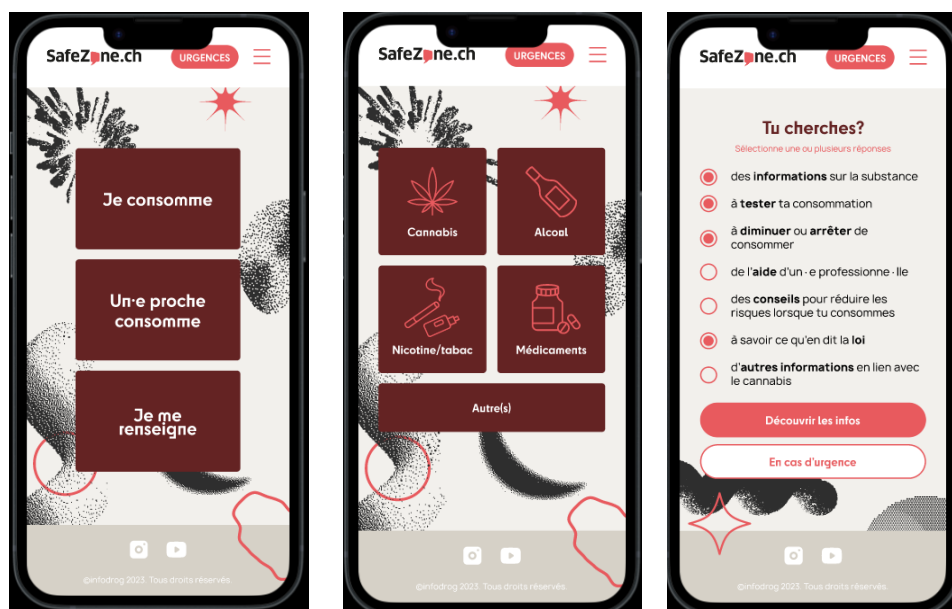


Réduction des risques et soutien à l'autogestion chez les jeunes

Fiche de présentation du projet pilote en Suisse romande : site web et campagne de diffusion sur les réseaux sociaux, à destination des jeunes de 15 à 20 ans actif·ve·s dans des mesures d'insertion



Infodrog

Centrale nationale de coordination des addictions

CH-3007 Berne

+41 (0)31 376 04 01

office@infodrog.ch

www.infodrog.ch

Personne de contact:

Melody Guillaume-Gentil | m.guillaume@infodrog.ch | 031 537 11 35

Mandat:

Depuis 2015, l'Office fédéral de la santé publique (OFSP) se concentre sur la sensibilisation aux addictions dans les domaines professionnels ponctuellement confrontés à cette problématique (« Regelversorgung »). Depuis 2017, la « Stratégie Addictions » favorise également l'autogestion (« Selbstmanagement »). Les spécialistes ponctuellement confrontés à des personnes à risque en termes d'addictions peuvent jouer un rôle important dans la détection précoce des problèmes de dépendance et dans l'octroi d'aide. Les outils numériques sont un bon moyen d'aider ces professionnels et les personnes concernées à identifier rapidement les comportements problématiques, à y faire face, à activer les ressources et à demander de l'aide.

L'OFSP a mandaté Infodrog en 2019 pour mener un projet pilote dans lequel des instruments numériques de soutien à l'autogestion seront mis en œuvre et testés dans le cadre de prestations de la « Regelversorgung ». Le projet est réalisé avec les services locaux intéressés d'insertion professionnelle et d'aide en matière d'addiction auprès des jeunes de 15-20 ans. Le projet est notamment basé sur les recommandations des associations professionnelles sur le chômage et les addictions, sur les résultats d'un projet pilote iPad soutenu par Infodrog dans les salles d'attente des médecins de premier recours et sur un groupe de travail organisé en 2021, par Infodrog, avec des professionnel-le-s de l'insertion et des addictions.

Contexte :

En 2021, trois rencontres avec des professionnel-le-s des domaines de l'insertion socio-professionnelle et du domaine des addictions ont été organisées afin de discuter des besoins auprès de leurs publics spécifiques. Ils ont mis en évidence différents domaines de l'aide dans les addictions et un public cible particulier: messages de réduction des risques et offres d'autogestion auprès des jeunes entre 15-20 ans sont nécessaires, car les messages de prévention primaire ne suffisent pas à atteindre le groupe cible des 15-20 ans, ayant déjà une certaine expérience avec des produits psychoactifs, ou ayant adopté des comportements problématiques concernant les réseaux sociaux ou les écrans. Fort de ce constat, Infodrog a constitué trois focus-group avec des jeunes de 15-20ans actifs dans des mesures d'insertion, afin de connaître leur besoin et leur point de vue sur les questions de consommations de substances psychoactives et coconstruire ce projet en partenariat avec des mesures d'insertion et des jeunes. Lors de ces échanges, les jeunes ont soulevé le fait qu'ils souhaitent obtenir de l'information sur les substances sans avoir à la chercher, et que celle-ci aurait sa place sur les réseaux sociaux ; au travers de petites vidéos courtes, dynamiques, explicatives, ou des vidéos interpellant l'utilisateur-riche afin qu'elle ou il accède en un simple clic à de l'information objective, professionnelle et fondée.

Le projet de développement d'un site web à l'attention des jeunes de 15-20 ans sur la question de la consommation de substances psychoactives et sa campagne massive de diffusion sur les réseaux sociaux est né. Un partenariat avec la plateforme [Safezone.ch](https://www.safezone.ch) fait partie intégrante du développement du site web.

Le projet pilote :**Manques constatés :**

- Les offres en réduction des risques sont développées et accessibles en particulier aux publics adultes (+18ans). Il en résulte que les jeunes vont chercher de l'information en réduction des risques sur des sites internet alternatifs ou auprès de leurs pairs, obtenant par ce biais des informations non-adaptées à leur âge et à leurs spécificités, pouvant mener à l'adoption de comportements dangereux pour leur santé.
- Les compétences en autogestion des jeunes ne sont que peu valorisées et soutenues, et la dimension paternaliste partant du principe qu'une consommation éclairée n'est pas possible chez les jeunes limite les chances des jeunes d'entreprendre des démarches et de prendre des décisions pour améliorer leur santé.
- Les professionnel-le-s de l'insertion manquent de connaissances sur les questions de consommation de substances ou de comportements problématiques et les liens entre les deux domaines sont peu développés.

Groupes-cibles :

- Jeunes entre 15 et 20 ans actifs dans des mesures d'insertion et leurs pairs ;
- Jeunes romand-e-s présent-e-s sur les réseaux sociaux (15-20ans) ;
- Professionnel-le-s de l'insertion ;
- Professionnel-le-s du domaine de la prévention et de l'aide dans les addictions.

But du projet

- Offrir aux jeunes de 15 à 20 ans une plateforme web accessible depuis les réseaux sociaux avec des messages de réduction des risques adaptés, des offres de soutien à l'autogestion, des messages de prévention, au sujet de la consommation de substances psychoactives telles que le tabac|nicotine, alcool, cannabis et médicaments.
- Offrir un accès privilégié aux jeunes de 15-20ans à des offres de conseils sur place ou en ligne.
- Former les professionnel-le-s de l'insertion : Donner des clés de compréhension des phénomènes de consommations chez les jeunes et pouvoir les accompagner auprès du réseau addiction et rendre les frontières entre ces domaines plus perméables.

Moyens

- Une plateforme web interactive pour les jeunes contenant des autotests (chatbots) adaptés au public cible (tabac, alcool et cannabis) pour tester leur consommation (autogestion), des messages de réduction des risques, des informations en prévention dans le domaine de la consommation de substances, l'accès à des liens spécifiques pour prendre contact avec des professionnelles du domaine de la consommation de substance (offre sur place), ainsi qu'un accès à des plateformes de conseils en ligne (www.safezone.ch, www.ciao.ch, www.ontecoute.ch).
- Une campagne massive de communication sur les réseaux sociaux avec des vidéos thématiques sur les substances (tabac|nicotine, alcool, cannabis, médicament) afin d'attirer les jeunes et d'éveiller leur curiosité sur les comportements à risque et sur la réduction des risques.
- Une formation sur mesure pour les professionnel-le-s de l'insertion afin de les familiariser à l'intervention précoce dans le domaine de la consommation de substances.

- **Etapes**
 - **2022 :**
 - 3 focus groups avec des jeunes de mesure d'insertion afin de réfléchir les besoins et les développements avec les jeunes,
 - Questionnaires à l'attention des professionnel-le-s de l'insertion pour connaître leur besoin en termes de formation et leur connaissance des questions de consommation de substances chez les jeunes.
 - Définition de la structure du projet pour les années à venir en fonction des retours des focus groups
 - Définition de l'évaluation (menée par l'OFSP)
 - **2023 :**
 - Développement du design pour le site web avec Up To You ;
 - Développement d'une maquette du site web ;
 - Création d'un concept de formation pour les professionnel-le-s et validation auprès des professionnel-le-s de l'insertion ;
 - Création de trois nouveaux chatbots adaptés (langue, rapidité, design, longueur) au public cible ;
 - Mise en œuvre de focus groups (3) pour tester les développements du site web (contenu, forme/design, chatbot) et entendre leurs besoins et critiques pour l'amélioration ainsi que leur soumettre des idées de vidéos pour les réseaux sociaux ;
 - Conceptualisation et lancement de la campagne de promotion sur les réseaux sociaux ;
 - Création de partenariat avec d'autres offres du domaine de la jeunesse et création de collaboration avec des institutions spécialisées dans la formation sur les questions de consommations de substances chez les jeunes.
 - **2024**
 - Adaptation des designs et des textes en fonction des retours des focus groups ;
 - Programmation du site web pour la mise en ligne et mise en ligne ;
 - Mise en œuvre du concept de diffusion sur les médias sociaux ;
 - Mise en œuvre de la formation professionnelle.
 - **2025**
 - Évaluation du projet ;
 - Amélioration du site web et analyse de la campagne de communication ;
 - Réflexion sur diffusion plus large du projet.