


À VOTRE SANTÉ!



Projet Mes Choix Alcool

Christian Wilhelm & Natacha Cattin



Promotion du
programme de
consommation contrôlée
d'alcool "Mes Choix"





Campagne 2020

Janvier – Février 2020



Quoi ?

- **Objectifs :**
 - **Avoir des participants au programme (chez nous ou ailleurs)**
 - **Sensibiliser les Genevois sur leur consommation d'alcool**
- Qui ?
 - Public cible : quiconque s'inquiète de sa consommation d'alcool, tous les genevois -> « arrosage »
- Comment ?
 - Sensibiliser via un test d'auto-évaluation
 - Participants : numéro et site internet sur les visuels
- Où ?
 - Réseaux sociaux, principalement Facebook
 - TPG (bus + tram)
 - Centres commerciaux
- Quand / Combien de temps ?
 - Un mois, juste après le Dry January + relance en septembre

Et vous? Pris dans l'engrenage de l'alcool?



Décidez de votre propre consommation
MES CHOIX

MESCHOIXALCOOL.CH
ou 022 552 03 03

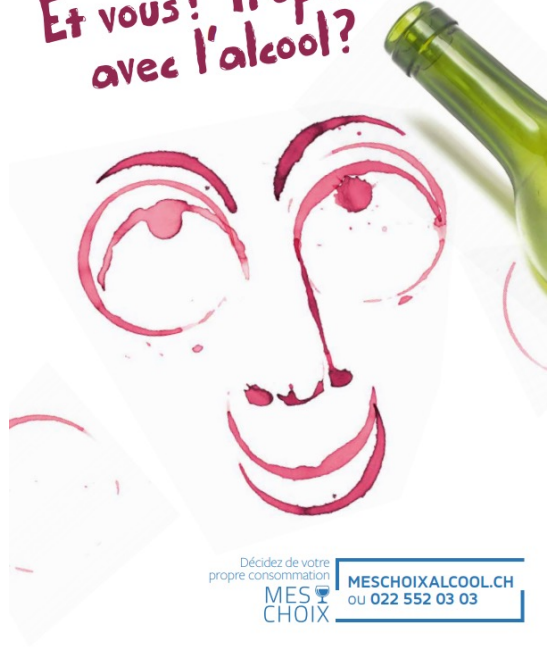
Et vous? C'est explosif avec l'alcool?



Décidez de votre propre consommation
MES CHOIX

MESCHOIXALCOOL.CH
ou 022 552 03 03

Et vous? Trop festif avec l'alcool?



Décidez de votre propre consommation
MES CHOIX

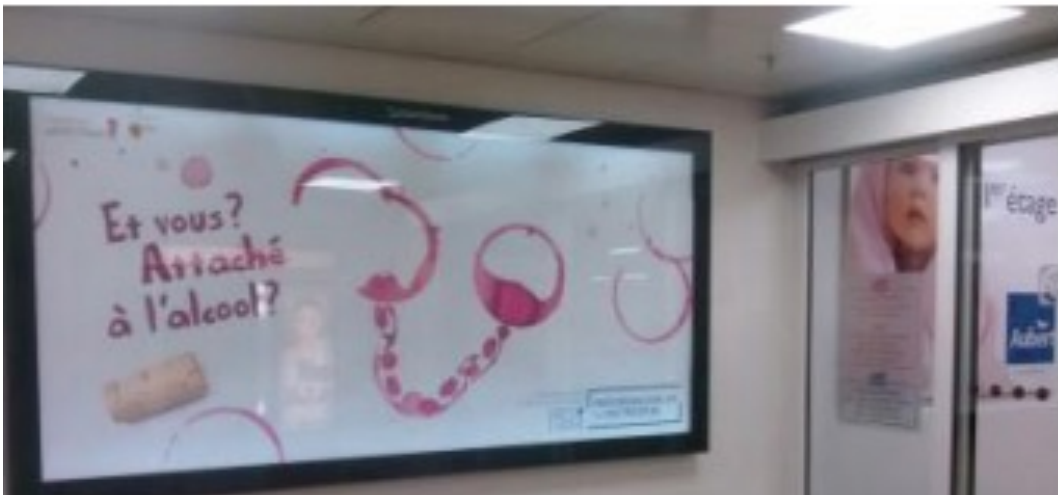
MESCHOIXALCOOL.CH
ou 022 552 03 03

Et vous? Attaché à l'alcool?



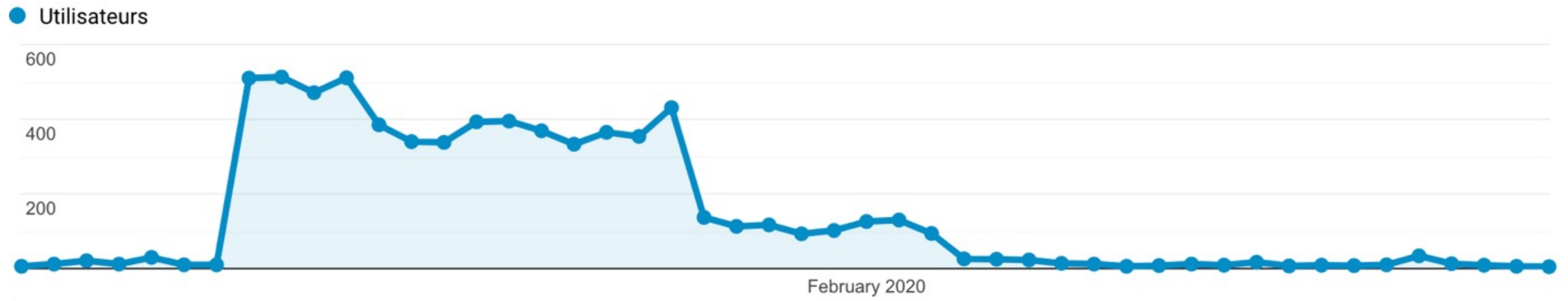
Décidez de votre propre consommation
MES CHOIX

MESCHOIXALCOOL.CH
ou 022 552 03 03





Campagne janvier 2020

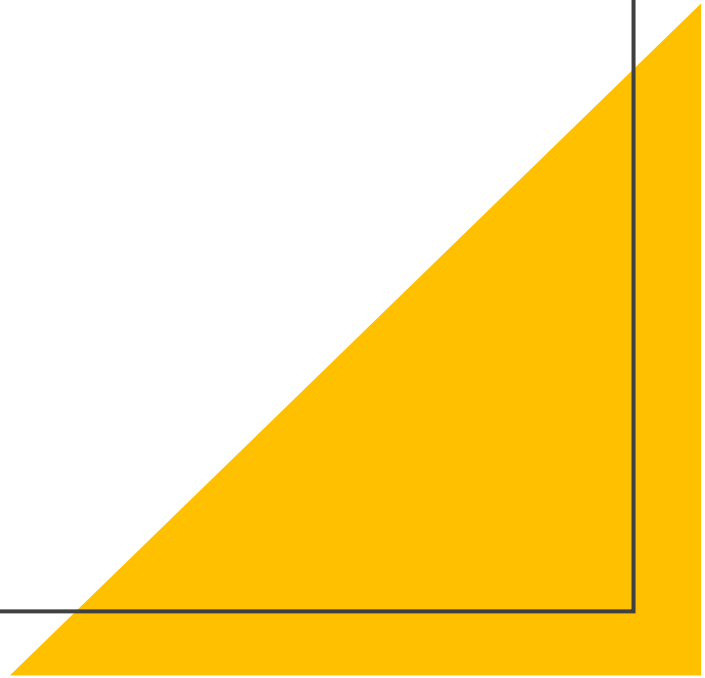


Résultats

✓ Enormément de réponses à notre test d'autoévaluation
(plus de 400 / semaines)

- 10 appels / mails
- 4 entretiens en janvier, puis 4 les mois suivants

CONCLUSION : les gens sont prêts à faire un test d'autoévaluation, mais appeler est compliqué.





Semi-confinement



Semi- confinement





● Utilisateurs





Campagne “Test”

Septembre – Octobre 2020



Campagne septembre 2020 - Test

- **Objectifs :**
 - **Avoir des participants au programme**
- **Qui ?**
 - Public cible : quiconque s'inquiète de sa consommation d'alcool, tous les genevois
- **Comment ?**
 - 2 campagnes :
 - Appels
 - Rappels
- **Où ?**
 - Réseaux sociaux, Facebook
- **Quand / Combien de temps ?**
 - Un mois, à la rentrée de septembre

Carrefour addictions
Sponsorisé · 🌐

Mesurez et choisissez votre relation à l'alcool. Mes Choix Alcool, un programme gratuit ou pris en charge par la LAMAL qui ne nécessite pas de vous déplacer; vous pouvez nous parler par vidéo.

Et vous? Pris dans l'engrenage de l'alcool?



Mes Choix Alcool
Avec le soutien de la République et ca...

👤 Laurent Brulhart et ... 5 commentaires

👍 J'aime 💬 Commenter ➦ Partager

Carrefour addictions
Sponsorisé · 🌐

Vous désirez reprendre le contrôle sur votre consommation? Laissez-nous vos coordonnées et nous prendrons ... [Voir plus](#)

Et vous? Attaché à l'alcool?



FORMULAIRE SUR FACEBOOK
Mes Choix Alcool
Avec le soutien de la République et ...

👤 Pedro A... 7 commentaires 1 partage

👍 J'aime 💬 Commenter ➦ Partager

Résultats

- 2 appel / mails

✓ 12 entretiens



CONCLUSION : les personnes préfèrent ne pas appeler, mais acceptent d'être rappelées.





Campagne 2021

Février – Juin 2021



Campagne Mes Choix 2021

- **Objectifs :**
 - **Avoir des participants au programme**
- **Qui ?**
 - Public cible : quiconque s'inquiète de sa consommation d'alcool -> segmentation
- **Comment ?**
 - Formulaire Facebook
 - Test d'auto-évaluation pour la répétition de l'information
- **Où ?**
 - Réseaux sociaux, Facebook/Instagram
 - Moteur de recherche Google
 - Internet -> publicité ciblée selon les sites
- **Quand / Combien de temps ?**
 - De février à juin 2021

MES CHOIX

PARFOIS TROP
GRANDE GUEULE ?
C'EST TOI
QUI DÉCIDES.



Avec le soutien de:

Carrefour addiction

INSTITUT NATIONAL DE SANTÉ ET DE MÉDECINE PUBLIQUE

MES CHOIX

TROP DE KILOS ?
TROP D'APÉROS ?
C'EST TOI
QUI DÉCIDES.



Avec le soutien de:

Carrefour addiction

INSTITUT NATIONAL DE SANTÉ ET DE MÉDECINE PUBLIQUE

MES CHOIX

TROP FLOU ?
C'EST TOI QUI DÉCIDES.



Avec le soutien de:

Carrefour addiction

INSTITUT NATIONAL DE SANTÉ ET DE MÉDECINE PUBLIQUE

MES CHOIX

FATIGUÉ ?
C'EST VOUS
QUI DÉCIDEZ.

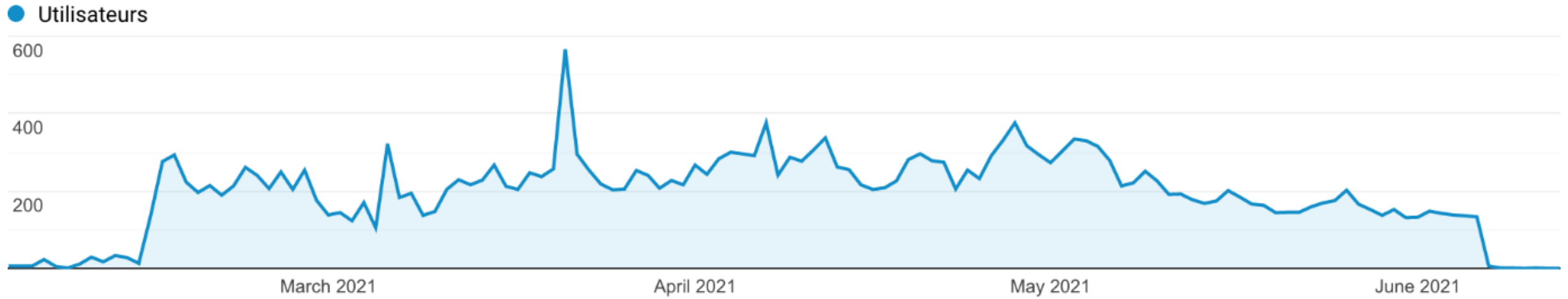


Avec le soutien de:

Carrefour addiction


INSTITUT NATIONAL DE SANTÉ ET DE MÉDECINE PUBLIQUE

Campagne 2021





Résultats

- ✓ Toujours autant de réponses sur notre site (2'585 questionnaires)
- ✓ Le nombre de visites sur le site internet à augmenté de façon importante : 4'843 en janvier-février 2020 lors de la 1ere campagne, contre 23'978 en 2021, soit un nombre de visites quasiment multiplié par 5 (4.95).
- ✓ 28 entretiens (7/mois)
- La recherche de prospects demande beaucoup de temps
- Certains formulaires sont remplis par erreur.



Prévention des comportements de consommation
d'alcool problématique ou
à risque par la promotion de la consommation
contrôlée ou des outils adéquats





PRÉVENTION

Prévenir ou réduire les conséquences selon le public

1. **Empêcher ou retarder l'entrée dans la consommation** de substances addictives (**les non-exposés**)
2. **Favoriser l'apprentissage** d'une gestion responsable et contrôlée de certains comportements (**donc les aborder**)
3. **Limiter les effets négatifs** de la consommation ou de certains comportements pour les individus et la société (**réduction des risques**)

Synthèse prévention, Addiction Suisse [bases théoriques](#)

La consommation problématique selon les statistiques suisses reportées sur Genève

Population genevoise 25 - 70 ans : 311'000 habitants

dont: 21% sont à risques : 65'000 h.

dont: 4.7% consommation chronique (3'070 h.), et
15.9% ivresse ponctuelle (10'384), soit une
approximation de 13'454 personnes.


Parmi elles: 5'516 s'intéressent à un « boire
contrôlé » (41%)

Seuls 2'018 (15%) demandent de l'aide.

**Genevois non atteint par les soins : 3'500
personnes.**

Quatre types de publics dans le projet

- La population **se questionnant** sur sa consommation,
- Celle qui a une ambivalence et qui **choisit de mieux gérer sa consommation**,
- Les **professionnels qui cherchent des outils** pour soutenir une meilleure gestion de la consommation dans leur public concerné
- Les **professionnels** de première ligne **qui peuvent référer** au programme.



Celles et ceux qui se questionnent sur leur consommation

- **Le test d'autoévaluation mobilise** des personnes à consommation problématique
 - Très peu d'écart hommes/femmes
 - + de femmes que d'hommes à consos problématiques
 - Pourtant – de femmes dans les prises en charge.
-



L'autoévaluation, plus qu'une réponse, une interpellation

- Correspond à une forme interactive d'intervention, simulant une intervention brève en live.
 - L'intervention brève du test et le programme sont complémentaires pour les consos problématiques
-

Les consommations perçues comme problématiques

La consommation à des moments inadéquats

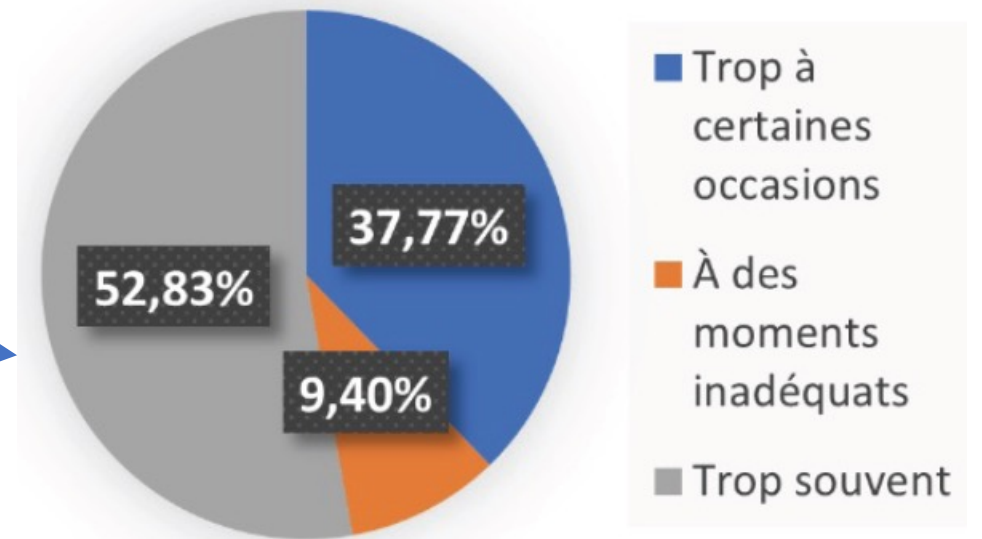
- 10% au maximum, sauf 13% chez les étudiant.e.s.

L'ivresse ponctuelle est chez toutes et tous

- 40-45% sauf les personnes en recherche d'emploi (29%)

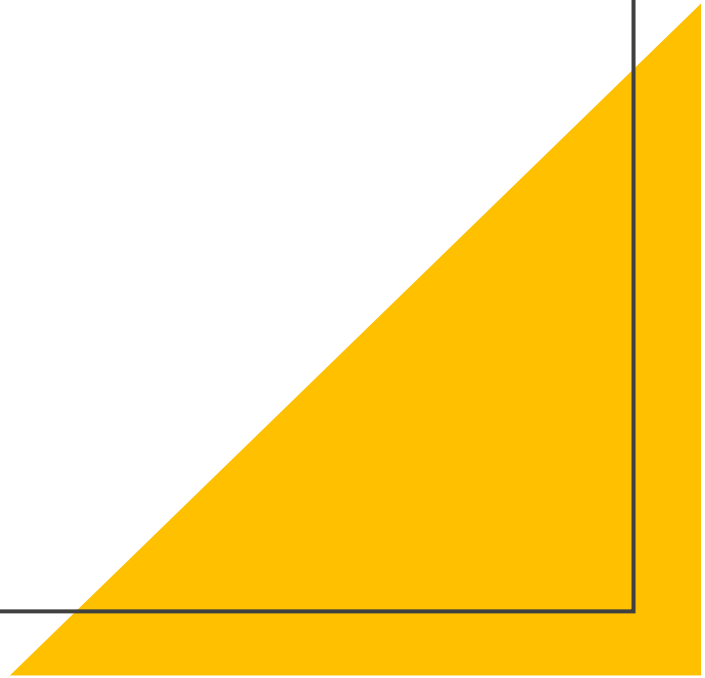
La consommation chronique

- + si en recherche d'emploi (stress, désoccupation)
- Les retraités ... connu et normal
- Les actifs !!!



Il s'agit donc de viser:

- un public d'adultes,
- participant déjà à la vie active,
- mais qui estime boire trop souvent.



48 MCA, un outil préexistant au projet

Entre 2020-22, le nombre de programmes Mes Choix Alcool:

- Croix-Bleue 6,
- Fondation Phénix de 2,
- les HUG 3 (sans les avoir terminés),
- le Dr Gache environ de 20 (environ 150 depuis 2007, sans augmentation depuis le lancement des campagnes),
- la Dre Haaz de 17 (en n'utilisant uniquement que certaines parties).

Tous ces programmes ont été proposés mais n'ont pas été demandés directement par le/la bénéficiaire.

Le projet: une centralisation, puis orientation

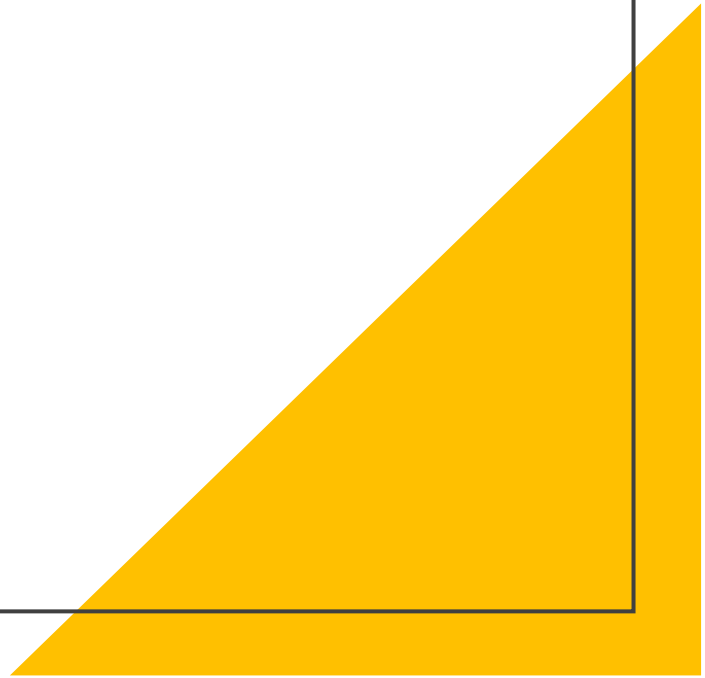
La personne concernée signale son intérêt

Dans la réponse, sont clarifiées

- Les motivations
- Les modalités du programme
- la formule et le lieu sont décidés (orientation)

Un entretien d'entrée au programme est fixé

- On détermine si la personne n'est pas déjà addictive (perte de contrôle grave - symptôme sevrage)
- Elle confirme son intérêt à entrer dans le programme



L'orientation ... une utopie?

Les personnes qui appelaient ou étaient rappelées par Carrefour addictionS ont très majoritairement demandé à y suivre le programme.

Les quelques personnes orientées ne semblent pas avoir donné suite ailleurs.

L'orientation ne semble donc ni souhaitée, ni efficace.

Avec le projet, d'autres suivis Mes choix alcool ?

Depuis janvier 2020, ce sont **47 personnes**, dont **25 hommes (53.19%)** et **22 femmes (46.81%)**, qui ont pris rendez-vous et **participé au programme**.

Le lien sur le site RTS :

<https://www.rts.ch/play/tv/jai-pas-lair-malade-mais---/video/jai-pas-lair-malade-mais---je-souffre-daddiction-a-lalcool?urn=urn:rts:video:13387184>

Le lien sur notre compte Instagram *Radio Télévision Suisse* :

<https://www.instagram.com/p/CiX1PRvqYKZ/?hl=fr>

Un profil ?

MOTIVATIONS: + la campagne digitale, leur entourage et une seule par un médecin de 1er recours.

MOYENNE D'ÂGE de 45 ans avec un écart type de 15 ans ... correspond au parcours de conso chronique à risque

EN ACTIVITÉ (80%), et 20% sans emploi ou à la retraite.

La moitié ne suit pas le programme jusqu'à son terme.

Une alternative

Plusieurs désirent Mes Choix:

- suite à des expériences peu concluantes
- pour compléter d'autres prises en charge.

Il n'est pas exclu que l'offre MCA ait profité du fait de n'avoir pas de connotation préexistante.



Ils ne se sont pas adressé.e.s à une structure de soin plus classique parce que:

- **MCA répondait à leur attente et ne recommandait pas absolument l'abstinence ;**
- Leur consommation d'alcool n'était pas un problème nécessitant une intervention médicale;
- **Ils et elles ne se considéraient pas comme malades.**

Le prestataire choisi
: un désir
d'accompagnement,
mais pas forcément
de thérapie



Un accompagnement en prévention

+ l'accompagnement facultatif

+ des intervenant.e.s non thérapeutes = une garantie rassurante de rester acteur plutôt qu'un patient pour les bénéficiaires.

Ils apprécient :

- son originalité, sa gratuité,
 - la qualité du suivi et l'absence de prise de position,
 - le cadre non stigmatisant,
 - la structure même et tous les outils du programme.
-

Résultats encourageants

Une diminution: 16.2 u.OH par semaine, soit une diminution d'un facteur 3, ou d'environ 30 Unités par semaine.

En février 2022 (plus de 6 mois plus tard), la moyenne des 11 bénéficiaires (84.6%) de l'échantillon ayant reporté leur score est de 21.45 u.OH par semaine, avec 4.88 jours par semaine.

Entrée du programme :
45.8 u.OH / semaine



Fin du programme :
16.2 u.OH / semaine



Leurs, nos satisfactions

La posture des participant.e.s : + empowerment, + autonomie 🖱️ un désir d'échapper à la stigmatisation.

Note moyenne de 4.52 sur 5 par 12 bénéficiaires (92.31%),


11 bénéficiaires (84.62%) recommanderaient ce programme à un.e proche.

Prévention ou pont vers les soins?

MCA est perçu comme complémentaire, mais aussi comme une alternative à l'abstinence ou à la crainte d'une démarche de soin stigmatisante.

Il est considéré comme un moyen adapté à un changement lorsque la consommation n'est pas perçue comme pathologique.

Le programme a donc un réel potentiel d'intervention précoce et de prévention.




Les professionnels peuvent-ils proposer MCA dans leur contexte d'intervention?

Formation des professionnel.le.s à l'usage de MCA

4 formations de 2 jours sont organisées pour 40 pros, 1 stagiaire

Leurs institutions sont :

- les Hôpitaux Universitaires de Genève (HUG),
 - la Fondation Phénix,
 - l'association Argos, l'Armée du Salut,
 - l'Hospice Général,
 - les Établissements Publics pour l'Intégration (EPI)
 - la Fondation genevoise pour l'Animation Socioculturelle (FASe).
-



Quasiment pas d'impact sur la demande MCA

3 des personnes formées (13.6%) à pratiquement plus orienter des personnes au sein du réseau genevois.

2 professionnel-les (9.09%) ont entamé chacun.e 1 programme MCA avec leur patientèle, et seulement 1 l'a terminé.

MAIS

- ✓ une invitation à changer de posture
 - ✓ des outils utiles, voire utilisables.
-



Conclusions de la formation des professionnels

La formation de MCA permet:

- ✓ d'aborder les consommations dans l'idée d'en construire une meilleure gestion
 - ✓ va dans le sens du repérage et de l'intervention précoce (également inclus dans la prévention).
-

Le plus grand défi semble être l'implantation du programme et son utilisation par des intervenant.e.s non spécialisé.e.s, en première ligne et au contact de la communauté.