape : le recrutement des pairs

Profil des personnes à recruter :

- les jobistes doivent être représentatifs du/des milieu(x) festif(s) et public(s) cible(s). Le fait d'être pair ne se marque pas par la seule consommation, d'autres éléments interviennent ;
- une parité fille/garçon ;
- personnes proactives (qui vont facilement à la rencontre des autres et sont débrouillardes) ;
- qui marquent un intérêt pour la RdR.

Moyens de recrutement :

- dans les milieux festifs (on peut également imaginer un recrutement permanents via la diffusion d'un flyer dans les actions couvertes) ;
- via les sites internet des lieux ;
- via Facebook et autres réseaux sociaux ;
- via des associations qui travaillent avec les publics visés ;
- via les lieux d'accueil pour usagers existants ;
- via le bouche-à-oreilles ;
- via les pairs déjà recrutés.

3ème étape : la formation des pairs

Une formation de base générale avec différents contenus portant sur :

- les connaissances : produits, risques liés, set and setting, législation, les IST, les relais...
- les compétences : méthodes de communication, la proactivité, comment communiquer de manière positive en respectant l'esprit de la fête, la passation de questionnaires, comment s'adapter aux différents milieux festifs...
- le cadre et méthodes de travail : présentation du projet et des objectifs, l'importance de la participation, les règles de travail, les valeurs de la RdR/charte de la RdR, présentation des outils (brochures et matériel).

Le contenu étant fort dense l'accent doit être mis sur les compétences plutôt que les connaissances.

Cette formation serait complétée par des modules plus spécifiques donnés de manière régulière qui soit approfondiraient une question (comme les nuisances sonores, le dépistage rapide...), soit remettraient les connaissances à niveau ou les actualiseraient (les « Research Chemical » par exemple).

Une fois les pairs formés, en fonction des projets, ils deviennent soit bénévoles, soit « jobistes » et sont dans ce dernier cas défrayés pour leur participation active aux actions.

Une formation commune s'adressant aux pairs des différents types de publics (usagers festifs des milieux gays, lesbiens, étudiants, clubbers...) permettrait de consolider des partenariats entre intervenants et d'éviter de stigmatiser certains groupes (gays, lesbiens...).

4eme étape : identification des lieux pertinents

Pour identifier les lieux pertinents où mener les actions, il serait intéressant de demander aux pairs quels sont les lieux appropriés d'une part et de partir de l'évaluation des présences en lieux festifs d'autre part (via des fiches de débriefing remplies systématiquement après chaque intervention). Une question pourrait être rajoutée au questionnaire qui est diffusé auprès des usagers rencontrés dans le cadre des actions *Drogues Risquer Moins* (DR-) : « *Y a-t-il des lieux où vous sortez et où vous trouveriez pertinent que nous soyons présents ? Et si oui, lesquels ?* ».

Cette question peut par ailleurs être diffusée via les réseaux sociaux, les sites internet des lieux de sorties et agendas de sortie. On peut également faire appel aux partenaires pour identifier les lieux festifs fréquentés par certains publics cibles et travailler en collaboration sur le terrain.

5^{ème} étape : Déroulement des actions

Le type d'actions mis en place doit être adapté aux lieux. Ceux-ci étant assez hétérogènes à Bruxelles, une palette d'actions doivent être mises en place : de la simple distribution de flyers au dispositif complet.

L'ensemble des actions proposées peuvent se combiner de différentes manières :

- distribution de flyers ;
- passation de questionnaires auprès du public cible ;
- stand d'information avec animation (ou pas) ;
- espace « relax » avec poufs dans un endroit plus calme (musique et température adaptées) ;
- mise à disposition d'outils suivant les besoins (kit de snif, éthylotest, préservatifs et lubrifiant, Femidon© (préservatif féminin), pilule du lendemain, Stérifix (kit de matériel d'injection), testing...)
- présence de professionnels pouvant gérer des périodes d'angoisse ou de malaise suite à la prise de produits ;
- présence d'équipe devant le lieu ou aux alentours pour sensibiliser à la question du retour à domicile ;
- jobistes circulant dans le lieu festif afin de renseigner sur les services existants et les sources d'informations possibles (via des flyers, promotion d'application smartphone, QR code...).

Les actions sont principalement menées par des jobistes. Des équipes mixtes (professionnels- jobistes) de manière ponctuelle sont également intéressantes afin de s'enrichir mutuellement et de partager concrètement les savoirs et savoir-faire. Il est important que le professionnel soit présent lorsqu'il s'agit d'un nouveau lieu afin d'assurer la bonne mise en place du projet.

6^{ème} étape : les débriefings après l'action

Après chaque action un débriefing doit être mis en place afin d'évaluer la pertinence de l'action d'une part et de soutenir les jobistes dans leur travail (ont-ils eu des difficultés, des manques, le contact avec le personnel du lieu était-il bon...).

Un débriefing (même téléphonique) doit également être organisé avec les lieux surtout lorsqu'il s'agit d'une première intervention.

Une fois tous les trois mois, l'ensemble des partenaires (dont les jobistes) doivent être réunis afin d'évaluer le projet et les actions mises en place.

Au terme d'un certains nombres d'actions, un débriefing avec les jobistes uniquement doit porter sur les effets bénéfiques ou non pour les jobistes au niveau de la gestion de leur consommation et des risques et de leur bien-être général, ainsi que sur leur investissement et plaisir à réaliser l'action.

Facteurs de réussite

Richesse du partenariat

Évaluation du projet et réorientation de celui-ci en fonction des évaluations

Un bon recrutement, encadrement et formation des jobistes

Risques/obstacles

Difficultés de recruter des jobistes dans certains milieux (par ex gay)

Coût du projet

Temps investi dans la préparation

Indicateurs

Qualité du recrutement (profil des jobistes correspondant bien aux publics-cibles, par exemple)

Parité filles / garçons dans les jobistes

Diversité du partenariat

Qualité de la formation donnée aux jobistes

Diversité « culturelle » des jobistes

Diversité des lieux d'intervention

Renouvellement des jobistes

Nombre d'interventions

Satisfaction des jobistes

Satisfaction du public (questionnaire)

Mise en place de formations continues

Nombre et type d'outils diffusés

Retour des organisateurs d'événements

Nombre de réunions de débriefing

Réorientations effectuées après les débriefings

ACTION N°7

Création et formation de groupes de jeunes pairs responsable "bien-être" au cours des événements festifs, impliqués dans la préparation et dans le déroulement (exemple : soirées d'étudiants, etc.).

Action qui existe déjà et à "étendre"/à développer. En lien avec les objectifs opérationnels 9, 11, 14, 15 et 19)

Public(s) cible(s)

Les étudiants inscrits dans les cercles étudiants qui participent aux soirées d'étudiants, TD (soirées étudiantes)

Public(s) relais

Les Cercles d'étudiants, les Collectifs d'étudiants, l'Association des Cercles étudiants (ACE)

Opérateurs

Les associations de promotion de la santé, de RdR actives en milieu festif (étudiants ou autre)

Partenaires

Les Autorités académiques, l'ACE, la Fédération des Etudiants Francophones, la Fédération des Plannings Familiaux, les Services d'aide aux étudiants, les Services sociaux des divers établissements d'enseignement supérieur

Lieu(x) et couverture géographique

Les sites universitaires, de Hautes-Ecoles, les campus où se développe une activité festive en Région de Bruxelles-Capitale

Exemple de ce qui existe déjà

Les « Stadiers » ou semi-Bob : dispositif mis en place en 1999 à Louvain-La-Neuve aux « 24h vélo ». Il s'agit d'étudiants (une douzaine) recrutés pour l'occasion qui s'engagent à assurer des plages horaires (17-23h ou 23h-5h) pendant lesquelles ils s'engagent à ne pas consommer de l'alcool et ils assurent les missions suivantes : accueillir et orienter le public tout au long de la fête ; informer les participants du programme sportif, culturel et humanitaire ; informer sur les actions de sensibilisation autour des questions d'alcool (distribution d'eau, hébergement, l'Autre soif...) ; être vigilant aux situations qui pourraient se dégrader et prévenir d'éventuels débordements. Les stadiers reçoivent une formation d'une journée et un défraiement de 30 € pour leur prestation. Les responsables d'équipe (2 anciens stadiers) reçoivent une formation de trois jours et un défraiement de 40€.

Les référents santé

Il est possible de s'orienter vers un dispositif comme les « stadiers » ou mettre en place en interne (par cercle) des référents santé. En effet, les responsables des événements festifs sont généralement les cercles étudiants qui souhaitent garder une certaine autonomie dans la gestion de ceux-ci. Les référents santé devraient peut-être être issus des cercles ou d'un collectif étudiant bien identifié (genre ACE).

Rôle des référents

Les référents bien-être doivent pouvoir agir sur l'environnement (offre de produits, aménagement des espaces, eau gratuite, alternative attractive à l'alcool, Chill Out), être au courant des bons réflexes à avoir en cas de malaise, de surdoses, de coma éthylique. Ils doivent rester vigilants au cours de l'événement festif (comme les Stadiers à Louvain-la-Neuve).

Types d'événements

La présence de « référents bien-être » est nécessaire dans les soirées, Thés dansants, Corona (passage de calotte à l'UCL), festivals, bals, rallyes choppes, cantus, activités festives (24 heures vélo, 6 heures cuistax), baptêmes et activités de baptême en général.

Recrutement

Le recrutement des « Référents bien-être » peut se faire via les collectifs d'étudiants, l'ACE et les cercles d'étudiants, éventuellement les kots à projets ou le service étudiant actif sur le site.

Formation des référents

Identification des acteurs déjà actifs sur le terrain (sur chaque site) qui pourraient développer un pôle formation sur ces questions, soit en étant formés eux-mêmes, soit en renforçant leurs cadres et missions (Services PSE, Centre de plannings familial, service d'aide aux étudiants...).

Il faut négocier avec les autorités académiques pour qu'elles soutiennent le développement de ce genre de formation. Soit par la constitution d'une équipe spécialisée sur ces questions soit par la mise en place d'un référent (via une formation) au sein des équipes médico-psycho-sociales existantes sur le site (si existe) (référent de long terme qui peut recevoir les plaintes de la part d'étudiants, orienter vers les services adaptés, proposer des modules de formation sur ces questions, etc.).

Les outils : syllabus, sessions de formation ou charte (comme à LLN) en s'inspirant notamment du Projet Quality Nights (label de promotion de la santé dans divers lieux festifs qui prévoit une formation pour les professionnels de ces lieux), site internet pour sensibiliser les jeunes (exemple : projet développé à l'UCL « guindaille 2.0 »).

Contenu des formations et de leurs outils

Exemples de thèmes à aborder : gestion d'équipe, gestion de foule, communication non-violente, premiers secours, rappel de la charte des baptêmes, vie affective et sexuelle et les risques liés, consommation d'alcool et d'autres psychotropes, risques liés et comment les réduire, réflexes à avoir, etc.

Il est important de construire le contenu de la formation avec les étudiants (via les cercles ou l'Association des Cercles Etudiants). Il en va de même pour le choix des outils.

Calendrier des formations :

Les formations doivent s'adapter au rythme étudiant. Il y a le « temps 0 » juste avant la rentrée où ce genre de formations pourrait se donner avec une « relance » en janvier.

Encadrement

Idéalement, il faudrait une « équipe bien-être/RdR » sur le terrain destinée aux étudiants qui pourrait encadrer la vie estudiantine, ainsi que la mise en place de projets de RdR (comme les référents bien-être), ainsi qu'assurer les formations nécessaires. A titre d'exemple, l'UCL bénéficie d'une histoire particulière qui a favorisé le développement du mouvement étudiant et la mise sur pied d'une série de projet et d'outils de ce type.

Un service d'aide aux étudiants

Créer ou développer un « service d'aide aux étudiants » pluridisciplinaire avec des missions de formation RdR ou en promotion de la santé mobilisable par les cercles étudiants et/ou les autorités académiques. Il faut élargir et penser l'offre de formation en milieu étudiant.

Engagements des différentes parties prenantes

En contrepartie d'efforts mis en œuvre par les étudiants en matière de « bien-être » lors des événements festifs, les autorités académiques pourraient s'engager par exemple à mettre à la disposition des étudiants des locaux adéquats pour guindaille...

Facteurs de réussite

Un permanent professionnel sur les sites

Horaire adapté

Programmes de formation co-construit avec les étudiants

Bon incitant (plaisir, ressources, financement...)

Développement des compétences

Bonne reconnaissance de la fonction de « référent bien-être » au sein des cercles

Risques/obstacles

Turn-over important des étudiants

Manque d'intérêt des étudiants à ces questions

Manque d'ouverture des autorités académiques pour ce genre de projet

Indicateurs

Informations sur les processus de formation mis en place (à plusieurs moments, via un questionnaire de type « qualitatif »)

Nombre de sites ouverts à l'idée

Nombre d'étudiants formés

Nombre d'équipes « bien-être »

Développement de l'équipe des services d'aide aux étudiants

Nombre d'étudiants qui connaissent les « référents santé » de leur école/université ou cercles

ACTION N°8

Sensibilisation des lieux festifs (y compris étudiants) à mettre de l'eau fraîche potable à la disposition de leurs clients, et à proposer des boissons non alcoolisées "attractives" (au niveau prix, apparences, noms...).

Action qui existe déjà mais à "étendre"/à développer. En lien avec les objectifs opérationnels 19 et 21

Public(s) cible(s)

Publics fréquentant les milieux festifs bruxellois (y compris les milieux festifs étudiants)

Public(s) relais

Responsables et professionnels de lieux festifs (y compris les bénévoles qui y travaillent : exemple dans les festivals)
Associations de promotion de la santé présentes sur les lieux dans le cas d'événements festifs ou travaillant avec eux
Producteurs/distributeurs de boissons non alcoolisées

Type(s) d'opérateur(s)

Acteurs de promotion de la santé, de Réduction des Risques...

Partenaires

Pouvoirs publics locaux (qui pourraient encourager les responsables de lieux/événements présents sur leur commune) ou communautaires (qui financent les festivals)

Lieux et couverture géographique

Lieux festifs en Région de Bruxelles-Capitale : bars, boîtes de nuit, cafés, cercles étudiants...
Evénements festifs en Région de Bruxelles-Capitale : festivals, bals, soirées, city parades, soirées et événements pour étudiants...

Exemples de ce qui se fait déjà

Existence d'un Label « Quality Nights » qui vise à améliorer le bien-être des personnes qui sortent dans les lieux de fête notamment à Bruxelles. Chaque lieu labellisé se doit d'offrir une série de services, dont l'eau gratuite
Certains lieux festifs bruxellois offrent déjà de l'eau gratuite et parfois proposent aussi des softs plus attractifs

Lorsque cela se fait déjà (ou commence à se faire)

Il s'agit dès lors, d'aider ces acteurs à mieux faire circuler l'information sur ce qu'ils proposent et à encore améliorer leur offre.

Pour mieux diffuser l'information

Diffusion de brochures « Buvez de l'eau », mise en place de pictogrammes « eau » sur les lieux (cf. label Quality Nights*), diffusion de ces messages sur écrans, messages/ pictogrammes ludiques/humoristiques, sur les sous-verres en carton, les sets de table...

NB* : l'offre de l'eau gratuite ne doit pas se limiter à ceux qui adhèrent à ce label.

Parallèlement, il est indispensable de travailler sur la « demande » et de faire comprendre aux publics festifs l'importance de s'hydrater en sortie (risque de surchauffe, déshydratation, malaises...) en utilisant, par exemple, les outils susmentionnés.

Propositions concrètes d'initiatives

Avant la fin de la soirée/événement, préparation de verres d'eau disposés sur le bar pour que les fêtards puissent les voir et en boire en partant.

Donner des idées de cocktails non alcoolisés plus attractifs : donner des noms ressemblant à des cocktails alcoolisés (Mojitos...) et les présenter comme des alcoolisés, les mettre en suggestions...

Là où cela ne se fait pas encore

Travailler les réticences

Souvent c'est la crainte de perdre des gains qui freine ce genre d'initiatives. Il faut donc contourner les réticences des responsables des lieux/événements en :

- montrant des exemples concrets d'autres lieux qui l'ont fait et pour qui cela n'a pas d'impact négatif sur les recettes, témoignages d'autres responsables de lieux, exemples dans d'autres pays... ;
- proposant des soirées tests avec des idées concrètes (cf. ce qui est proposé plus haut).

La mise en valeur de ce genre d'actions peut se faire par la publication de « success stories » dans la presse, sur les sites des acteurs de promotions santé et d'autres relais vers le public festif et les organisateurs d'événements, etc.

Autres pistes :

- démarcher des producteurs/distributeurs de boissons non alcoolisées, d'eaux minérales pour qu'ils sponsorisent des soirées (comme le font les alcooliers) ;
- démarcher/sensibiliser ces producteurs pour qu'ils travaillent sur l'attractivité de leurs produits NA (bouteilles, images associées au produit via le marketing...);
- démarcher les pouvoirs locaux afin de les sensibiliser à ce type d'actions et les inviter à encourager les lieux festifs/événements festifs sur leur commune à les mettre en place²³.

NB : même si une disposition légale existait un jour pour obliger les responsables de lieux à fournir une série de services favorables à la santé (mise à disposition d'eau potable gratuite, etc.), sensibiliser les responsables de lieux et les publics festifs demeure indispensable.

²³ Cf. Action n°30 : «Développement d'une stratégie de lobbying auprès des acteurs politiques responsables pour garantir un cadre légal minimum de mesures de santé dans les lieux/événements festifs et favoriser une politique valorisant les contextes et les usages plus responsables et moins risqués»

Facteurs de réussite

Ne pas tout demander tout de suite aux responsables de lieux/événements festifs, procéder par étape
Proposer des pistes concrètes
Proposer des exemples de ce type d'actions positives

Risques/obstacles

Uniquement le bon vouloir des responsables des lieux/événements
Réticences reposant sur la crainte de la perte des gains
Contraintes logistiques (surtout dans les bars et les boîtes de nuit, moins en plein air)

Indicateurs

Nombre de lieux et événements qui mettent en place l'action
Outils d'information et de sensibilisation produits, diffusés, recommandés, etc. et par qui
Estimation de l'eau consommée : nombre de gobelets vides ou emportés, fontaines « vides »
Quantité de ventes de cocktails non alcoolisés
Mise en place d'événements sponsorisés par des producteurs/distributeurs de boissons non alcoolisées
Pouvoirs locaux sensibilisés et favorables à ce types d'actions
Nombre de lieux labellisés « Quality Nights »
Connaissance de la part du public de l'accessibilité à l'eau gratuite sur les lieux
Connaissance du public de la pertinence de pouvoir disposer d'eau gratuite

ACTION N°9

Renforcement des actions « points d'appui assuétude » dans le milieu scolaire, y compris les Hautes Ecoles et universités.

Action qui existe déjà et à "étendre"/à développer. En lien avec les objectifs opérationnels 20 et 31.

Public(s) cible(s)

Etudiants/élèves

Public(s) relais

Services de Promotion de la Santé à l'École (PSE)
 Services de prévention (des Communes)
 Concertation des directions des établissements des Hautes Ecoles
 Acteurs des quartiers
 Associations de parents
 Médiateurs scolaires, enseignants

Opérateurs

Centre Bruxellois de Promotion de la Santé (CBPS)
 Dispositif Accrochage Scolaire
 Centres de planning familial

Partenaires

Directions des écoles/autorités académiques/pouvoirs organisateurs
 Acteurs de RDR
 Médiateurs scolaires
 Services PSE
 Gardiens de la Paix, Educateurs de rue, AMO, divers services jeunesse
 Conseil des jeunes
 Echevins de l'Enseignement

Lieu(x) et couverture géographique

La région de Bruxelles-Capitale (par commune)

Exemple de ce qui existe déjà

Les Points d'Appui Assuétude (PAA) dans les écoles assurés à Bruxelles par le CBPS ont pour objectif **de mettre en réseau** les divers acteurs susceptibles d'intervenir ou d'avoir des positions sur la question des drogues en milieu scolaire ou universitaire.

Les Points d'Appui Assuétudes ont pour mission :

- de réaliser un inventaire des ressources et des besoins en matière d'assuétudes;
- de diffuser l'information sur les ressources, les services et les moyens disponibles ;
- de favoriser la création ou le renforcement de réseaux et de partenariats.

L'intérêt principal des Points d'Appui Assuétudes se situe dans la création et le renforcement de réseaux rassemblant les acteurs bruxellois spécialisés en prévention afin :

- de mener une concertation et une réflexion commune pour arriver à un discours cohérent sur les interventions dans le milieu scolaire, leur philosophie et leur éthique de travail, tout en respectant les spécificités des interventions de chacun ;
- de trouver des solutions en commun pour améliorer les conditions d'intervention en milieu scolaire ;
- d'échanger de bonnes pratiques entre acteurs scolaires, d'une part, et entre acteurs scolaires et acteurs spécialisés, d'autre part.

Le Décret de 1995 sur la prévention en milieu scolaire n'inclut pas les universités. L'université est donc le parent pauvre « du monde scolaire » pour ce qui est de la prévention ou de la promotion de la santé.

Etat des lieux et mobilisation des acteurs

Il est nécessaire de se baser sur un diagnostic de la situation en milieu étudiant concernant la consommation de produits, la situation socio-sanitaire des étudiants... Pour ce faire, il faut soit se baser sur des enquêtes existantes (HSBC...) soit en développer de nouvelles.

Il est important de trouver des relais dans le monde étudiant et de les mobiliser : Cercles de représentants d'étudiants, lieux de concertation étudiant/universités, kots à projets, mobilisation et développement des services d'aide aux étudiants.²⁴

En ce qui concerne les universités : les services PSE investissent de temps en temps les universités, mais cela reste très ponctuel et marginal. Il faut interpeller les autorités compétentes sur ces questions.

Ces actions pourraient être coordonnées par le CBPS mais il manque une mission claire pour se faire ainsi que des moyens (équipes réduites). Le CBPS devrait pouvoir proposer un modus operandi avec des guidelines pour mettre sur pied une concertation et définir les avantages pour les différents acteurs de la mise en place d'une concertation sur ces questions.

Formation des enseignants

Former initialement et de manière continue les enseignants sur les assuétudes et la RdR. Thème à éventuellement inclure dans le programme de l'agrégation, des régendats. Il faudrait dès lors s'intéresser à qui construit les programmes de cours.

Travail sur les représentations vis-à-vis des enseignants, des directions

Il est important de sensibiliser les autorités académiques à se préoccuper de la promotion de la santé en milieu étudiant. Le bien-être des étudiants doit également faire partie de « l'apprentissage » universitaire et de l'enseignement supérieur. Un service social d'aide aux étudiants pourrait jouer ce rôle de sensibilisation des autorités académiques.

Facteurs de réussite

Promotion de la santé reconnue comme principe directeur
Collaboration des autorités académiques, directions/Pouvoirs organisateurs
Acteurs mobilisables sur les campus (genre service psycho-social)

Risques/obstacles

Absence d'intérêt des autorités sur ces questions
Absence d'état des lieux santé
Manque de moyens attribués aux points assuétudes

Indicateurs

Notoriété du site internet du CBPS/du projet Point d'Appui Assuétude
Personnes relais identifiées (au sein des communes (exemple : service d'accrochage scolaire communal, Echevin de l'Enseignement), sur les sites universitaires, les Hautes Ecoles...)
Nombre de mise en place effective de réseaux (par le CLPS)
Nombre d'actions mise en place
Existence de guidelines

²⁴ Cf. Action n°4 : « Création et formation de groupes de jeunes pairs responsable "bien-être" au cours des événements festifs, impliqués dans la préparation et dans le déroulement... »

ACTION N°10

Mise en place d'une coordination des actions "santé" et "promotion de la santé/RdR" en milieu festif pour améliorer la collaboration et l'efficacité des acteurs ainsi qu'une coordination effective de terrain lors de gros événements.

Action qui existe déjà et à "étendre" et à améliorer. En lien avec les objectifs opérationnels 20 et 32.

Public(s) cible(s)

Publics qui fréquentent les différents milieux festifs
Organisateurs d'événements
Pouvoirs publics qui financent des événements ou lieux festifs

Opérateurs

Associations de promotion de la santé ou de RdR actives en milieu festif

Partenaires

Toutes les institutions de promotion de la santé actives en milieu festif (RDR, vie affective et sexuelle, VIH/Sida, mutuelle, mobilité...)
Acteur du secteur de la mobilité
Croix-Rouge
Police
Acteurs politiques
Organisateurs d'événements
Acteur qui recense les festivals à Bruxelles

Lieu(x) et couverture géographique

Les gros événements en Région de Bruxelles-Capitale

Exemple de ce qui existe déjà

Quelques acteurs de RdR et de prévention (Plate-forme Prévention Sida, SIReas, Sex and Co, Modus Vivendi...) se coordonnent à leur propre initiative et sur base volontaire lors d'intervention de type santé en milieu festif et organisent des interventions communes, coordonnées et articulées entre elles. Ce n'est cependant pas le cas pour tous les acteurs. Les organisateurs se trouvent alors confrontés à une pléthore d'associations qui offrent des services parfois redondants alors que certains viennent à manquer sur le site de l'événement.

Les organisateurs d'évènements sont confrontés à des demandes disparates d'intervenants/associations de promotion de la santé. Les organisateurs ne savent cependant pas quels sont les besoins « santé » et quels intervenants accepter.

Organisation d'une coordination

Une coordination pourrait les aider pour que les besoins soient bien couverts et éviter les manques et redondances.

Cette structure de coordination serait composée des intervenants/associations actifs en promotion de la santé en milieu festif. La création de cette structure de coordination implique la constitution d'un réel partenariat entre les différentes associations qui la composent. Il faudrait donc établir une charte d'adhésion à destination des membres de la coordination. La charte devrait inclure, entre autres, des critères qualitatifs de promotion de la santé.

La coordination devrait se focaliser dans un premier temps sur les évènements de grosse envergure tels que Couleur Café, la Nuit Blanche... Puis il faudrait évaluer le travail de la coordination et la pertinence de l'étendre à d'autres types d'évènements.

Meilleure connaissance des acteurs et de leurs services

Il faudrait tout d'abord recenser les services actifs en promotion de la santé et quel services/institutions interviennent en milieu festif en indiquant les spécificités de chacun. Pour cela un questionnaire doit être envoyé aux associations afin d'avoir une présentation homogène de l'ensemble des services.

Une fois les informations recueillies, il faut rendre visible l'offre de services soit par la création d'un site commun ou l'hébergement sur un site lié au milieu festif de la page de la plateforme.

Un contact clair doit être donné pour les organisateurs. Celui de l'institution qui coordonnerait la plate-forme et qui contacterait alors les acteurs afin soit de voir qui peut aller à cette manifestation, soit de proposer un partenariat entre plusieurs associations. Pour ce qui est du rôle de la coordination : il s'agit de lui attribuer un rôle organisationnel plutôt que décisionnel (qui va où).

Rôles de la coordination

La coordination devrait entre autre:

- identifier les évènements prioritaires ;
- aider à l'identification des besoins avec les institutions partenaires. Ceci permettra de diminuer les redondances et avoir une meilleure couverture des évènements ;
- centraliser les actions (qui va où) et relais des besoins vers les associations partenaires ;
- sensibiliser les organisateurs d'évènements à l'intérêt de mettre en place des actions de promotion de la santé en milieu festif ;
- sensibilisation des acteurs à intervenir en milieu festif et comment ;
- relais entre les différents acteurs et les organisateurs. Pour ce faire elle devrait organiser des rencontres avec les organisateurs d'évènements et entre les différents acteurs/ partenaires de la coordination ;
- facilitation de la mise en place des interventions (ex du point de vue logistique, partage de stands...), rassemblement des « forces » en termes de moyens ;
- créer un lien entre institutions présentes lors des événements tels que la Croix-Rouge, la police, STIB...
- identifier des points locaux et prospecter pour trouver des nouveaux partenaires si nécessaire ;
- mettre en place des moments d'interventions et de formation communs ;
- assurer une évaluation commune ;
- participer au suivi de la prise de risques en milieu festif.

Le débriefing lors des évènements continuera à être effectué par chaque association mais l'information devrait être relayée à la coordination pour qu'elle puisse analyser la pertinence/efficacité de l'intervention.

Ressources nécessaires

La mise en place d'une coordination en milieu festif est un projet à part entière et nécessite un financement. En terme de ressources humaines, il serait nécessaire d'engager 1ETP.

Le profil de poste : axé communication, avec une vision promotion de la santé (RdR, Vie sexuelle et affective...) et une expertise en milieu festif.

Facteurs de réussite

Motivation des partenaires

Financements disponibles

Soutien politique

Promotion au sein des différents partenaires du rôle de la structure de coordination

Risques/obstacles

Lieu festif visé pas preneur de l'initiative

Logique de concurrence entre les associations actives en milieu festif

Structure de coordination sans rôle et mandat précis (coquille vide)

Indicateurs

Existence d'un recensement des services

Visibilité du dispositif

Nombre de réunions organisées par la coordination

Existence de formations communes

Existence d'interventions groupées

Gestion logistique des institutions impliquées dans les festivals simplifiés

Taux de satisfaction des organisateurs

Meilleure couvertures des évènements festifs

Meilleure répartition et pertinence des interventions en milieu festif

Nombre d'évènements organisés sous la coordination de la nouvelle « structure »

ACTION N°11

Création et diffusion de guidelines, organisation régulière de formations à la RDR destinés aux professionnels des milieux festifs et organisateurs d'événements (y compris étudiants).

Action qui existe déjà mais qui est à "étendre"/ à améliorer. En lien avec l'objectif opérationnel 6.

Public(s) cible(s)

Responsables et professionnels de lieux festifs (patrons de bars, organisateurs de soirées, barmen, serveurs...), y compris les bénévoles qui y travaillent (exemple : dans les festivals, étudiants dans les cercles, étudiants organisant des soirées étudiantes...)
Agents de sécurité des services/agences de sécurité

Public(s) relais

Cf. les partenaires

Type(s) d'opérateur(s)

Associations de promotion de la santé, de Réduction des Risques...

Partenaires

Croix-Rouge

Pouvoirs locaux

Autorités académiques des Hautes Ecoles et des universités

Professionnels des différentes thématiques abordées

Lieux et couverture géographique

Lieux festifs en Région de Bruxelles-Capitale : bars, boîtes de nuit, cafés, cercles étudiants...

Événements festifs en Région de Bruxelles-Capitale : festivals, bals, soirées, city parades, soirées étudiants, événements pour étudiants...

Exemple de ce qui existe déjà

- La campagne "Guindaille 2.0" est un projet de promotion de la santé mené sur les sites de l'UCL et qui vise la Réduction des Risques en milieu festif étudiant. Elle est rendue visible grâce à un lot de pictogrammes représentant différents conseils pour bien réussir sa soirée : alterner avec des softs, limiter ou stopper sa consommation d'alcool avant de devenir violent, penser à se protéger en cas de rapports sexuels, raccompagner son/sa pote,... Ces pictogrammes sont affichés dans et près des salles d'animation (sur des panneaux rigides). Le message de cette campagne, basée sur le respect, est donc clair : "Guindailler, oui mais de manière responsable." Ce projet repose sur une sensibilisation et une formation des organisateurs de soirées étudiantes.

- Dans le cadre du label Quality Nights (projet de promotion de la santé qui vise à améliorer le bien-être des personnes qui sortent dans les lieux de fête à Bruxelles ainsi qu'en Région Wallonne), des formations et des outils (guidelines, par exemple) sont entre autres conçus afin de sensibiliser les professionnels des lieux labellisés à divers aspects « santé » et risques liés au milieu festif. Dans chaque lieu labellisé, on trouve toute une série de services : eau gratuite, préservatifs et bouchons d'oreille à prix modique, brochures d'info sur la santé, alerte rapide en cas de circulation de drogues à haut risque, personnel formé, etc. En acceptant d'intégrer Quality Nights, les responsables de ces organisations ont choisi de s'engager sur base volontaire à en faire plus pour les personnes qui fréquentent leurs soirées.

Contenu des guidelines et des formations

Pour les guidelines et autres outils

Il s'agit de travailler dans une optique de promotion de la santé sur les problématiques rencontrées en milieu festif : premiers secours, gestion de l'agressivité verbale, nuisances sonores, Réduction des Risques sexuels, Réduction des risques liés à l'usage de l'alcool et des autres drogues, responsabilités légales, retour à domicile, etc.

Pour les formations

Ces thèmes peuvent être l'objet de modules de formation certains étant à laisser au libre choix des participants.

Les formations doivent être très orientées sur le concret et faire le plus possible le lien avec la réalité de travail des participants.

Il serait également intéressant d'interroger régulièrement les publics cibles (par questionnaires ou focus group) afin de voir avec eux quelles sont les informations qui leurs manquent et les thèmes qu'ils désirent voir aborder.

Conception et diffusion des outils

Les guidelines doivent être conçus en deux formules :

- une formule « light » avec des messages très succincts, faciles à lire et à consulter qui répondent facilement à la question : « que dois-je faire dans ce cas-là ? » Exemple : fiches plastifiées à mettre près du bar soit qui est diffusée/distribuée par les associations directement aux personnes concernées (responsables du lieu, responsables des cercles étudiants, permanent des services destinés aux étudiants) ou sous forme d'application à télécharger sur un smartphone ;

- une formule plus complète reprenant l'ensemble des thèmes, sous formes de fiches dans un classeur que l'on peut remplacer facilement pour les mises à jour.

Tout ce matériel peut aussi au minimum être accessible sur le site de l'acteur de promotion santé qui l'a conçu.

Organisation des formations

Même si la mise en œuvre de formation n'est pas aisée (manque de disponibilité des équipes...) avec ce type d'acteurs, il faut en organiser régulièrement pour pallier au turnover des équipes. Les formations doivent s'adapter le plus possible aux différentes équipes (d'un lieu, d'un événement). Les formations peuvent se donner dans le lieu-même, ou dans certains cas dans un même endroit pour plusieurs équipes travaillant dans des lieux différents mais situés dans un même quartier. Pour les étudiants, il peut s'agir d'une seule formation pour plusieurs cercles ou autres associations d'un même établissement (tout en veillant à ne pas dépasser une quinzaine de participants). Il faut donc être très souple dans le cadre des formations afin de s'adapter au mieux à la réalité des équipes.

Pistes à explorer

- un partenariat avec des formations existantes, exemple : celles données par la Croix-Rouge sur les premiers soins en ajoutant un volet « RdR et promotion santé », pourrait en faciliter l'organisation ;
- la désignation d'un responsable « bien-être » sur un lieu, un peu à l'instar du « conseiller en prévention » dans certaines entreprises, qui est tenu de suivre une formation et qui joue le rôle de relais auprès de ses collègues ;
- des formations encouragées par les pouvoirs locaux auprès des lieux/événements festifs de leur commune, ou par les autorités académiques auprès de leurs étudiants qui organisent des fêtes, ou encore formations encouragées par les pouvoirs subsidiaires d'événements/lieux festifs²⁵;
- une étude sur la possibilité d'intégrer ce type de formation dans la formation initiale de certains professionnels qui seraient ainsi, par la suite, plus ouverts à ce type de thématiques (exemple : la formation des agents de sécurité dans le cadre de la loi Toubon²⁶, etc.).

²⁵ Cf. Action n°15: « Développement d'une stratégie de lobbying auprès des acteurs politiques responsables ... pour garantir un cadre légal minimum de mesures de santé dans les lieux/événements festifs et favoriser une politique valorisant les contextes et les usages plus responsables et moins risqués. »

²⁶ Idem.

Facteurs de réussite

Guidelines facilement maniables

Contact avec une personne/responsable qui gère plusieurs lieux/événements festifs (ou qui y est impliqué d'une manière ou d'une autre)

Personne de contact parmi les permanents travaillant dans les services destinés aux étudiants

Risques/obstacles

Manque de temps et de budget des associations de promotion de la santé ou de RdR pour relancer les responsables de lieux/événements, faire les mises à jour de documents et de contenus de formation

Turnover du personnel des lieux festifs

Manque de disponibilité du personnel des lieux festifs

Formation laissée au seul « bon vouloir » des responsables de lieux/événements

Indicateurs

Nombre de lieux et événements dont des membres du personnel ont été formés, combien de fois, quels profils (de préférence ceux qui sont en contact avec les publics) et les responsables

Résultats des évaluations des formations dispensées

Documents de formations créés (contenu, diffusion sous différentes formes...)

Nombre de guidelines diffusés

Régularité des mises à jour des guidelines

Intégration de contenu émanant du public-cible

Satisfaction du public-cible

ACTION N° 12

Création, mise à jour régulière et diffusion d'outils d'information tenant compte de l'évolution des modes de consommation, des produits consommés (avec une attention particulière aux RC) et des risques en lien (à destination des professionnels spécialisés ou non en assuétudes : acteurs psycho-médicosociaux, éducation...).

Action qui existe déjà en partie mais qui est à étendre. En lien avec les objectifs opérationnels 4, 7, 11 et 12.

Public(s) cible(s)

Professionnels du secteur assuétudes
Autres professionnels des secteurs psycho-médico sociaux et éducation/jeunesse

Public(s) relais

Professionnels du secteur assuétudes/RdR

Type(s) d'opérateur(s)

Groupe d'intervenants actif en milieu festif
Observatoire ou un autre acteur qui pourrait jouer ce rôle, pour mettre les données à jour

Partenaires

Fedito bruxelloise
Groupe de professionnels du secteur assuétude/RdR actifs en milieu festif

Lieux et couverture géographique

Bruxelles-Capitale (Région) et la Wallonie (mais idéalement au niveau national, étant donné les « flux » entre ces différentes régions)

Exemples de ce qui existe déjà

Des outils d'informations, des brochures notamment, sur les différents produits psychotropes, leurs modes de consommations et les risques liés existent mais ils sont avant tout destinés au public des usagers. De plus, leur mise à jour n'est pas souvent aisée vu les moyens limités dédiés à ce type d'outils.

Rassemblement et diffusion des informations

Un opérateur (qui jouerait un rôle d'observatoire), en partenariat avec un groupe d'intervenants en milieu festif, rassemble les informations sur les modes de consommation, les produits consommés et les risques en lien.

Les informations seraient reprises dans un document conçu dans une visée très pratique, c'est-à-dire avec l'objectif d'aider les acteurs de terrain à adapter leurs pratiques/actions/outils en milieu festif. Il pourrait s'agir de fiches « produits », « consommation » avec les conseils RdR adaptés, mises à jour en fonction des informations récoltées et disponibles sur une plate-forme. (NB : une consultation des professionnels concernés pourraient être organisée pour définir quelle forme de diffusion serait la plus adéquate en fonction de leurs besoins).

Une seule version de « documents » pour tous types d'acteurs/professionnels serait disponible (c'est-à-dire qu'il n'y aurait pas de documents spécifiques pour tel type d'acteurs, d'autres pour tel autre type d'acteur. Une seule version pour tous).

Accès

Les professionnels auront la possibilité de s'inscrire et d'avoir accès à la plate-forme, s'il s'agit effectivement d'une plate-forme. Les mises à jour, les nouveaux documents, etc. seront communiqués directement aux professionnels « membres ». Etre membre signifierait uniquement de s'inscrire à la liste de distribution de la plate-forme. Etre membre permettra d'être avertis lorsque des modifications ou des ajouts sont faits.

La récolte de l'information/des données

Elle peut se faire via les partenaires ou les acteurs de terrain qui envoient de manière régulière les données qu'ils récoltent via leurs projets, les alertes précoces, la consultation de forums (exemple : le forum Psychonaut). L'organisation de la récolte d'informations pourra également se faire de manière plus ponctuelle, en fonction des « intérêts et préoccupations » du moment. Par ailleurs, les « membres » pourront envoyer, via la plate-forme par exemple, des informations plus ponctuelles (observations faites sur le terrain, questionnements issus de certains constats sur le terrain) portant sur des changements de comportements de consommation/risques, l'apparition de substances, etc. Les « membres » pourraient avoir la possibilité d'échanger entre eux et avec la plate-forme sur ces sujets.

Si diverses observations/informations du terrain convergent, l'opérateur « observatoire » pourra alors décider de mener une recherche plus poussée pour les confirmer/infirmer et les développer.

Facteurs de réussite

Bonne collaboration et communication entre les acteurs de terrain et cet observatoire

Bonne mobilisation des acteurs de terrain qui font remonter l'info ou qui attirent l'attention sur l'un ou l'autre phénomène qu'ils ont observé

Risques/obstacles

Lourdeur de ce suivi

Temps nécessaire

Indicateurs

Consultation/visites du site de l'opérateur qui rassemble les informations

Existence des documents sur les produits et leur consommation ainsi que leur mise à jour

Profil des utilisateurs de cet outil (avec une application spécifique)

Satisfaction des membres de la plate-forme

ACTION N°13

Elaboration d'études et d'enquêtes spécifiques sur la consommation de psychotropes il/licites en milieu étudiant, HSH et les risques liés (établissements d'études supérieures, universités, voire écoles secondaires), éventuellement ajout de questions s'y rapportant dans des enquêtes santé existantes (HBSC, etc.)

Action qui existe déjà mais à "étendre"/à développer. En lien avec les objectifs opérationnels 4, 7 et 19.

Public(s) cible(s)

« Jeunes » usagers (y compris d'alcool) qui fréquentent les milieux festifs : les étudiants (Universités, Hautes écoles, écoles d'art), les HSH et plus largement les LGBT

Public(s) relais

Cercles étudiants et leurs responsables
Associations travaillant avec le public LGBT
Responsable de lieux festifs ou organisateurs d'événements festifs

Type(s) d'opérateur(s)

Institutions de type « observatoire », Universités
Associations de RdR/Associations Promotion santé
Associations travaillant avec les publics LGBT, les étudiants
« Jeunes » usagers (y compris d'alcool) qui fréquentent les milieux festifs, HSH, LGTB

Partenaires

Experts des risques des publics LGBT
Partenaires RdR européens
Acteurs de promotion de la santé, notamment en milieu étudiant

Lieu(x) et couverture géographique

Bruxelles-Capitale (Région), et si possible également dans les autres régions

Exemples de ce qui existe déjà

- Pour le milieu HSH/LGTB, très peu d'enquêtes sont actuellement réalisées sur la prise de risque en milieu festif, alors qu'il est important de pouvoir adapter les actions aux besoins et spécificités de ce public.
- Pour le milieu étudiant, un projet pilote axé sur l'alcool vient notamment d'être lancé dans plusieurs Hautes écoles et une université bruxelloise. Ce projet est précédé d'une phase de diagnostic, réalisée à l'aide d'une enquête menée auprès des étudiants de ces établissements afin de caractériser leur consommation d'alcool et ainsi que les comportements à risques associés. Il existe également une enquête menée par l'UCL relative à la problématique de la consommation d'alcool chez les étudiants de l'UCL sur la période 2010-2011, et notamment dans le cadre du milieu festif étudiant.
- Plus généralement, on dispose de certaines informations relatives à la consommation de produits légaux et illégaux par le public qui fréquente le milieu festif à travers les données récoltées dans le cadre de projets de RdR en milieu festif (Drogues Risquer Moins). Ces données sont toutefois ici d'un intérêt limité, d'une part parce qu'elle ne se focalise pas sur le public étudiant, et d'autre part parce qu'elles ne sont pas représentatives de l'ensemble du public festif (mais uniquement des personnes qui ont été en contact avec les acteurs de RdR en milieu festif).

- Les données de l'enquête HBSC et de l'enquête HIS²⁷ fournissent également des informations sur la consommation d'alcool et de certaines drogues chez les jeunes de 12-20 ans (HBSC²⁸) et de 15-24 ans (HIS), mais ces données ne sont pas spécifiques à l'usage en milieu festif

DESCRIPTION DE L'ACTION (COMMENT, STRATÉGIES ET OUTILS UTILISÉS)

Il s'agirait de mener des enquêtes spécifiques qui permettraient d'estimer l'ampleur de la consommation de drogues légales et illégales en milieu festif (notamment en milieu étudiant, HSH/LGTB) ainsi que des prises de risques associées. Ces enquêtes pourraient également identifier le niveau de connaissances de ces jeunes en matière de risques ainsi que les besoins des « fêtards ».

Outils et contenus

Les enquêtes spécifiques peuvent être menées par le biais :

De focus groups : la question de départ doit être assez large (« Que manque-t-il comme informations concernant les risques en milieu festif ») et suivie de questions plus spécifiques sur :

- le profil sociodémographique des usagers ;
- la consommation de psychotropes autres que l'alcool (y compris lors des « after ») ;
- les modes de consommation et les nouvelles tendances ;
- les prises de risque associées à la consommation ainsi que les connaissances en la matière ;
- les moyens de s'informer et les connaissances (sur les substances, les risques, les services d'aide, dépistage....) ;
- l'utilité/besoin des dépistages délocalisés et démedicalisés (notamment pour les milieux LGTB) ;
- la consommation d'eau (la gratuité pousserait-elle à en consommer davantage ?) ;
- la recherche de performance sexuelle par la prise de produits et les risques liés ;
- les modes de retours après la fête (milieux étudiants) ;
- les mécanismes de RdR mis en place par les usagers, etc.

De questionnaires portant notamment sur les produits consommés, les modes de consommation et la fréquence, et les prises de risque, et les liens avec les profils sociodémographiques des consommateurs .

D'observations dans les différents lieux.

Une complémentarité entre les 3 modes d'enquête est à privilégier.

La récolte de l'information/des données

Ces enquêtes spécifiques pourraient être menées de manière **ponctuelle mais répétée**, soit par un seul acteur de terrain spécialisé en RdR ou travaillant avec ces publics spécifiques et ayant une expertise en recherche, soit par un organisme de type « observatoire » ou une université²⁹.

Cette récolte de données pourraient également être réalisée **par différents acteurs de terrain** en l'intégrant dans leur projet (mais sous la coordination d'un opérateur responsable de l'enquête, et avec une formation assurant la standardisation de l'enquête).

Tout comme pour le suivi de l'évolution des consommations³⁰, la collecte pourrait être **complétée** par des **partenaires ou acteurs de terrain** qui enverraient également de manière régulière (par exemple à l'aide d'une plate-forme spécifique) à l'organisme chargé de centraliser la récolte, des informations complémentaires issues de la mise en œuvre de leurs projets (par exemple, le nombre d'alertes précoces diffusées, constats de terrain, inquiétudes ou demandes spécifiques des usagers, etc.). Si diverses observations/information du terrain convergent, l'opérateur « observatoire » pourrait alors décider de mener une recherche plus poussée pour les confirmer/infirmes et les développer³¹, en intégrant par exemple de nouvelles questions spécifiques dans le protocole de données standardisé.

²⁷ Enquête de Santé par interview de l'Institut Scientifique de Santé Publique.

²⁸ Enquête HBSC "Santé et bien-être des jeunes" en Fédération Wallonie-Bruxelles.

²⁹ Cf. Action n°12 : "Création, mise à jour régulière et diffusion d'outils d'information tenant compte de l'évolution des modes de consommation, des produits consommés (avec une attention particulière aux RC) et des risques en lien (à destination des professionnels spécialisés ou non en assuétudes : acteurs psycho-médicosociaux, éducation...)"

³⁰ Idem.

³¹ Eléments repris de l'action n°12, op.cit.

Facteurs de réussite

Combinaison et croisement des différentes méthodes d'enquête

Méthodologie de chaque enquête solide et adaptée

Standardisation de la récolte d'informations

Publics ciblés et problématiques précises

Professionnels expérimentés et motivés pour récolter les informations et animer les focus groups

Risques/obstacles

Manque de moyens

Analyse isolées des résultats de chaque méthode d'enquête (faible convergence)

Non-respect des protocoles de récolte (faible standardisation)

Indicateurs

Résultats des études

Nombre et fréquence des études

Publics ciblés

Partenaires et acteurs de terrain alimentant la récolte de données

ACTION N°14

Etude sur la mobilité des publics festifs (lieux où sortent les Bruxellois) et les recommandations pour adapter les actions à celle-ci.

Action qui existe déjà partiellement qui doit être développée, voire être créée. *En lien avec les objectifs opérationnels 4, 18 et 32.*

Public(s) cible(s)

Publics festifs sortant en Région de Bruxelles-Capitale
Publics festifs bruxellois sortant hors de Bruxelles

Type(s) d'opérateur(s)

L'opérateur devrait être un centre de recherche et d'étude. Pour déterminer exactement lequel, cela dépend à quel ministère le projet (dans quelles compétences) peut être rentré. Cela pourrait être par exemple l'ADT (agence pour le développement) qui a un département axé sur les connaissances (et donc la recherche). Mais pour qu'elle puisse se pencher sur une telle étude, il faut passer par le cabinet qui a en charge la présidence de la COCOF. Cela pourrait aussi être la « direction stratégie de la mobilité.

Partenaires

Une université ou un centre d'étude d'une entreprise privée (si sponsoring). Il faut travailler avec une université ou le CIEM (centre interuniversitaire d'étude de la mobilité).

Cela pourrait être fait en collaboration avec des doctorants en géographie. Si c'est le cas, il faut prévoir une personne qui coordonne et assure le suivi de la qualité du travail des mémorants, doctorants.

Ces partenaires pourraient également être des opérateurs du projet.

Lieu(x) et couverture géographique

Bruxelles (Région), plus largement car les gens sortent hors de Bruxelles et c'est la mobilité qu'il faut suivre également.

Exemple de ce qui existe déjà

Bruxelles Mobilité a confié une mission de synthèse des très nombreuses données disponibles au Centre d'études sociologiques (CES) des Facultés universitaires Saint-Louis (FUSL). Ce travail s'effectue en collaboration avec des chercheurs d'autres universités (ULB et VUB), de manière à favoriser les échanges et une approche interdisciplinaire de la problématique des mobilités. Pratiquement, le travail des chercheurs universitaires se traduit par la publication des Cahiers de l'Observatoire de la mobilité de la Région de Bruxelles-Capitale (Première publication : "L'offre de transport à Bruxelles", Deuxième publication : "Les pratiques de déplacement à Bruxelles").

Objectif et contenu de l'étude

Il s'agit de déterminer le profil de déplacement des usagers festifs pour adapter la fréquence, les circuits et les moyens de transport utilisés, les trajets.

Remarque : beaucoup de personnes se déplacent à pied. Le cheminement des piétons et leur sécurité doit également être étudié. Par exemple le passage des Noctis dans une rue sécurisée en partie par le passage d'un bus éclairé à intervalles réguliers. Il faut étudier la possibilité de trajectoires pour piétons sécurisées avec des bornes d'urgence des points Noctis, un éclairage adéquat etc.

Autres aspects :

- les trajets, les trajets entre lieux : ceux-ci varient en fonction de l'âge et du profil culturel des sorteurs ;
- informations dont disposent les touristes et expatriés sur les moyens de transports nocturnes dans les hôtels, les points d'information, etc...
- la consommation de substances pendant les déplacements (y compris alcool) ;
- l'impact des nuisances liées à ces déplacements en termes de propreté, de violence, ainsi que le coût que ces nuisances génèrent ;
- les coûts et le budget « sortie » des gens sont également à étudier afin de pouvoir adapter les possibilités offertes aux moyens disponibles ;
- le coût global (y compris en santé) doit être calculé, mais également les bénéfices pour une ville que peut générer une vie nocturne active en termes d'économie, d'emploi, de tourisme... Ceci également afin, de déterminer qui doit financer les différents projets autour de cette question.

Méthode et stratégie

L'appel d'offre doit contenir 2 phases : une phase de diagnostic (1) et une phase de recherche-action (2).

Il faut absolument lier la deuxième étape à la première dans l'appel d'offre et prévoir le budget pour cela ainsi que l'articulation entre les deux dès le départ.

1) Le diagnostic

Celui-ci doit comprendre :

- un volet quantitatif : statistique sur les différents lieux publics fréquentés, trajets effectués, cartographie et travail géographique, prix et de l'accessibilité au transport, les temps d'attente, dans le froid, les déplacements effectués seuls ou en groupes... ;
- un volet qualitatif : étudier de manière participative le pourquoi des déplacements, les ambiances, (focus groups, interviews...);
- une revue de la littérature ;
- inventaire de tous les moyens existants ainsi que des possibilités d'optimisation ;
- un Benchmarking (*confection d'un étalonnage pour mesurer diverses performances*) de ce qui se fait à l'étranger. Pour cet aspect, il est possible de passer par l'UITP (union internationale des transports) et l'UIC (union internationale des chemins de fers) qui ont chacun un centre de documentation.

2) La recherche-action

Elle consisterait à mettre en place des projets afin de tester des hypothèses de manière concrète via des mini-projets. Pour chaque axe ou « micro-projet », il faut veiller à avoir des indicateurs « avant » et « après » afin de tester la pertinence. La deuxième phase permet également :

- de lister les effets pervers qui n'ont pas été anticipés et après d'en tenir compte dans l'implémentation ;
- de pouvoir mettre en place les recommandations les plus pertinentes.

A tenir en compte

- la spécificité de Bruxelles par rapport à d'autres villes : éclatement géographique des lieux de sorties, très petits et diversifiés, importance et place des soirées privées... (Exemple : les bureaucrates et les étudiants ont des sorties dans des lieux spécifiques le jeudi) ;
- l'accélération des moyens de communication à un impact sur l'accélération des déplacements (envoi de sms pour se donner rendez-vous...);

Afin d'avoir un bon pilotage stratégique, il est nécessaire d'avoir une implication forte d'un cabinet qui donne un mandat large à l'opérateur. Un groupe de pilotage composé de plusieurs experts doit également être mis en place.

Facteurs de réussite

Identification de l'acteur politique compétent en la matière

Risques/obstacles

Ne pas bien poser le champ de recherche, ne pas bien calibrer l'appel d'offre

La complexité de la thématique

Difficulté de trouver la bonne porte pour le financement

Indicateurs

Actions concrètes pouvant être testées dans la phase 2 (Recherche-action)

Résultats aboutis

Qualité de la méthode et du protocole de recherche

Facilité de répliation des résultats et des projets-tests

Facilité de répliation de la méthode dans le temps

Qualité de la communication concernant les résultats

Création d'outils de décision

ACTION N°15

Développement d'une stratégie de lobbying auprès des acteurs politiques responsables (au niveau local ou régional) pour garantir un cadre légal minimum de mesures santé dans les lieux/événements festifs et favoriser des politiques valorisant les contextes et les usages plus responsables et moins risqués.

Action à créer. En lien avec les objectifs opérationnels 9,24 et 25.

Public(s) cible(s)

Pouvoirs décisionnaires et législatifs des différents niveaux : fédéral, communautaire, régional (COCOF, COCOM, COCON), communal

Public(s) relais

Parlementaires

Opérateurs

Les acteurs de promotion de la santé qui interviennent en milieu festif. Idéalement il faudrait un partenaire flamand pour les questions relevant des matières fédérales

Partenaires

Organisateurs des milieux et événements festifs, les acteurs politiques locaux ou les institutions publiques au niveau local, les acteurs privés responsables de lieux ou d'événements

Lieu(x) et couverture géographique

Cela dépend des compétences et donc des changements législatifs demandés

Exemple de ce qui existe déjà

Interdiction de fumer dans les lieux publics, les établissements HORECA...

Autres types de projets :

- En Communauté flamande, il existe des fonctionnaires communaux qui ont la thématique de la nuit dans leurs attributions et qui sert d'intermédiaire entre la commune et les acteurs et permet de créer des réels espaces de travail commun entre la commune et le monde nocturne.

- « La nuit des coteaux » à Liège. Projet visant à défendre le côté positif de la nuit : Côté très festif avec des flambeaux qui montent les coteaux, des activités sont organisées dans le « Carré », des artistes de rue sont partout, etc... ces activités sont mêlées à la vie communale car ce soir-là, la « maison communale marie la nuit ». Ici l'activité de la Commune s'intègre à la fête et est vécue autrement.

Différentes mesures

Il est nécessaire de légiférer sur différents aspects :

- interdiction de publicité pour les alcools lors des soirées, pas de sponsoring y compris pour les marques « dérivées » des alcooliers
- obligation de donner accès à de l'eau potable gratuite dans les lieux festifs ;
- obligation de vendre de la bière sans alcool au même prix que les softs et que la bière avec alcool soit plus chère que les softs ou bières non alcoolisées ;
- obligation que la carte contienne au moins 10 à 20 % de boissons non alcoolisées attractives ;
- obligation d'informer le public/les clients sur les moyens de retour à domicile et des informations santé liées à la fête en général et de réduction des risques liés aux produits ;
- en fonction de la taille de l'événement, obligation de mettre en place des actions de prévention, de RdR et de soin si nécessaire.

Méthode

Pré-étude juridique : il faut partir de la liste de ce qu'on veut obtenir et étudier qui a cette matière dans ces compétences et quelle est la meilleure porte pour demander un changement législatif. Le mieux est d'arriver avec les textes et les propositions de modifications toutes faites.

Autres pistes concrètes d'actions

- La Communauté française a les centres culturels dans ses compétences. Il serait intéressant d convaincre le ministère de la culture d'adopter une charte « santé » à appliquer dans les lieux financés : mise à disposition d'eau gratuite, présence de boissons non-alcoolisées attractives, une partie du personnel formé aux premiers soins (un peu comme l'agent de prévention dans les entreprises). Le même type de démarche pourrait être mise en place pour les festivals ou autres événements festifs.
- La sensibilisation du personnel de la STIB 1ere ligne de nuit à la RdR : passer par la COCOF et le pool formation de la STIB afin de mettre en place une sensibilisation systématique de ceux-ci.
- Adapter la « Loi Tobback » pour changer le contenu des formations des agents de sécurité et y intégrer une partie RdR liée à l'usage de produits psychotropes en milieu festif Il faut intervenir au niveau fédéral.

Stratégies

Plusieurs pistes à suivre :

- tenter de mettre à profit la campagne électorale pour se battre contre les alcooliers ;
- ne pas stigmatiser les lieux festifs. Au contraire, il est important de montrer l'impact positif d'une vie nocturne en termes de tourisme, d'activité économique, de socialisation, etc... via des actions comme les Etats généraux de la nuit, comme cela existe déjà en France (Par exemple : la nuit, en fête, les statuts sociaux sont différents, on se parle autrement, c'est un moyen de rencontrer les gens en dehors des cadres « habituels » ;
- organiser des tables rondes en montrant ce qui fonctionne bien ailleurs ;
- organiser des visites dans des pays où une politique et une législation autour de la nuit ont été mises en place et fonctionnent bien ;
- sensibilisation de l'ensemble des partis politiques en parallèle avec la sensibilisation des ministres de tutelle ;
- formulation de propositions de textes à casser (« dossiers tout faits » à présenter aux acteurs politiques).

Facteurs de réussite

La volonté du politique
Partir de la notion de plaisir et non de contrainte
Aborder la nuit autrement qu'en parlant uniquement des risques
Valoriser les choses positives

Risques/obstacles

Lobby des alcooliers
Tomber dans un versant trop hygiéniste et sécuritaire
Absence de mobilisation des acteurs

Indicateurs

Nombre de propositions rédigées
Nombre de propositions acceptées
Nombre de rencontres avec les groupes politiques
Mise en place effectives des états généraux de la nuit
Nombre d'interpellations parlementaires
Articles positifs dans la presse sur le monde festifs
Qualité du travail de RdR amélioré en milieu festif
Amélioration de l'accès à des boissons non alcoolisées attractives

Suivant chaque modification visée des indicateurs spécifiques doivent être élaborés

AMO : service d'Aide en Milieu Ouvert (service d'Aide à la Jeunesse)

CPMS : centre psycho-médico-social

FEDITO : Fédération des institutions pour toxicomanes.

GLEM : Groupes locaux d'évaluation médicale

HBSC : l'étude «Santé et bien-être des jeunes» est le versant francophone belge de l'étude internationale «Health Behaviour in School-aged Children» (HBSC : www.hbsc.org).

HIS : Enquête de Santé par interview de l'Institut Scientifique de Santé Publique.

HSH : homme ayant des relations homosexuelles.

IST : infections sexuellement transmissibles

Jobisme : fait référence à un boulot, un travail au sein duquel la mission d'information prime. Les usagers de drogues désireux de travailler dans un projet de RdR sont recrutés sur base de leur expertise en matière de consommation de drogues.

LGTB(QI) : lesbien, gay, bisexuel ou transgenre, (queer, intersexué)

Outreach : de proximité

PAA : Point d'Appui Assuétudes

RAT : réseau d'aide aux toxicomanes

Service PSE : service de Promotion de la Santé à l'Ecole

TDI : Treatment demand indicator

UD : usager de drogue(s)

UDI : usager de drogue(s) par voie intraveineuse

A. LES OBJECTIFS IDENTIFIÉS POUR LE MILIEU « FESTIF »

Les objectifs du Milieu « Festif » ont été formulés sur base du diagnostic réalisé préalablement, à l'aide de l'Outil de Catégorisation des Résultats (OCR)³², un modèle de Promotion de la Santé utilisé par le Service de Promotion de la Santé en Suisse (cf. Annexe). Nous avons privilégié cet outil car nous souhaitons adopter une approche la plus systémique possible, de façon à tenir compte de l'ensemble des facteurs et déterminants de la santé.

- **Cinq objectifs généraux** pour le milieu de vie « Festif » ont été identifiés. Ces objectifs visent avant tout l'amélioration de la santé des usagers de drogues licites et illicites, ainsi que la réduction des prises de risques liés à cette consommation. *(NB : Ils correspondent à la case D du modèle OCR.)*

Objectif général n°1

Améliorer la **santé en général et le bien-être** des publics fréquentant les milieux festifs.

Objectif général n°2

Diminuer les **risques d'assuétudes** aux produits psychotropes licites et illicites des différents publics fréquentant les milieux festifs à Bruxelles, et en particulier chez les 18-25 ans.

Objectif général n° 3

Diminuer la **surconsommation et la poly consommation** des substances psychotropes licites et illicites, et notamment des nouvelles substances disponibles sur le marché belge, en milieu festif bruxellois, en particulier auprès du public HSH et les 18-25 ans.

Objectif général n°4

Diminuer les risques à **court, moyen et long termes** en lien avec une consommation de substances psychotropes licites et illicites en milieu festif (déshydratation, surchauffe, IST, relations sexuelles à risques, et/ou grossesse non désirées, accidents de circulation, maladies pulmonaires, cardiovasculaires...).

Objectif général n°5

Diminuer les risques à court, moyen et long termes (relations sexuelles à risques, grossesses non désirées, accidents de circulation, comas éthyliques, accidents de la route, dépendance...), liés à la **surconsommation d'alcool en milieu étudiantin** (hautes écoles, universités).

³² Auteur(e)s: Cloetta, Bernhard; Spencer, Brenda; Ackermann, Günter; Broesskamp-Stone, Ursel; Ruckstuhl, Brigitte; Spörri-Fahrni, Adrian, « Guide pour la catégorisation des résultats », www.promotionsante.ch

- A partir de ces 5 Objectifs généraux, **une dizaine d'Objectifs spécifiques** ont été identifiés. Ils ont été répartis en 5 catégories et se centrent avant tout sur les environnements physiques, sociaux et les comportements des publics-cibles définis (cf. colonne C du modèle OCR en annexe).

i. Aménagement de l'environnement physique (C1)

Objectif spécifique 1

Améliorer les **conditions physiques** de l'environnement des lieux festifs bruxellois afin de réduire les risques liés à la consommation de produits illicites: *ventilation, aires de repos/chill out, niveaux de décibels, eau potable fraîche et gratuite, espace "soins" spécifique dans les lieux/événements d'une certaine ampleur...*

ii. Travail sur la disponibilité de matériels/outils favorables à la santé/de RdR (C1)

Objectif spécifique 2

Dans les milieux festifs bruxellois, mettre du **matériel de RdR** à la disposition du public (préservatifs, lubrifiant, kits sniff, pipes ou kits à crack, seringues, feuilles d'aluminium, testing et dépistage démedicalisé si cela se révèle pertinent...

Objectif spécifique 3

Assurer une alternative attractive aux **boissons alcoolisées** dans les lieux festifs bruxellois, y compris en milieu étudiant.

Objectif spécifique 4

Favoriser le recours et l'accès à des **modes de retour "sûrs"** après la fête.

iii. Suivi et prise en charge psycho-médicosociale (C2)

Objectif spécifique 5

Faciliter une **prise en charge médico-psycho-sociale** précoce des consommateurs festifs, et en particulier des 18-25 ans, quand cela s'avère **nécessaire**.

Objectif spécifique 6

Assurer un **repérage et une prise en charge rapide** des personnes en difficulté suite à leur consommation (malaise, crise d'angoisse, bad trip...) dans les lieux festifs bruxellois, y compris dans les milieux estudiantins.

iv. Travail sur les ressources personnelles et comportements favorables à la santé (C3)

Objectif spécifique 7

Sensibiliser les jeunes (18-25 ans) aux risques liés à une **consommation abusive d'alcool en général**, et dans le milieu **estudiantin** en particulier.

Objectif spécifique 8

Sensibiliser les publics festifs, en particulier les 18-25 ans, et ceux courant des risques spécifiques (par exemple, les HSH), aux risques encourus suite à la consommation, la **surconsommation** et la **polyconsommation** de psychotropes licites et illicites en milieu festif ainsi que les moyens de les réduire, **avant, pendant et après** les sorties.

v. Environnement social (C2)

Objectif spécifique 9

Déstigmatiser les milieux festifs en valorisant **le lien social et culturel** dont ils sont porteurs.

Objectif spécifique 10

Améliorer l'accès aux milieux festifs pour les **publics précarisés et stigmatisés**.

- Pour atteindre ces Objectifs spécifiques, **une série d'Objectifs opérationnels** (davantage en lien avec le terrain) ont été définis (*colonne B de l'OCR*). Ils sont également répartis en 6 catégories :

i. Travail sur les compétences et connaissances des relais, professionnels ou non (B1)

1. Sensibiliser les services psycho-médicosociaux de 1ère ligne (centre de planning familial, santé mentale, médecins généralistes, jeunesse/éducation (AMO, PSE...) à la RdR et les risques courus en milieu festif en lien avec l'usage de substances psychotropes (perte de vigilance, relations sexuelles à risque/non désirées, surdosage, état dépressif, effet sur équilibre personnel/social/familial...).
2. Augmenter les connaissances des familles des consommateurs sur les produits, les modes de consommation, les risques liés, la RdR et le dispositif en place.
3. Assurer un soutien psycho-social aux familles en étant à leur écoute, en répondant à leurs questions et en les orientant vers les relais adéquats.
4. Assurer une mise à jour des connaissances des professionnels RdR/assuétudes et des autres secteurs (psycho-médicaux-sociaux) sur les produits en circulation, avec une attention particulière aux RC, l'évolution des modes de consommation, les risques spécifiques liés, les principes et valeurs de la RdR (non moralisation, libre choix de la personne, présence sur le terrain) et les relais vers qui référer le public...
5. Resensibiliser les acteurs assuétudes aux principes de la RdR.
6. Développer les compétences RDR, savoir-être, savoir faire des professionnels des milieux festifs (barman, organisateur événement, personnel cadre des universités, des hautes écoles, voire d'écoles secondaires...) et les sensibiliser à leur rôle d'acteurs de RDR de manière répétée de façon à pallier au turnover des équipes.
7. Améliorer la connaissance des professionnels de la RDR, les acteurs psycho-médicosociaux et les autorités académiques sur les risques spécifiques encourus en milieu étudiant (universitaire, supérieur, secondaire).
8. Via la diffusion des messages d'alertes précoces, informer rapidement les consommateurs, les professionnels de la RdR et les responsables des lieux/événements festifs à Bruxelles de la circulation de produits psychotropes dangereux sur le marché.

ii. Travail sur les connaissances, aptitudes et attitudes du public cible (B4)

9. Améliorer les connaissances des publics festifs, en particulier les 18-25 ans et les HSH, sur les risques courus suite à la (sur)consommation et la polyconsommation de produits psychotropes (transmission des maladies infectieuses, risque d'overdoses, modes de consommation et produits...) et les moyens de les réduire (RdR) avant, pendant et après les sorties, en s'adaptant aux divers milieux festifs et à leurs spécificités (free, milieu gay, milieux estudiantins, expatriés...).
10. Augmenter l'accès des publics festifs au dépistage du VIH/Virus hépatite B/Virus hépatite C.
11. Augmenter de manière adaptée les connaissances et améliorer les comportements de tous publics festifs, avec une attention particulière au public festif HSH et aux 18-25 ans, sur les modes de transmission des maladies infectieuses (VIH/sida, HEP, autres IST...) et les moyens de prévention, dépistage, traitement (Traitement post exposition...).

12. Renforcer la confiance des publics festifs, notamment des jeunes, dans les professionnels de la santé et de RdR, par la diffusion d'un message objectif et non moralisateur (afin de ne pas décrédibiliser les messages une fois les jeunes confrontés à la réalité).
13. Renforcer et valoriser la solidarité entre pairs (consommateurs de psychotropes il/licites en milieu festif) lors des événements festifs.
14. Sensibiliser les étudiants à l'impact des représentations sociales sur leur (sur)consommation d'alcool.
15. Promouvoir une consommation responsable d'alcool auprès des publics festifs, y compris étudiantin.
16. Augmenter les connaissances des usagers fréquentant les milieux festifs bruxellois sur les services de santé locaux et les orienter vers ceux-ci si nécessaire.
17. Mettre à disposition du public fréquentant les lieux festifs bruxellois des modes de retour alternatifs à la voiture et inciter le public festif à les utiliser.

iii. Travail sur l'offre de services et leur accès (B1)

18. Développer des actions, messages et moyens de les diffuser adaptés aux différents publics des milieux festifs bruxellois (spécificités en termes de risques courus, de lieux, de moyens de communication privilégiés...).
19. Assurer une offre d'eau potable, fraîche et gratuite ainsi que de boissons non alcoolisées attractives dans les lieux de sortie bruxellois y compris dans les milieux étudiantins (prix, apparence cocktail, noms attractifs ressemblant à des noms de cocktails...).
20. Suivre et prendre en charge, d'un point de vue psycho-médicosocial, les publics festifs quand c'est nécessaire.
21. Garantir, accompagner et contrôler la mise en place d'une série de services santé dans les lieux festifs.
22. Valoriser la vie nocturne à Bruxelles avec une attention particulière aux liens sociaux, culturels, au bien-être et à la Réduction des Risques.
23. Poursuivre la labellisation "Quality Nights"³³ et augmenter le nombre de lieux festifs labellisés.

iv. Travail au niveau des politiques, des textes légaux, réglementations

24. Plébisciter la mise en œuvre des politiques favorisant les contextes et les usages plus responsables et moins risqués (par exemple : interdiction du sponsoring d'événements étudiants par les marques et sous-marques d'alcool).
25. Définir un cadre légal garantissant des mesures santé minimales visant les publics festifs dans les lieux festifs (y compris étudiants) d'une certaine ampleur (accès obligatoire à de l'eau potable et fraîche, un niveau maximal de décibels, système d'aération, chill out³⁴, tarifs et attractivité des boissons non alcoolisées, disponibilité de préservatifs à un prix accessible, formation premiers soins à une partie du personnel...), etc.
26. Tenir compte au niveau régional des recommandations européennes en matière de Réduction des Risques en milieu festif (collaboration entre milieux festifs nocturnes, services sociaux sanitaires et de prévention, usagers de drogues et policiers; promotion de la formation de ces acteurs au mesures RdR et prévention; recherche scientifique sur les usages récréatifs et les stratégies de prévention).

³³ Projet de promotion de la santé qui vise à améliorer le bien-être des personnes qui sortent dans les lieux de fête à Bruxelles ainsi qu'en Région Wallonne (Tournai, Lille, Mons, Charleroi, province de Luxembourg,...). Dans chaque lieu labellisé, on trouve toute une série de services : eau gratuite, préservatifs et bouchons d'oreille à prix modique, brochures d'info sur la santé, alerte rapide en cas de circulation de drogues à haut risque, personnel sensibilisé à la réduction des risques et aux premiers secours, etc.

³⁴ Dans les rave-parties, les free parties et les festivals psytrance, le Chill-Out désigne un espace ou une salle aménagée pour permettre aux participants de se reposer avant de repartir sur les dancefloors.

27. Mettre en place une politique de RdR tenant compte du côté "international" et communautaire des publics festifs sortant à Bruxelles.

28. Soutenir et développer une stratégie d'analyse de produits psychotropes (testing) sur Bruxelles afin d'avoir une meilleure connaissance des nouvelles substances en circulation dans les milieux festifs de façon à pouvoir informer les publics festifs (connaissance des nouveaux produits, alertes précoces, tendances émergentes...).

v. Travail sur les partenariats, échanges et coopération entre acteurs

29. Identifier les acteurs médico-psycho-sociaux vers qui relayer les usagers festifs, en assurer la formation sur le terrain et les faire connaître auprès des autres acteurs.

30. Développer une collaboration avec les organisations néerlandophones santé dans les milieux festifs bruxellois.

31. Renforcer les liens (concertation, partenariat, coordination) entre les acteurs de la RdR et/ou spécialisés en assuétudes avec les services psycho-médicosociaux (centres de planning familial, santé mentale, médecins généralistes) et les services jeunesse/éducation (AMO, PSE, autorités académiques...) pour une meilleure orientation de leurs publics consommateurs et un meilleur soutien aux familles.

32. Améliorer la collaboration entre les acteurs santé, promotion santé et RdR intervenant sur les lieux/événements festifs pour une meilleure organisation et efficacité des actions.

vi. La participation des publics-cibles

33. Développer et mener des actions impliquant de manière active des usagers (sous forme de jobisme/pair, "stewart santé" lors d'événements, par exemple...).

34. Consulter et impliquer les usagers festifs dans la création, la mise en place et l'évaluation de projets et d'outils les concernant.

A. LES ACTIONS IDENTIFIES POUR LE « MILIEU FESTIF »

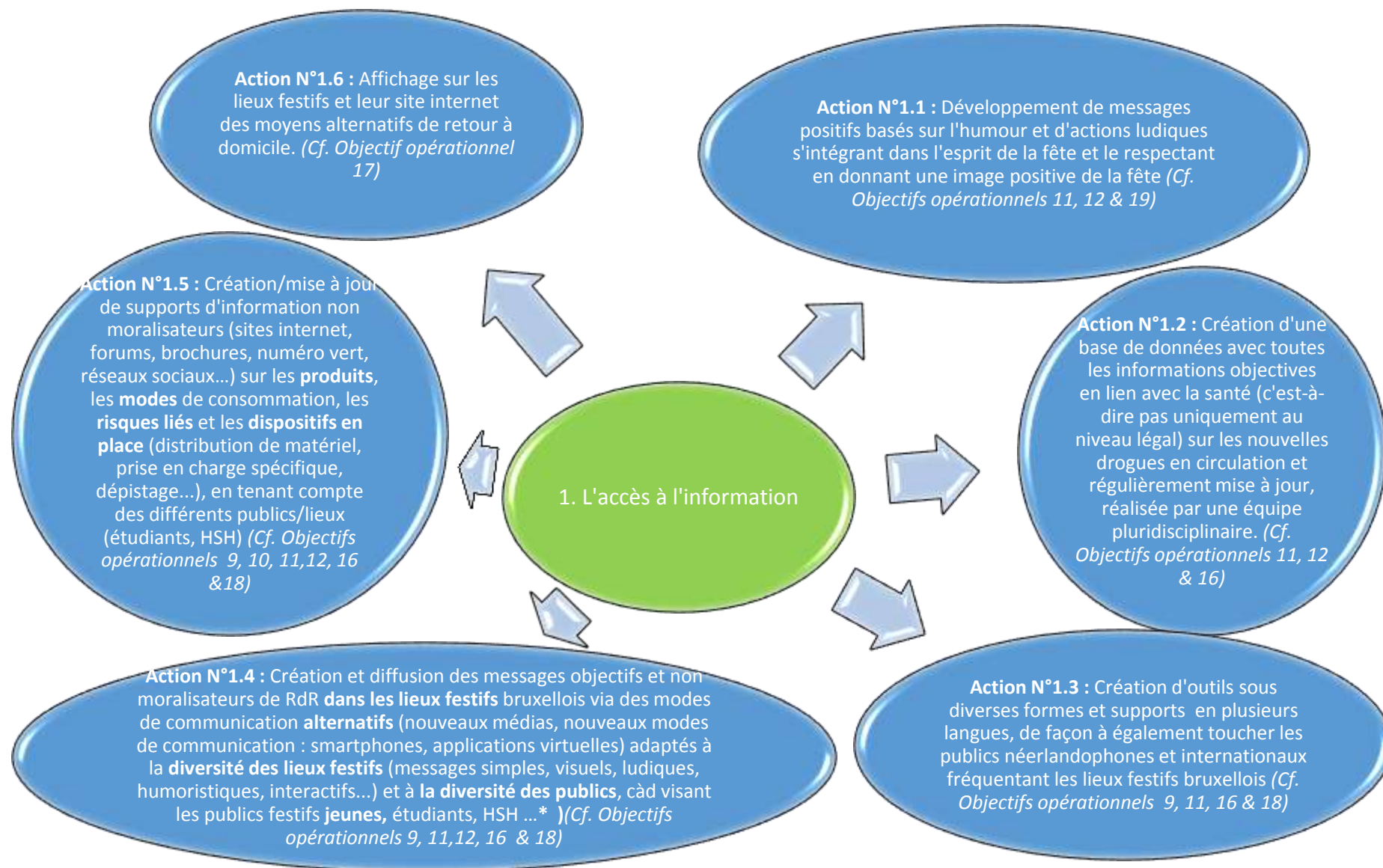
A partir de ces objectifs opérationnels, nous avons pointé toute une série **d'actions** (colonne A de l'OCR).

Toutes ces actions, présentées ci-après, ont été soumises à différents acteurs et intervenants³⁵ afin qu'ils procèdent à une priorisation.

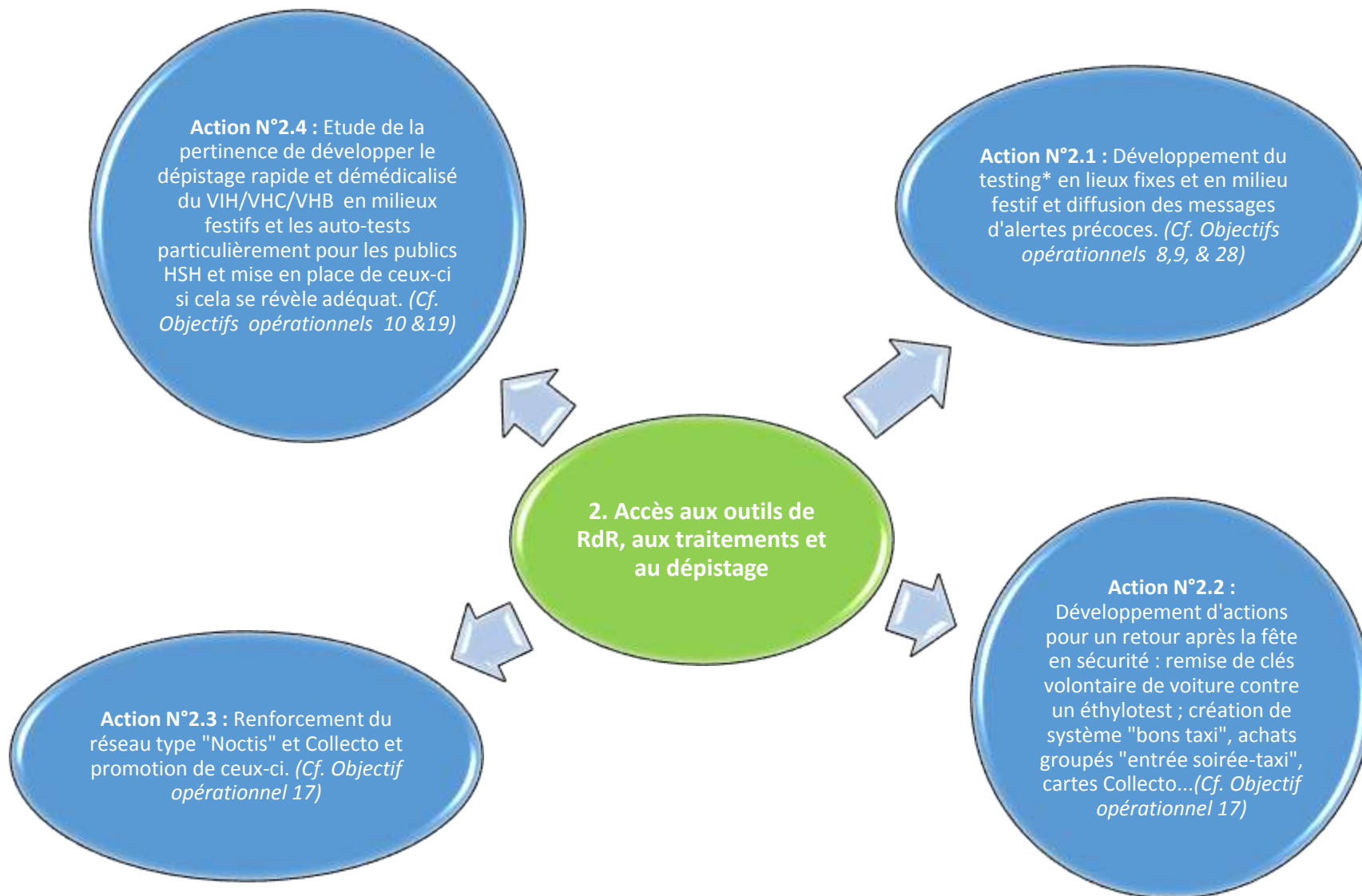
Les actions prioritaires (voir Chapitre II de ce Carnet) ont ensuite été spécifiées le plus possible lors de groupes de travail. Rappelons, à nouveau, que les actions qui n'ont pas été retenues comme prioritaires ne sont pas à négliger et font partie intégrante du Plan bruxellois de Réduction des Risques lié à l'usage de Drogues.

³⁵ L'ensemble des institutions ayant participé au processus de diagnostic et de planification sont reprises dans le « Carnet 1 : présentation et cadre méthodologique ».

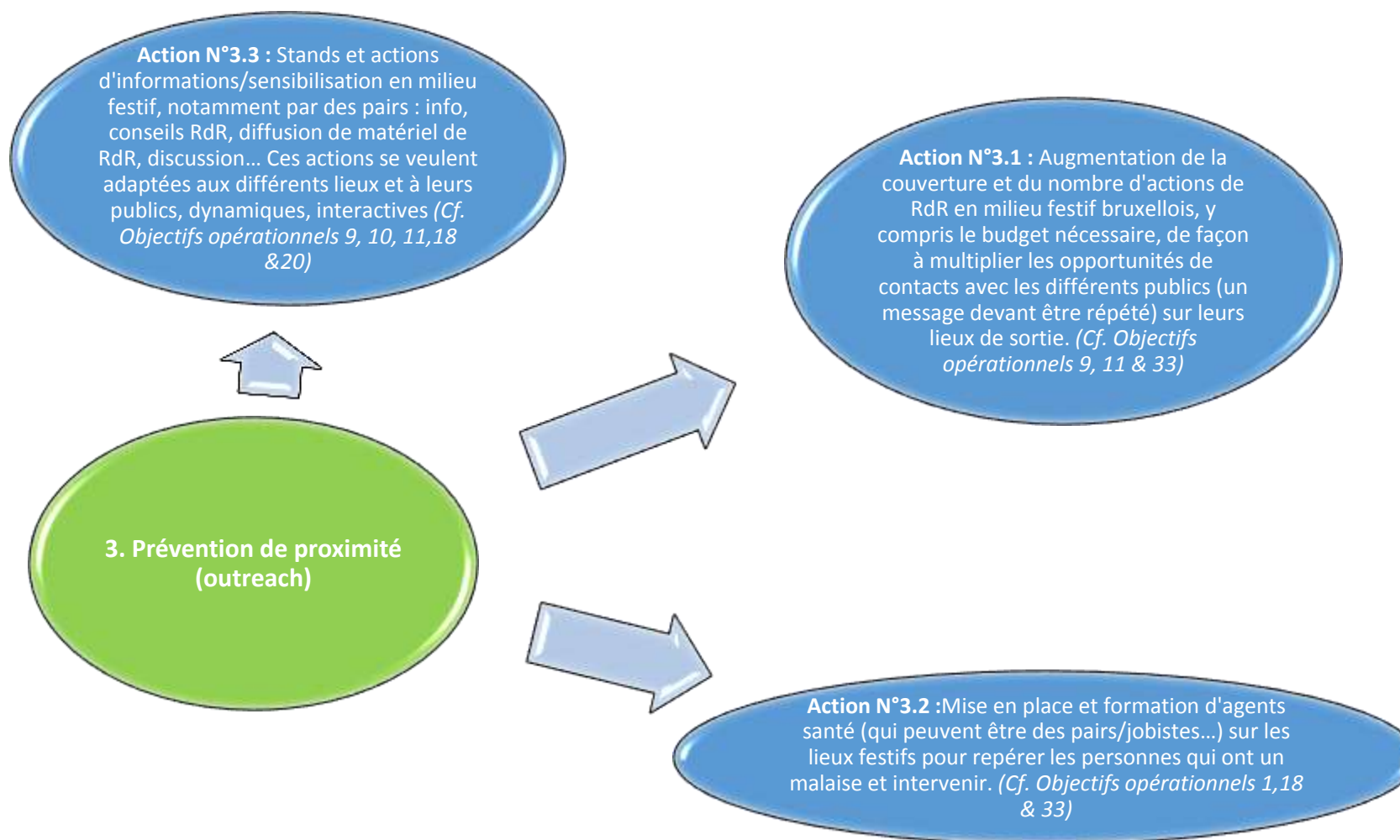
1. Actions visant l'accès à l'information



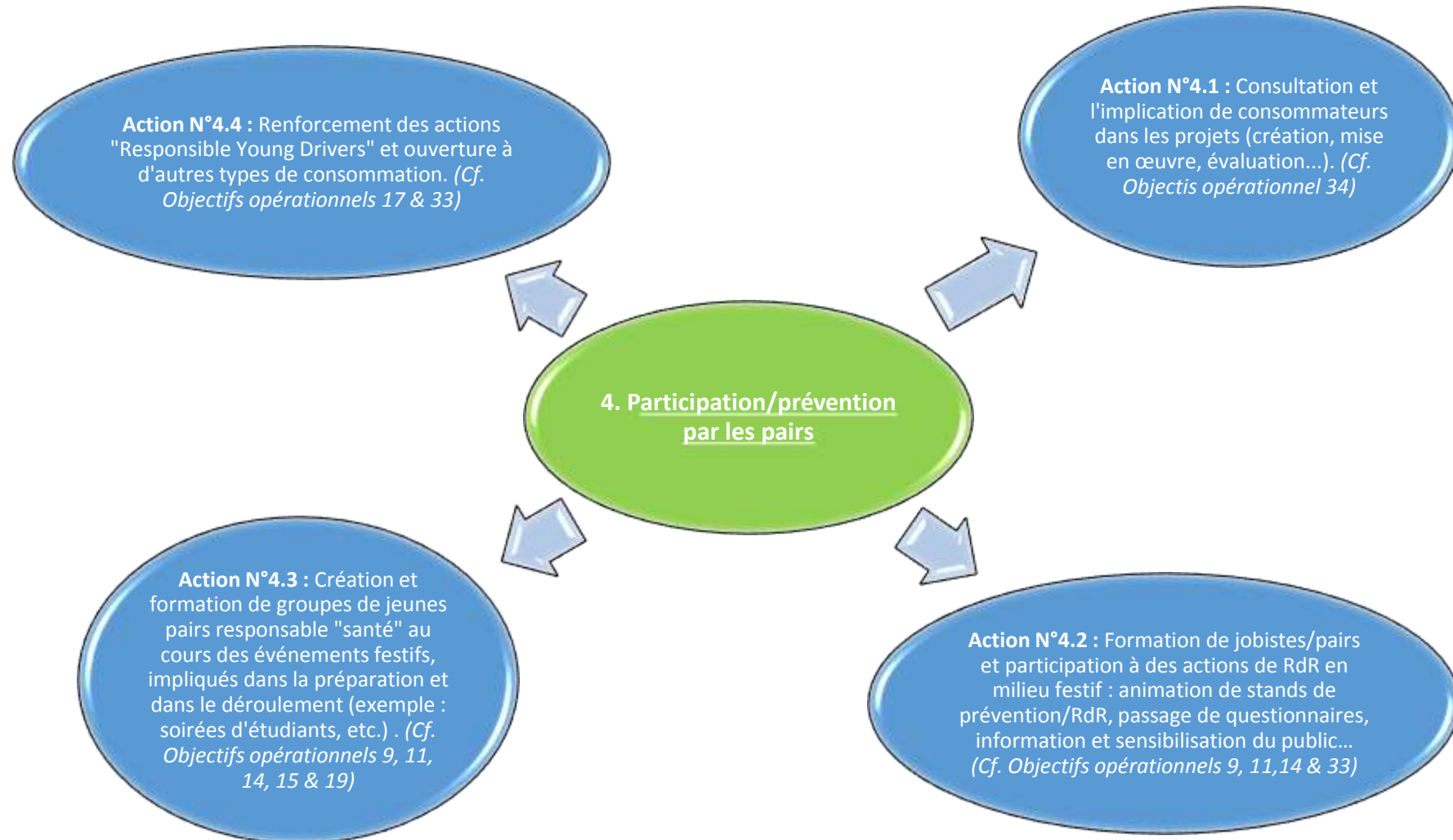
2. ACTIONS VISANT L'ACCÈS AUX OUTILS DE RDR, AUX TRAITEMENTS ET AU DÉPISTAGE

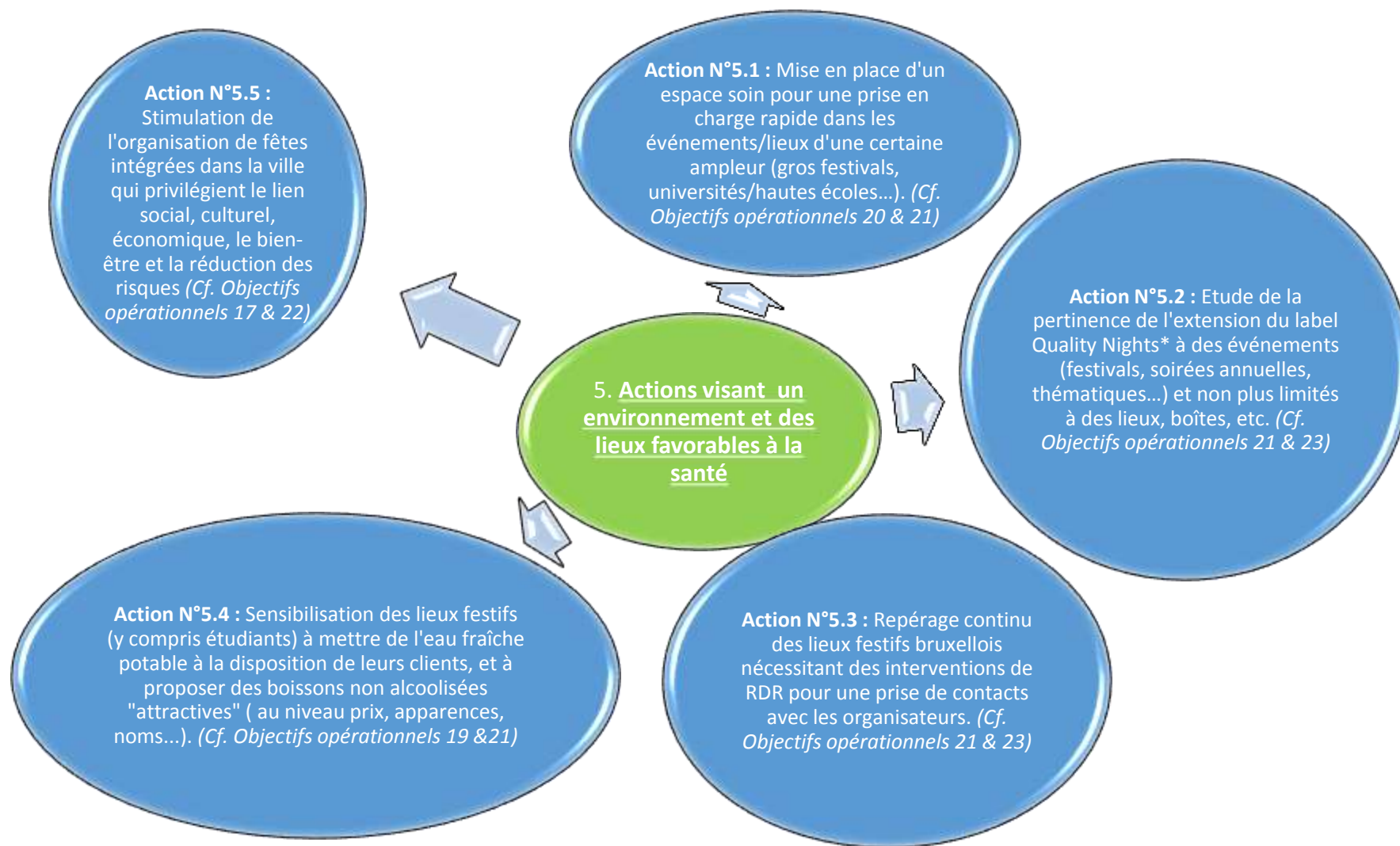


3. ACTIONS VISANT LA PRÉVENTION DE PROXIMITÉ (OUTREACH)

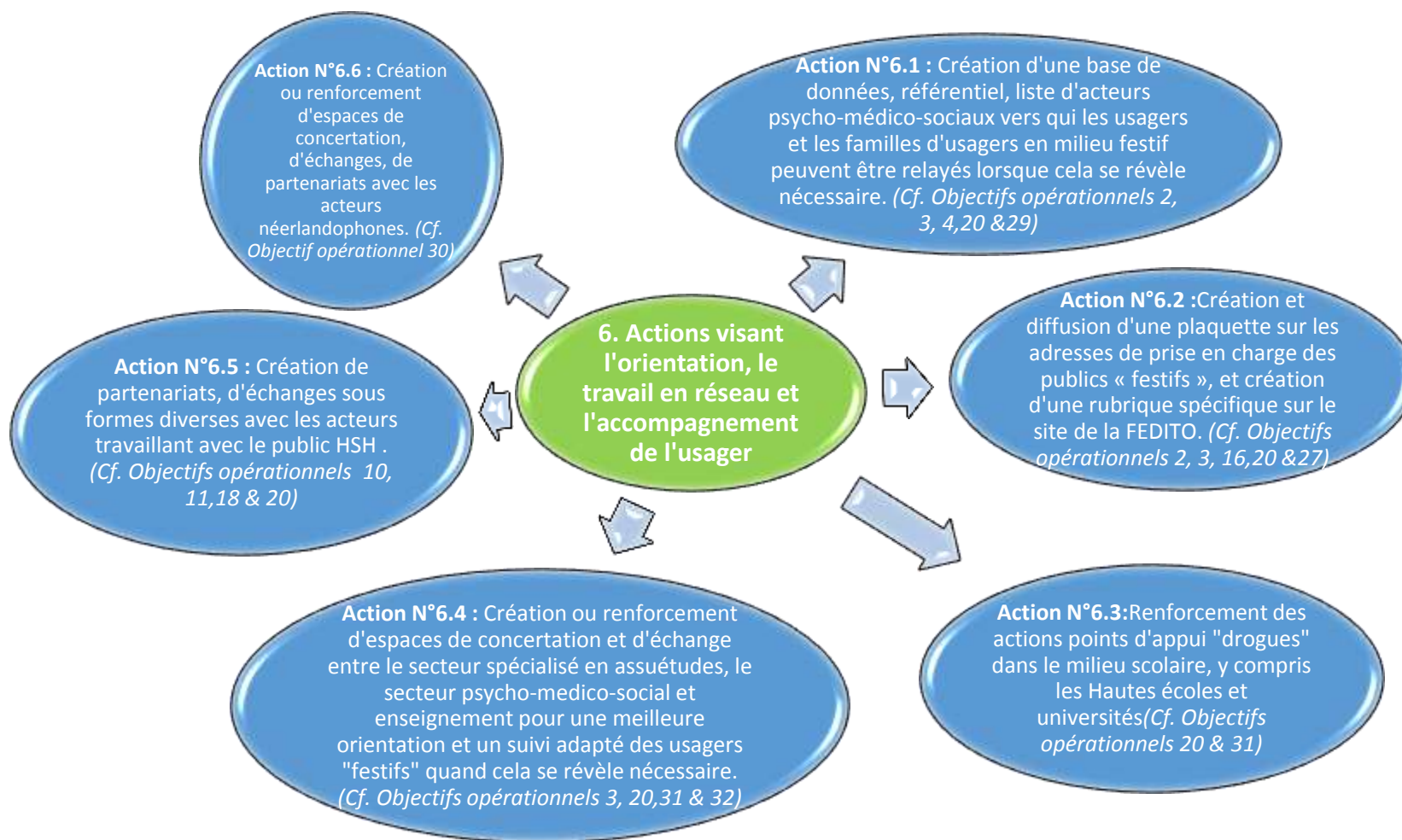


4. ACTIONS VISANT LA PARTICIPATION/PRÉVENTION PAR LES PAIRS

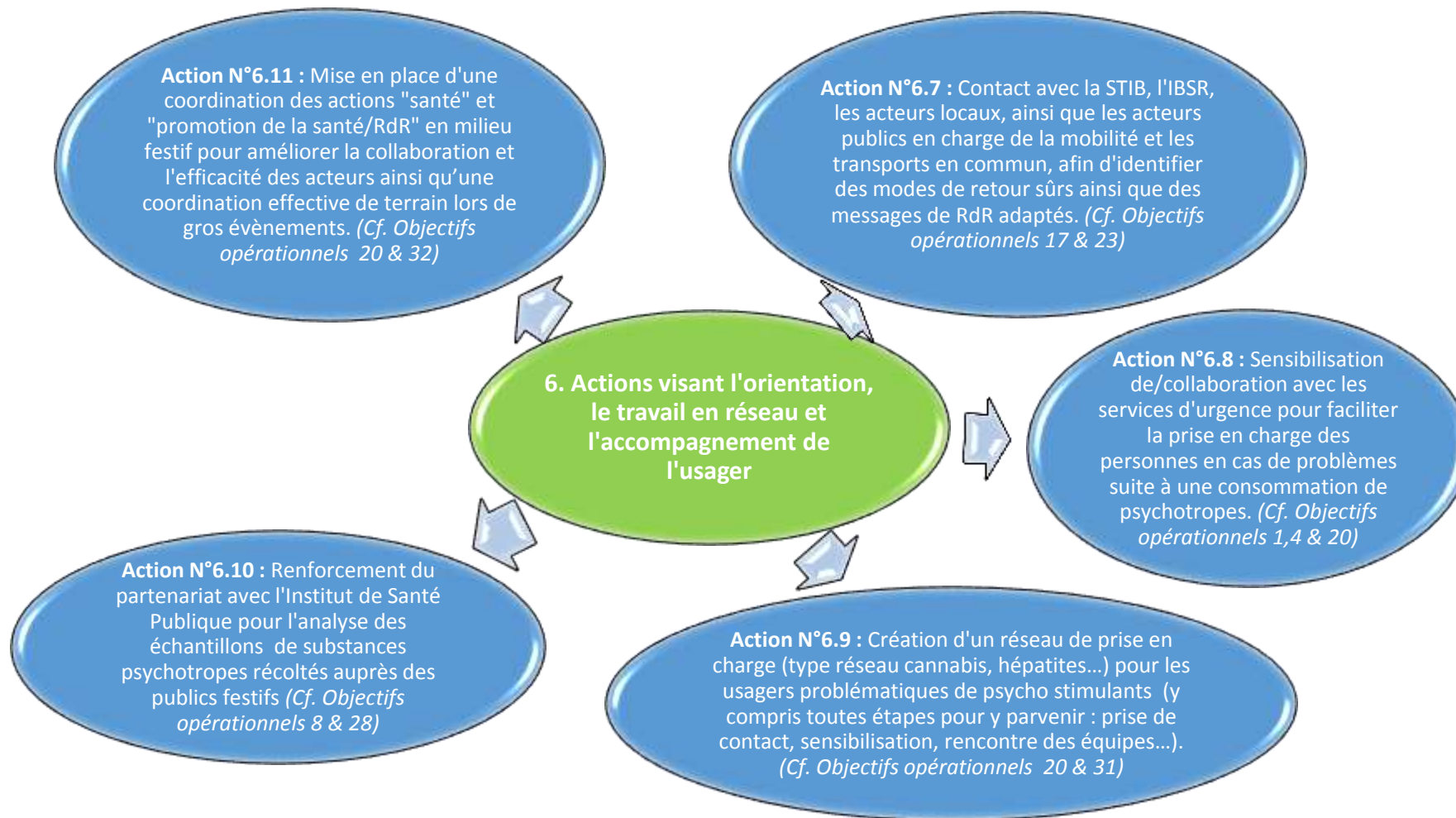




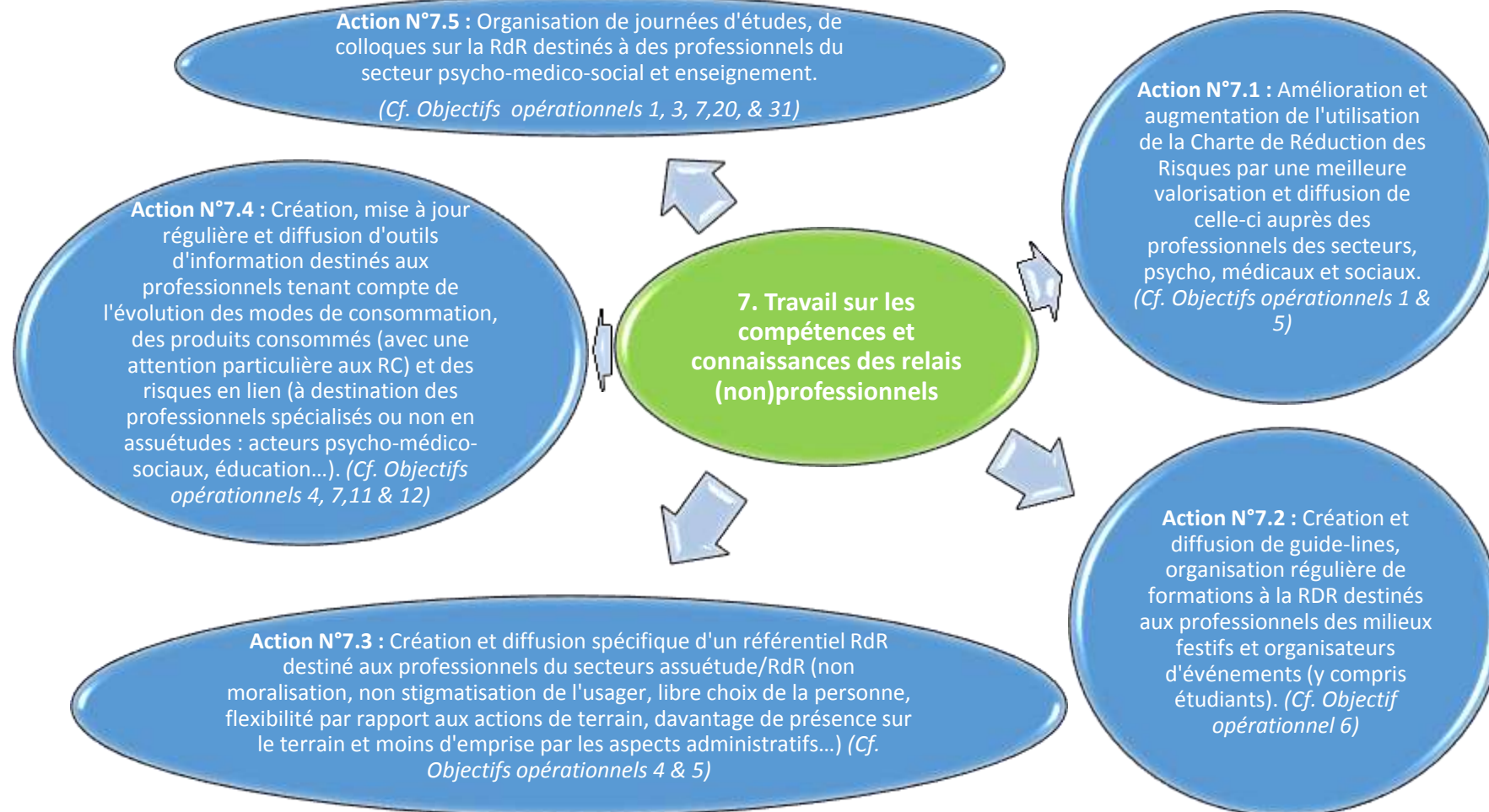
6. ACTIONS VISANT L'ORIENTATION, LE TRAVAIL EN RÉSEAU ET L'ACCOMPAGNEMENT DE L'USAGER (1)



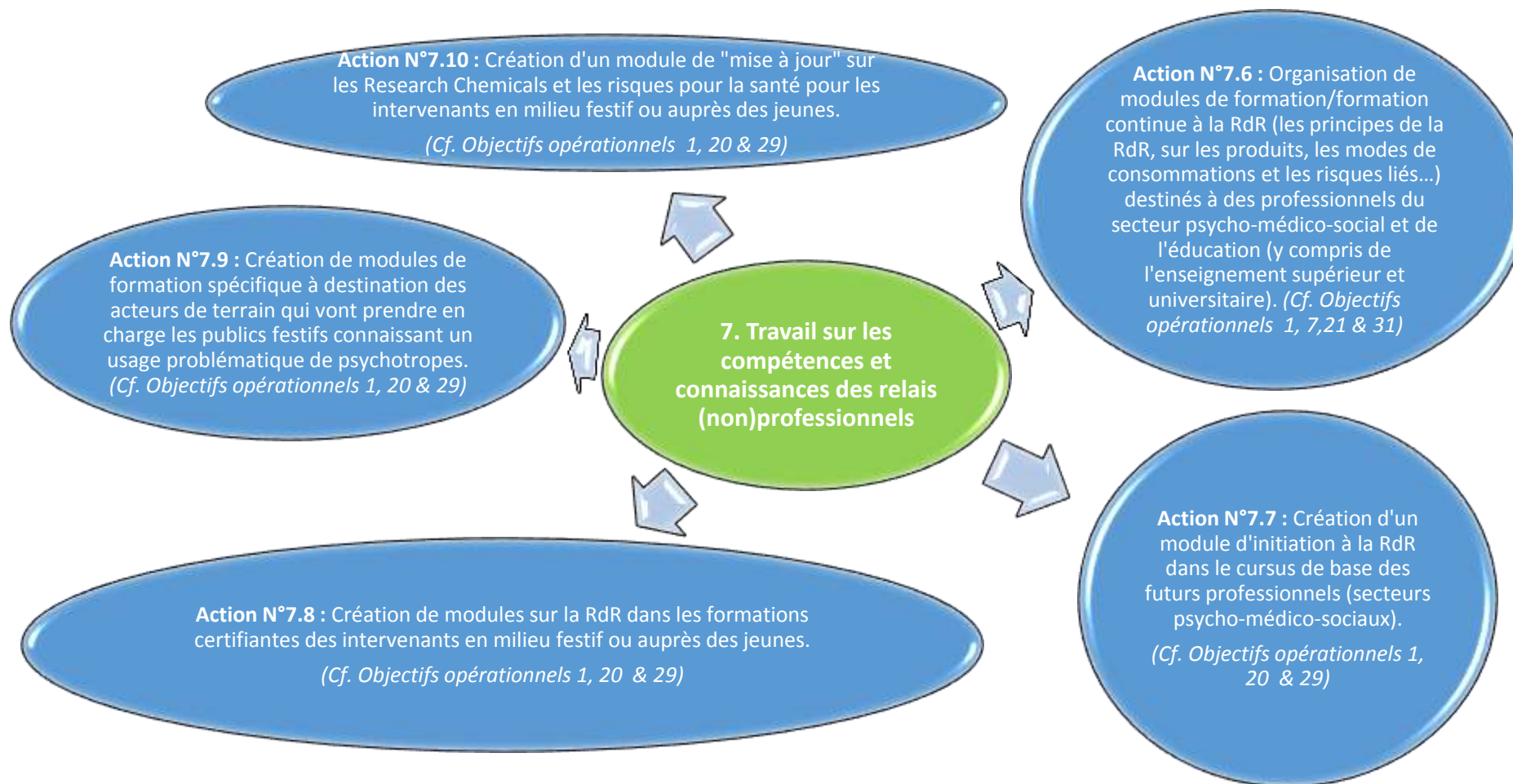
6. ACTIONS VISANT L'ORIENTATION, LE TRAVAIL EN RÉSEAU ET L'ACCOMPAGNEMENT DE L'USAGER (2)



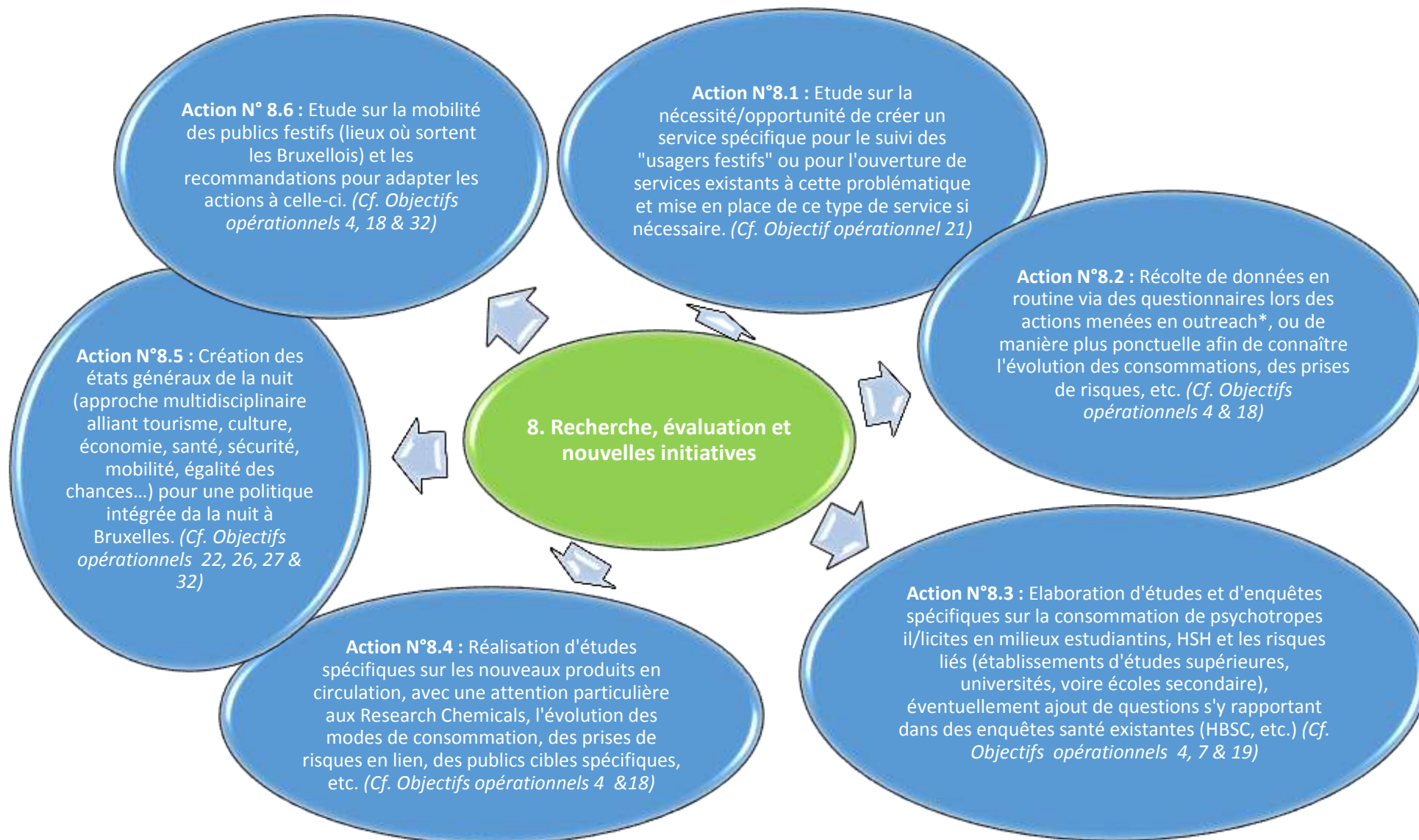
7. ACTIONS VISANT LE TRAVAIL SUR LES COMPÉTENCES ET LES CONNAISSANCES DES RELAIS (NON) PROFESSIONNELS (1)



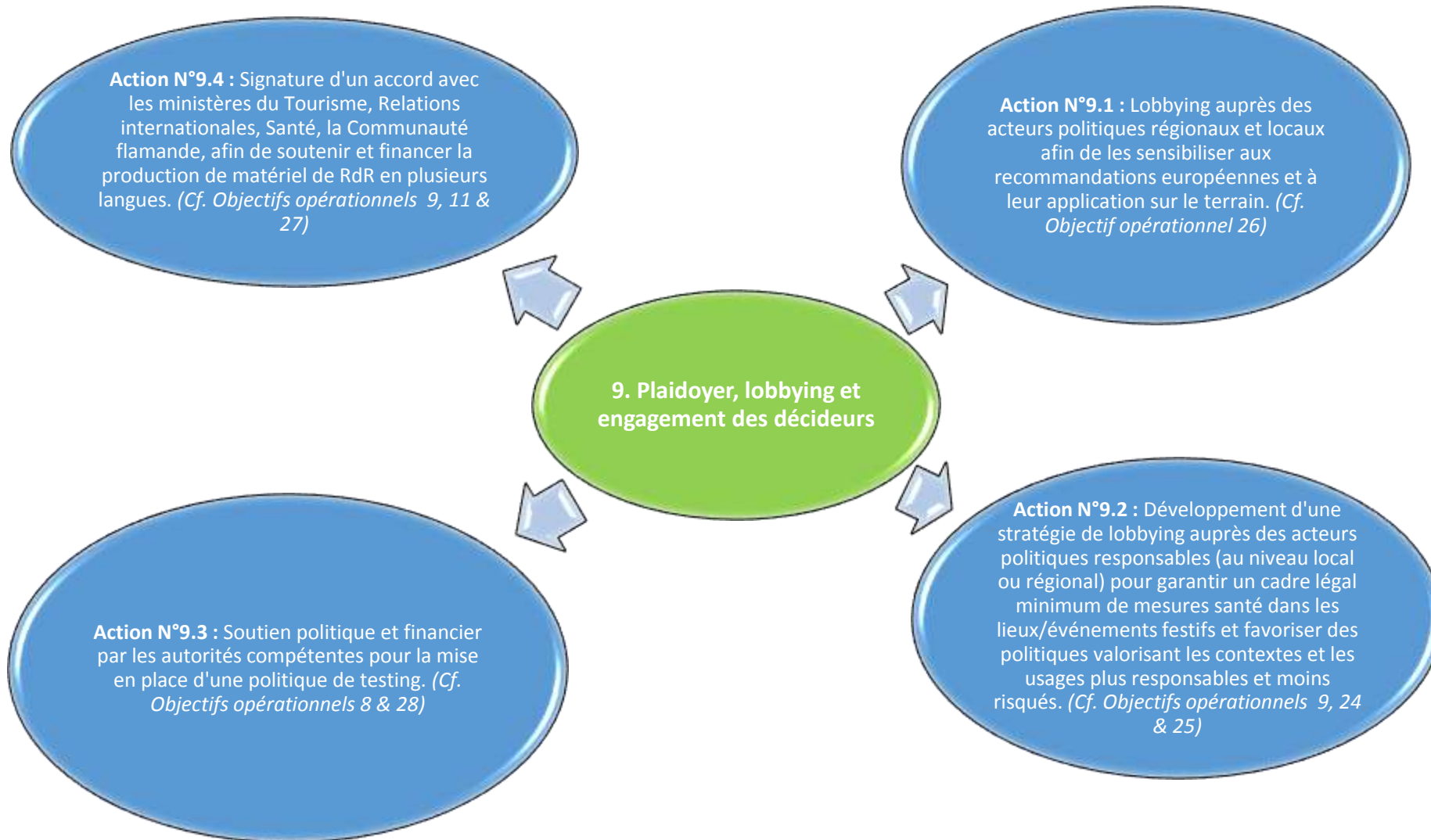
7. ACTIONS VISANT LE TRAVAIL SUR LES COMPÉTENCES ET LES CONNAISSANCES DES RELAIS (NON) PROFESSIONNELS (2)



8. ACTIONS VISANT LA RECHERCHE, L'ÉVALUATION ET LES NOUVELLES INITIATIVES

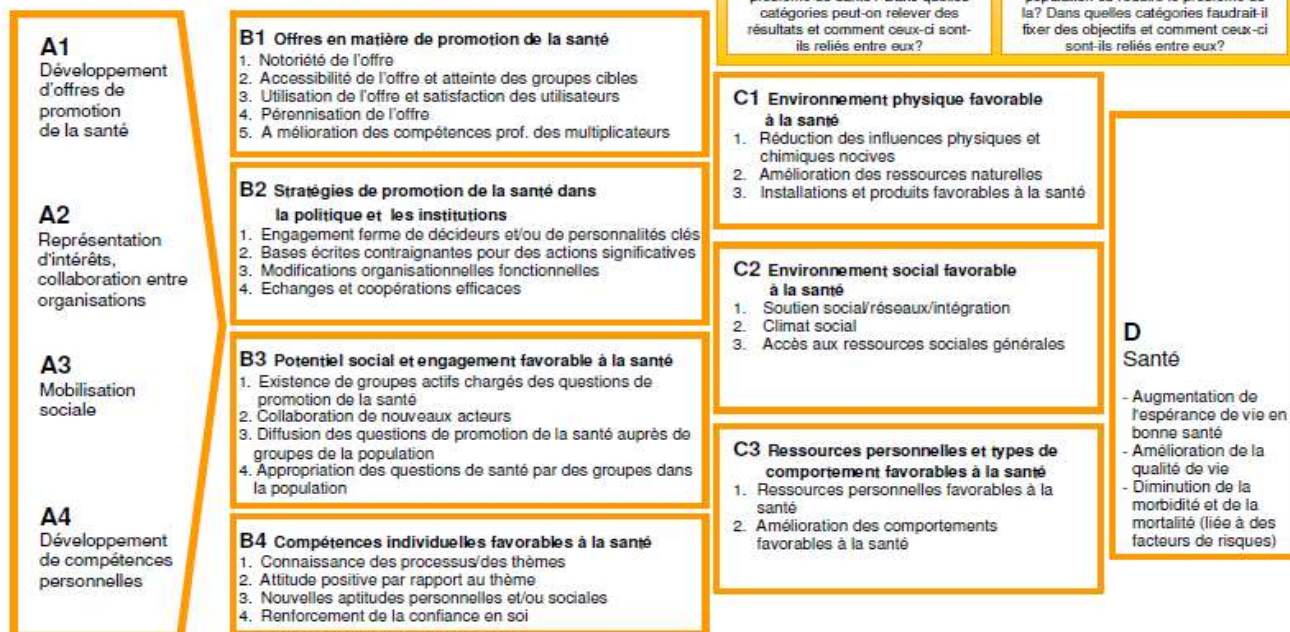


9. ACTIONS VISANT LE PLAIDOYER, LE LOBBYING ET L'ENGAGEMENT DES DÉCIDEURS



B. L'OUTIL DE CATÉGORISATION DES RÉSULTATS (OCR)

Les sous-catégories



Auteur(e)s: Cloetta, Bernhard; Spencer, Brenda; Ackermann, Günter; Broesskamp-Stone, Ursel; Ruckstuhl, Brigitte; Spörri-Fahrni, Adrian

© Promotion Santé Suisse. Guide pour la catégorisation des résultats: www.promotionsante.ch