



Action en milieu festif d'information et de réduction des risques liés à l'usage des drogues

Fiche de débriefing – 15 août 2013 en Outre-Meuse

❑ Institution et nom de la personne responsable de l'action :

Consortium d'association :

Alfa/Accueil-Drogues :	Anne-Lise GARDIN
Seraing 5 :	Pascale Cluckers
CLAJ :	Annick Evrard
CAP Fly (observateur) :	Pierre-Yves Dechevez
Jobistes :	Neal, Dominique et Johnny (nouveau)

❑ Evènement : « Fête du 15 Août en Outremeuse »

Dates : 15 août 2013
Lieu : Auberge Georges Simenon (Outremeuse)
Rue G. Simenon, 2
4020 Liège

❑ Personnes de contact sur le site (organisateur) :

Dominique Faure (directrice de l'Auberge Georges Simenon) 04/344.56.89

❑ Prénoms des jobistes et horaire de travail :

Neal : 20 – 24h
Dominique : 20 – 24h
Johnny : 20 – 24h

❑ Type de musique et de soirée : Fêtes populaires (rock, électro, pop, acid, ... suivant les endroits)

❑ Âge moyen du public : 7 à 77 ans (dans l'Auberge) mais notons que la moyenne est moins jeune que d'habitude et 16 à 30 ans dans les rues.

❑ Caractéristiques du public : Fête populaire brassant un public très large, de familles à jeunes adolescents en passant par des personnes plus âgées.

❑ Nombre de personnes présentes : environ 200.000 personnes sur toute la durée de l'événement.

❑ Nombre de questionnaires remplis : 14 questionnaires

❑ Nombre approximatif de personnes passées par le stand : Environ 30 personnes.

❑ D'après vos observations, l'événement est-il adéquat pour l'action à mener ?

Oui et non. Oui parce qu'un certain public consommateur est et restera toujours présent lors de cet évènement. Non parce que l'endroit où le stand est situé ne favorise pas un contact avec notre public cible !

□ Organisation du stand et/ou de l'équipe mobile:

STAND :

-**Emplacement** : Nous étions placés, comme d'habitude, à l'écart du passage des gens. Nous avons essayé de nous placer de manière à ce que l'on nous voit depuis l'entrée du bâtiment. Peu à peu, le travail se professionnalise : Les affiches sont réparties de manière à attirer les gens vers nous, l'éclairage attire l'attention et les travailleurs (jobistes et pro) redoublent d'inventivité pour entrer en contact avec le public.

-**Matériel logistique utilisé** : Les badges « drogues, risquez moins », affichettes et flèches « Risquer Moins », décorations multiples (nappe, porte-folders, lumière noire, ampoules multicolores, ...), folders des différents services d'aide.

Préservatifs : nous en avons donné une trentaine, dont la moitié en récompense du remplissage des questionnaires. Les gens étaient globalement moins intéressés par les présos que les années précédentes.

Bouchons d'oreille : Nous avons des bouchons taille adulte (prix libre) et taille enfant (gratuit). Nous remarquons qu'encore beaucoup de parents omettent de mettre des bouchons dans les oreilles de leur(s) enfant(s) or la musique allait assez fort. Nous en avons donné à une bonne trentaine de parents avec le petits discours RdR et la brochure « Décibel ». Certains étaient content, d'autres honteux de ne pas y avoir pensé (parlant des casques louables aux Ardentes et à Espéranzah), d'autres les refusant sans vouloir nous écouter.

Nous n'avons vendu que quelques paires de bouchon « adulte ».

Pommes et eau à dispo du public : Offerts par l'auberge de Jeunesse. Deux gobelets d'eau ont été donnés à deux personnes ayant consommé alcool et cannabis et s'apprêtant à consommer des produits excitants en sniff et/ou des produits hallucinogènes s'ils en trouvaient.

Cette année, nous avons également à disposition ...

kit de sniff' : nous en avons distribué 12. Bien qu'ils ne fussent pas exposés sur le stand, ils ont été abordés avec des personnes parlant ouvertement de leur intention de prendre un produit sniffable au cours de la soirée ou le mentionnant dans le questionnaire. Ce public fut surpris que cela existe, mais heureux d'en bénéficier.

kit d'injection : à disposition dans les caisses de rangement, mais pas sorti à l'occasion du 15 août.

Ethylotest : Anne-Lise en ayant rapporté une quarantaine de la réunion Super Festif à Modus, nous avons encore quelques exemplaires. Alors que nous avons eu tout le mal du monde à faire fonctionner les éthylotests et à interpréter les résultats lors de la Fiesta du Rock en juin, sur le stand, avec un éclairage plus que suffisant, nous avons remarqué qu'ils s'avéraient en fait très efficaces. Nous avons fait souffler un homme d'une bonne quarantaine d'années qui disait rentrer en voiture et semblait « raisonnable ». Après avoir soufflé dans le ballon et un fois l'air repassé dans l'autre sens, la capsule est devenue chaude et « verte ». La couleur verte n'est pas facile à interpréter, mais mise à côté d'un éthylotest vierge, la différence ressort nettement.

L'homme fut intéressé par le discours et a accepté avec humour nos conseils de RdR. Nous avons donc décidé de garder un éthylotest vierge comme comparatif à ceux qui ont été soufflés afin de provoquer chez les candidats une réelle interpellation.

Flyers « recrutement jobiste » : Aucun de ces flyers n'a été pris, ni donné. Certaines personnes rencontrées à l'extérieur se sont montrées intéressées par le travail de « jobiste », mais ne sont pas arrivées jusqu'au stand.

Prochaine formation : le lundi 18/11/2013.

-Nous avons commencé la permanence du stand à 20h. Pour éviter de rencontrer le problème d'attente (vécu les années précédentes) nous avons décidé de débiter le stand plus tard. Les demandes ont été fort peu nombreuses !

EQUIPE MOBILE :

Nous avons organisé une tournante entre jobistes pour que chacun puisse se familiariser avec ce type d'intervention.

JOBISTES :

Neal et Dominique, jobistes aguerris ont coaché Johnny, nouvellement formé.

Johnny a été attentif aux explications données tout au long de la prestation : brochures inconnues de lui ; comment s'en servir, quelles sont les parties les plus intéressantes, manière d'entrer en contact avec le public ; questionnaires, homme sandwich, flyers d'indication.

A améliorer pour les fois prochaines : Le contenu des brochures doit être connu et les conseils de RdR principaux doivent être automatiques.

□ Accueil et réactions des organisateurs :

Nous avons été bien accueillis. L'auberge nous a fourni de l'eau et du coca (nous déplorons que les boissons aient été à température ambiante), des pommes bios étaient à notre disposition. Le personnel de l'Auberge était informé de notre action, nos badges nous permettaient d'accéder aux toilettes gratuitement.

□ Accueil et réactions du public :

Accueil toujours très sympathique, réceptif en règle générale.

Avec l'expérience, il semblerait que les travailleurs ciblent mieux les infos qui intéressent l'individu qui se présente au stand.

Le public montre de l'intérêt envers nos brochures et notre philosophie d'action.

Connaissance préalable des brochures par le public :

En général, les usagers ne connaissaient pas du tout les brochures.

Néanmoins, sur les 14 personnes ayant remplis un questionnaire, seulement 4 n'étaient jamais entré en contact avec un stand de RdR en milieux festifs.

Ce qui les intéressent principalement (par ordre décroissant d'importance) est l'information (produits, IST, sida, hép) -6-, les préservatifs et lubrifiants -3- ainsi que les bonbons et gadgets -3-, les bouchons d'oreille -2-, la discussion, passer un moment avec quelqu'un -2-, les contacts professionnels -2-, les kits de sniff -2-.

Anecdotes :

Le nouveau jobiste Johnny a été désigné par Anne-Lise comme homme sandwich de la RdR. Elle lui a confectionné un assemblage d'affiches RdR à porter sur les épaules. Il est venu en équipe mobile avec les autres vêtu de cette façon. D'abord vécu comme un « baptême », Johnny s'est vite rendu compte que son « vêtement » attirait les regards et était finalement un bon moyen d'entre en communication (au moins visuelle) avec le public.

Anne-Lise a eu le lendemain des nouvelles de l'homme qui avait soufflé dans l'éthylotest : il a dormi à Liège chez sa belle-fille alors qu'il avait prévu de rentrer du côté de Berloz. Il paraît que toute la soirée, il a

sorti son éthylotest de sa poche avec une mine (feinte) décrépite croissant au fur et à mesure que la soirée avançait !

❑ **Type et nombre de préservatifs et lubrifiant distribués :** Environ une trentaine.

❑ **Nombre de brochures distribuées :**

Cannabis		Cocaïne	
Speed et amphet'		Champi et LSD	
Héroïne		Médicament	
Alcool		XTC	

Recommander des brochures « Décibel », « cannabis » via MV et « les filles entr'elles » et « les garçons entr'eux » via www.jeunexaequo.be

❑ **Idées pour le futur :**

Nous devrions demander à JVR l'autorisation d'utiliser ses dessins pour les imprimer sur des feuilles autocollantes histoire de créer nos propres autocollants.

Et faire des autocollants avec nos logos !