



PLATE-FORME PRÉVENTION SIDA

RAPPORT D'ACTIVITÉS 2019

COCOF

TABLE DES MATIERES

| | |
|--|-----------|
| 1. Présentation de la Plate-Forme Prévention Sida | 2 |
| 2. Projet 1 : Prévenir les IST (dont le VIH et le VHC) pour la population générale, les jeunes adultes et les publics plus vulnérables | 6 |
| 2.1. Action 1 : Organisation d'un premier accueil | 6 |
| 2.2. Action 2 : Information, sensibilisation à la prévention combinée, à la promotion de la solidarité envers les PVVIH, via la réalisation d'outils et de campagnes adaptés aux publics cibles | 10 |
| 2.3. Action 3 : Le travail de proximité avec les publics cibles | 36 |
| 2.4. Action 4 : L'organisation des formations sur la prévention des IST/Sida | 55 |
| 2.5. Action 5 : RELACS | 57 |
| 3. Projet 2 mise en place d'un dispositif de dépistage démedicalisé et délocalisé du VIH à destination des migrants, préférentiellement originaires d'Afrique subsaharienne, pour faciliter l'accès au dépistage des IST/VIH. | 60 |
| 3.1. Sensibilisation et mobilisation | 60 |
| 3.2. Formation des bénévoles | 61 |
| 3.3. Accès renforcé au matériel de prévention | 62 |
| 3.4. Résultats 2019 | 62 |
| 4. Retour sur un projet : le Kahoot | 64 |
| 5. Mobilisation des données qualitatives et quantitatives pour mesurer le cheminement vers l'objectif général. | 65 |
| 5.1. Présentation des données | 65 |
| 5.2. Données quantitatives | 65 |
| 5.3. Données qualitatives | 66 |
| 5.4. Atteinte des objectifs | 67 |
| 5.5. Evolution des indicateurs d'évaluation | 67 |
| 6. Questions spécifiques à l'évaluation du renouvellement | 68 |
| 6.1. Les perspectives | 68 |
| 6.2. Les nouvelles actions | 69 |

1. Présentation de la Plate-Forme Prévention Sida

| | |
|------------------------|--|
| Organisme | Plate-Forme Prévention Sida |
| Adresse | Place de la Vieille Halle aux Blés, 29/28 – 1000 Bruxelles |
| Téléphone | 02/ 733 72 99 |
| E-Mail | info@preventionsida.org |
| Compte bancaire | BE90 0682 3365 4132 |
| Personnes responsables | Yves Dario, Président Thierry Martin, Directeur |
| Statut juridique | Association sans but lucratif |

Ce rapport d'activité présente les actions réalisées en 2019 par la nouvelle version de la Plate-Forme Prévention Sida, résultant de la fusion de deux services actifs depuis plus de 15 ans dans le domaine de la prévention du VIH et des IST et dans la lutte contre les discriminations envers les personnes vivant avec le VIH :

- SidAids-Migrants/SIREAS (le service de prévention des IST/sida à destination des migrants, créé en 1986) a développé une expertise considérable concernant les enjeux du VIH et de la migration. Reconnue par tous nos partenaires de la prévention sida et de la promotion de la santé, cette expertise était encore renforcée par les expertises personnelles des membres de l'équipe, ce qui permet la mise en place et le développement de méthodologies de travail parfaitement adaptées au public migrant. Le service travaillait également en concertation et en partenariat avec d'autres services et associations actifs dans les domaines de la promotion de la santé, l'Evrans, la prévention des IST/sida, la recherche, la migration, le genre, la violence faite aux femmes, ou encore avec le secteur médical, et ce aux niveaux belge, européen et international.
- La Plate-Forme Prévention Sida, créée en 1999 est une des associations centrales en Belgique francophone dans la prévention du VIH et des IST et dans la lutte contre les discriminations. Son expertise en la matière est reconnue en Belgique et à l'étranger (participation active à de nombreux réseaux et groupes de travail : BREACH, AFRAVIH, ISP, Plan VIH, Stratégies nationales de dépistage du VIH et des IST, Point d'appui EVRAS, Plate-Forme EVRAS,...). La Plate-Forme Prévention Sida est aussi une référence en termes de campagnes de prévention et de production d'outils utilisés par un large éventail de structures (Planning, PMS, PSE, secteur médical, secteur de la jeunesse, milieu festif, ...). La qualité de son travail et de ses processus de concertation et de partenariat, tout comme sa capacité à vulgariser des messages de prévention de plus en plus complexes ont été largement démontrées dans les évaluations des campagnes.

La fusion a permis de mieux partager les ressources et d'uniformiser les messages et les stratégies afin d'optimiser l'efficacité des actions, tout en prenant en compte les spécificités des projets et des publics lorsque c'est nécessaire.

L'asbl est principalement financée par la Wallonie (Promotion de la Santé) et la Cocof (Promotion Santé), suite à la régionalisation de la compétence en 2012, avec les accords de la Sainte-Emilie (Transfert de la Fédération Wallonie-Bruxelles aux régions).

Vu la longue expérience des deux entités fusionnées, l'association dispose d'un personnel qualifié pour la réalisation des missions de l'association, notamment en raison de la stabilité de ce personnel et de son intérêt pour l'actualité scientifique en lien avec la prévention du VIH et des IST, les publics cibles et les nouvelles stratégies de communications (formation continue, participation régulière à des séminaires et colloques, en Belgique et à l'étranger).

Concrètement, la structure dispose :

- un directeur temps plein : gestion de l'asbl, cogestion de l'équipe, supervision des projets, responsable des campagnes de promotion de solidarité et de lutte contre l'exclusion, porte-parole, représentations extérieures, supervision financière, Maître en sciences économiques et sociales ;
- une directrice adjointe temps plein : cogestion de l'équipe, responsable du pôle « formations », expertise « migrants » ;
- un département de terrain composé de :
 - ° 3,5 temps plein, réparti sur 4 personnes, pour les actions de terrain : expositions VIH et IST, animations IST et Evras, les actions en milieu festif, scolaire, extra-scolaire pour les jeunes et la population générale, travail communautaire dans la population d'origine étrangère et autour du dépistage, action autour du 1^{er} décembre (cofinancement avec Actiris et le Forem) ;
 - ° un coordinateur-médecin temps plein du projet Action Test, projet de dépistage démedicalisé et délocalisé pour les SAM (uniquement sur Bruxelles) ;
 - ° un comité de bénévoles composé d'environ 20 membres ;
- un département « personnes vivant avec le VIH » composé de 1,5 temps plein pour les actions de renforcement de capacités, lutte contre les discriminations, actions conviviales, groupes de travail et de parole (mi-temps financé par la Wallonie/action sociale) ;
- un département communication avec une responsable temps plein et une graphiste mi-temps (contrat de mars à décembre) ;
- un département appui avec une responsable 4/5 temps, également responsable du projet PrEP migrant ;
- une secrétaire comptable mi-temps.

Un programme d'actions « Santé Sexuelle »

La Plate-Forme Prévention Sida propose un programme « santé sexuelle », principalement axé sur la prévention des IST dont le VIH, à l'attention de la population générale, des jeunes et des publics plus vulnérables :

Projet 1 : prévenir les IST (dont le VIH) pour la population générale, les jeunes adultes et les publics plus vulnérables. Cinq actions sont prévues :

- 1) Organisation d'un premier accueil (physique, téléphonique et via internet) pour les publics cibles et les relais ; cet accueil permettra l'écoute des demandes dans la confidentialité, la diffusion d'informations, la mise à disposition de matériel de prévention et l'orientation des personnes vers les réseaux existants.
- 2) Information et sensibilisation à la prévention combinée et à la solidarité envers les PVVIH, via campagnes et outils.
- 3) Un travail de proximité assurera une présence active dans les milieux en contact direct avec les publics cibles :
 - 3.1. Actions en milieux communautaires/migrants
 - 3.2. Actions en milieu festifs
 - 3.3. Actions dans les écoles et autres services extra scolaires et de la jeunesse
 - 3.4. Actions envers les personnes vivant avec le VIH.
- 4) Formation des bénévoles, relais, professionnels de la santé et PVVIH pour renforcer leurs savoirs, compétences et aptitudes.

Projet 2 (uniquement sur Bruxelles) : mise en place d'un dispositif de dépistage démedicalisé et délocalisé du VIH à destination des migrants, préférentiellement originaires d'Afrique subsaharienne, pour faciliter l'accès au dépistage des IST/VIH. Trois actions sont prévues :

- 1) Sensibilisation et mobilisation communautaires pour, notamment, améliorer le niveau de connaissance du VIH et expliquer l'importance d'un dépistage précoce.
- 2) Formation des bénévoles et des relais afin de faciliter la transmission du message.
Accès renforcé au matériel de prévention et d'information et aux infrastructures grâce à un dispositif de dépistage démedicalisé et délocalisé.
- 3) Accès renforcé au matériel de prévention et d'information et aux infrastructures grâce à un dispositif de dépistage démedicalisé et délocalisé.

Les objectifs

La Plate-Forme Prévention Sida propose un programme de promotion de la santé sexuelle, principalement axé sur la prévention, le dépistage et le traitement des IST, du VIH et du VHC, et incluant des aspects d'éducation à la vie relationnelle, affective et sexuelle, tout en tentant d'améliorer l'intégration des personnes séropositives en favorisant la solidarité à leur égard et en luttant contre les discriminations dont elles font encore l'objet.

Les objectifs généraux du programme peuvent être formulés de la manière suivante :

1. Améliorer la santé sexuelle des publics cibles de l'association ;
2. Réduire l'incidence et la prévalence des IST et en particulier du VIH.

La Plate-Forme Prévention Sida vise la population générale, avec une attention particulière aux jeunes et aux jeunes adultes, le public migrant, les personnes vivant avec le VIH et dans une certaine mesure les HSH¹ pour la création et diffusion de messages de prévention. Milieu de vie ?

Les objectifs opérationnels peuvent être formulés comme suit :

1. Améliorer le niveau d'information et renforcer les aptitudes des populations en matière de santé sexuelle, IST/VIH, prévention, réduction des risques, dépistage et traitements.
2. Renforcer l'accès au matériel de prévention/réduction des risques (préservatifs, lubrifiant, outils d'information, matériel stérile de consommation, etc.).
3. Développer les connaissances et les compétences des professionnels et des relais en contact avec les populations concernées et des personnes vivant avec le VIH.
4. Accroître le nombre de personnes connaissant leur statut sérologique par un dépistage précoce réalisé dans des conditions adéquates.
5. Faciliter l'entrée et le maintien dans les soins, donc in fine réduire la charge virale au niveau populationnel.
6. Plaidoyer et défendre les droits des publics cibles et lutter contre les politiques répressives et les discriminations multiples (sérophobie, homo/bi/transphobie, sexisme, racisme, etc.).

L'association veille à maintenir, lors de ses divers projets, une articulation avec des publics plus vulnérables – jeunes homosexuels et jeunes migrants notamment – tout en veillant à une appropriation et une intelligibilité des messages par le public fréquentant les AMO et les réseaux scolaires techniques et professionnels. Les divers outils produits sont réfléchis avec les partenaires, le public cible et des experts (communication, internet par exemple), afin de permettre une large diffusion par les divers relais de la Plate-Forme. L'association veille également à une diversité et une complémentarité des messages et des outils afin de toucher un public diversifié. Les formations données par la Plate-Forme et les divers guides pédagogiques liés aux outils permettent, entre autres, de sensibiliser les relais à leur rôle dans les actions de prévention et de renforcer l'utilisation adéquate des divers outils par ceux-ci.

Au niveau des outils et des messages, la concertation des partenaires est attentive à mettre en œuvre une diversification des stratégies vis-à-vis des publics cibles en investissant notamment la communication via internet et les nouvelles technologies.

L'association est également sensible au travail d'articulation entre les actions de prévention des IST/Sida et des actions plus globales d'éducation sexuelle et affective mises en œuvre par les Centres de planning familial et autres PMS/PSE par exemple.

Depuis l'année 2000, la Plate-Forme Prévention Sida a permis, à travers ses campagnes de communication, de donner une grande visibilité à l'engagement de la Fédération Wallonie-Bruxelles (et des régions depuis peu) dans la lutte contre le sida et les autres infections sexuellement transmissibles.

Notre programme s'inscrit dans :

- une démarche globale de promotion de la santé sexuelle ;
- une approche positive de la prévention et des sexualités ;
- une stratégie intégrée de prévention combinée qui repose sur l'équation « rapports protégés = préservatif + dépistage + traitements » (<http://www.les-bons-reflexes.org/>).

¹ HSH= Hommes qui ont des relations sexuelles avec d'autres hommes.

Mais aussi dans le cadre des recommandations régionales, nationales et internationales :

- Les chartes d'Ottawa, de Bangkok et plus récemment celle de Shanghai et les principes d'action de la promotion de la santé : établir une politique publique saine, créer des environnements favorables, renforcer l'action communautaire, développer les aptitudes personnelles et réorienter vers les services de santé ;
- Au plan régional, notre programme suit d'une part les recommandations formulées en CPAM concernant la stratégie à mettre en œuvre en région wallonne pour promouvoir la santé sexuelle et la prévention des IST² et d'autre part les cadres de référence conçus collectivement pour les publics prioritaires³ ;
- Au plan national, notre programme s'inscrit pleinement dans les priorités du Plan national VIH 2014-2019⁴. La Plate-Forme Prévention Sida est membre du comité de monitoring du Plan, puisqu'elle coordonne, avec d'autres, le pilier « prévention » ;
- Il se base également sur les différentes décisions du Conseil supérieur de la Santé⁵ ;
- Enfin notre programme s'inspire constamment des principes d'action et recommandations internationales. Nous pouvons citer parmi les plus importantes et récentes, celles promulguées par l'ONUSIDA concernant :
 - (1) les moyens d'envisager la fin de l'épidémie VIH⁶ et l'objectif du 90/90/90⁷,
 - (2) l'importance de connaître l'épidémie pour la combattre⁸,
 - (3) les moyens de lutter contre les discriminations et la stigmatisation⁹,
 - (4) l'implication des personnes concernées et les PVVIH en particulier dans la programmation des actions (principe GIPA)¹⁰. Les publications d'organismes tels que l'OMS et l'ECDC¹¹ ont également nourri ce programme, tout comme les déclarations ou Statement internationaux qui font l'objet d'un certain consensus¹².

² Note stratégique du CPAM pour la promotion de la santé sexuelle et plus particulièrement la prévention des VIH/VHC/IST dans la Région de Bruxelles-Capitale (2018-2023).

³ Ronti T., Dieleman M., avec la collaboration d'Ex Æquo et de Sensoa (2016), Une analyse commune pour l'action. Cadre de référence 2017-2020 pour la promotion de la santé sexuelle et la prévention du VIH et des autres IST chez les gays, bisexuels et autres HSH dans la Région de Bruxelles-Capitale, Bruxelles, Observatoire du sida et des sexualités (Université Saint-Louis). Le cadre de référence pour le public migrant est en cours de rédaction.

⁴ Plan national belge de lutte contre le VIH, 2014-2019. Plan élaboré sous l'autorité de la ministre des Affaires sociales et de la Santé publique L. Onkelinx.

⁵ Notamment l'avis de 2013 concernant les lignes directrices relatives à l'utilisation du préservatif par les partenaires VIH-sérodiscordants recevant un traitement antirétroviral (Avis n° 8902) et l'avis de 2015 concernant le dépistage décentralisé et démedicalisé du VIH en Belgique (Avis n° 9224).

⁶ Voir ONUSIDA, Accélérer la riposte pour mettre fin au sida, Stratégie générale 2016-2021.

⁷ ONUSIDA, 90-90-90: Une cible ambitieuse de traitement pour aider à mettre fin à l'épidémie du sida, 2014.

⁸ UNAIDS, Know your epidemic, know your response. Minimum Requirements for effective HIV prevention programming, Online Prevention Toolkit : <http://hivpreventiontoolkit.unaids.org>

⁹ Notamment ONUSIDA, Reduction of HIV-related stigma and discrimination, 2014 ou encore Lutter contre la stigmatisation et la discrimination liées au VIH – un élément essentiel des programmes nationaux de lutte contre le sida, 2009

¹⁰ Voir ONUSIDA, De la théorie à la pratique. Une participation accrue des personnes infectées ou affectées par le VIH/SIDA (GIPA), 1999, Collection Meilleures Pratiques

¹¹ ECDC, A comprehensive approach to HIV/STI prevention in the context of sexual health in the EU/EEA, 2013. WHO, Consolidated guidelines on the use of antiretroviral drugs for treating and preventing HIV infection : What's new ?, Policy brief, november 2015

¹² Prevention Access Campaign, Risk of Sexual Transmission of HIV from a Person Living with HIV who has an Undetectable Viral Load, « U=U », 07/03/2017 ou encore Consensus Statement on HIV "Treatment as Prevention" in Criminal Law Reform, 13/07/2017

2. Projet 1 : Prévenir les IST (dont le VIH et le VHC) pour la population générale, les jeunes adultes et les publics plus vulnérables

2.1. Action 1 : Organisation d'un premier accueil

Description de l'action

Objectif :

- Répondre aux demandes téléphoniques et courriels des partenaires et relais.
- Répondre aux demandes du public en termes d'information sur le VIH/IST/PVVIH par téléphone et par mail.
- Envoyer de la documentation, des brochures, des préservatifs et autres outils de prévention.
- Sensibiliser, informer et orienter sur les dépistages IST/VIH adéquats.
- Orienter les personnes vivant avec le VIH vers les structures de prise en charge (accueil physique, téléphone, ...)

Actions menées :

Un accueil (physique, téléphonique et via internet) est organisé, pour les publics cibles et les relais, afin de proposer une écoute des demandes dans la confidentialité, une diffusion d'informations, une mise à disposition de matériel de prévention et une orientation des personnes vers les réseaux existants.

Planning 2019

Activité menée en continue.

Résultats 2019

Les appels et demandes par mail ont été répertoriés à l'aide d'un questionnaire distribué à chaque travailleur amené à faire du premier accueil. Le questionnaire a été instauré en avril 2019. Pour les mails, nous avons pu retracer les mails antérieurs à cette date-là. Le chiffre total comptabilise donc les mails reçus depuis le début de l'année. Les appels peuvent être estimés en fonction de la moyenne d'appel reçu par mois.

Nombre d'appels et de mails en 2019

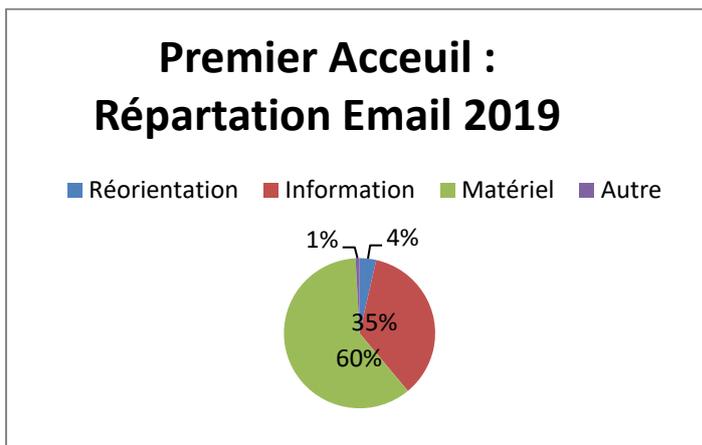
→ **Total 444 appels** (estimation corrigée 684)

→ **Total 2.251 mails**

Les mois les plus chargés sont octobre pour les mails et **octobre et novembre** pour les appels. Ce qui correspond à l'approche de la Journée Mondiale de Lutte contre le Sida. Les mois de juillet et août et de décembre sont des mois pendant lesquels il y a moins de demande.

Répartition catégorie :

→ **60% des mails** sont une **demande de matériel** (Préservatifs gratuits majoritairement).

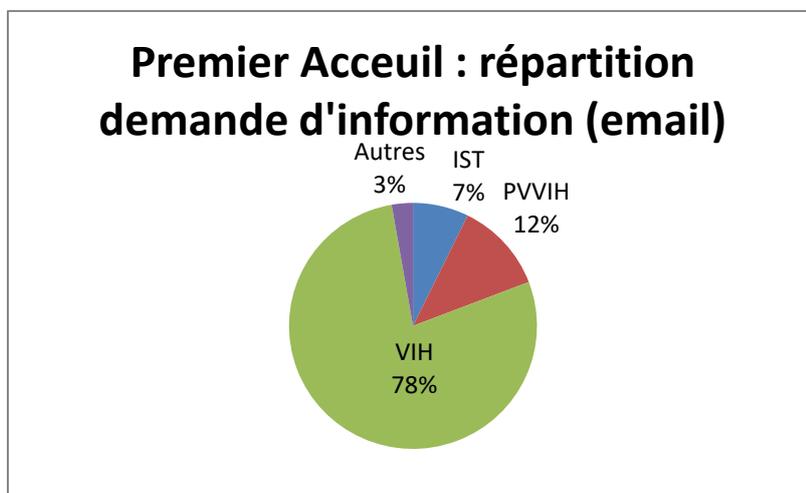


→ **56% des appels** sont relatifs à une **demande d'information** (surtout à propos du VIH).

→ Les réorientations concernent essentiellement les demandes de lieux de dépistage VIH/IST (mail + appel) et de prescription de la PrEP (appel).

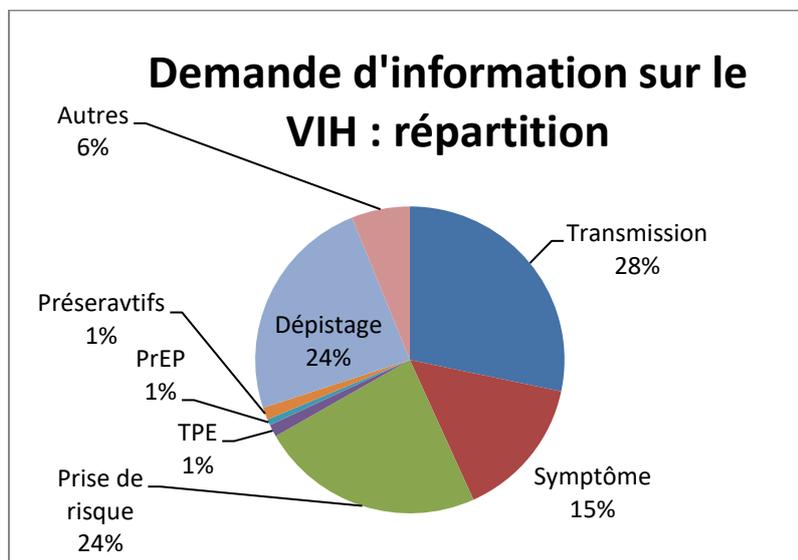
Répartition des demandes d'information :

→ Les demandes d'information regroupent majoritairement des **questions concernant le VIH**. C'est notamment **78% des mails** et **68% des appels** qui correspondent à cette catégorie.



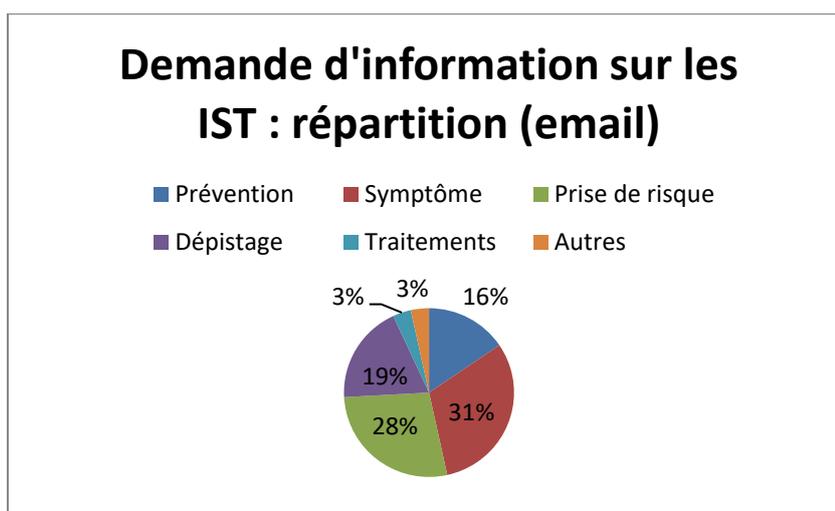
→ Parmi les questions relatives au VIH, ce sont les questions sur la **transmission du VIH** et les **prises de risque**, ainsi que sur **le dépistage** qui sont le plus représenté.

→ Certaines catégories évoluent en fonction de nos campagnes. En effet, les questions relatives à la PrEP, même si encore sous représentées, ont fortement évoluées suite à la mise en place de notre Projet PrEP et cela se ressent dans les chiffres.



→ Concernant les **IST**, ce sont souvent des questions sur les **différents symptômes**, les **prises de risque** qui sont posées.

→ Si beaucoup de question concerne majoritairement le VIH, nos travailleurs doivent souvent aussi répondre pour la prévention des IST. C'est le cas pour des demandes de prise de risque par exemple.

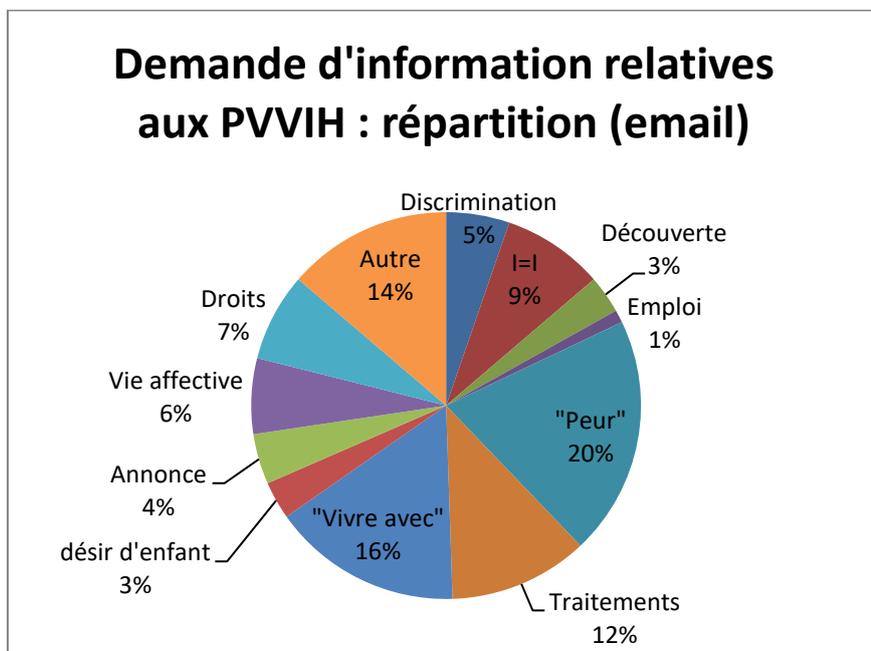


→ **20% des mails concernant une question relative aux PVVIH** sont relatives à des **peurs**. De type : « j'ai appris que quelqu'un vivait avec le VIH dans la collocation de mon fils, je suis inquiète »

→ Les catégories « **vivre avec** » et « **i=i** » ont évoluées au fil de nos campagnes. Cela montre un signe encourageant par rapport à la rétention de ce message, à savoir qu'il est possible de partager sa vie avec une personne vivant avec le VIH. Même si les personnes ont encore besoin d'être rassurées.

→ Les appels concernent plutôt les questions relatives au **traitement du VIH**.

Demande d'information relatives aux PVVIH : répartition (email)



→ L'analyse de ces chiffres nous semble intéressante pour suivre l'évolution de notre travail de premier accueil. Cela permet de repérer quels sont les préoccupations du public et d'une certaine façon de repérer l'impact de notre communication également.

→ Il s'agit de la première année du dispositif d'encodage, il devra être évalué et poursuivi au cours des années à venir pour pouvoir fournir des comparaisons encore plus poussées.

Concernant l'accueil de 1^{ère} ligne à destination des personnes vivant avec le VIH, celui-ci leurs permet de trouver une écoute, un soutien, une information, une réponse ou une piste de solution à leurs besoins. Il leurs permet également de découvrir les activités à destination des PVVIH proposées par notre service et de se retrouver entre pairs.

Les informations recueillies sont utilisées pour le développement d'actions et d'activités adaptées aux besoins des PVVIH, y compris la lutte contre les discriminations et l'auto-discrimination. La communication des centres de référence VIH sur les services offerts par les associations a tendance à s'améliorer. Il reste nécessaire que les professionnels des centres apportent aussi un complément d'informations à nos flyers, disponibles dans leurs locaux, pour une meilleure visibilité de nos services. Parmi les 15 nouvelles personnes reçues à l'accueil : 4 ont été envoyées par les centres de référence VIH (St-Luc et UZ Vub), 2 par le centre d'accueil pour demandeurs d'asile, 9 par d'autres services ou d'autres canaux d'informations (Médecins du Monde (1), site de la Plateforme (5), autres patients (3)).

| Nombre de personnes accueillies | Homme | Femmes | Lieu de Résidence | | Total |
|---------------------------------|-----------|-----------|-------------------|-----------|-----------|
| | | | Wallonie | Bruxelles | |
| Nouveaux | 9 | 6 | 2F | 7H | 15 |
| | | | 2H | 4F | |
| Anciens | 4 | 8 | 0 | 4H 8F | 12 |
| Total | 13 | 14 | 4 | 23 | 27 |

Signalement de discrimination

| Genre | Nombre (2) | Lieu de discrimination | Moyen de signalement | Situation |
|-------|------------|------------------------------------|----------------------|--------------------------------------|
| F | 1 | Société d'assurance | Par téléphone | Refus d'assurance |
| F | 1 | Sur les réseaux sociaux (Facebook) | Par téléphone | Harcèlement et dévoilement du statut |

Afin de lutter contre les discriminations, la PFPS encourage et invite les PVVIH à signaler les cas de discrimination vécue. Ces signalements permettent à la personne d'être soutenue et de recevoir les informations sur les démarches à entreprendre. Ils permettent également à notre service d'identifier les lieux de discrimination pour y effectuer des activités de sensibilisation. Nous constatons également que certaines personnes se renseignent avant de prendre un engagement quelconque pour éviter les surprises de refus d'assurance ou de surprime. Cette année, nous avons eu trois appels de cette nature.

2.2. Action 2 : Information, sensibilisation à la prévention combinée, à la promotion de la solidarité envers les PVVIH, via la réalisation d'outils et de campagnes adaptés aux publics cibles

Cette action a pris la forme des activités suivantes :

A/ Evaluation et relance de la campagne Indétectable = Intransmissible (été 2018/2019 et sa déclinaison du 1^{er} décembre 2018/19).

La déclaration de consensus I = I¹³, le Plan National Sida et les récentes études sur la charge virale sont les points de départ de la réflexion et permettent de dégager le message principal de la campagne à savoir qu'une charge virale indétectable rend le VIH intransmissible lors de relations sexuelles.

Il semble essentiel de communiquer ce message encore trop peu connu, à la population générale et à certains publics plus spécifiques, notamment les PVVIH, les HSH et les SAM, afin de faire reculer l'épidémie et les discriminations.

Le groupe d'experts a donc fixé les objectifs principaux de la campagne :

- d'informer sur les différentes stratégies de la prévention combinée : préservatif – dépistage – traitements ;
- et d'informer sur le concept de charge virale indétectable et son impact sur la transmission du VIH ;
- de souligner que l'exclusion des personnes vivant avec le VIH reste encore une réalité dans notre société et ce à tort, car si elles ont une charge virale indétectable, elles ne transmettent pas le VIH. Ainsi, ce message invite à porter un autre regard sur les PVVIH en informant le grand public sur le concept de I=I et de prévention combinée.

En 2018, la concertation (avec le comité d'experts et le groupe de travail) a permis de réaliser la campagne qui avait été lancée en juin 2018 et en novembre 2019.

En 2019, une évaluation a été initiée afin de mettre en avant les forces et les faiblesses de cette campagne et de sa diffusion afin de la réorienter pour sa relance en 2019, autant pour la campagne été que pour la campagne 1^{er} décembre.

¹³ <https://www.preventionaccess.org/consensus>

Méthodologie d'évaluation utilisée :

- Axe 1 : diffusion des outils de la campagne via les médias et les partenaires
-> rapports quantitatifs
- Axe 2 : diffusion, utilisation, compréhension, satisfaction auprès des professionnels, relais de la campagne (sauf pour la campagne de décembre)
-> questionnaire écrit
- Axe 3 : visibilité, appréciation, compréhension, impact auprès du grand public
-> questionnaire online + focus groups de post test

À la suite de cette évaluation, la campagne sur « i=i » a été relancée en juin 2019 pour le versant prévention et fin novembre 2019 pour le versant lutte contre l'exclusion des PVVIH. Il semblait en effet capital de promouvoir une seconde année le message i=i auprès du grand public vu la nouveauté et la complexité de celui-ci. Et ce d'autant plus que, début 2019, le CSS a revu de son avis concernant l'usage du préservatif en prévention de la transmission du VIH chez les couples sérodiscordants dont la personne infectée suit un traitement antirétroviral. Le CSS a déclaré que s'il existe une relation sexuelle entre deux partenaires VIH-sérodiscordants dont celui qui est séropositif :

- suit un traitement ART ayant amené à un statut de non-détection du virus (charge virale ≤ 50 copies virales/ml),
 - montre une adhésion complète à son traitement et au suivi médical (observance thérapeutique),
- le port du préservatif ne s'impose dès lors plus (par exemple dans le cadre d'un souhait de procréer, d'amélioration de la qualité de vie, d'épanouissement de la vie sexuelle et du bien-être du couple, etc.).

Présentation des outils

- La campagne été

Cette campagne comporte les outils suivants :

- 2 spots TV ;
- 1 spots radio ;
- 5 affiches ;
- 1 outil pédagogique ;
- **350.000 pochettes « préservatifs »** présentant 3 visuels différents : Plan Q, Plan coeur, un préservatif ;
- **1 outil pédagogique** qui a pour objectif de **permettre la discussion de groupe autour de la prévention du VIH** dans le contexte de la prévention combinée (préservatif, dépistage, traitement) et plus particulièrement à propos du concept « i=i ». Il s'adresse autant à des **animateurs** confirmés dans la prévention du VIH qu'à des **enseignants** moins habitués avec le sujet ;
- 2 brochures informatives : l'une à l'attention des personnes séropositives, l'autre à l'attention du tout public ;
- 9 banniers Internet ;
- Des jeux interactifs pour les animations en milieu festifs, scolaires et extra scolaires.

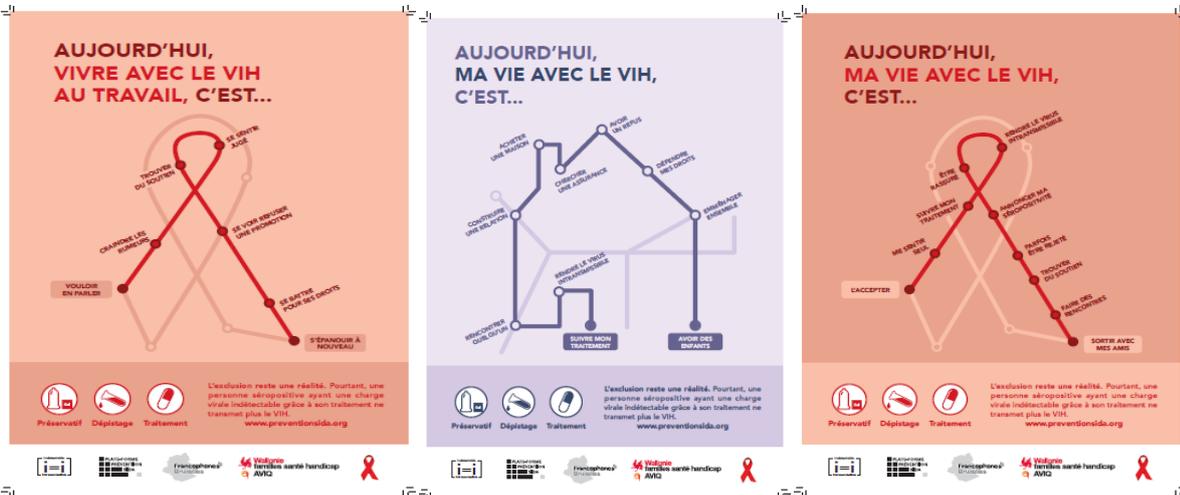




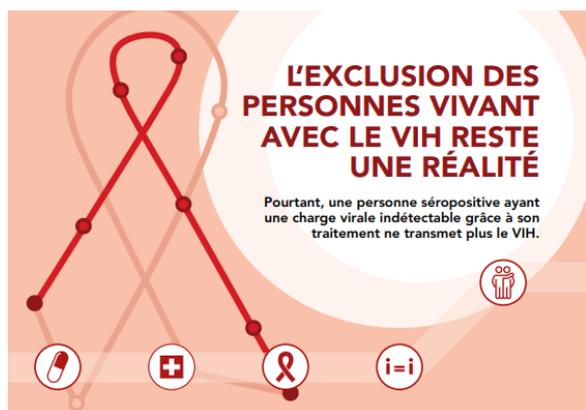
- **La campagne 1^{er} décembre**

Cette campagne comporte les outils suivants :

- ❖ **2 spots TV** pour évoquer des situations de rejets et de discrimination envers les PVVIH, dans la vie quotidienne. Chacun des deux spots présente une histoire différente : « **aujourd’hui, ma vie avec le VIH, c’est...** » et « **aujourd’hui, vivre avec le VIH au travail, c’est...** » ;
- ❖ **2 spots radio** présentant l’histoire « **aujourd’hui, ma vie avec le VIH, c’est...** » et l’histoire « **aujourd’hui, vivre avec le VIH au travail, c’est...** » ;
- ❖ **3 visuels existant en format affiche et carte postale** présentant chacun des images en forme de ruban rouge et en forme de maison ;



❖ 1 brochure informative ;



- ❖ 9 capsules vidéo, dont trois faites avec Ex aequo pour sensibiliser le public des hommes qui ont des relations sexuelles avec d'autres hommes, reprenant des témoignages de personnes vivant avec le VIH ainsi que de leur entourage. Une vidéo reprend le témoignage d'un médecin spécialiste du VIH. Ci-après, quelques exemples :



B/ Outils PrEP migrants

Objectifs :

- Favoriser l'accès, la visibilité, la compréhension et l'appropriation des informations concernant les différents outils de la prévention combinée au sein des publics migrants, afin de leur permettre de mieux prendre en charge leur santé.
- Augmenter la compréhension et l'appropriation des informations concernant l'utilisation de la PrEP pour ce public cible.
- Favoriser l'accès et l'utilisation correcte de la PrEP au sein de ce public.
- Assurer un lien entre les utilisateur/trices ou futurs utilisateur/trices de PrEP et le milieu médical et associatif.

Méthodologie :

- Mobilisation communautaire.
- Co-construction des outils.
- Méthodologie participative.

Public :

Les personnes d'origine afro-latino-caribéenne âgées de plus de 18 ans avec une attention particulière pour les sous publics plus spécifiques (HSH et femmes hétérosexuelles).

Actions menées :

- Un état des lieux sur la question de la PrEP auprès du public migrant.
- La réalisation avec le public d'outils d'information sur la PrEP : brochure, capsule vidéo, ...
- L'organisation de Café-PrEP.
- La mise en place d'un accompagnement communautaire PrEP.
- Journée de présentation des résultats et partage d'expériences sur l'accompagnement communautaire de la PrEP.

C/ Réalisation d'une campagne sur le Pappiloma Virus

Une nouvelle campagne d'information sur le HPV (Human Papilloma Virus).

Le HPV est plus fréquent qu'on ne le pense puisqu'environ 80% de la population sexuellement active est un jour confronté à une infection par le HPV. D'ailleurs, en Belgique, on estime qu'environ 700 cas de cancers du col de l'utérus sont diagnostiqués chaque année. Le HPV est contagieux et se transmettent par les relations sexuelles. Il peut avoir des conséquences graves et provoquer des cancers, des lésions précancéreuses et des verrues. Le préservatif lors des relations sexuelles permet de se protéger mais n'est malheureusement pas toujours efficaces à 100%.

C'est pourquoi il est conseillé de se faire vacciner. Le conseil supérieur de la santé recommande d'ailleurs depuis peu de vacciner les filles et les garçons de 13 et 14 ans. Il nous a donc semblé important d'informer à ce sujet.

D/ Outils à destination des PVVIH

- Mise à jour de la brochure « Vivre avec le VIH et le VHC » avec les professionnels et les PVVIH.

La réédition a démarré par une première réunion dont les objectifs furent de définir les informations essentielles à transmettre dans la brochure telles que « Indéetectable=Intransmissible », les nouveaux traitements, le vieillissement et l'hépatite C (VHC).

L'ancienne version de la brochure a ensuite été lue par les équipes de quatre Centres de référence VIH afin d'identifier les mises à jour nécessaires et de recueillir les avis concernant la place du VHC : Dr Anne Vincent, Annick Ameye, Maud Borremans, Nathalie Thiry (Clinique universitaire Saint-Luc) ; Dr Rémy Demeester, Elodie Goudeseune (CHU de Charleroi) ; Céline Van Hauwermeiren, Pascale Thiange, Pr Stéfane De Wit, Martine Gerlache (CHU Saint-Pierre) ; Chantal Joachim, Corinne Cabolet, Isabelle Hermans (CHU de Liège).

La chargée de projet a ensuite compilé les commentaires et établit une nouvelle table des matières. Puis elle a répartie la rédaction des différents chapitres auprès des différents experts des Centres de référence VIH et des travailleurs de la Plateforme Prévention Sida.

- Création d'une brochure sur « Indéetectable = Intransmissible » par et pour la PVVIH.

E/ Actualisation, réimpression et diffusion des outils permanents à l'attention des jeunes et de la population générale (sur le VIH, les IST, les pochettes de préservatifs, le dépistage, la lutte contre les discriminations, les outils d'animation et pédagogiques, les outils en différentes langues, l'application Lord of condoms).

F/ Actualisation, réimpression et diffusion des outils permanents à l'attention des migrants (sur le VIH, les IST, les pochettes de préservatifs, le dépistage, les outils en différentes langues).

G/ Les sites internet et les réseaux sociaux : création d'un tout nouveau site de la Plate-Forme Prévention Sida : www.preventionsida.org et www.preventionist.org ainsi que le compte Facebook et Instagram.

H/ Réflexion préparatoire sur une nouvelle campagne de prévention sur les IST

Dans le cadre de son financement public, la Plateforme Prévention Sida (PPS) a pour mission de « prévenir les IST pour la population générale, les jeunes et les publics vulnérable ». C'est ainsi, que la PPS lance chaque été une campagne de prévention à l'attention des jeunes et/ou du grand public. Pour l'été 2020, la PPS a choisi de cibler les IST de manière générale pour ce projet. En effet, le plan national VIH souligne l'importance de renforcer la diffusion d'informations sur les autres IST. De plus, les données épidémiologiques montrent une augmentation des principales IST en Belgique. Par ailleurs, différentes enquêtes ont mis en évidence un manque d'informations sur les IST, une utilisation insuffisante du préservatif, un nombre insuffisant de recours au dépistage des IST. Enfin, certains publics présentent des vulnérabilités particulières par rapport aux IST : les jeunes qui multiplient les partenaires, les adultes en situation de rupture, les personnes d'origine étrangère qui ont souvent un accès tardif au dépistage ainsi qu'un accès difficile aux soins et les HSH fortement touchés par le VIH sont davantage sujet à être infectés par d'autres IST.

I/ Un challenge « Zéro discrimination »

J/ Sensibilisation dans la presse et les médias

1. Planning

A/ L'évaluation de la campagne I=I et sa relance pour l'été et la Journée Mondiale du Sida

Le planning a été respecté dans tous les cas :

Pour l'évaluation de la campagne été :

- Décembre 2018 et janvier / février 2019 : récolte des données pour les 3 axes
- Février / mars 2019 : rédaction du rapport d'évaluation et présentation des résultats aux partenaires du secteur (le 19/03/2019)

Pour la relance de la campagne été

- Avril / Mai 2019 : préparation du lancement de la campagne
- Juin 2019 : lancement de la campagne (réalisé le 17/06/2019)

Pour l'évaluation de la campagne 1^{er} décembre

- Mai / Juin 2019 : récolte des données : diffusion visibilité, focus groupes, questionnaire online
- Juillet 2019 : rédaction du rapport d'évaluation

Pour la relance de la campagne 1^{er} décembre

- Octobre / Novembre 2019 : préparation du lancement de la campagne

B/ Les outils PrEP

Le planning initial a été bien respecté et a permis de remplir les objectifs de l'action.

| | |
|-------------|---|
| 6-7/05/2019 | Rencontre de l'association Prepster de Londres |
| 22/05/2019 | Café PrEP (PPS) |
| 03/06/2019 | GT communication HSH |
| 18/09/2019 | Café PrEP (Alias) |
| 09/10/2019 | GT communication HSH |
| 26/10/2019 | Goûter PrEP (Femmes Maliennes) |
| 20/11/2019 | Formation relais communautaire |
| 23/11/2019 | Formation relais communautaire |
| 20/01/2020 | Journée de présentation des résultats et partage d'expériences sur l'accompagnement communautaire de la PrEP. |

A cela s'ajoute trois séances de tournage des vidéos et une séance de shooting pour les photos de la campagne.

C/ La campagne HPV

Le planning de création de la campagne a été le suivant :

- Février : 1^{ère} réunion du groupe de réflexion : présentation du projet, de la méthodologie et premières réflexions sur le message de la campagne, échanges et discussion ;
- Mars : rédaction d'une première ébauche de texte, en concertation avec des médecins spécialistes de l'HPV ;
- Avril : 2^{ème} réunion du groupe de travail et discussion sur le texte ;
- Mai : création de pistes graphistes ;
- Juin : 3^{ème} réunion du groupe : accord sur les pistes graphiques, le contenu et la stratégie de communication ;
- Juillet / août : tournage des clips de témoignages, finalisation graphique, impression ;
- Septembre : lancement de la campagne, contact avec nos partenaires pour la diffusion des brochures/affiches/quizz et des capsules vidéos via instagram et facebook.

D/ Outils à destination des PVVIH : vivre avec le VIH

2018

25 octobre : focus group au Centre de référence VIH de la Clinique Universitaire Saint-Luc

6 décembre : focus group au Centre de référence VIH du CHU de Charleroi

19 décembre : focus group au Centre de référence VIH du CHU Saint-Pierre

20 décembre : focus group au Centre de référence VIH du CHU de Liège

2019

Février / Mars : rédaction des textes

Avril / Mai : relecture des textes et validation par les experts

Juin : correction des textes et mise en page word

Juillet / Aout : récolte des témoignages

Les phases de mise en page et d'impression ont été reportées à 2020 en raison d'un planning de fin d'année trop chargé.

E/ Les outils jeunes et population générale : les activités se réalisent ici en continu, en fonction des besoins et des possibilités budgétaires.

F/ Les outils migrants : les activités se réalisent ici en continu, en fonction des besoins et des possibilités budgétaires.

G/ Les sites internet et les réseaux sociaux : en continu, et en fonction de l'actualité, le lancement des campagnes et des projets.

Un nouveau site www.preventionsida a été créé en 2019, avec une nouvelle ligne graphique et un nouveau logo.

Début 2019, la PPS possède 4 sites internet :

WWW.PREVENTIONSIDA.ORG, le site principal de l'association régulièrement mis à jour par nos soins.

WWW.LES-BONS-REFLEXES.ORG, créé dans le cadre de la campagne « Préservatif. Dépistage. Traitement. Les bons réflexes pour se protéger du VIH et des IST », il informe sur la prévention combinée du VIH.

WWW.PREVENTIONIST.ORG, créé dans le cadre d'une campagne de sensibilisation sur les IST.

WWW.ZERO-DISCRIMINATION.BE, un site-action créé à l'occasion de la Journée Mondiale du Sida.

A ce moment, elle décide de réaliser la refonte de ses sites Internet pour diverses raisons.

- Notre site principal www.preventionsida.org ne reflète plus complètement l'étendue du travail et de l'offre réalisés par la Plateforme Prévention Sida et ce particulièrement suite à la fusion avec Sid'aids Migrants. Il y a donc une volonté de donner davantage de visibilité à l'ensemble de notre travail et notamment celui effectué à l'attention du public migrant.
- Nous pensons qu'il serait plus efficace d'avoir différents sites internet en fonction de nos publics clés et non en fonction des thématiques ou campagnes uniquement comme c'est le cas actuellement.
- Notre site www.preventionsida.org n'est pas très bien adapté aux supports mobiles, or nous avons constaté qu'une majorité des visites d'internautes se font depuis un mobile ou une tablette.
- Après de nombreux ajouts et mises à jour, notre site www.preventionsida.org s'est complexifié. Il comporte en effet beaucoup d'informations réparties sur un grand nombre de pages web, ce qui peut avoir pour conséquence que la navigation n'est pas très instinctive et qu'il peut parfois être laborieux pour le visiteur de trouver l'information recherchée.
- Certains de nos sites ne sont plus tout à fait au goût du jour et nous souhaitons donc les moderniser afin qu'ils soient plus dans l'air du temps.

La PPS décide alors que seul le site-action www.zero-discrimination.be sera destiné à perdurer pour la Journée Mondiale de Lutte contre le Sida suivante. Les 3 autres sites disparaîtront dans l'année à venir.

Afin de remplacer ces 3 sites, la Plate-Forme Prévention Sida souhaite créer **3 nouveaux sites en fonction des différents publics visés** :

- Un site pour le grand public et les professionnels qui travaillent la question des IST/VIH avec le grand public qui est créé en 2019.
- Un site pour les personnes migrantes et les professionnels qui travaillent la question des IST/VIH avec les personnes migrantes qui sera créé en 2020.
- Un site pour les personnes vivant avec le VIH et les professionnels qui travaillent avec les personnes vivant avec le VIH qui sera créé en 2020/2021.

La Plate-Forme Prévention Sida souhaite également profiter de ce projet pour s'offrir **un nouveau logo** montrant le nouveau visage de la PPS.

H/ Nouvelle campagne IST

19/06 : Comité d'experts : développement du cadre de travail pour la campagne

10/09 : Groupe de travail 1 : présentation et réflexion autour du cadre de travail

16/09 : Lancement d'un appel d'offre auprès d'agences de communication

08/10 : Groupe de travail 2 : choix d'une agence de communication sur base de l'appel d'offre

Octobre/novembre/décembre : développement du concept de communication et de pistes graphiques avec le groupe de travail et l'agence de communication et préparation de focus groups de pré tests de la campagne pour janvier.

2. Résultats attendus

A.1// Evaluation de la campagne I=I version Été

1. Résultat de la diffusion des outils de la campagne via les médias et les partenaires

- Les spots TV / radio ont bénéficié d'une très bonne visibilité
 - Spot radio : 1.224 passages (TV nationales) + min 900 passages (TV locales)
 - Spots TV : 672 passages (radios nationales) + 924 passages (radios locales)
+ 373.716 impressions sur Facebook et Instagram.
- Bonne 1^{ère} diffusion de la campagne (spots TV et 5 visuels) sur les réseaux sociaux
 - Portée : 693.991 personnes
 - Impressions : 2.273.016 dont 83,5% pour les diaporamas avec les visuels de la campagne
 - 3.834 clics sur le lien menant à la page internet de la PPS.
- Diffusion sur YouTube et Soundcloud
 - Plus de 2.400 vues des 2 spots TV sur YouTube
 - 349 écoutes du spot radio via Soundcloud.
- Diffusion des 5 visuels
 - 1.500 affiches A3 et 70.000 cartes via Boomerang
 - Environ 11 parutions dans des magazines grand public
 - Plus de 640 diffusions journalières sur des écrans d'hôpitaux
 - Diffusion sur plusieurs écrans de Bruxelles-Les-Bains.

- Très bonne diffusion via les partenaires

Le matériel a été, fortement (de 90 à 97%) écoulé pour la majorité des outils, excepté pour les affiches.

| Outils | Nombre imprimés | Nombre diffusés | Pourcentage diffusé |
|---|-----------------|-----------------|---------------------|
| 5 affiches | 8.000 | 4.325 | 54% |
| Brochures « la prévention combinée » à l'attention du grand public | 30.000 | 27.000 | 90% |
| Brochure « Indétectable = Intransmissible » à l'attention des PVVIH | 5.000 | 4.750 | 95% |
| Pochettes préservatifs | 350.000 | 335.000 | 96% |
| Guide pédagogique | 800 | 780 | 97,5% |

2. Résultat de l'évaluation de la visibilité, de l'utilisation, de l'appréciation et de la compréhension auprès des relais (partenaires)

- 22 relais avec une majorité (10) de centres de planning familial ont répondu au questionnaire écrit et 9 points-relais sida en région namuroise ont participé à un focus group ;
- Campagne satisfaisante, complète avec des supports variés ;
- La forme de la campagne est fortement appréciée ;
- Graphisme considéré comme moderne, accrocheur et interpellant ;
- La quantité de texte peut limiter la compréhension pour certains publics ;
- Le message « I=I » est estimé important à relayer ;
- Slogan clair et facile à lire ;
- Outils les plus utilisés : préservatifs et affiches, suivis de la brochure grand public; principalement dans des salles d'attente ou lors d'actions de terrain ;
- Visuels « plus osés » moins adaptés à tous les lieux de diffusion ;
- Message globalement connu par les relais ;
- Message compliqué et ambigu pour certains publics risquant de banaliser le VIH/sida et de déforcer les messages de promotion du préservatif ;
- Nécessité d'expliquer en profondeur le concept ;
- Nécessité de rappeler l'importance du préservatif dans le contexte du traitement comme moyen de prévention.

3. Résultat de l'évaluation de la visibilité, de l'appréciation, de la compréhension et de l'impact auprès du grand public

- 119 personnes aux profils variés ont répondu au questionnaire online et 59 personnes ont participé à des focus groups ;
- Visibilité :
 - la campagne a été vue par un grand nombre des répondants au questionnaire ;
 - les spots TV / radio et les 5 visuels sont les outils les plus vus.
- Satisfaction :
 - globalement la campagne plaît ;
 - le graphisme est jugé comme moderne, original avec un ton adéquat ;
 - le caractère sexuel est jugé peu choquant, mais varie en fonction de l'utilisation ;
 - quelques remarques sur la lisibilité (textes nombreux).
- Compréhension et réceptivité :
 - message globalement compris, mais, néanmoins beaucoup de confusion avec la multiplicité des messages ;
 - « i=i » n'est pas envisagé comme moyen de prévention; le slogan est plus perçu comme message de solidarité envers les PVVIH ;
 - le préservatif est toujours perçu par plus de la moitié des répondants comme l'unique moyen de se protéger ;

- message nouveau demandant du temps pour être intégré par tous ;
- PVVIH et HSH se sentent plus concernés et donc plus réceptifs.
- Impact :
 - 70% des répondants disent avoir appris de nouvelles informations ;
 - impacts plus importants au niveau de la lutte contre la discrimination envers les PVVIH ;
 - opportunité pour les PVVIH au niveau de leur vie affective et sexuelle.

4. Conclusions

- Points forts :
 - la nouveauté du message ;
 - l'originalité de la forme ;
 - l'impact sur les discriminations envers les PVVIH ;
 - la couverture média.
- Points faibles :
 - la lisibilité ;
 - la confusion des messages ;
 - l'atteinte des objectifs de prévention ;
 - peur de la banalisation du VIH et du préservatif.

A.2// Relance de la campagne I=I version été

Les résultats attendus ont bien sûr été atteints :

1. Des nouveaux outils

- Une nouvelle brochure explicative de « i=i » s'adressant spécifiquement aux PVVIH d'origine étrangère a été co-construite avec un groupe de personnes représentant ce public et imprimée et diffusée à raison de 5.000 exemplaires.
- Deux nouvelles affiches pédagogiques sur « i=i », imprimées chacune à 250 exemplaires, ont également été produites pour accompagner cette brochure.
- Un 2^{ème} spot radio avec l'accroche « aujourd'hui faire des rencontres, c'est... » a été diffusé en 2019.

2. Réédition et diffusion des outils existants

- **35.000 brochures** en deux versions (pour le grand public et pour les PVVIH) diffusés via les partenaires et la Plateforme directement.
- **2 spots TV et radios** : chacun des deux spots présente une histoire différente : « aujourd'hui, faire des rencontres, c'est... » et « aujourd'hui, vivre avec le VIH, c'est... ».

Les spots Tv ont été diffusés **420 fois** sur les chaînes nationales ainsi qu'au minimum par 2 Tv locales. Ils ont également été diffusés sur Facebook et Instagram avec **2.319.670 impressions** (nombre d'apparitions des spots à l'écran) et une portée de **925.060 personnes** qui ont vu les spots au moins une fois. Enfin les spots ont été diffusés via les réseaux Médiawind (écrans dans les hôpitaux) et Idklic (écrans dans les pharmacies).

Les 2 spots radio ont été diffusés **252 fois** sur les chaînes nationales ainsi qu'au minimum par 10 radios locales.
- 5 visuels existant en format affiches présentant chacun des images en lien avec l'amour et la sexualité ont été diffusés via les partenaires et la Plate-Forme directement.

De plus, **1.750 affiches A3** et **740 affiches A2** mises sous cadre et **70.000 cartes** postales ont été diffusées dans les restos, bars, cinémas, etc... en Wallonie et à Bruxelles, via les réseaux Face to Face et Boomerang. Environ 6 magazines ont inséré gratuitement un visuel de la campagne.

Les cinq visuels ont également été diffusés via les réseaux sociaux Facebook et Instagram sous forme d'un diaporama et ont permis de toucher **1.049.653 personnes** grâce à **2.830.396 impressions** à l'écran.
- **395.000 pochettes « préservatifs »** présentant 3 visuels différents : Plan Q, Plan cœur, un préservatif ont été distribuées.
- **800 exemplaires du guide pédagogique** qui a pour objectif de **permettre la discussion de groupe autour de la prévention du VIH** dans le contexte de la prévention combinée (préservatif, dépistage, traitement) et plus particulièrement à propos du concept « i=i ». Il s'adresse autant à des **animateurs** confirmés dans la prévention du VIH qu'à des **enseignants** moins habitués avec le sujet.
- 9 banners Internet, déclinaisons des visuels affiches diffusés via les sites de nos partenaires et de certains médias (Fun radio, Mint radio, radio Contact, Bel RTL, DH, Tv Com, ...)

A.3// Evaluation de la campagne I=I version 1^{er} décembre

- Les 2 spots TV ont été diffusés 599 fois sur les 6 principales chaînes TV entre le 26/11/2018 et le 30/06/2019

Malheureusement, cette année, les minutes gratuites offertes via la Commission audiovisuelle étaient fortement réduites pour la campagne du 1^{er} décembre.

Grâce au soutien de la télévision locale Bruxelloise **BX1**, le spot TV a pu être diffusé 72 fois entre le **22/11 au 30/12**.

- Le spot radio a été diffusé 1.053 fois sur 12 radios entre le 26/11/2018 et le 07/07/2019

Les deux spots radio ont été diffusés sur plusieurs radios locales. Nous ne disposons pas des données exactes mais nous savons que les deux spots radio ont été diffusés sur les chaînes de radio « **Antipode** », « **Sud Radio** », « **CHARLEKING RADIO** » et « **7FM** ».

Par ailleurs, la station radio « **Gold FM** » a diffusé **80 fois** les spots radio entre le 22/11/2018 et le 01/12/2018.

Enfin, la RTBF a accordé une interview consacrée à la nouvelle campagne de sensibilisation du VIH dans le cadre du 1^{er} décembre.

LES VISUELS DE LA CAMPAGNE QUI ONT ÉTÉ DIFFUSÉS

Dans le réseau Face2face : 1.500 **affiches A3** mises sous cadre dans les restos, bars, cinémas, etc..., en Wallonie et à Bruxelles entre le 30/11/2018 et le 30/01/2019.

Dans le réseau **cartes postales Boomerang** : 70.000 cartes diffusées en Wallonie et à Bruxelles entre le 21/11/2018 et le 10/12/2018.

Dans le réseau Oxygen : 750 **affiches A2** mises sous cadre dans des vestiaires de salles de fitness, wellness, hockey, tennis, etc..., en Wallonie et à Bruxelles entre le 15/11/2018 et le 28/11/2018.

Plusieurs journaux, comme Le Soir, ont publié des articles concernant la campagne du 1^{er} décembre.

Aussi, les magazines « Top Santé », « Ciné Télé Revue » et « Télé Star » ont consacré une page entière aux visuels dans leurs éditions.

Le réseau Mediawind permet la diffusion de matériel de prévention **sur des écrans dans des centres hospitaliers**. Via une plateforme online, nous mettons notre matériel de communication à disposition de ces centres qui décident de les diffuser ou non. Pour cette campagne, nous avons mis à disposition les 2 spots TV en format horizontal ainsi qu'en format vertical.

Les visuels ont été aussi diffusés via internet

Un budget de 5.300,00€ a été injecté pour les 2 réseaux sociaux (Facebook et Instagram) afin de diffuser :

- Un diaporama basé sur les visuels de la campagne ;
- Les deux spots adaptés en format carré ;
- Les capsules vidéo témoignages.

Cela nous a permis d'atteindre une portée de 525.053 personnes (la portée est le nombre de personnes qui ont vu les publicités au moins une fois ; la portée est différente des impressions qui, elles, peuvent inclure plusieurs visionnages des publicités par une même personne). Nous avons obtenu 2.464.799 impressions pour l'ensemble des publicités. En moyenne, 30,23% des vidéos/diaporama diffusés sont regardés par le public. Cette info nous conforte dans l'idée qu'il faut adapter les outils de la campagne de sorte que le message principal apparaisse dans les premières secondes de la publicité.

Le support qui a eu le plus de succès sur les deux réseaux sociaux est le diaporama de la campagne. Il a totalisé 1.174.617 impressions, ce qui représente 47,60% de l'ensemble des impressions des post sponsorisés créés pour cette campagne. Cela est probablement dû au caractère très visuel et dynamique du diaporama.

Enfin, les publicités sponsorisées sur Facebook et Instagram ont généré 4.103 clics sur un lien menant à la page du site internet de la Plate-Forme Prévention Sida qui explicitait plus largement le message de la campagne.

Les visuels ont été aussi diffusés via les partenaires

| Outils | Nbre imprimés | Nbre diffusés | % diffusé |
|--|---------------|---------------|-----------|
| Les 3 affiches | 2.400 | 1.035 | 43% |
| La brochure « l'exclusion reste une réalité » | 10.000 | 9.520 | 95% |

Au niveau du feed-back du public cible :

- 58 personnes ont répondu au questionnaire online : globalement, les participants apprécient la campagne, estiment qu'elle leur a appris de nouvelles informations, et qu'elle pourrait les inciter à faire des choses après l'avoir vu (aller sur le site, rechercher des informations, ...)
- 39 personnes ont participé à un focus groupe : la grande majorité des répondants (76,90% pour le 1^{er} spot et 79,40% pour le deuxième) ont déclaré avoir tout à fait compris le message et le slogan. De manière globale les spots et les affiches sont appréciés des répondants. La majorité des répondants aime le message, le slogan et les visuels de la campagne même si certains trouvent le slogan trop long et regrettent le côté « moins humain » de la campagne.

Les rapports complets des évaluations sur trouvent à la Plateforme.

A.4// Relance de la campagne I=I version 1^{er} décembre

La campagne a bien été relancée, sans modification par rapport à l'année précédente.

B/ Les outils PrEP

Café et goûter PrEP

| | | | | | |
|---------------------|---------------|--------|------------------------------------|------------------------|--------------------------|
| Café PrEP 1 | 10 personnes | HSH | Majoritairement Afrique centrale | 3 utilisateurs de PrEP | Mixte (âge et situation) |
| Café PrEP 2 | 6 personnes * | HSH | Majoritairement Afrique centrale | 2 utilisateurs de PrEP | Mixte (âge et situation) |
| Goûter PrEP1 | 10 personnes | Femmes | Majoritairement Afrique de l'ouest | 0 utilisatrice de PrEP | Mixte (âge et situation) |

*(pas de travailleurs du sexe mobilisés au final)

→ Les questions le plus fréquemment posé sont : le prix, les interactions, l'efficacité, l'accès et la situation dans les pays d'origine.

→ Les discussions ont également mis en avant l'importance de démontrer l'impact positif de PrEP sur la vie sexuelle des utilisateurs et de lutter contre les stigmatisations à l'encontre des utilisateurs de PrEP (considéré par certains comme des personnes ayant une vie sexuelle « désordonnée »).

Deux autres cafés et goûter PrEP sont prévu à Charleroi et Liège avec les associations régionales de prévention pour 2020.

Groupe de Travail communication

| | | | | |
|---------------------------|-------------|-----|----------------------------------|------------------------|
| GT communication 1 | 8 personnes | HSH | Majoritairement Afrique centrale | 1 utilisateur de PrEP |
| GT communication 2 | 7 personnes | HSH | Majoritairement Afrique centrale | 2 utilisateurs de PrEP |

Les groupes de travail ont permis de co-créeer avec le public la campagne « **On est PrEP et vous ?** », de choisir les supports adéquats, les contenus, les slogans et accroches, ainsi que de réfléchir avec eux à la diffusion.

La volonté des participants était de mettre en avant le coté novateur de la PrEP, son efficacité, son accessibilité et le fait que c'était sans danger.

Le choix des messages c'est donc porté sur :

→ **La PrEP, une nouvelle méthode de prévention du VIH**

→ **Efficace – Remboursée – Avec suivi médical**

→ **Affiche : une affiche** a été réalisée pour être diffusée dans le milieu gay et plus particulièrement **gay afro-latino-caribéen** pour promouvoir la PrEP. La volonté des participants qui ont eux-mêmes posés pour l'affiche était également de visibiliser la communauté LGBT Afro-latino-caribéenne.



→ **Flyers : 2 flyers** ont été produits : un à destination des **HSH** et l'autre des **femmes**. Ces publics ont été choisis comme prioritaires pour notre communication et font l'objet d'une communication séparées vue les différences de schémas de prise de la PrEP pour ces public et la différence de niveau de connaissance par rapport à la PrEP.



→ **Vidéo : 3 capsules vidéos** « La PrEP, on en parle ! » ont été réalisées : deux témoignages d'utilisateurs et une d'information générales avec le Docteur Agnès Libois. Les témoignages insistent sur les bénéfices qu'a apportés la PrEP dans la vie sexuelle et affective des utilisateurs.



Relais communautaires

4 personnes se sont montrées intéressées par le travail de relais communautaire. Malheureusement seulement 2 d'entre eux ont pu suivre la formation. Elle devra être repensée pour pouvoir correspondre à plus de monde. Les personnes qui ont montré leur intérêt ont déjà participé massivement à la diffusion des outils de la campagne et sont investis dans les activités. D'autre encore, partagent leur expérience pour encourager leur entourage à prendre la PrEP.

Le Docteur Sheila Cattell de la S Clinic joue le rôle de lien entre les relais et le monde médicale. Ils peuvent lui envoyer leurs questions et voir avec elle pour des consultations PrEP pour les personnes qu'ils sensibilisent.

Communications et outils

- **Vidéos** : nombre de vue sur Youtube
 - Vidéo docteur : **110 vue** en 2 mois
 - Vidéo témoignage 1 : **113 vues** en 2 mois
 - Vidéo témoignage 2 : **171 vues** en 2 mois
- **Facebook et Instagram** : les vidéos ont été boostée sur les réseaux Facebook et Instagram à l'aide d'un petit teaser de quelque minute résumant les contenus et encourageant les internautes à se rendre sur le lien Youtube des vidéos ou sur notre site. Les relais ont également partagé les vidéo et les outils sur leur Facebook privé.
 - Chiffres cumulés des 2 vidéos :
 - Couverture (nombre de personnes différentes qui ont vu une des 2 pubs au moins une fois) : **12.588**
 - Impressions (nombre de fois où la publicité est apparue sur un écran) : **22.592**
 - Nombre de personnes qui ont cliqué sur le lien de la pub : **158**
 - Chiffres pour la capsule vidéo « Agnès » :
 - Couverture (nombre de personnes différentes qui ont vu la pub au moins une fois) : **7.226**
 - Impressions (nombre de fois où la publicité est apparue sur un écran) : **11.870**
 - Nombre de personnes qui ont cliqué sur le lien de la pub : **101**
 - Chiffres pour la capsule vidéo « Raphaël & Gaël » :
 - Couverture (nombre de personnes différentes qui ont vu la pub au moins une fois) : **6.702**
 - Impressions (nombre de fois où la publicité est apparue sur un écran) : **10.722**
 - Nombre de personnes qui ont cliqué sur le lien de la pub : **57**
- **Grindr** : une version GIF de l'affiche a été réalisée pour le site de rencontre Grindr
- **Site web** : des pages du site ont été créés pour parler du projet PrEP et mettre en avant les outils de la campagne.

| Page | Pages vues | Vues uniques | Temps moyen passé sur la page | Entrées | Taux de rebond | Sorties (en %) |
|--|------------------|------------------|-------------------------------|------------------|----------------|----------------|
| /fr/ressources/la-prep-une-nouvelle-methode-de-prevention-du-vih-une-campagne-participative-a-lattention-du-public-afro-latino-caribeen/ | 2.764 (0,89%) | 2.491 (0,98%) | 00:04:02 | 2.416 (1,22%) | 90,81% | 87,63% |

Pages vues : il s'agit du nombre total de pages consultées. Les visites répétées d'un internaute sur une même page sont prises en compte.

Vues uniques : le nombre de pages vues uniques correspond au nombre de sessions lors desquelles la où les pages spécifiées ont été consultées au moins une fois. Une page vue unique est comptabilisée pour chaque combinaison URL de la page + titre de la page.

Temps moyen passé sur la page : temps moyen passé par les visiteurs à consulter une page ou un écran donné, ou un ensemble de pages ou d'écrans.

Entrées : il s'agit du nombre de fois où les visiteurs sont arrivés sur notre site via une page ou un ensemble de pages spécifié.

Taux de rebond : pourcentage de sessions avec consultation d'une seule page de notre site au cours desquelles aucune interaction n'a été enregistrée. Une session avec rebond dure zéro seconde.

Sorties (en pourcentage) : il s'agit du pourcentage de sorties du site ayant eu lieu sur une page ou un ensemble de pages spécifié.

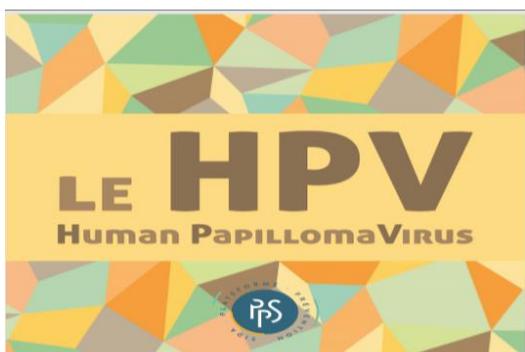
Valeur de la page : il s'agit de la valeur moyenne de cette page ou d'un groupe de page.

- **Affiches et flyers** : 100 affiches et 600 flyers (400 HSH et 200 femmes) ont été imprimés. Une grande partie a été distribuée par les relais et affichée par eux dans les lieux de vie de la communauté LGBT afro-latino-caribéenne.

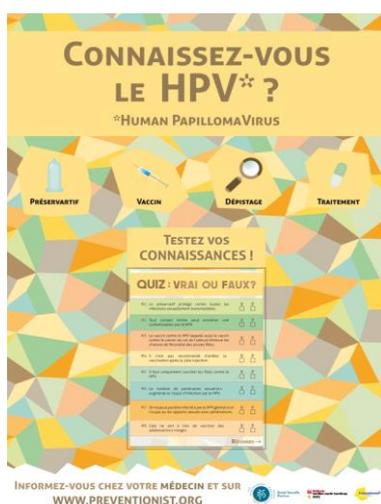
C/ La campagne HPV

Il a été produit les outils suivants :

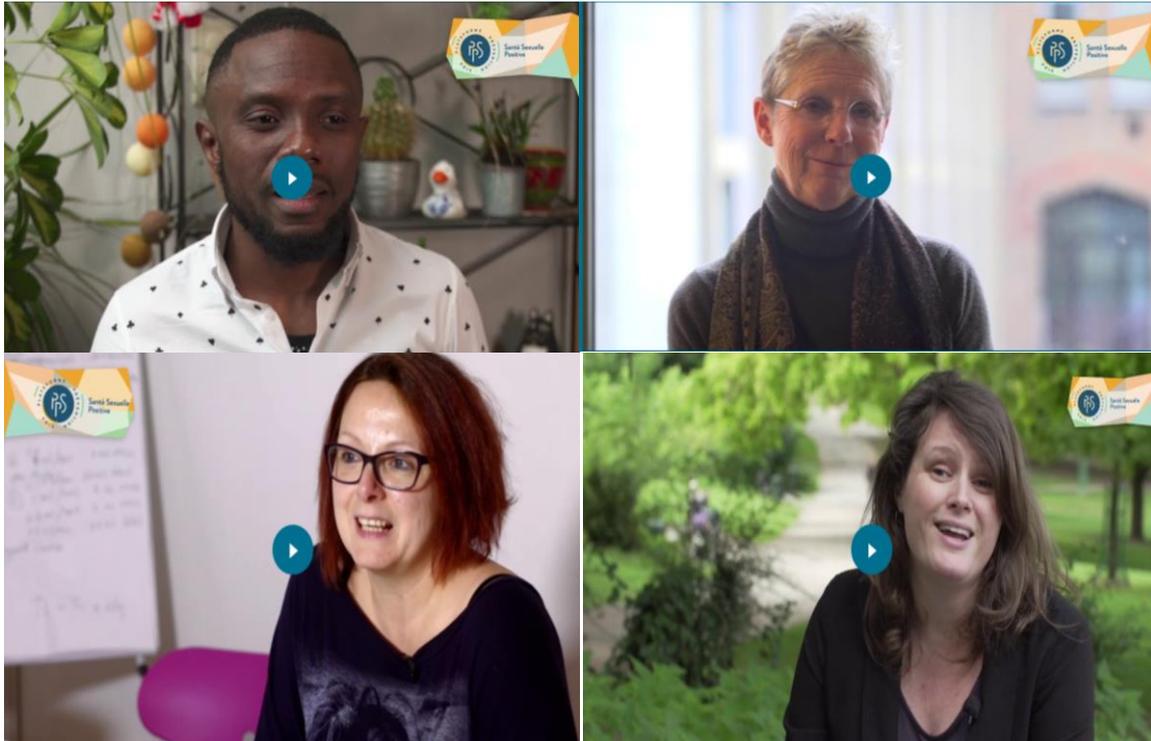
- 15.000 brochures d'informations sur le HPV : 7.500 ont été diffusées à ce stade



- 500 affiches et 25.000 quizz : 300 affiches et 15.000 quizz ont été diffusés



- 4 vidéos de témoignages de personnes concernées, dont un garçon



- Une vidéo d'un médecin spécialiste du HPV



Un boost Facebook et Instagram de la vidéo teaser des témoignages sur le HPV a été réalisé avec un budget de 750,00 euros, du 9/09 au 30/09/2019.

Couverture = 105.437

Le nombre de personnes qui ont vu la publicité au moins une fois. La couverture est différente des impressions qui, elles, peuvent inclure plusieurs visionnages de vos publicités par une même personne.

Impression = 579.806

Le nombre de fois où les publicités sont apparues à l'écran.

Clics = 664

Le nombre de clics sur les pubs. Cet indicateur comptabilise plusieurs types de clics sur la publicité, notamment certains types d'interactions avec le contenu publicitaire, des liens vers d'autres destinations et des liens vers des expériences publicitaires étendues.

Il comprend :

- les clics sur des liens ;
- les clics vers la photo de profil ou le profil de la Page professionnelle associée ;
- les réactions aux publications (telles que les mentions J'aime ou J'adore) ;
- les commentaires ou les partages ;
- les clics pour développer des contenus multimédias (tels que des photos) en plein écran ;
- les clics pour effectuer des actions identifiées comme l'objectif de votre campagne (telles qu'aimer votre Page pour une campagne d'interaction avec la Page).

Pourcentage de la vidéo regardé : 81,32%

Le pourcentage moyen de la vidéo que les personnes ont lu.

Donc la **Durée de lecture moyenne de la vidéo = 17 secondes (la vidéo fait 21 sec)**

Concernant les vues sur Youtube :

| | <u>Durée de visionnage (heures)</u> | <u>Vues</u> | <u>Durée moyenne de visionnage</u> | <u>Pourcentage moyen de visionnage de la vidéo</u> | <u>Impressions</u> |
|---------------------|--|-------------|------------------------------------|--|--|
| | Estimation du nombre total d'heures de visionnage de vos contenus par votre audience | | | | Nombre de fois que les miniatures de votre vidéo ont été présentées aux spectateurs. Inclut les impressions sur YouTube uniquement, et non sur des sites ou applications externes. |
| Danae | 66,5 | 1.188 | 3,21 | 58,4 | 11.309 |
| Patrick | 27,6 | 668 | 2,28 | 57,5 | 5.494 |
| Birgit | 10,9 | 402 | 1,37 | 58,3 | 3.961 |
| Nathalie | 14,3 | 376 | 2,16 | 54,9 | 3.911 |
| Professeur Kridelka | 14,6 | 792 | 1,06 | 31,4 | 1.501 |

D/ Outils à destination des PVVIH

Vivre avec le VIH : La nouvelle version de la brochure correspond mieux à la réalité de la vie avec le VIH aujourd'hui et est aussi complète que la précédente, ce qui la rend intéressante autant pour les professionnels que pour les personnes vivant avec le VIH. Elle trouve ainsi autant sa place dans les Centres de référence VIH que dans les associations proposant des activités pour les personnes vivant avec le VIH ou les écoles d'infirmières. Les textes ont été relus, corrigés et validés par plusieurs experts (infectiologue, psychologue, diététicienne, hépatologue, assistante sociale, infirmière).

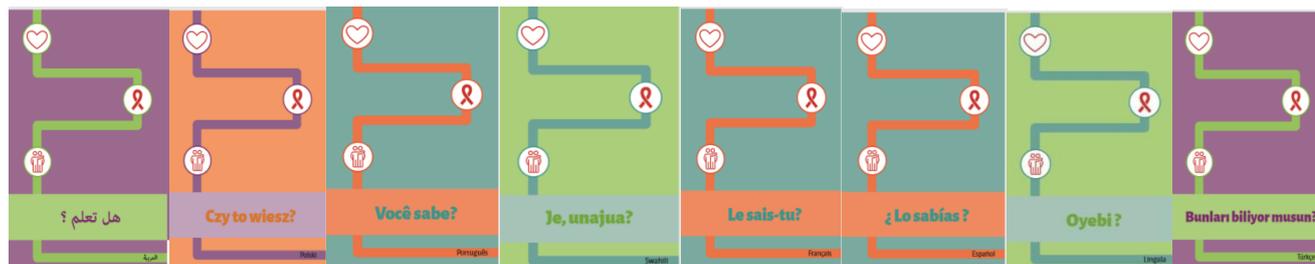
Co-crédation d'une brochure « L'Impossible Devient Possible. Mieux comprendre i=i » adaptée aux besoins des PVVIH, en particulier les migrants, pour qui l'information est parfois difficile à comprendre. Le projet souhaitait rendre l'information sur i=i plus accessible et plus simple avec plus de visuels pour faciliter la compréhension. Elle a permis également aux PVVIH de mieux comprendre l'impact de i=i sur la qualité de leur vie en général et sur la vie affective et sexuelle en particulier. L'outil permettra également d'améliorer la communication entre les soigné(e)s et les soignant(e)s pour un public ayant des difficultés de compréhension du jargon médical. Le projet a duré 4 mois et a été organisé en 8 sessions de travail avec 6 sessions préliminaires et deux sessions d'élaboration de la brochure et de choix d'images adaptées. 19 personnes ont pris part au projet avec une moyenne de 15 personnes par session.

Le projet a permis aux participants de trouver une valorisation personnelle au travers de la co-création de l'outil et une amélioration de leur connaissance sur le thème de i=i (intransmissible= intransmissible), thème méconnu ou incompréhensible pour certains d'entre eux alors qu'il est essentiel pour leur santé sexuelle, leur bien-être et leur qualité de vie.

E/ Les outils jeunes et population générale : les outils en stock ont continué à être diffusés tandis qu'il a été réimprimé les outils suivants : la brochure IST, les flyers IST, les autocollants IST.

F/ Les outils migrants : les outils en stock (flyers sur le VIH et sur les IST) ont continué à être diffusés. Par contre, une mise à jour du contenu informatif des flyers VIH a été faite en y rajoutant : la charge virale indétectable, la PrEp, le TPE et le dépistage.

Des traductions ont été faites en 8 langues (Anglais, Arabe, Polonais, Turc, Swahili, Lingala, Portugais, Espagnol).



Des tests de lecture ont été lancés fin 2019 pour les langues suivantes : pashtoune, somali, allemand, néerlandais, italien, bulgare. Ces tests consistent à faire relire les traductions à des personnes issues du public cible pour voir si le message est correctement traduit par rapport à celui d'origine. Ces brochures seront imprimées début 2020.

G/ Les sites internet et les réseaux sociaux

Pour 2019, la Plateforme Prévention Sida avait planifié de refaire complètement son site internet « preventionsida.org » afin de mieux répondre aux attentes des visiteurs (aussi bien les particuliers que les professionnels/partenaires). C'est l'agence Globule Bleu qui a réalisé la création du nouveau site qui a été mis en ligne en novembre 2019.

Pour élaborer les chiffres de fréquentation et de performance de nos sites, nous continuons à utiliser Google Analytics, un outil qui permet de suivre les comportements des visiteurs sur un site internet. Tous les chiffres présentés pour 2019 vont du 1^{er} janvier au 31 décembre.

| | <i>Preventionsida.org</i> | | <i>Preventionist.org</i> | |
|--------------------------------|----------------------------|---|---------------------------|---|
| | <i>2018</i> | <i>2019</i> | <i>2018</i> | <i>2019</i> |
| <i>Nombre de sessions</i> | 916.709 100.583* | 1.161.513 (+26%) 82.424 (-18%)* | 715.630 37.542* | 800.770 (+12%) 44.342 (+18%)* |
| <i>% de nouveaux visiteurs</i> | 89,4% | 88,8% | 89,3% | 88,5% |
| <i>Pic des sessions</i> | 7.357 (27/04/18) | 6.704 (-9,7%) (05/04/19) | 4.018 (22/10/18) | 4.157 (+3,5%) (08/04/19) |
| <i>Temps moyen</i> | 1'08'' 1'49''* | 1'08'' 1'45''* | 2'09'' 2'42''* | 2'06'' 2'20''* |
| <i>Taux de rebond</i> | 83,11% 72,31%* | 82,70% 74,02%* | 48,51% 41%* | 47,72% 46,18%* |
| <i>Mobile/Smartphone</i> | 75,39% | 81,54% | 75,52% | 81,19% |
| <i>Ordinateur</i> | 21,04% | 15,84% | 21,18% | 16,47% |
| <i>Tablette</i> | 3,57% | 2,61% | 3,31% | 2,34% |

*Ces chiffres concernent les visites depuis la Belgique uniquement (visiteurs « nationaux »)

Concernant le site www.preventionsida.org

Le premier constat est que **le nombre de sessions** (visites) et d'utilisateurs a fortement augmenté en 2019 : **+26% par rapport à 2018** pour les visites provenant de tous les pays confondus mais ce nombre de visites a diminué pour les visites depuis la Belgique (-18%). Le taux de rebond est légèrement plus bas cette année pour l'ensemble des visites mais si on observe uniquement les visites à partir de la Belgique, il augmente à peine par rapport à 2018 : + 2,36%. Le temps moyen de visite sur le site tant pour l'ensemble des visiteurs (1'08'') que par les visiteurs belges (1'45'') n'a pratiquement pas changé en 2019. On constate à nouveau que les internautes belges restent en moyenne plus longtemps sur le site que les internautes des autres pays (+55%). Enfin, et ceci est valable pour les deux sites internet de la Plate-Forme Prévention Sida, plus de 80% des visites se font via un Smartphone. Ce chiffre ne cesse d'augmenter chaque année. Il était donc capital que le contenu du nouveau site soit d'abord conçu et créé pour les Smartphones et adapté ensuite pour les autres appareils de connexion (ordinateurs et tablettes).

En conclusion, si le taux de rebonds et la durée des visites du site sont relativement stables, le nombre de sessions et d'utilisateurs quant à lui continue sa progression.

| Les pages les plus visitées sont : | Nombre de visites : |
|--|----------------------------|
| Quels sont les signes du sida ? | 499.788 |
| Comment le VIH-Sida se transmet ? | 336.858 |
| Le dépistage du VIH, pourquoi et comment ? | 70.202 |
| Le sida, c'est quoi ? | 63.888 |

Depuis plusieurs années, les visites de ces 4 pages restent en tête des sessions effectuées sur notre site.

Le pic de session sur ce site a eu lieu le 5 avril avec 6.704 sessions.

Concernant le site www.preventionist.org

Suite à la réalisation du nouveau site internet « preventionsida.org » mis en ligne le 28 octobre 2019, il avait été décidé que le site « preventionist.org » disparaîtrait mais que son URL continuerait à exister pour rediriger les visiteurs vers le site principal de la Plateforme Prévention Sida (qui a dès lors repris tout le contenu du site supprimé).

Les chiffres 2019 couvrent donc la période du 1^{er} janvier au 31 octobre 2019. Les constats pour ce site ressemblent à ceux du site général de la Plate-Forme Prévention Sida avec cependant quelques différences. D'abord, l'augmentation du nombre total de sessions est moins importante : +12% par rapport à 2018 pour toutes les visites confondues et + 18% pour les visites depuis la Belgique. Par contre, le taux de rebond diminue encore par rapport à 2018 et continue à rester beaucoup plus faible sur ce site-ci que sur le site preventionsida.org : 47,72%. En outre, il diminue encore si l'on ne considère que les belges (41%).

| Les pages les plus visitées sont : | Nombre de visites : |
|---|----------------------------|
| Comment se protéger des IST : se dépister | 257.051 |
| Les IST, qu'est-ce que c'est ? Les symptômes | 213.001 |
| Quelles sont les différentes IST/la chlamydia | 172.797 |
| Les IST, qu'est-ce que c'est/définition | 168.961 |

Le pic annuel de sessions pour ce site se situe le 8 avril 2019 avec 4.157 sessions.

Pour Instagram, nous avons au 1^{er} janvier 2020, 441 personnes qui sont abonnées à notre page (soit une augmentation de 71% par rapport au 1^{er} janvier 2019).

Chiffres généraux :

- 27 publications
- Environ 15 visiteurs / semaine
- 28 quiz (« story ») avec une moyenne de 65 vues/quiz
- +- 20 participations par quiz sur le VIH-sida et les IST

Fonctionnement du quiz :

1. Une question à choix multiples est posée, les abonnés de la page Instagram y répondent et découvrent la bonne réponse dans le post suivant.
2. Exemple de quiz : La fellation représente-elle un risque élevé, moyen ou faible de risque de transmission d'une IST ?
3. Réponse : 14 pour élevé, 6 pour moyen et 7 pour faible > 52% de bonnes réponses (risque élevé)

Voici quelques résultats pour Facebook :

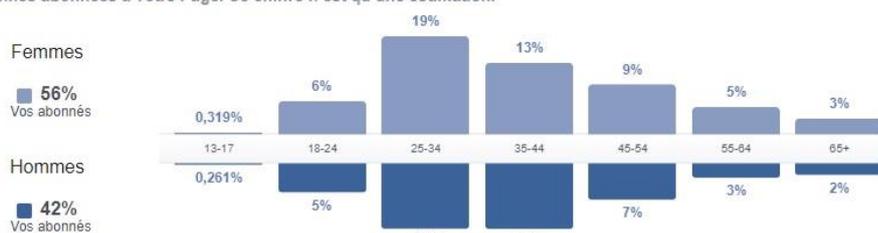
▪ **Augmentation du nombre d'abonnés* à la page (les « followers »)**

Au **31 décembre 2019**, notre page Facebook comptait **3.442 abonnés** (followers) contre 3.245 à la fin 2018. Ce qui représente une **augmentation de 197 abonnés par rapport à 2018 (+6%)**.

▪ **Augmentation du nombre de « like » la page* (les « fans »)**

Fin 2019, un total de 3.411 personnes « aiment » notre page contre 3.252 un an auparavant, ce qui représente une augmentation d'environ 5% de « like » de notre page en un an.

Personnes abonnées à votre Page. Ce chiffre n'est qu'une estimation.



Parmi ces fans, 56% sont des femmes, 42% des hommes et la tranche d'âge la plus représentée sont celles des 25 à 44 ans (32% pour les femmes et 24% pour les hommes).

L'augmentation des « followers » et des « like » a lieu essentiellement aux alentours de la Journée Mondiale de Lutte contre le Sida, le 1^{er} décembre, véritable point d'orgue de l'année lors duquel de nombreux médias abordent la thématique du VIH et plus particulièrement les nombreuses actions mises sur pied par la Plateforme Prévention Sida.

▪ **Nombre de publications sur la page**

En 2019, 182 publications ont été faites sur notre page FB (près de 4 publications par semaine). Cela montre bien le suivi quotidien qu'il faut faire pour être visible sur ce réseau social. Parmi ces publications, ce sont celles contenant de la vidéo ou une diapo qui sont les plus vues et partagées (meilleure performance).

▪ **Portée des publications**

De manière générale et tout au long de l'année, ce sont les vidéos postées qui sont les plus vues et les mieux partagées sur la page de la Plateforme, avant le partage d'un lien, avec toutefois de nouveau un pic autour de la Journée Mondiale de Lutte contre le Sida.

De plus, l'achat de « sponsoring », via le compte Facebook business adossé à la page, permet de cibler mieux les publics que l'on veut toucher et les montants sont donc investis avec plus de précision. Cela nous permet donc, pour un coût relativement raisonnable voire très faible, d'augmenter considérablement la visibilité de certaines de nos publications. Ces résultats très positifs nous encourageant à continuer ce type d'investissement publicitaire pour les campagnes futures et les autres projets de communication.

▪ **Facebook Business et le ciblage de nos publics**

- Pour la campagne été 2019

Comme en juin 2018, la Plateforme a diffusé sa campagne de prévention de l'été via sa page Facebook et son compte publicitaire associé (le compte Facebook business) et la visibilité a de nouveau été au rendez-vous. La Plateforme a repris le matériel de 2018 produit spécifiquement pour une diffusion via ce canal de communication : la diapo créée à partir des 5 visuels des affiches et les 2 spots TV de la campagne adaptés en format carré et remontés pour être plus courts.

Nous avons donc créé 3 posts à sponsoriser sur les 2 réseaux sociaux.

Un **budget de 8.000€** a été consacré à la diffusion sur les 2 réseaux sociaux (Facebook et Instagram). Cela nous a permis d'atteindre une **couverture de 1.231.762 personnes** (anciennement appelée « portée », la couverture est le nombre de personnes qui ont vu votre publicité au moins une fois ; la couverture est différente des impressions qui, elles, peuvent inclure plusieurs visionnages de nos publicités par une même personne). Nous avons obtenu **5.150.066 impressions** pour l'ensemble de nos publicités (les impressions représentent le nombre de fois où nos publicités sont apparues à l'écran). **Grâce à l'expérience acquise depuis 2018** mais aussi à une meilleure utilisation du budget, un meilleur ciblage et une amélioration du contenu de la publicité (texte accompagnant le média diffusé), **nous avons presque doublé l'audience des 3 posts publicitaires par rapport à 2018** (couverture de 693.991 personnes et 2.273.016 impressions).

Le support qui a eu le plus de succès lors de la diffusion de la campagne été sur Facebook et Instagram est la diapo créée en 2018 (création interne à la PPS à partir des 5 visuels de la campagne). Il a atteint une **couverture de 1.049.653 personnes** sur les 2 réseaux sociaux et totalisé **2.830.396 impressions**. Ces impressions représentent **55% de l'ensemble des impressions des posts sponsorisés** créés pour cette campagne sur les réseaux sociaux. Cela est dû au caractère très visuel et dynamique du diapo et explique en grande partie le succès de la diffusion de la campagne été 2019 de la Plateforme Prévention Sida. Il existe néanmoins une limite importante à la diffusion de cette diapo : le contenu considéré, à nouveau, comme « pornographique » de 2 des 5 visuels utilisés (le visuel « Pénis » et le visuel « Seins »), ce qui nous a amené à en recréer un avec seulement les 3 visuels « soft » (« Capote », « Lèvres » et « Cœur »).

Concernant le nouveau site

Il est donc envisagé la création de trois nouveaux sites. **Au niveau des URL**, les pistes suivantes ont été dégagées.

- Pour le site grand public : volonté de garder les deux URL www.preventionsida.org et www.preventionist.org qui amèneraient vers le nouveau site
- Pour le site migrant : volonté d'avoir une URL qui ne spécifie pas spécialement le public migrant via le mot « migrant », à priori : www.santesexuellecommunautaire.org
- Pour le site PVVIH : www.virvaveclevih.org

Ces 3 sites auraient une architecture identique ainsi qu'une ligne graphique semblable (et en lien avec le nouveau logo) afin qu'ils aient une identité forte et reconnaissable.

Une architecture pour le site grand public a donc été développée en équipe, c'est-à-dire :

- Un carrousel avec des images/vidéos des actions que l'on souhaite mettre à « l'affiche »
- Plusieurs boutons d'interactions qui répondent aux demandes les plus fréquentes du public : où faire un dépistage, évaluer une prise de risque, une FAQ
- Un menu accordéon avec toutes les principales informations permanentes (ou presque)
- Un « espace professionnel » avec toutes les ressources utiles

Pour 2019, le site général de la PPS a été réalisé. Les objectifs de ce premier site sont les suivants :

Pour les personnes privées

- Informer et améliorer les connaissances des différents publics cibles sur les IST/SIDA en leur offrant un accès à une information correcte, fiable et compréhensible (langage vulgarisé)
- Informer sur l'actualité VIH/IST/santé sexuelle
- Mettre du matériel à disposition (capotes et rubans) via un formulaire
- Répondre aux questions du grand public
- Réorienter vers d'autres services (dépistage, soins, etc.)

Pour les professionnels du secteur

- Informer sur les IST/SIDA (langage technique, plus complet)
- Informer sur l'actualité VIH/IST (scientifique, rapports, ...)
- Mettre du matériel à disposition (listing complet des outils disponible)
- Informer sur nos projets/activités
- Proposer des services (expertise)
- Encourager la mobilisation pour faire des actions spécifiques (Journée Mondiale de Lutte contre le Sida, lancement de campagnes, etc.)

Les deux autres sites seront réalisés en 2020 et 2021.

- La campagne du 1^{er} décembre 2019

Suite à la grande visibilité de la campagne « été » obtenue via Facebook Business, une diffusion de la campagne du 1^{er} décembre 2019 s'est faite également sur les réseaux sociaux. Nous avons d'abord produit de nouveaux outils spécifiques à la diffusion de notre campagne sur Facebook et Instagram (témoignage vidéo de Patrick sur i=i notamment) et repris les médias diffusés lors de la campagne du 1^{er} décembre 2018 (spots TV, vidéo i=i...). Comme pour la campagne « été », les spots TV avaient été adaptés en format carré et remontés pour être raccourcis ; les vidéos « i=i » de 2018 ont été à nouveau utilisées pour appuyer les messages de sensibilisation de la campagne et une diapo a été créée à partir des 3 visuels de la campagne. Cela nous a permis de préparer **10 posts à sponsoriser sur les 2 réseaux sociaux.**

Un budget total de près de **4.152,69€** a été affecté à cette diffusion dont voici les chiffres principaux détaillés par post sponsorisé :

| POST / SUPPORT | BUDGET | COUVERTURE | IMPRESSIONS |
|---|------------------|--------------------------|--------------------|
| Spot vidéo de 15'' de la campagne | 136,51€ | 6.499 personnes | 14.568 |
| Spot TV #1 de la campagne 1 ^{er} déc | 238,89€ | 10.774 personnes | 31.905 |
| Spot TV #2 de la campagne 1 ^{er} déc | 215,15€ | 16.408 personnes | 35.551 |
| Diapo des visuels de la campagne | 277,70€ | 95.820 personnes | 167.804 |
| Capsule vidéo i=i (Dominique) | 305,41€ | 27.950 personnes | 68.831 |
| Capsule vidéo i=i (Pr Goffard) | 511,67€ | 16.749 personnes | 67.689 |
| Capsule vidéo i=i (Renaud) | 371,42€ | 19.060 personnes | 71.982 |
| Capsule vidéo i=i (Antonia) | 1.934,55€ | 115.352 personnes | 397.327 |
| Capsule vidéo i=i (Patrick) | 34,33€ | 15.046 personnes | 19.840 |
| Capsule vidéo i=i (Nicolas) | 127,06€ | 3.560 personnes | 17.343 |
| TOTAL: 10 posts | 4.152,69€ | 327.218 personnes | 892.840 |

Cette année, c'est la vidéo d'Antonia (témoignage sur « i=i » qui a été le support le plus vu sur Facebook et Instagram (en 2018, c'était la diapo créée en interne à partir des 3 visuels des affiches de la campagne).

H/ Nouvelle campagne IST

Le groupe d'experts a pour mission de construire un cadre de travail (définition des objectifs, du message global et des publics cibles) et de suivre l'évolution de la construction de la campagne par le groupe de travail.

Ce groupe est composé des services suivants : SSMG, CVPS, Observatoire du sida et des sexualités, Espace P, Planning du midi, S Clinic/Saint-Pierre, Centre référence VIH Liège, Ambroise Paré, Promotion santé et médecine générale. Il peut ponctuellement faire appel à des médecins de Centre de référence VIH pour des questions spécifiques.

Message principal

La campagne mettra en avant message qui interpelle le public sur le fait qu'il est concerné par les IST car il est actif sexuellement, et donc l'inviter à prendre soin de lui / à se responsabiliser par rapport à ce sujet. Comment ? En se renseignant auprès d'un professionnel de la santé, son médecin et en demandant un dépistage des IST si nécessaire. L'idée du message principal n'est pas ici de cibler une IST en particulier mais bien de parler des IST de manière globale.

Messages spécifiques

Le nombre de diagnostics d'IST est en augmentation en Belgique et elles touchent tout le monde. Pensez-y !

Les IST sont très souvent asymptomatiques, on peut donc être infecté/e sans le savoir. Il est donc important de se faire dépister à la suite d'une prise de risque ou pour faire le point.

La sexualité est une thématique de santé comme les autres, il est possible d'en parler en toute confiance avec son médecin généraliste dans un cadre « protégé » c'est-à-dire sans jugement et en toute confidentialité.

Rappeler que le dépistage des IST ne se limite pas à une prise de sang. Faire un dépistage correct et complet des IST consiste à faire une prise de sang + un prélèvement d'urine + un examen des symptômes s'il y en a + un frotté pour les filles.

Les informations générales sur les IST : modes de transmission, modes de protection, symptômes, techniques de dépistage, vaccin.

Messages spécifiques à l'attention des professionnel/les de la santé

On constate qu'il y a beaucoup d'occasions manquées de dépistage lors des consultations chez les médecins généralistes. Volonté donc d'informer les médecins sur le rôle qu'ils ont à jouer dans la promotion du dépistage.

- ➔ Comment accueillir les questions du public cible, comment leur parler des IST et de la sexualité, comment lever les tabous avec leurs patients, rediriger vers d'autres services plus spécifiques si besoin.

Objectifs généraux

À long terme : récit de réduire l'incidence des infections sexuellement transmissibles (IST).

À court terme : informer sur la prévention combiné (préservatif, dépistage, traitement) et plus particulièrement sur les bénéfices du dépistage pour contribuer à une augmentation

- du nombre de personnes ayant recours à un test de dépistage des IST et ce afin de réduire le nombre de personnes qui ignorent leur infection.
- du nombre de personnes soignées contre une IST et ainsi de casser la chaîne de contamination.

Objectifs spécifiques

Informé sur les IST en général : mode de transmission, mode de protection, symptômes, etc.

Informé sur les aspects pratiques du dépistage des IST : où, quand, comment, avec qui, etc.

Informé sur le traitement des IST.

Augmenter l'accès aux lieux de dépistage (la Plateforme Prévention Sida a déjà un moteur de recherche sur son site Internet qui pourrait être promu).

Permettre au public de se sentir en confiance pour parler de sexualité et de dépistage avec les professionnels de la santé, et plus particulièrement les médecins généralistes.

Favoriser la relation de confiance entre les patients et les professionnels de la santé autour des questions liées aux IST.

Former et informer les médecins sur la prise en charge des IST : comment en parler, quand et comment dépister, comment traiter, suivi, ...

Publics cibles

La campagne vise, de manière globale, la population générale ; avec une attention particulière envers : les jeunes et les adultes, les HSH (Hommes ayant des relations sexuelles avec des Hommes), les personnes afro-latino-caribéennes, les PVVIH (personnes vivant avec le VIH).

Il est aussi important que les médecins généralistes et autres professionnels de la santé de 1^{ère} ligne soient un public cible à part entière.

Création de la campagne par un groupe de travail

Un **groupe de travail** est composé d'une vingtaine d'associations, travaillant dans le secteur de la promotion de la santé et/ou de la prévention des IST, dont notamment les services actifs auprès des populations clé de la lutte contre les IST.

Ce groupe a pour mission de mettre en œuvre le cadre de travail défini par le groupe d'experts : concrètement ce groupe se réunit afin de contribuer et échanger sur le fond et la forme des outils de la campagne.

Ce groupe s'est réuni à 3 reprises en 2019. Lors de la première rencontre, le cadre de travail a été présenté, discuté, étoffé et validé. Ce dernier a servi de base pour la rédaction d'un **appel d'offre qui a été envoyé à trois agences** de communication, dont 2 ont répondu.

Les propositions graphiques de ces 2 agences ont été présentées lors du second groupe de travail afin de faire un choix. Le groupe a opté pour la piste suivante qui sera donc améliorée suite aux prétests au travail de concertation.

« **A quand remonte ton dernier dépistage ?** » et « **Dépistée.e.s** »



Déclinaison Vidéo (spot TV et social media) et Radio

Micro-trottoir : deux questions sont posées en rue à des personnes en âge d'avoir des rapports sexuels et avec des profils très divers.

→ Question 1 : *A quand remonte votre dernier rapport sexuel ?*

Réponses : « 1 jour », « ce matin », « il y a quelques minutes », « 3 mois », etc.

→ Question 2 : *A quand remonte votre dernier dépistage ?*

Réponses : « Euh » « ... »

Slogan : *Tu as des relations sexuelles ? Les Infections sexuellement transmissibles te concernent ! Pense à te faire dépister chez un médecin.*

Conclusion : la majorité des partenaires présents préfèrent la piste 3 proposée par l'Union

- car elle est plus simple et direct à comprendre,
- car elle permet de jouer sur l'identification en présentant des photos de divers profils,
- car elle est personnalisable avec des petites phrases d'accroche
- car elle est facilement diffusable.

Les 2 pistes proposées par Service Plan sont plus créatives mais moins faciles d'accès pour tous et plus difficilement diffusables.

La piste de l'Union va donc être retravaillée pour le troisième groupe de travail en prenant en compte les remarques émises par les partenaires, à savoir :

- Intégrer des couples dans les visuels
- Faire des sous slogans qui mettent en avant des situations spécifiques
- Mettre des profils variés sur les photos de sorte de toucher un maximum les publics vulnérables par rapport aux IST
- Supprimer la feuille de résultat du test dans la piste « Dépistée » ! »
- Proposer des styles graphiques différents

Pré test de la campagne auprès des publics cibles

Ces visuels seront et pré testés auprès des publics cibles de la campagne afin de voir si le message est compris et si la campagne plait.

| Date | ASBL co-organisatrice | Public |
|-------|--|--|
| 14/01 | Sida IST Charleroi | Groupe usagers de drogues du comptoir d'échanges de seringues de Charleroi |
| 14/01 | Sida IST Charleroi | Groupe LGBTQI+ de la Maison Arc-en-Ciel de Charleroi. |
| 15/01 | Centre de Planning Familial – Réseau Solidaris de la Province de Namur | Adultes en réinsertion socio professionnelles de l'asbl Carrefour |
| 15/01 | Centre de Planning Familial – Réseau Solidaris de la Province de Namur | Jeunes de la Maison des Jeunes de Couvin |
| 17/01 | Sida IST Charleroi | Groupe de personnes d'origine africaine |
| 20/01 | SASER | Un groupe de personnes migrantes |
| 22/01 | Espace P à Charleroi. | Groupe de femmes prostituées |
| 30/01 | PF Infor Femmes | Personnes d'origine variée en réinsertion professionnelle chez Step Métier |
| 03/02 | PF la Famille Heureuse de Tournais | Etudiants de la Haute Ecole en Hainaut |
| 04/02 | Kap Hot | Groupe d'étudiants de l'UCL |
| 06/02 | CHU de Liège | Groupe de personnes séropositives du CHU Sart Tilman |

Deux rencontres auront également été organisées avec des professionnel/les de la santé pour récolter leur avis sur la campagne : l'une avec les centres de planning familial de la FCPC et l'autre avec les points-relais sida en province de Namur

I/ Le challenge Zero Discrimination

A l'occasion de la Journée Mondiale de Lutte contre le Sida du 01/12/2017, la Plate-Forme Prévention Sida a lancé le défi **16.000 Hands Up** dont l'objectif était de récolter 16.000 mains levées en photo en signe de solidarité avec les 16.000 personnes séropositives suivies médicalement en Belgique pour le VIH. Au vu du succès de ce projet (plus de 21.000 mains levées ont été récoltées), la Plate-Forme Prévention Sida a souhaité refaire un défi pour le 01/12/2018 dont le message serait directement lié à celui de la nouvelle campagne du 1^{er} décembre 2018 « L'exclusion reste une réalité. Pourtant, une personne séropositive ayant une charge virale indétectable grâce à son traitement ne transmet plus le VIH ». La marche de solidarité dans les rues de Bruxelles ne se faisant plus, cette action a l'avantage d'offrir la possibilité au plus grand nombre de poser un geste concret de solidarité envers les personnes vivant avec le VIH à l'occasion de la Journée Mondiale de Lutte contre le Sida. Le défi permet également de mobiliser un grand nombre de partenaires actifs sur le terrain pour le 1^{er} décembre en leur proposant une activité symbolique forte, facile à mettre en place. Enfin, ce défi est l'occasion pour la Plate-Forme Prévention Sida de proposer une action en lien avec les nouvelles technologies de communication.

Zéro Discrimination, le défi de i=i

La Plate-Forme Prévention Sida a donc proposé le challenge « Zéro Discrimination » à ses partenaires : récolter un maximum de photos de mains formant un zéro parce que toute personne vivant avec le VIH a droit à une vie sans discrimination, et encore plus particulièrement à l'heure où il est clairement prouvé qu'avoir une charge virale indétectable empêche la transmission du VIH.

Zéro Discrimination, un défi pour tous!

Les partenaires ont bien accueilli l'idée de refaire un défi photo similaire à celui de l'année précédente car cela permet d'aborder le public de manière rapide, innovante et dynamique lors d'action de terrain ou via des communications.

En effet, Zero Discrimination est un défi accessible pour tous via Internet, n'importe où et à n'importe quel moment, qui permet de **toucher un maximum de personnes**. C'est un défi qui offre la possibilité à chacun de **poser un acte concret de solidarité** envers les personnes vivant avec le VIH et ainsi devenir un acteur de lutte contre le VIH et contre les discriminations. Mais aussi un défi qui **mobilise également les partenaires** et acteurs de promotion de la santé et de lutte contre le VIH/sida, mais aussi les politiques, les médias et les entreprises.

Zéro Discrimination, comment participer ?

Cette année, la Plate-Forme Prévention Sida a développé **un site spécifiquement dédié au challenge** afin d'en faciliter l'accès et la participation. Quelques clics sur www.zero-discrimination.be ont permis de participer de différentes manières :

- ajouter sa photo dans la galerie Zero Discrimination du site via un formulaire simple,
- mettre sa photo de profil Facebook à jour avec le décor Zero Discrimination,
- prendre une photo, avec son smartphone via Facebook dans le décor Zero Discrimination,
- ajouter le GIF #zerodiscrimination à sa story Instagram.

Nous avons profité des outils de communication sur les actions bruxelloises de la Journée Mondiale de Lutte contre le Sida pour faire la promotion de Zéro Discrimination et ainsi inviter un maximum de personne à participer au challenge : voir partie communication de ce rapport.

Evaluation

Une évaluation est en cours mais environ **6.000 photos** de mains en forme de zéro en signe de solidarité envers les personnes vivant avec le VIH ont été récoltées par le Plateforme Prévention Sida et ses partenaires dans le cadre du challenge Zéro Discrimination. Ces photos ont été récoltées via les réseaux sociaux (Facebook, et Instagram), via le réseau de « photomatons » SharingBox placés dans des lieux de sorties et sur le village associatif, et directement via le site internet www.zero-discrimination.be créée par la Plateforme Prévention Sida. Les photos sur le site ont majoritairement été prises lors de la tenue des stands grâce aux tablettes fournies aux partenaires pour faire la promotion du challenge.

J/ Sensibilisation dans la presse et les médias

Les lancements de nouvelles campagnes (Eté et Journée Mondiale du Sida, HPV) sont des moments privilégiés pour contacter la presse et les médias pour diffuser des communiqués de presse et/ou négocier des deals médias. Mais le 1^{er} décembre reste le moment de l'année où nous avons une écoute plus importante des médias. C'est pourquoi, des contacts réguliers avec la presse et les médias ont été entamés à partir de début octobre afin de les sensibiliser à la journée mondiale du sida. Il s'agit de les convaincre d'initier une large couverture médiatique de la Journée Mondiale contre le Sida, entre autres :

- par la publication de communiqués de presse sur la problématique générale du VIH, son évolution et son actualité ainsi que sur les projets de la Plate-Forme Prévention Sida ;
- la négociation pour la participation à des émissions TV/radios ou la publication de dossier de fonds sur le VIH dans la presse écrite ou internet ;
- la négociation de deals médias en vue d'éventuellement insérer une annonce de la campagne dans la revue ou avoir des espaces gratuits pour la diffusion des campagnes en TV, radio et internet ;
- en soutenant l'appel de la Plate-Forme Prévention Sida vers les citoyens, pour participer au challenge zéro discrimination et/ou mettre le ruban rouge.

Nous avons organisé notre communication autour de la diffusion de plusieurs communiqués de presse, plutôt que l'organisation de conférence de presse.

- 1 Lors du lancement de la campagne « indétectable=intransmissibles » de l'été ;
- 2 Lors du lancement de la nouvelle campagne sur le HPV ;
- 3 Sciensano nous a proposé de réaliser conjointement avec eux, et Sensoa pour la partie néerlandophone du pays, un communiqué de presse de présentation des nouveaux chiffres VIH. Sensoa et la Plate-Forme ont présentés leurs interprétations des chiffres ainsi que les campagnes menées à l'occasion du 1^{er} décembre ;
- 4 Un communiqué de presse sur la campagne Prep à l'attention du public migrant ;

- 5 Un communiqué sur le lancement de la campagne de lutte contre l'exclusion et ses capsules vidéo ;
- 6 Enfin, un communiqué de presse « last délais » a été envoyé fin novembre afin de sensibiliser les médias tv et radios sur les actions du 1^{er} dans les gares et transports en commun.

Au total, nous avons aussi réussi à avoir une bonne visibilité dans les TV, les radios et la presse écrite.

Action(s) non prévue(s) initialement

A/ Les outils PrEP : l'état des lieux donnera le jour à un article qui sera publié dans le courant de l'année 2020, ainsi qu'un article sur la PrEP et les femmes afro descendantes.

B/ Les outils migrants

A l'occasion de la semaine européenne de dépistage, il a été décidé de faire une campagne d'information sur le dépistage du VIH à l'attention des communautés latino, africaine et caribéenne. Cette action n'était pas prévue à l'origine et a abouti à :

- création et diffusion de capsules vidéos faisant la promotion de l'importance et des bénéfices d'un dépistage précoce sur les réseaux sociaux, vidéo diffusé en français et en langues africaines (lingala, douala, peule) ;
- création et diffusion d'une nouvelle campagne faisant la promotion du dépistage. Diffusion sur les réseaux sociaux et en version papier (flyer, affiche) dans les milieux de vie.



2.3. Action 3 : Travail de proximité avec les publics cibles

Cette action a pris la forme des activités suivantes :

A/ Identifier les réseaux en contact avec les publics, les contacter et les sensibiliser à la problématique des IST et en particulier du VIH et du VHC.

B/ Organiser des séances d'animations interactives sur le VIH, les IST et le VHC, sur la santé sexuelle dans les lieux de vie des populations cibles, dans des lieux informels (bar, café) et un travail de rue dans les quartiers fréquentés par les populations cibles (migrants, subsahariens...). Plusieurs lieux de vie sont concernés :

- Milieux communautaires migrants : les centres d'accueil pour demandeurs d'asile ; les associations communautaires et le milieu festifs migrants ;
- Milieux festifs ;
- Milieux scolaires et extrascolaires ;

Les objectifs des animations :

- Permettre aux publics concernés de faire part de leurs questions en matière de santé dans un cadre interactif.
- Améliorer les connaissances des populations concernées afin qu'ils puissent mettre en place un dispositif de prévention et de soins au sujet :

- * du VIH/Sida, des IST de leurs modes de transmissions ;
- * du préservatif et de son utilisation ;
- * du dépistage ;
- * de la sexualité ;

* lutter contre la discrimination et l'exclusion des personnes infectées et/ou affectées par le VIH/SIDA, par la parole, le débat ;

* aborder les questions de la prévention combinée.

- Favoriser l'accès des publics concernés aux structures de soins, sociales, si nécessaire.

C/ Actions envers le grand public : Organisation du 1^{er} décembre, Journée Mondiale de lutte contre le Sida et le partenariat avec les communes bruxelloises.

Objectifs :

- Visibiliser la thématique du VIH et la JMS, notamment par la distribution et le port du ruban rouge, symbole fort et universel de la lutte contre le VIH.
- Inviter le grand public à poser un acte concret de solidarité en participant au challenge.
- Informer le grand public sur le VIH et notamment sur les récentes avancées médicales dans le traitement de l'infection.
- Sensibiliser le grand public aux discriminations dont les PVVIH sont victimes, et insuffler un sentiment de solidarité.
- Mobiliser les partenaires du secteur de la prévention du VIH et de la promotion de la santé autour du 1^{er} décembre en les invitant à participer à des actions de terrain.
- Mobiliser les communes bruxelloises dans la lutte contre le VIH.

Actions menées :

- **Tenue de stand** présentant davantage d'outils de prévention et d'information décorés avec un drapeau orné d'un ruban rouge ainsi qu'avec des affichettes et des ballons.
- Organisation d'un **événement autour d'un village associatif** au cœur de Bruxelles.
- **Promotion du CHALLENGE ZERO DISCRIMINATION**. Activité dont le but est de rendre l'action visible et attractive pour le grand public. Il est en effet plus facile d'interpeller le passant s'il est déjà attiré par quelque chose qu'il aime bien.
- **Production de matériel de sensibilisation** : préservatifs, rubans rouges, flyers, vidéo et affiches faisant la promotion de l'événement central et flyers de la campagne lancée à cette occasion.

D/ Envers les personnes vivant avec le VIH

La stratégie générale de l'action consiste à renforcer la capacité des personnes vivant avec le VIH à lutter contre la discrimination et la stigmatisation et à améliorer leur connaissance pour une meilleure prise en charge de leur santé et les impliquer davantage au processus de prévention. Mais surtout à contribuer à l'amélioration des conditions de vie des PVVIH les plus vulnérables tels que les femmes, les jeunes, les personnes sans papiers, les nouveaux diagnostiqués.

Des activités collectives variées sont mise en place dans une démarche communautaire. Ces activités cherchent à apporter des solutions complémentaires aux problèmes médicaux et sociaux qui ne peuvent être abordés ailleurs et pour une approche de la prise en charge globale de la santé.

Le projet collectif « Le groupe Mandela » est un travail de 1^{ère} ligne à destination d'un public de personnes vivant avec le VIH plus précaire, majoritairement féminin et très isolé (sans emploi, en arrêt de travail pour des raisons de santé, des demandeurs d'asile, sans papier ou en attente de régularisation). Il s'agit également d'un groupe hétérogène en termes d'âge, genre, statut socio-économique, orientation sexuelle, trajectoire migratoire, nationalité d'origine, état de santé physique et mental, etc

Profil des participants aux activités en 2019 :

- Nombre de personnes actives : 41 personnes
- Genre : 65% femmes et 35% hommes
- Age : 30-40 ans : 21% ; 40-50 ans : 17% ; 50-60 ans : 42% ; 60-70 ans : 11 % ; plus de 70 ans : 9%
- Pays d'origine : 19 pays dont la Belgique : 96% de nationalité étrangère avec 80% d'Afrique subsaharienne

- Situation sociale : 10% disposent d'un revenu du travail, 37% bénéficiant des indemnités allocations de la mutuelle ou invalidité, 48% bénéficiant du revenu d'intégration sociale et 5% sans aucun revenu
- Situation de séjour : 75% avec un séjour définitif et 25% avec un séjour temporaire ou sans séjour définitif.

1. Le planning

A/ Il s'agit d'un travail a réalisé en continu.

B/ Le travail de proximité se fait en continu, le travail de rue minimum 1x par semaine, les actions en milieu festif selon les calendriers des évènements (surtout l'été), les animations en milieu scolaire et extrascolaire selon les demandes et opportunités.

C/ Toutes les actions prévues ont été menées.

- **Une réunion** de préparations avec les partenaires : le 19 septembre 2019

- **Trois jours de stand** : le vendredi 29/11/19, le samedi 30/11/19 et le dimanche 01/12/19

- **Une journée d'évènement** le samedi 30/11/19

Pour les communes, la rubrique « résultats attendus ».

D/ L'action s'est déroulée conformément au planning initial.

2. Les résultats attendus

- En milieu migrant

Pendant cette période, **25** séances d'animation ont été effectuées dans certains lieux de vie ou lieux de rencontres de la communauté migrante tels que les restaurants, les bars, les salons de coiffure, les festivals afro-caribéens ou lors de certains évènements communautaires.

Dans la mesure du possible, et pour pourvoir toucher une grande partie des migrants, les publics rencontrés ont été diversifiés et comprenaient aussi bien les jeunes (filles ou garçons, scolarisés dans les écoles ou non scolarisés dans les centres d'accueil, les adultes (hommes ou femmes) les demandeurs d'asile, les primo arrivants. Cette année, environ **250** personnes ont été informées et sensibilisées par des animations formelles dans les lieux spécifiques (Centre Croix-Rouge, centres d'hébergements d'urgences, écoles de promotion de la santé) et environ **3.000** personnes via des stands d'information et de sensibilisation (L'Afrique en couleurs, Mister Black Belgium, Festival Colombien, Festiv Africa). Enfin, environ **300** personnes ont été sensibilisés au travers de **14** séances de travail de proximité (bar, café, restaurants,)

Les principales activités ont été réparties comme suit :

1. Festival/ évènement : L'Afrique en couleurs, 13 et 14 avril 2019, au Parc du Heyzel/ Atomium

- **Horaire** : de 12h à 18h30
- **Animations proposées** : Black Box, Jeu risque ou pas risque
- **Profil des participants** : environ 2.000 adultes
- **Quantité de préservatif distribué** : environ **1.500** préservatifs
- **Remarque** : lors de cette 2^e participation à cette édition de Couleurs d'Afrique, notre but était de sensibiliser les festivaliers qui étaient présents à cet évènement mais aussi d'informer la communauté africaine sur les dérives du VIH et l'importance de se protéger, de faire son dépistage et de se mettre sur le traitement le plutôt possible si on est infecté.

2. Festival/ évènement : Animation Rainbowhouse Brussels, 25 avril 2019, à la Maison Arc-en-ciel de Bruxelles

- **Profil des participants** : 30 adultes de la communauté LGBTQI++ d'origine africaine
- **Dispositif mis en place** : présentation d'un Powerpoint sur le VIH, les infections liées à celle-ci, les méthodes de protection, le dépistage et le traitement.
- **Horaire** : 13h à 16h
- **Quantité de préservatifs distribués** : 150 préservatifs
- **Remarques** : cette animation a été proposée pour cette 2^e fois en partenariat avec la Maison Arc-en-ciel et Rainbow United qui réunit tous les derniers jeudis du mois dans ses locaux les demandeurs d'asile qui viennent de tous les centres d'accueil de la Belgique. Comme l'année précédente, des propositions de Trod ont été faites à la fin de l'animation.

3. Festival/ évènement : Mister Black Belgium, 30 avril 2019, Salle des fêtes d'Anderlecht

- **Profil des participants :** environ 200 personnes
- **Dispositif mis en place :** stand de prévention avec des brochures, rubans rouges et des préservatifs distribués à l'entrée de la salle où se déroulait l'évènement.
- **Horaire :** de 19h à 2h du matin
- **Quantité de préservatifs distribués :** environ 500 préservatifs
- **Remarques :** pour notre première participation à cette édition de Master Black Belgium, le but principal était de sensibiliser ceux qui assistaient à l'évènement, la plupart étant des jeunes. Des kits de prévention et des rubans rouges ont été distribués quand les gens s'arrêtaient sur notre stand.

4. Festival/ évènement : journée camerounaise de Belgique, 29 juin 2019, L'esplanade du stade d'Anderlecht

- **Profil des participants :** environ 150 personnes étaient présentes lors de cette 2^e édition des journées camerounaises de Belgique.
- **Horaire :** 10h à 18h
- **Dispositif mis en place :** stand de prévention avec des brochures, des rubans rouges, des kits de prévention (capotes et gels) et des tests de dépistage qui étaient aussi proposés aux personnes présentes.
- **Animations proposées :** jeu risque ou pas risque, badgeuse, black box
- **Quantité de préservatifs distribués :** environ 400 préservatifs
- **Remarques :** pour cette 2^e participation à la journée camerounaise de Belgique, le nombre de personnes présentes n'était pas assez contrairement à la première édition, ceci s'explique par le fait que le lieu avait changé et l'accessibilité lors de cette édition n'était pas évidente.

5. Festival /évènement : Colombia Village, du 2 au 4 août 2019, Bois de la Cambre

- **Profil des participants :** environ 2.000 personnes, des jeunes, des adolescents, des personnes âgées, des adultes et principalement des familles aussi.
- **Horaire :** 12h à 20h
- **Dispositif mis en place :** stand de prévention avec des brochures, rubans rouges et des préservatifs distribués quand les gens s'approchaient sur le stand et voulaient avoir des informations sur nos activités. Un bus santé était aussi présent pour proposer des dépistages aux festivaliers
- **Animations proposées :** Jeu risque ou pas risque, badgeuse, Black box.
- **Quantité de préservatifs distribués :** environ 2.500 préservatifs ont été distribués lors de cet évènement.
- **Remarques :** pour cette première participation à ce festival qui regroupait les afro-caribéens et particulièrement les colombiens qui célébraient leur fête d'indépendance. Notre but principal étant de sensibiliser les festivaliers et les curieux qui posaient des questions sur l'importance de se faire dépister régulièrement et surtout de se protéger.

6. Festival/ évènement : Animation Hub-humanitaire, 2 septembre 2019, Tours et Taxis (Bruxelles)

- **Profil des participants :** 15 Personnes (des jeunes et des adultes, tous des migrants **originaires** de l'Afrique de l'Est)
- **Horaire :** de 14h à 17h
- **Dispositif mis en place :** une causerie éducative et interactive répartie en plusieurs sous-groupes compte tenu du fait que la plupart des participants ne parlaient pas la même langue.
- **Quantité de préservatifs distribués :** environ 100 préservatifs
- **Remarques :** animation organisée avec la collaboration et le partenariat de Médecins du monde, Croix-Rouge et médecins sans frontières.

7. Festival/ évènement : Animation Centre d'hébergement d'urgence, 8 octobre 2019, Saint-Gilles

- **Profil des participants :** 20 personnes (des jeunes adultes)
- **Horaire :** 14h à 17h
- **Dispositif mis en place :** discussion interactive avec des jeunes qui étaient présents, par ailleurs certaines affiches avec des pictogrammes ont contribué au bon déroulement de l'animation. Des trods ont été proposés et faits à la fin de l'animation.
- **Animation proposée :** aucune animation spécifique n'a été proposée lors de cette rencontre, à la fin de la séance néanmoins il a été demandé aux participants de montrer e par leur expérience comment dérouler un préservatif sur un pénis artificiel.

- **Remarque :** cette première animation s'est bien déroulée, tous les participants présents parlaient et comprenaient le français, donc pas nous n'avions pas eu besoin d'un interprète. L'animation s'est faite en collaboration avec les responsables du douche-flux.

8. Festival/ évènement : Douche Flux, 9 octobre 2019, Saint-Gilles

- **Profil des personnes présentes dans ces lieux :** femmes jeunes et adultes, originaires de l'Afrique subsaharienne (Somalie, Erythrée)
- **Horaire :** de 14h à 16h
- **Dispositif mis en place lors de l'animation :** le public étant féminin, l'animation a été faite par deux animatrices de la Plateforme et de manière interactive avec l'aide de quelques personnes présentes pour la traduction car certaines personnes présentes ne s'exprimaient pas très bien en français. Le but de cette animation était surtout d'informer les personnes sur la nécessité de faire un test de dépistage et dans quels lieux le faire, l'importance de connaître son statut sérologique (le public étant un public à risque) prendre son traitement si le test est positif.
- **Quantité de préservatifs distribués :** 10 préservatifs internes ont été distribués après cette animation et parallèlement 2 dépistages ont faits.

9. Festival/ évènement : Festiv Africa, 12 octobre 2019, Ixelles

- **Profil des participants :** environ 300 personnes ont été présentes lors de notre participation au festival, tous les profils s'y retrouvaient (des jeunes, des adultes, des personnes âgées et des familles principalement)
- **Horaire :** de 12h à 22h
- **Dispositif mis en place :** stand de prévention, des brochures, des rubans rouges, des flyers en plusieurs langues et des préservatifs distribués.
- **Quantité de préservatifs distribués :** environ 500 préservatifs ont été distribués
- **Remarques :** lors de cette 2^e participation au Festiv Africa, l'affluence présente n'était pas celle espérée contrairement à l'année dernière et pour cause la salle dans laquelle se déroulait le festival n'était pas très grande.

Différentes animations sur le terrain

Certaines animations de sensibilisation et de prévention ont été effectués dans les milieux de vie qui sont les lieux de rencontre et qui ont été pour des lieux favorables à la prévention envers le public migrant et afro-latino-caribéen.

1. **Lieu :** salon de coiffure dans les deux galeries à Matongé.

Date : 14/01/2019 31/01/2019 27/03/2019 21/05/2019 31/07/2019 05/09/2019 09/09/2019
12/11/2019 29/11/2019

Profil des personnes présentes dans les lieux : aucun dispositif particulier n'est vraiment mis en place lors de la prévention, nous discutons avec les responsables des salons de coiffure et quelques clients sur place et nous mettons les kits de prévention à l'accueil pour que les gens puissent se gêner d'eux-mêmes.

Horaire : entre 15h30 et 18h

Quantité de préservatifs distribués : environ 1.000 préservatifs sont souvent distribués lors de chaque tournée.

2. **Lieux :** restaurants / bars africains aux alentours de la gare de midi (Restaurant le Cocotier, Le Mboa, Aux bois d'ébène)

Date : 31/01/2019 14/02/2019 04/06/2019 12/09/2019 11/10/2019

Profil des personnes présentes dans ces lieux : personnes jeunes, adultes, personnes âgées de toutes majoritairement des originaires d'Afrique subsaharienne.

Dispositif mis en place lors de l'animation : Aucun dispositif particulier n'est vraiment mis en place lors de la prévention, le plus souvent nous discutons avec quelques personnes en leur donnant des flyers ou des préservatifs, nous leur indiquons ou se faire dépister mais nous déposons aussi des préservatifs au bar compte tenu du fait que c'est un restaurant, certaines personnes ne veulent pas être déranger, cela leur permettra de se servir discrètement.

Horaire : entre 15h et 18h

Quantité de préservatifs distribués : 500 préservatifs sont distribués dans chaque restaurant ou bar à chaque tournée.

Remarque : Certaines personnes qui sont souvent de par les informations qu'elles reçoivent lors de séances de prévention, elles viennent se faire dépister dans nos locaux ou dans les différentes permanences que nous avons.

- En milieu festif

1. 01/03/19 > 03/03/19 : salon de l'érotisme de Bruxelles

La collaboration avec Espace P... Bruxelles a été reconduite et notre stand commun de sensibilisation et de prévention était accessible aux visiteurs jusque minuit durant les 3 jours de l'événement. A nouveau situés juste à l'entrée, nous avons pu bénéficier d'une bonne visibilité et l'affluence sur le stand était au rendez-vous (il est vrai aussi que le fait que nous distribuons des préservatifs gratuitement participe à cette affluence).

Le stand visait principalement le public adulte et les « travailleurs du sexe » et proposait, outre la distribution de préservatifs, un espace de dialogue et des échanges d'informations. Le jeu « Risque ou pas risque ? » a été aussi utilisé pour informer des risques liés aux différentes pratiques sexuelles et la Black box était là pour apprendre au visiteur à bien mettre un préservatif. Le travail des 2 associations sur le stand est très complémentaire.

La moyenne d'âge des visiteurs se situait autour de 40-45 ans et le public était varié (avec une plus large proportion d'hommes toutefois). De nombreuses personnes nous ont exprimé leur soutien pour notre travail et beaucoup de parents venaient à notre stand pour leurs enfants adolescents ou jeunes adultes dont le niveau de connaissance en VIH-Sida et IST n'était pas optimal d'après eux.

- LIEU : Brussels Kart Expo
- PROFIL PUBLIC : public au-delà de 18 ans, principalement hétérosexuel et d'une moyenne d'âge autour de 40 ans
- HORAIRE STAND PPS : 17h-minuit (vendredi), 15h-minuit (samedi) et 14h-21h (dimanche)
- EMPLACEMENT : stand situé au début du parcours du salon de l'érotisme, parmi les autres exposants
- DISPOSITIF : stand fourni par l'organisation mais présence de la capote gonflable verticale de la PPS
- BENEVOLAT : stand tenu conjointement par Espace P Bruxelles et la PPS (avec présence stagiaires d'Espace P et de 6 bénévoles de la PPS)
- ANIMATIONS : black box + jeu « Risque ou pas risque ? » + badguese + tournée mobile de K-Pote Man et Virus Girl
- DISTRIBUTION : préservatifs (+-6.000) + rubans rouges (+-800) + badges (+-200) + brochures + stickers
- PROCESSUS DE COLLABORATION : action reconduite depuis 2017 avec Espace P... Bruxelles
- REMARQUES : des sachets de préservatifs sont distribués aux bars et dans les espaces échangistes afin de pouvoir toucher le public une fois que le stand est fermé (et aussi lors des soirées « After » du salon).

2. 03/04/19 : journée IST au campus de l'Institut Libre Marie Haps à Bruxelles

C'est le Conseil social de la Haute Ecole Da Vinci qui est l'initiateur de cet événement et qui souhaitait d'abord proposer une journée lors de laquelle les étudiant/es pourraient se faire dépister gratuitement des IST et du VIH. Dans ce cadre, une collaboration avait d'abord été établie avec le CPF d'Ixelles pour les dépistages IST puis le service social a également contacté la PPS pour recevoir du soutien pour proposer des tests rapides du VIH.

Lors d'une réunion qui s'est tenue à la PPS le 18 décembre 2018 avec les différents partenaires (Conseil social HE VINCI, CPF d'Ixelles, le cercle des étudiants de Marie Haps, 2 étudiantes en Santé Publique de l'ULB et la PPS), il a été décidé de proposer également des animations aux étudiant/es de Marie Haps afin qu'ils/elles puissent s'informer sur la prévention des IST via des stands d'informations et de sensibilisation tenus par les étudiants et la PPS. Le projet initial de proposer des dépistages des IST et du VIH gratuits s'est donc étoffé pour devenir une journée complète consacrée à la prévention des IST et à la promotion de la santé sexuelle. Lors de cette réunion, la PPS a aussi proposer d'inviter à cet événement l'association de prévention pour les jeunes Sida'Sos (devenue depuis O'Yes) que les autres partenaires ne connaissaient pas. Enfin, la PPS a aussi proposé comme activités d'animer un quiz interactif (Kahoot) pendant toute la journée. Ce quiz a été réalisé en partenariat avec le CPF d'Ixelles (sur base d'un quiz déjà réalisé par la PPS et utilisé lors d'autres activités).

- LIEU : campus de Marie Haps (implantation rue d'Arlon)
- PROFIL PUBLIC : événement gratuit rassemblant les étudiant/es du campus
- HORAIRE EVENEMENT/STAND : de 10h à 16h
- DISPOSITIF : le stand de la PPS (tonnelle + capote gonflable), une tonnelle (prêtée par Modus) pour faire du dépistage et le bus de Prevents (une association partenaire de la PPS pour les projets de dépistage).
- ANIMATIONS : sur le stand : black box, jeu « Risque ou pas risque ? », badgeuse et dans les locaux du campus : le quiz kahoot (un quiz toutes les 30 minutes)
- DISTRIBUTION : préservatifs (+-1.000) + rubans rouges (+-50) + badges (+-50) + brochures + stickers.
- PROCESSUS DE COLLABORATION : invitation faite par le Conseil Social de la Haute Ecole Da Vinci
- REMARQUES : la PPS a effectué plus de 40 tests de dépistage du VIH et environ 20 personnes ont participé au quiz (la salle où se déroulait le quiz n'était pas idéalement située car un peu à l'écart des autres activités proposées (dépistages et stands d'animation)

3. 05/05/19 : fête de l'Iris à Bruxelles

Pour cette occasion, un village associatif, « Parc en fête », d'environ 80 stands est mis sur pied dans le Parc Royal et en 2019, la Plate-Forme Prévention Sida y a à nouveau tenu un stand d'informations et de sensibilisation le dimanche. Le public de cet événement est majoritairement familial.

Dans ce cadre, la badgeuse continue à montrer son importance car elle attire les enfants qui peuvent dessiner leur propre badge, ce qui permet aux animateurs du stand d'entamer des discussions avec leurs parents en les invitant à tirer au sort une question du jeu « Risque ou pas risque ? » et à y répondre.

Enfin, vu le public très cosmopolite de cet événement, les brochures en langue étrangère produits par la PPS (différentes langues européennes et africaines) sont fort demandées.

- PROFIL EVENEMENT : événement gratuit
- LIEU : Parc Royal de Bruxelles
- PROFIL PUBLIC : principalement familial et cosmopolite mais présence aussi de jeunes et de jeunes adultes.
- HORAIRE STAND PPS : de 12h à 18h (horaire de l'événement)
- EMPLACEMENT : dans le « Solidarity Village » dans le Parc Royal de Bruxelles
- ANIMATIONS : black box + jeu « Risque ou pas risque ? » + badgeuse
- LOGISTIQUE : stand fourni par l'organisation (tonnelle avec table et chaises)
- DISTRIBUTION : préservatifs (+-1.000), rubans rouges (+-100), badges (+-50), brochures, stickers et flyers en langue étrangère
- PROCESSUS DE COLLABORATION : participation à la fête de l'Iris qui est reconduite depuis 2014.

4. 18/05/19 : Belgian Pride à Bruxelles

La Belgian Pride est toujours organisée autour du 17 mai, Journée Internationale de l'Homophobie et de la Transphobie, pour mettre à l'honneur la communauté LGBTQIAP+ de Bruxelles et de Belgique. Un rassemblement des participant/es à la parade dans les rues du centre-ville est organisé au Mont des Arts, là où un village associatif est mis sur pied pour accueillir le public.

C'était la 2^{ème} participation de la PPS à ce festival et comme en 2018, la PPS a rejoint le dispositif mis en place par Modus et Sex and Co, ses partenaires habituels en projet de prévention en milieux festifs. Le stand a donc à nouveau été tenu en partenariat avec ces 2 associations et les bénévoles et travailleurs de chaque entité se sont partagé le stand et ont aussi effectué des tournées mobiles au milieu du public pour rendre la présence du stand plus visible mais aussi distribuer préservatifs, bouchons d'oreilles et autre outil de réduction des risques en milieu festif.

La 24^{ème} édition de cet événement haut en couleurs a couronné le Pride Festival qui propose les jours précédents différentes activités dans Bruxelles.

- LIEU : Mont des Arts à Bruxelles
- PROFIL PUBLIC : assez diversifié : des jeunes, des jeunes adultes, des enfants, des personnes âgées, des familles mais aussi des touristes
- HORAIRE STAND PPS : de 12h à 18h

- **EMPLACEMENT** : au village de la Pride (point de départ de la parade)
- **LOGISTIQUE** : notre stand était composé d'une tonnelle, de tables et chaises fournies par l'organisation. La PPS a aussi placé sa une capote gonflable afin de rendre la présence de cette intervention visible de loin.
- **BENEVOLAT** : 3 bénévoles de la PPS
- **ANIMATIONS** : jeu « Risque ou pas risque ? », black box et la badgeuse
- **DISTRIBUTION** : environ 3.000 préservatifs (dont une centaine de préservatifs internes), pour la plupart avec une dosette de lubrifiant ; 500 rubans rouges et 100 badges
- **PROCESSUS DE COLLABORATION** : comme en 2018, intégration du dispositif mis sur pied par Modus et Sex and Co

5. 22/06/19 : le Moskou Festival à Saint-Gilles

Radio Moskou est une radio participative qui anime une émission hebdomadaire sur le carré de Moscou à Saint-Gilles (Bruxelles). En mai 2019, ses membres avaient fait appel à la coordinatrice du réseau Safe Ta Night (dont la PPS est une des 3 associations fondatrices avec Modus et Sex and Co), pour savoir si ce réseau pouvait aller y mener une action d'informations et de sensibilisation à la santé sexuelle et à la réduction des risques en milieux festifs (et parallèlement à cette demande, les organisateurs nous avaient contactés directement via notre site pour nous demander de venir faire une action). Comme ni Modus et ni Sex and Co n'était disponible, la PPS y est allée pour y tenir un stand de prévention des IST et du VIH-sida.

- **LIEU** : place Marie Janson à Saint-Gilles
- **EMPLACEMENT DU STAND PPS** : parmi les autres associations
- **HORAIRE DU PUBLIC** : de 14h à 21h
- **HORAIRE DU STAND** : de 15h à 21h
- **DISPOSITIF** : tonnelle de la PPS, tables et chaises fournies par organisation
- **ANIMATION** : jeu « Risque ou pas risque ? », badgeuse
- **DISTRIBUTION** : préservatifs (+300) ; rubans rouges (+30) ; badges (+50) + stickers
- **PROCESSUS DE COLLABORATION** : demande faite par l'organisation
- **REMARQUES** : le soir, le festival se poursuit par une soirée à la Zinzinnerie (près de Tours et Taxi) et du matériel avait été spécifiquement donné aux organisateurs pour cette soirée : préservatifs (1.000), affiches (14) et flyers de la PPS (300) et bouchons d'oreilles de Modus (200).

6. 28/06/19 > 30/06/19 : Couleur Café 2019

Comme pour les autres années, l'intervention de la Plate-Forme sur cet événement se fait en commun avec Modus Fiesta et Sex&Co et les contacts et les échanges avec les organisateurs sont faits par la PPS au nom des 3 associations. Pour cette édition, la Plate-Forme, Modus Fiesta et Sex&Co partageaient donc à nouveau le même stand (double tonnelle) situé à l'extrémité des allées du village commerçant du festival (le « souk ») qui rassemble une quarantaine de stands de vente d'articles divers (habits, bijoux artisanaux, hamacs, babioles, ...).

Nous étions situés en face de la grande scène, à une distance raisonnable. L'avantage de cet emplacement est qu'il était situé sur la route entre la grande scène et le reste du site ; il y a donc beaucoup de visiteurs sur ce stand « extra-large » de la prévention et de réduction des risques.

Les bénévoles des 3 associations ont pu se familiariser avec les animations des autres associations (pour la Plate-Forme : la Black Box, le jeu « Risque ou pas risque ? », les tampons festifs, l'animation photo et la confection de badges (environ 700 badges produits). Ces façons ludiques d'aborder la thématique du VIH et des IST permettent d'aborder des questions intimes de façon plus détendues et la collaboration avec les intervenants de Sex&Co (professionnel/les de planning familial) apporte une réelle plus-value sur le dispositif car les formations des deux équipes d'intervention s'avèrent complémentaires : la PPS est mieux formée sur les questions VIH et IST plus « pointues », et les intervenants de Sex&Co sont plus compétents concernant les enjeux liés à la vie affective et relationnelle (et certains outils comme le préservatif féminin).

Comme en 2018, les organisateurs du camping du festival ont souhaité mettre à disposition des campeurs des préservatifs et autres outils de réductions des risques (bouchons d'oreilles,) et ce matériel est déposé aux organisateurs du camping le premier jour du festival.

Cette année il y a encore eu des tournées d'équipes mobiles sur le site des concerts pour distribuer des préservatifs et des bouchons d'oreilles et informer de la présence du stand. Les équipes étaient composées d'un bénévole de Sex and Co, d'un de Modus et d'un de la Plateforme Prévention Sida. Les déguisements K-Pote Man et des IST de Lord of Condoms (Chlamy, Gono et Syphi) étaient aussi de sortie et le public était agréablement surpris et très content de voir ces équipes.

Au cours des 3 jours de présence, le stand a attiré un public nombreux et très demandeur d'infos et d'outils de prévention : près de 6.000 préservatifs aux couleurs de nos campagnes ont été distribués (dont une centaine de « préservatifs féminins ») à côté de ceux mis à disposition par Modus et Sex and Co.

- LIEU : parc d'Osseghem à Bruxelles (site de l'Atomium)
- EMPLACEMENT DU STAND PPS : dans le Soul Of Souk (le quartier des artisans/commerçants du festival), en face de la grande scène, comme les 2 éditions précédentes
- HORAIRE STAND : le 28/06 de 16h à minuit (8h), les 29 et 30/06 de 15h à minuit (2x9h)
- PROFIL FESTIVALIERS : « jeunes » bruxellois pour la plupart (18-25 ans), avec encore toujours plus de néerlandophones (pas de problème pour faire passer les messages de prévention en néerlandais). Les festivaliers sont souvent en groupe de 3-4 personnes. Assez bien de familles aussi et des personnes plus âgées (30-45 ans)
- BENEVOLAT : 4-5 bénévoles par jour de tenue du stand
- DISPOSITIF : tonnelle + capote gonflable + tables et chaises de la PPS
- ANIMATIONS : jeu du panneau risque ou pas risque + black box + badgeuse
- DISTRIBUTION : préservatifs (+- 6.000) + rubans rouges (+-750) + badges (+-700) + brochures + stickers
- PROCESSUS DE COLLABORATION : participation de la PPS reconduite depuis plusieurs années. Cette année encore, la PPS a fait l'intermédiaire entre l'organisation et les 2 associations partenaires (Modus et Sex and Co) afin de proposer un stand commun de RdR (réductions des risques en milieux festifs) et de prévention des IST
- REMARQUES : comme en 2017 et 2018, les tournées des équipes mobiles sur le site étaient utiles et agréables. Une action qui reste pertinente.

7. 05/09/19 > 12/09/19 : Freddie Week au Hard Rock Café de Bruxelles

Le 5 septembre est le jour anniversaire de la mort de Freddie Mercury, le chanteur et leader du groupe anglais Queen, emporté le 24 novembre 1991 par la maladie du sida. A cette occasion, les Hard Rock Café ont commencé à organiser chaque année une semaine spéciale pour lui rendre hommage et lever des fonds pour la Mercury Phoenix Trust, une fondation de lutte contre le VIH-sida.

Cette année, le Hard Rock Café de Bruxelles nous a fait part de son souhait d'organiser une conférence de presse le 9 septembre (à laquelle ont participé la PPS et Ex Aequo) et de proposer au public de leur établissement un petit stand d'information et de sensibilisation au VIH-sida (et autres IST également).

- LIEU : hard Rock Café de Bruxelles
- PROFIL PUBLIC : en majorité des touristes de 25 à 60 ans
- HORAIRE STAND PPS : de 12h à 15h le 05/09 et de 11h à 15h le 09/09
- EMPLACEMENT : au rez-de chaussée, dans le fond du café
- ANIMATIONS : black box, « Risque ou pas risque ? » (version de voyage) et badgeuse
- DISTRIBUTION : +- 200 préservatifs ; +- 300 rubans rouges et 80 badges
- PROCESSUS DE COLLABORATION : l'invitation du Hard Rock Café portait d'abord sur la participation de la PPS à la conférence de presse du 09/09 puis s'est étendue à la présence d'un petit stand d'information et de sensibilisation au VIH-sida.

8. 26/09/19 : Vinci dans le pré

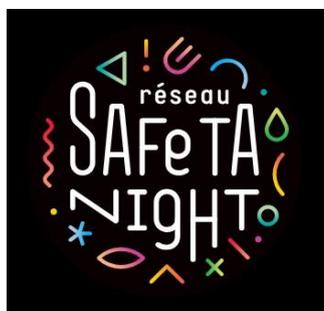
Vinci dans le pré est un événement étudiant de la Haute Ecole Vinci organisé par le Conseil Etudiant de cette école supérieure. Il s'agit d'une après-midi festive avec présence de musiciens et de DJ, un bar, un BBQ ainsi que des stands d'informations tenus par le Conseil des Etudiants et le service social de la Haute Ecole.

- LIEU : pelouse du Clos de la Chapelle-aux-Champs sur le campus de l'Alma (Woluwé-Saint-Lambert)
- PROFIL PUBLIC : jeunes étudiants de 18 à 24 ans principalement
- HORAIRE EVENEMENT : de 12h à 21h
- HORAIRE STAND PPS : de 13h à 17h
- EMPLACEMENT : entre le stand du conseil des étudiants et celui du conseil social de la HE Vinci
- ANIMATIONS : Black box, « Risque ou pas risque ? » (version voyage) et badgeuse
- DISTRIBUTION : +- 500 préservatifs masculins, +- 50 préservatifs féminins, +-20 rubans rouges, +-50 badges

- **PROCESSUS DE COLLABORATION** : la demande pour une présence d'un stand d'informations et de sensibilisation aux IST avait été adressée à la PPS par la coordinatrice de la Journée IST à Marie Haps du 3 avril 2019. Le responsable de projet de la PPS avait tenu à ce que cette demande soit d'abord faite à O'Yes, l'association de prévention des IST à destination des étudiants afin de leur laisser la possibilité d'être présent sur cet événement qui concerne leur public spécifique. C'est suite à l'impossibilité de venir pour cette association que la PPS est intervenue

9. SAFE TA NIGHT, le réseau d'acteurs de Promotion de la Santé en milieux festifs à Bruxelles

A la base de ce réseau, il y a un « Groupe de Travail Festif » composé des projets d'intervention en milieux festifs de : la Plateforme Prévention Sida, la Fédération Laïque de Centres de Planning Familial (FLCPF avec le projet Sex&Co) et Modus Vivendi (particulièrement les projets « Equipe Mobile » et « Drogues Risquer Moins »). Initialement ce groupe de travail s'était constitué pour répondre à la nécessité de se coordonner entre acteurs du « festif » afin d'améliorer la cohérence et l'efficacité de leurs interventions (pour le festival Couleur Café ou la Belgian Pride). Assez rapidement d'autres enjeux sont venus s'inviter à la table des discussions, tels que le besoin de faire un état des lieux de l'offre déjà existante en matière d'intervention en milieux festifs et les éventuelles demandes ou besoins non couverts, organiser des moments de concertation (échanges de pratiques, formations, appuis méthodologique, création d'outils, etc.), travailler sur une identité commune tout en respectant les spécificités de chacun, mutualiser les ressources matérielles, humaines et méthodologiques.



Dans le cadre du nouveau Plan de Promotion de la Santé de la Cocof, ce groupe de travail s'est constitué en réseau d'acteurs de Promotion de la Santé en milieux festifs à Bruxelles. La coordination de ce réseau a été confiée à Modus Vivendi. C'est donc un responsable de ce projet qui fait l'intermédiaire entre les différents projets impliqués, assure la coordination générale (planning des réunions, suivi des rencontres,). En 2019, 10 réunions ont été organisées entre les différents membres du réseau.

Au départ, 5 projets d'interventions en milieu festif ont donné naissance à ce réseau :

- Modus Vivendi :
 - Equipes Mobiles
 - Drogues Risquer Moins
 - Quality Nights
- FLCPF :
 - Sex and Co
- PPS :
 - Actions en milieux festifs

OBJECTIFS DU RESEAU :

- Accompagner et sensibiliser le public dans une démarche de Promotion de la Santé vers une gestion de sa santé (au sens large) en milieux festifs libre et éclairée.
- Offrir des services de réductions des risques aux fêtard/es bruxellois/es lors de leurs sorties.
- Elargir les interventions de Réduction des risques à différents publics : « Partout à Bruxelles et pour tout le monde ».
- Récouter des informations aussi bien auprès du public fêtard bruxellois que des organisateurs pour connaître leur besoin et leurs attentes en intervention en milieux festifs (outils disponibles, formations pour le personnel encadrant les soirées, ...).

VALEURS DU RESEAU :

- Reconnaître que chaque personne est responsable et libre de ses choix
- Accueillir de façon bienveillante et non jugeante, sans discrimination de genres, d'orientations sexuelles, de religions, de cultures, ...
- Autonomisation des personnes (« empowerment »)
- Participation d'un maximum d'acteurs de la fête (public, organisateurs, intervenants, ...)
- Faire partie de la fête
- Solidarité, entraide et collaboration entre acteurs du réseau.

REALISATIONS EN 2019 :

- Création de la charte graphique (logo, visuels divers, ...)
- Mise en ligne d'un site internet qui s'adresse aussi bien aux organisateurs d'événements festifs qu'au public qui souhaiterait d'informer sur le réseau et les thématiques qu'il aborde
- Création d'une page Facebook et Instagram
- Le 15 mai 2019, participation au C12 à un débat politique (juste avant les élections) organisé par 24h Brussels, une association regroupant des organisateurs d'événements, afin de faire valoir leurs intérêts auprès des politiques (action de lobbying).
- Production de capotes féminines aux couleurs du réseau
- Le 22 juin, tenue d'un stand au Festival de Moskou à Saint-Gilles
- Signature de la convention entre les 3 associations fondatrices et début de l'ouverture à de nouveaux membres (en février 2020, Ex Aequo, l'association de prévention des IST à destination des HSH a rejoint le réseau).

- En milieu scolaire et extrascolaire

Il nous semble important de mentionner dans ce rapport d'activités que la Plateforme Prévention Sida est contactée très régulièrement par le réseau scolaire mais aussi par des centres de jeunes, des maisons d'accueil, des services AMO, EMENA, des services en milieu ouvert et fermé et bien d'autres afin de réaliser des animations sur le thème du sida et des infections sexuellement transmissibles.

Les moyens humains ne nous permettent pas de répondre à toutes les demandes ; et nous préférons même, dans la mesure du possible, renvoyer les demandes vers des centres de planning familial, centres PMS et PSE. On constate cependant que beaucoup de ces partenaires ne se sentent pas suffisamment formés sur la thématique du VIH et des IST, ainsi que sur la réalisation d'animation en lien avec ces thématiques. Une partie du temps de travail du directeur consiste donc dans la formation des partenaires et l'organisation de séances d'information sur la prévention du sida et des autres IST.

Rappelons aussi que les outils d'animation créés par la Plate-Forme ont en général un kit pédagogique à l'attention des divers intervenants qui nous contactent afin de réaliser des animations au sein de leurs institutions. Ces kits ont aussi été réalisés également pour les mettre en contact avec des experts en promotion de la santé qui peuvent les guider dans le développement de projets de prévention au sein de leur institution.

Dans certains cas, la Plate-Forme accepte de réaliser des animations en classe, mais toujours en partenariat avec un acteur local. L'idée ici est de les former sur le terrain en montrant comment préparer et réaliser une animation sur les IST et le VIH. En 2019, différentes écoles nous ont contactés directement pour nous demander de venir faire des animations VIH/Sida-IST dans leur établissement. Ces animations durent en général 2 heures de cours et se font sur le principe de l'interaction entre les élèves et le formateur. Partir au maximum de ce que les élèves savent est en effet essentiel pour cerner leur niveau de connaissances et leur transmettre les informations les plus pertinentes et en adéquation avec ce niveau.

Le contenu d'une animation en milieu scolaire et extrascolaire :

- Tour de table des connaissances des élèves en VIH-Sida et IST
- Brève présentation de la PPS et de ses activités
- VIH et SIDA : explications (séropositivité, maladie, ...) et évolution historique
- Les modes de transmission des IST (avec projection de la vidéo « Les IST, c'est quoi ? » de la série DépISTés de la PPS)

- La prévention combinée du VIH-Sida et des IST : le préservatif (avec démonstration de pose correcte), les dépistages et les traitements
- La vie quotidienne des séropositifs et la lutte contre les discriminations (avec projection de vidéos « Vie & VIH Aujourd'hui »)
- Quiz Kahoot ! pour consolider connaissances acquises lors de l'animation (les élèves se servent de leur téléphone pour y répondre)
- Informations sur les services locaux (PMS, CPF) pour ré-orienter les élèves qui le souhaitent après l'animation (effet de libération de la parole)
- Mise à disposition de flyers/stickers/préservatifs pour les élèves

1. 22/01/19 : animation des 6^{ème} secondaires de l'Athénée Royal La brise (Watermael-boitsfort) // +-50 élèves

Cette animation a été préparée dans le cadre des actions du 1^{er} décembre 2018 dans la commune de Watermael-Boitsfort. Le contenu de l'animation avait été adapté pour intégrer plus de place aux questions des discriminations envers les PVVIH (cfr cadre des actions du 1^{er} décembre) et celles relevant de la contraception.

- Nombre d'élèves : +-50 (1 groupe)
- Année de scolarité : 6^{ème} secondaire
- Contenu : programme préparé en concertation avec la proviseure de l'école, l'animatrice du centre de planning, la responsable PPS du groupe Mandela et l'animateur de la PPS : prévention des IST (prévention combinée), discriminations envers les PVVIH et contraception
- Intervenant extérieur : animatrice du CPF de Watermael-Boitsfort

2. 30 et 31/01 et 20/02/19: animation des 6^{ème} et 7^{ème} secondaires de l'Athénée Leonard de Vinci (Anderlecht) // +-45 élèves

- Origine de la demande : les professeurs de philosophie religieuse
- Nombre d'élèves : +-45 (3 groupes)
- Année de scolarité : 6^{ème} et 7^{ème} secondaire
- Contenu : programme d'animation habituel
- Année de la 1^{ère} animation : 2016

3. 18, 19, 21, 25, 26 et 27/02/19: animation des 4^{ème} secondaires du Centre Scolaire Saint-Adrien Val Duchesse // 151 élèves

- Origine de la demande : la coordinatrice de la mise en place du projet EVRAS
- Nombre d'élèves : 151 (9 groupes)
- Année de scolarité : 4^{ème} secondaire
- Contenu : programme d'animation habituel
- Année de la 1^{ère} animation : 2018

4. 26/02/19 : animations des 5^{ème} secondaires au Collège Saint-Hubert (Watermael-Boitsfort) // 107 élèves

- Origine de la demande : les professeurs de biologie
- Nombre d'élèves : 107 (1 groupe)
- Année de scolarité : 5^{ème} secondaire
- Contenu : programme d'animation habituel avec en plus partage d'expérience d'un bénévole de la PPS (aussi bénévole sur la prévention du VIH au Brésil)
- Année de la 1^{ère} animation : 2016
- Intervenant extérieur : le bénévole de la PPS qui est un ancien professeur de religion du collège

5. 28/02 et 01/03/19 : animation des 5^{ème} secondaires au Collège Saint-Pierre (Uccle) // +-120 élèves

- Origine de la demande : l'infirmière du CPMS libre d'Uccle
- Nombre d'élèves : +-120 (3 groupes)
- Année de scolarité : 5^{ème} secondaire
- Contenu : programme d'animation habituel
- Année de la 1^{ère} animation : 2019

6. 21 et 26/03/19 : animations des 5^{ème} secondaires à la Providence (Woluwé-Saint-Lambert) // +- 60 élèves

- Origine de la demande : professeure de communication
- Nombre d'élèves : +-60 (3 groupes)
- Année de scolarité : 5^{ème} secondaire
- Contenu : sensibilisation aux IST (prévention combinée et actualités du VIH-sida) et sur les projets de communication que réalisent la PPS (création des campagnes, des outils informatifs, ...) afin de montrer comment se construisent les messages/contenus des outils de la PPS.
- Intervenant : la chargée en communication de la PPS
- Année de la 1^{ère} animation : 2018

7. 21/05/19 : animations des 5^{ème} secondaires à l'Institut Montjoie (Uccle) // +-80 élèves

- Origine de la demande : infirmière du PMS
- Nombre d'élèves : +- 80 (3 groupes)
- Année de scolarité : 5^{ème} secondaire
- Contenu : programme d'animation habituel
- Année de la 1^{ère} animation : 2018

8. 23/10 et 07/11 animations des 6^{ème} et des 7^{ème} secondaires de l'Athénée Leonard de Vinci (Anderlecht) // 42 élèves

- Origine de la demande : infirmière du PMS
- Nombre d'élèves : +- 42 (3 groupes)
- Année de scolarité : 6^{ème} et 7^{ème} secondaire
- Contenu : programme d'animation habituel
- Année de la 1^{ère} animation : 2016

9. 25/10/19 animations des 4^{ème} secondaires à l'Athénée Charles Janssens (Ixelles) // +- 180 élèves

Cette année, dans le cadre des actions du 1^{er} décembre 2019, le service de Promotion de la Santé à l'École (PSE) d'Ixelles a contacté en juin la PPS pour savoir si l'on pouvait aller faire des animations sur le VIH-sida et la santé sexuelle à destination de tous les élèves de 4^{ème} secondaire de l'Institut Charles Janssens. Des réunions préparatoires ont eu lieu en amont avec les chargés de projet du PSE et l'animateur de la PPS.

- Origine de la demande : les professeurs de philosophie religieuse
- Nombre d'élèves : +- 180 (3 groupes)
- Année de scolarité : 4^{ème} secondaire
- Contenu : programme d'animation habituel
- Année de la 1^{ère} animation : 2019

- En population générale autour de la Journée Mondiale du Sida

1. Tenue de stand

Cette année encore, les partenaires ont répondu à l'appel. Les habitués ont été rejoints par de nouveaux relais et bénévoles. Ce qui nous a donné l'occasion de tenir **18 stands** pendant les deux dates proposées. Cela a permis de couvrir **5 différentes communes** de Bruxelles (Schaerbeek, Anderlecht, Etterbeek, Ixelles, Evere, 1000 Bruxelles) dans des lieux variés en termes de public.

- Gares SNCB : gare du Midi, gare du Nord, gare Centrale, Bruxelles-Schuman et Bruxelles-Luxembourg.
- Stations STIB : gare du Midi.
- Galeries commerçantes : Galerie Matongé, Docks et Abattoirs d'Anderlecht.
- Salles de fitness : JIMS FITNESS : Meiser, Anderlecht, Evere, Louise, Jordan et Porte de Namur.
- Autres lieux : Place Flagey, Plaisir d'Hiver et ULB.

Ce sont plus de **80 personnes** qui se sont mobilisées pour tenir les stands, provenant de **19 associations** partenaires différentes : Modus Vivendi, Espace P, Planning familial d'Evere, Latitude Nord, Dune, Aide Info Sida, The One Campaign, Partenariat Sida Anderlecht, Educateurs de rue d'Ixelles, Planning familial de la Senne, Mandela, Action Test, Relacs, Médecin du monde, Planning Rosa, Maison médicale du béguinage, Réseau solidarité, Planning familial les bureaux de quartier, Sensoa

En ce qui concerne les résultats de l'action, il est difficile de quantifier exactement le nombre de personnes sensibilisées. Le nombre varie en fonction des lieux. Certains endroits se prêtant plus à la distribution massive d'outils (gares, lieux commerciaux) et d'autre étant plus adapté pour favoriser la discussion de fond. Les partenaires participant ont tous rapporté une **bonne réceptivité** de la part des passants par rapport à l'action. C'est environ **30.000 préservatifs** et **20.000 rubans rouges** qui ont été distribués sur les trois journées.

2. Un village associatif au cœur de Bruxelles

Diverses animations ont eu lieu :

- **Stand sida** : pour s'informer, recevoir des brochures, préservatifs et rubans rouges, évaluer ses connaissances sur le VIH en jouant à 'risque ou pas risque', apprendre à bien utiliser un préservatif avec la black box et recevoir un badge gratuit.
- **Stand Zero Discrimination** : invitation auprès du public à participer au challenge Zéro Discrimination en signe de solidarité avec les PVVIH via un photomaton Sharing box.
- **Bowling contre le IST** dans la capote géante : symboliquement marquer des points contre les IST en abattant des quilles qui chacune représente une IST.
- **Dépistage VIH** : dépistage gratuit, anonyme et rapide réalisé par les professionnels du projet ACTION TEST via la prise d'une goutte de sang au bout du doigt. Les résultats sont donnés immédiatement.
- **Bar** : soupe, vin chaud, bière et coca.
- **Une petite scène** a également accueilli diverses prestations :
 - Animation de la scène et informations autour du VIH et de l'événement par Gaëtan Bartoz (Radio Contact).
 - **Jonglerie du feu** : prestation mêlant mouvement, jonglerie et manipulation du feu, en musique.
 - **Batucada** : groupe de percussions brésiliennes.
 - **Dj set de Liam Summers**, un jeune producteur belge proposant une musique festive et dansante adaptée au grand public. Lors de ce Dj set, le public présent a été invité à participer au défi Zero Discrimination en levant les mains en forme de zéro en l'air en signe de solidarité avec les PVVIH.

3. Challenge

Environ **6.000 photos** de mains en forme de zéro en signe de solidarité envers les personnes vivant avec le VIH ont été récoltées par la Plateforme Prévention Sida et ses partenaires dans le cadre du challenge Zéro Discrimination. Ces photos ont été récoltées via les réseaux sociaux (Facebook, et Instagram), via le réseau de « photomaton » SharingBox placés dans des lieux de sorties et sur le village associatif, et directement via le site internet www.zero-discrimination.be créé par la Plateforme Prévention Sida. Les photos sur le site ont majoritairement été prises lors de la tenue des stands grâce aux tablettes fournies aux partenaires pour faire la promotion du challenge.

4. Communication

Plusieurs outils de communication annonçant la Journée Mondiale de Lutte contre le Sida, le défi Zéro Discrimination, les actions menées dans les stations STIB/SNCF et autres lieux de passage, ainsi qu'au Bd. Anspach ont été produits.

Réalisation

- 800 **affiches A3** sur Zero Discrimination et sur les actions autour du 01/12 à Bruxelles (bilingue FR-NL).
- 35 **affiches** géantes sur Zero Discrimination et sur les actions autour du 01/12 à Bruxelles (bilingue FR-NL) diffusées dans le réseau Decaux de la ville de Bruxelles.
- 15.000 **flyers** sur Zero Discrimination et sur les actions autour du 01/12 à Bruxelles (bilingue FR-NL).
- 35.000 **flyers** sur Zero Discrimination et la prévention combinée (seulement FR).
- Une **affiche** fournie en version digitale aux partenaires à Bruxelles et en Wallonie sur Zero Discrimination à personnaliser avec les actions locales.
- Une **vidéo sans son** : diffusée via Facebook, site Internet, newsletter, salle d'attente, réseaux d'écrans, ...
- Une **photo de couverture Facebook**.
- 200.000 **pochettes préservatif** Zero Discrimination.
- Réalisation d'une **Google Map** pour présenter les activités de la Journée Mondiale de Lutte contre le Sida à Bruxelles et en Wallonie.

Diffusion

- Via plusieurs posts sponsorisés sur Facebook et Instagram.
- Via plusieurs réseaux d'écrans (Decaux, hôpitaux, pharmacies, ULB, Plaisirs d'Hivers, ...).
- Les communes bruxelloises : les réseaux d'affichage locaux, le journal communal, les services communaux, le site de la commune, les PSE communaux, etc.
- Les partenaires du projet, les écoles, ASBL de jeunes, etc. via leur actions, salle d'attente, site internet, réseaux sociaux ...
- Affichage chez les commerçants du centre-ville.
- Le réseau d'affichage et les réseaux sociaux de la Ville de Bruxelles.
- Le réseau d'affichage Decaux.
- Partenariat avec les Plaisirs d'hiver : au niveau de la communication, les Plaisirs d'hiver ont apporté leur soutien à de nombreux niveaux.
- Partenariat avec Radio Contact : article sur le site de Radio Contact, émission thématique sur Radio Contact la veille du 1^{er} décembre, port du ruban rouge par des animateurs, diffusion du ruban rouge sur RTL Play.
- Partenariat avec Dockx : diffusion de plusieurs publications sur la page Facebook du Dockx.
- Partenariat avec l'ULB : diffusion de plusieurs publications sur la page Facebook de l'ULB.
- 5 drapeaux sur le toit de la gare centrale.

Action non prévue initialement

Cette année, des sacs en tissus à l'effigie de la Journée Mondiale de Lutte contre le Sida fournis par Giléad ont été distribués lors des stands. Ils ont rencontré un certain succès et ont, sur certains lieux, permis de faciliter la distribution. Cette action sera évaluée avec Giléad pour voir si elle sera reconduite l'année prochaine.

Le projet avec les communes bruxelloises

Dans une optique politique de promotion de la santé, il est nécessaire de construire des actions concertées entre les niveaux de pouvoirs. La commune est la structure la plus proche du citoyen et à ce titre dispose d'atouts non négligeables. Il est donc important de les mobiliser dans la lutte contre le VIH.

Depuis 2008, la PPS envoie systématiquement un courrier aux communes bruxelloises pour leur faire part du projet de mobilisation et de l'offre d'accompagnement. Ce courrier contient :

- Un (r-)appel des objectifs des actions du 1^{er} décembre et de la Journée Mondiale de Lutte contre le Sida.
- Un appel à mobiliser le réseau des associations de promotion de la santé de la commune.
- Le catalogue des outils disponibles gratuitement auprès de la PPS pour réaliser des actions de terrain.
- Un calendrier pour les commandes de matériel.
- Les soutiens mis en place par la PPS pour les actions du 1^{er} décembre : un soutien en logistique (gestion des commandes), dans la communication et dans la formation des travailleurs communaux.

En 2019, l'effet « post-élection communale de 2018 » s'est fait encore sentir car les nouveaux responsables des services communaux de santé publique n'avaient pas tous/tes fixé leurs priorités pour leur mandat. La PPS a quand même pu mobiliser 10 communes sur l'ensemble de la Région de Bruxelles-Capitale.

La commune de Bruxelles-Ville :

- Les 2 semaines précédant la Journée Mondiale de Lutte contre le Sida, le PSE a proposé au Centre de Santé des animations sur le thème des IST et du SIDA lors du passage des élèves pour leur bilan de santé (public cible : 4^{ème} secondaires).
- Des mises à disposition de flyers sur le thème des IST et du SIDA et sur le thème de la JMS à Bruxelles ont également été faites à destination des élèves du secondaire des écoles de la commune.
- Des vidéos de la PPS ont été diffusées dans la salle d'attente du service Médi-Ferrer, le service médical d'écoute et d'informations pour les étudiant/es de la Haute École Francisco Ferrer.
- Des préservatifs et des rubans rouges étaient aussi mis à disposition par l'équipe de médecins et d'infirmières pour les étudiants/es qui fréquentaient le service Médi-Ferrer.

PARTENAIRES : le service de Promotion de la Santé à l'École (PSE) de la Ville de Bruxelles, le service Médi-Ferrer des infirmières de la Haute École Francisco Ferrer (HEFF).

La Commune d'Etterbeek

- Des stands d'informations sur le VIH-sida avec distribution de rubans rouges et de préservatifs ont été tenus à l'Hôtel de Ville, au carrefour de la Chasse (avec présence de 2 jobistes de la PPS en costume de K-Pote Man et de VIH Boy), à la Klinikare, dans la salle d'attente de Log'Iris ainsi qu'à Orbis Care.
- Des séances de dépistage du VIH/sida et des IST ont été organisées dans les Hôpitaux Iris-Sud, au CPF Leman, au CPF Collectif Contraception à Klinikare mais aussi lors du marché hebdomadaire de la commune à la Place Jourdan par Prevents.
- Des consultations gratuites aux Hôpitaux Iris Sud ont été organisées avec un médecin pour les personnes ayant eu un test positif au VIH.
- Des points de distribution de préservatifs et de rubans rouges se sont tenus dans des associations et des services communaux (Foyer Etterbekois, CPAS, Hôpitaux Iris Sud,...).
- Distribution de préservatifs et de rubans rouges par les éducateurs de rue et les Gardiens de la Paix de la commune lors de leurs rondes.
- Réalisation d'un dépliant bilingue Français-Néerlandais de 36 pages pour annoncer les actions, visibiliser les acteurs participants et aussi informer sur le VIH-sida : ses modes de transmission, les moyens de s'en protéger, l'exclusion des PVVIH et le dépistage du VIH-sida (textes fournis par la PPS).
- Participation au défi de solidarité « Zéro Discrimination ».

PARTENAIRES : échevinat de la Santé et du Bien-être, CPAS, Service de Prévention de la commune, Klinikare, Orbis Care, Prevents, CPF Leman, CPF Collectif Contraception Santé des Femmes, Log'Iris, Hôpitaux Iris Sud, Pharmacie Saint-Antoine, Gardiens de la Paix et éducateurs de rue de la commune.

La Commune de Saint-Gilles

Comme en 2018, la commune de Saint-Gilles s'est mobilisée pour proposer à nouveaux un stand dans l'entrée de la Maison Communale ainsi que des tournées mobiles dans les rues autour des écoles secondaires du territoire communal. Une des réalités à prendre en compte pour cette commune est la frilosité de certains membres du conseil communal pour aller faire de la prévention dans les quartiers à dominance musulmane (peur de choquer et de donner par là une mauvaise image de la commune).

Les actions menées en 2019

- Stand de sensibilisation et de distribution de préservatifs, rubans rouges et brochures animés par le planning et le service communal de Santé Publique dans le hall d'entrée de la maison communale (la badgeuse était présente sur le stand, ce qui a permis de distribuer aussi des « cadeaux » aux enfants présents).
- Distribution d'informations, de préservatifs et de rubans rouge dans la salle d'attente du centre de planning familial.
- Port du ruban rouge par les travailleurs communaux (sur base volontaire).
- Des membres de la Maison Médicale Santé Plurielle et du Centre de Planning Familial de la commune ont déambulé dans les rues pour sensibiliser les passants et les jeunes et leurs distribuer préservatifs, rubans rouges et brochures.
- Participation au défi de solidarité « Zéro Discrimination ».

PARTENAIRES : Service Santé publique de la commune de Saint-Gilles, Maison Médicale Santé Plurielle, Centre de planning familial La Famille Heureuse.

La Commune de Watermael-Boitsfort

Une rencontre en 2018 entre la PPS et le service communal de la Santé a permis de renforcer le partenariat et d'accroître le nombre des actions pour 2018 mais en 2019, les actions ont été moins nombreuses car la commune avait décidé de mettre l'accent sur les violences faites aux femmes et dont la Journée internationale est le 25 novembre.

En outre, le projet de faire une animation autour du VIH-sida et des discriminations envers les PVVIH pour les élèves de 6^{ème} de l'Athénée Royal La Brise a pu finalement se faire en janvier 2019. Vu l'enthousiasme soulevé par cette animation, celle-ci a déjà été reconduite pour 2020. Cette animation se fera toujours en partenariat avec le CPF.

Les actions menées en 2019

- Dépistage gratuit du VIH organisé au Centre de Planning Familial de la commune lors de l'European Testing Week de novembre.
- Invitation au personnel communal à porter le ruban rouge (sur base volontaire).
- Réalisation d'une affiche sur base des éléments graphiques de l'affiche Zéro Discrimination créée par la PPS.
- Intégration du logo JMS « Zéro Discrimination » dans les signatures des mails envoyés par les membres du personnel communal (sur base volontaire).
- Participation au défi de solidarité « Zéro Discrimination ».

PARTENAIRES : Service de la Santé de la commune, Centre de Planning familial.

La Commune de Jette

Comme pour d'autres communes bruxelloises, il y a eu aussi un changement de personnel au sein de la commune. En 2018, une rencontre de présentation du projet, des objectifs et des outils de la Plate-Forme Prévention Sida avait été organisée avec la nouvelle personne relais mais malheureusement, ce n'était plus la personne responsable en septembre, ce qui explique en partie la diminution du nombre d'actions menées dans cette commune bruxelloise.

Les actions menées en 2019

- Port du ruban rouge par le personnel de l'administration communale ainsi que les enseignants des écoles communale (sur base volontaire).
- Mise en place du drapeau Ruban Rouge sur la maison communale.
- Mise à disposition des différents flyers, brochures et rubans rouges pour le public se rendant à l'Hôtel de Ville.
- Affichage de la campagne et mise à disposition de rubans rouges, préservatifs et flyers dans la salle d'attente du centre de planning familial.
- Participation au défi de solidarité Zéro Discrimination.

PARTENAIRES : Service communal de la Vie Sociale et de la Citoyenneté, Centre de planning familial.

La Commune de Woluwé-Saint-Lambert

Contrairement aux années précédentes, la commune n'a pas mené d'actions spécifiques pour le 1^{er} décembre (ils faisaient habituellement une action dans les stations de métro de Tomberg et de Roodebeek).

Les actions menées en 2019

- Affichage des campagnes de la PPS (1^{er} décembre et Zéro Discrimination) et mise à disposition de préservatifs, rubans rouges et brochures informatives dans les salles d'attente des Cliniques Universitaires de Saint-Luc et particulièrement au Centre de Prise en Charge des pathologies infectieuses.
- Participation au défi de solidarité Zéro Discrimination.

PARTENAIRES : Centre de Prise en Charge des pathologies infectieuses (service que fréquentent les personnes vivant avec le VIH).

La Commune de Woluwé-Saint-Pierre

Comme en 2018, c'est le centre de planning familial de la commune qui a porté les actions du 1^{er} décembre. Ils ont notamment organisé des séances gratuites de dépistage du VIH.

Les actions menées en 2019

- Séances de consultations gratuites et de dépistage du VIH organisées par le CPF.
- Participation au défi de solidarité Zéro Discrimination.
- Mise à disposition de préservatifs, rubans rouge et brochures de la campagne du 1^{er} décembre pour le public du CPF.
- Affichage de la campagne du 1^{er} décembre dans les locaux du CPF.

PARTENAIRE : Centre de Planning Familial de la commune.

La Commune de Forest

- Informations sur le VIH à la patientèle de la Maison Médicale sur le VIH/sida.
- Mise à disposition de rubans rouges, de préservatifs et de flyers dans la salle d'attente de la Maison Médicale.
- Séances de dépistage du VIH et des IST au CPF.
- Affichages des campagnes de la PPS (le 1^{er} décembre et Zéro Discrimination) dans les salles d'attente et les lieux d'accueil de la Maison Médicale.
- Participation au défi de solidarité Zéro Discrimination.

PARTENAIRE : Maison Médicale de Forest.

La Commune d'Ixelles

Cette année, le service de Promotion de la Santé à l'École (PSE) a contacté la PPS pour savoir si l'on pouvait aller faire des animations sur le VIH-sida et la santé sexuelle à destination de tous les élèves de 4^{ème} secondaire de l'Institut Charles Janssens. Des réunions préparatoires ont eu lieu avec les chargés de projet du PSE et les animations ont eu lieu le 25 octobre (pour environ 180 élèves répartis en 2 groupes). De plus, le PSE a organisé la distribution de rubans rouges, préservatifs, flyers et brochures dans les écoles secondaires de la commune.

Les actions menées en 2019

- Animations sur le VIH-sida pour les 4^{èmes} secondaires de l'Institut Charles Janssens.
- Sensibilisation auprès des grands élèves d'humanité : stands, distribution de préservatifs, distribution de rubans rouges.
- Participation au défi de solidarité « Zéro Discrimination » pour les élèves des écoles du secondaire.
- Invitation au personnel communal à porter le ruban rouge (sur base volontaire).
- Affichage de la campagne et mise à disposition de brochures, préservatifs et rubans rouges dans la salle d'attente de la Maison Médicale Couleur Santé.
- Sensibilisation au VIH et aux discriminations envers les PVVIH via des saynètes à l'école spécialisée EPEP (enseignement professionnel pour élèves ayant un retard mental léger) avec stand de distribution de préservatifs et de rubans rouges.

PARTENAIRES : PSE d'Ixelles, Ecoles secondaires (athénée Charles Janssens, école spécialisée EPEP, Eperonniers-Mercelis, HELB/Ilya Prigogine), Maison Médicale Couleur Santé.

La commune de Berchem-Sainte-Agathe

Cette commune avait rejoint le projet en 2018 et a de nouveau participé cette année via 2 de ses services : celui de Santé Publique et le Conseil d'égalité des Chances. Une demande particulière était faite pour recevoir du matériel bilingue Français-Néerlandais et la PPS a pu leur fournir les affiches Zéro Discrimination, les flyers Zero Discrimination mais également des affiches en Néerlandais sur les modes de transmission du VIH avec leur équivalent en Français). La commune nous a fait part de son regret de ne pas voir davantage de nos outils traduits en Néerlandais.

Les actions menées en 2019

- Placement d'un drapeau Ruban rouge sur la façade de la Maison Communale.
 - Affichage de Zéro Discrimination via le réseau communal.
 - Invitation au personnel communal à porter le ruban rouge (sur base volontaire).
 - Mise à disposition de rubans rouges à la Maison Communale.
 - Participation à Zéro Discrimination.
- Actions envers les PVVIH

- Education nutritionnelle (1 fois / mois)

Des ateliers d'éducation nutritionnelle sont organisés 1x par mois pour permettre aux personnes vivant avec le VIH migrants d'améliorer leur connaissance sur l'alimentation en lien avec la santé et ainsi adopter des comportements ou des habitudes alimentaires favorables à une bonne santé. Un échange culturel a été également initié à la demande des participants afin de découvrir les traditions culinaires des pairs et varier leur menu. Sur les 11 séances organisées avec échanges/débat, 130 personnes y ont pris part. Les ressortissants de 6 pays (Cameroun, Burundi, Brésil, Rwanda, Maroc, Belgique) ont fait découvrir aux autres leur savoir culinaire.

- Activité de bien-être

Des séances de bien être ont été organisées gratuitement par une professionnelle bénévole pour améliorer la qualité de vie des PVVIH les plus vulnérables et contribuer à leur mieux être (valorisation et estime de soi et gestion du stress). Cette année, le nombre de séances et de bénéficiaires ont diminué par manque de disponibilité de la bénévole : 4 séances de bien-être pour 9 personnes seulement.

- Sorties culturelles

Nous avons organisé 11 sorties culturelles en groupe pour 112 personnes avec les tickets « Article 27 ». Ces sorties en groupe favorisent l'accès à la culture pour les personnes vulnérables socialement et économiquement, l'inclusion sociale et contribuent à lutter contre la solitude et l'isolement souvent liés à la vie avec le VIH. Toutes ces sorties culturelles sont choisies par un comité de spectateurs réunissant les membres du groupe tous les 4 mois. 17 personnes y ont participé.

- Activités envers les femmes PVVIH

Trois journées à destination des femmes séropositives ont été organisées dans le cadre d'un projet coordonné par un réseau d'associations et d'institutions : Nyampinga, Lhiving, Topaz, CETIM- Hôpital Saint Pierre et la Plateforme Prévention Sida. Une des journées a été organisée par la Plateforme dans ses locaux et portait sur i=i (indétectable= intransmissible) avec un panel de femmes du groupe Mandela ayant participé au projet de co-création de la brochure « L'Impossible Devient Possible Mieux comprendre i=i » et un médecin du CETIM pour répondre aux questions d'ordre médical. 62 femmes, toutes issues de l'immigration, en grande précarité, isolée et sans réseau familial ou amical ont pris part à ces journées. Une journée d'évaluation a été également organisée avec 25 femmes pour identifier leurs besoins et envies pour l'année 2020.

- Un week-end résidentiel annuel

Nous organisons chaque année un séjour formation résidentiel pour renforcer les capacités des personnes vivant avec le VIH, en leur offrant un espace de parole, de réflexion, de rencontre et d'échange autour des sujets d'actualité et/ ou qui les concernent directement. Le séjour leur a permis également d'identifier les facteurs environnementaux et personnels qui influencent leur santé et leur qualité de vie.

Nombre de participants : 18

Nombre d'animateurs : 3

Date : les 16 et 17 juin 2019

Lieu : Coö, Stavelot.

Durant le week-end, trois ateliers de travail ont été organisés avec des techniques d'animation différentes : Méta-plan (pour le travail en binôme), Plénière (pour favoriser les échanges collectifs) Post-it et Blason (pour la réflexion individuelle). Ces ateliers de réflexion étaient basés sur les questions suivantes « Que m'apporte i=i dans ma vie ? » ; « Que dois-je faire pour que ma vie quotidienne s'améliore ? », « Mieux me connaître pour mieux m'aimer ».

La technique du **Méta-plan** facilite la prise de parole de chaque membre du groupe autour d'un concept, d'un mot. Elle fait appel aux connaissances, au vécu, à l'expérience et aux valeurs de chacun. Elle s'organise aisément en utilisant des Post-it sur lesquels chacun, individuellement, prend le temps d'écrire son point de vue autour d'une question ouverte posée par l'animateur. Les points de vue exprimés et écrits sont ensuite organisés collectivement.

Blason : le blason est un outil d'animation qui crée les conditions d'une réflexion positive sur l'identité, les valeurs, le sens d'un individu ou d'une organisation. Il est utilisé dans de nombreux secteurs professionnels, en formation initiale comme en formation continue, et en différentes circonstances. Sa structure, en l'occurrence les cases du blason à remplir, est adaptable en fonction des objectifs visés.

Les Post-it : cette technique permet d'aborder un sujet de façon ludique et exhaustive. Les papiers peuvent être regroupés par thématiques, qui seront traitées en suite séparément, ou en petits groupes.

Matériaux utilisés : (post-it, grand papier, bics ou crayons de couleur et urne pour l'évaluation finale).

D'autres activités de détente et de bien-être ont été également proposées comme la danse et la marche. Comme bonne résolution de l'année, les participants choisissent de « **Faire** ou reprendre du sport (natation, marche, salle etc...) et mieux s'organiser pour prendre le temps pour soi ». L'évaluation montre combien l'activité est précieuse et attendue surtout pour ceux qui n'ont pas beaucoup de moyens, d'occasion ou de possibilité de voyager...

Le fait de sortir de chez soi et d'être avec les pairs permet de renforcer les liens de solidarité et de briser l'isolement et la solitude auxquels sont confrontés certains entre d'eux. Le séjour est toujours une occasion et un plaisir pour les participants (à 98% migrants) de découvrir les richesses du pays d'accueil. (Paysage, lieu touristique, culture, etc...).

2.4. Action 4 : La Formation : « Former, renforcer les savoirs, compétences et aptitudes en matière de santé sexuelle, et plus particulièrement la prévention du VIH, des IST et du VHC. »

La stratégie générale de l'action formation consiste à renforcer les capacités, les connaissances sur les IST, le VIH et le VHC, les compétences, les savoirs, les savoir-faire des groupes concernés et optimiser leurs aptitudes à agir sur les milieux de vie et à renforcer l'action communautaire par la participation de relais issus des milieux de vie (migrants, femmes, PVVIH, HSH migrants, jeunes...). Les relais formés permettent également d'orienter les personnes les plus vulnérables vers les services psycho-médico-sociaux compétents et de diminuer ainsi les inégalités en matière de santé par un meilleur accès aux services de santé, de prévention, de dépistage.

Groupes concernés par les formations : les professionnels psycho-médico sociaux. (2^{ème} ligne), les relais/bénévoles issus des milieux de vie (2^{ème} ligne), les personnes vivant avec le VIH. (1^{er} ligne).

Nous avons mis en place des partenariats avec : les associations communautaires migrantes, Modus vivendi, Centres de référence VIH (Erasmus, St Pierre et UCL, Observatoire du sida et des sexualités).

Nous avons donné des formations auprès ILA des CPAS, Solidarité, Planning, Entr'aide Marolles, Maison de repos Malibran, UCL étudiants cours de promotion de la santé, secteur jeunesse animateur maison de jeunes, Convivial, associations communautaires femmes.

- Pour les professionnels nous avons proposé des modules de formation portant sur la mise à niveau des connaissances (IST, VIH, VHC), sur la prévention combinée (Tasp, PrEP, TPE, TROD), sur les stratégies de dépistage TROD, sur le travail avec des personnes séropositives, sur la santé sexuelle et la diversité culturelle, sur la vulnérabilité engendrée par les parcours migratoires, sur la campagnes I=I et l'utilisation des outils et sur l'accueil des personnes vivant avec VIH dans en maison de repos et centre de revalidation. Nous avons organisé, en partenariat avec l'Observatoire du sida et des sexualités, une matinée d'étude et de réflexion à destination des professionnels « Sur la contribution des Eglises de réveil dans la promotion de la santé ».

- Deux formations ont été organisées à destination de tous les bénévoles (festif et mobilisation communautaire Trod) mise à niveau des connaissances sur le VIH et les IST, spécificités des différentes interventions de terrain, présentation des outils d'intervention.

- Une formation a été organisée à destination des relais communautaires PrEP afin qu'ils puissent intervenir auprès des publics HSH migrants. La formation a porté sur les méthodologies de mobilisation communautaire, de communication, utilisation des outils.

- Une formation en milieu festif a été organisée autour des actions 1^{er} décembre, Journée Mondiale de Lutte contre le Sida. La formation porte essentiellement sur la mise à niveau des connaissances sur les IST et le VIH ; l'utilisation des outils d'animation (panneaux « risques pas risques », badgeuse...) ; à renforcer les capacités des bénévoles à la gestion d'un stand de prévention autour des questions de santé sexuelles et de sexualité.

- Nous avons organisé des groupes de discussion et de réflexion pour les professionnels : (sur les pratiques) afin

- de confronter les expériences et réfléchir sur les pratiques ;
- se construire des points de repère pour des pratiques professionnelles plus adaptées.

- Nous avons organisé des groupes de discussion et de réflexion avec les PVVIH sur la qualité de vie.

- Un café santé a été organisé à destination des PVVIH. Les cafés santé sont organisés dans un souci « d'éducation thérapeutique », en collaboration avec les équipes des Centres de référence VIH de la région de Bruxelles :

- En collaboration avec le Centre de référence St Pierre, un café santé sur importance de la nutrition animée par Céline Vanhauwermeiren, Diététicienne à St Pierre.

- Une journée a été organisée dans le cadre des projets à destination des femmes PVVIH en collaboration avec le Centre de référence St Pierre « Charge virale indétectable (CVI) et sexualité » avec le Dr Païen.

- Une formation a été mise en place à destination des PVVIH migrants afin de réaliser en co-création une brochure sur I=I et la charge virale. La formation a porté essentiellement sur la mise à niveau des connaissances sur la charge virale, le système immunitaire, I=I, sur les méthodologies de co-création d'outils.

Ce projet a été mis en place afin de lutter contre les inégalités sociales de santé en créant un outil d'information visuel accessible à un public plus vulnérable maîtrisant peu le français et l'écrit.

L'action s'est déroulée conformément au planning initial pour l'ensemble de l'action. Une activité c'est rajouté concernant le travail avec les églises évangélistes africaines il est prévu une formation de relais communautaire au sein des églises en 2020. Il faut encore renforcer la participation communautaire en mobilisant plus de relais communautaire.

Résultats

OUI les résultats attendus ont été atteint **405** personnes au total ont été formée dont **204** professionnels, **36** personnes pour le TROD, **78** bénévoles et jobistes, **87** PVVIH.

Les thèmes les plus demandé cette année :

- Concept de I=I et l'utilisation des outils et du guide pédagogique et de la nouvelle campagne.
- La santé sexuelle, le VIH et la migration.
- Accueil des PVVIH dans les collectivités (centre pour demandeurs d'asile, home de nuit, etc).
- Le vieillissement et le VIH et l'accueil des PVVIH en maison de repos et en centre de revalidation.
- Mise en place d'animation et connaissance des outils et techniques d'animation.
- Le dépistage communautaire Trod.

L'évaluation réalisée avec les participants est très positive en général, ils apprécient qu'une formation spécifique sur le sida soit organisée et notamment proche de chez eux et sur différents thèmes.

Les formations ont permis :

- de mettre en place des stratégies afin d'assurer la continuité des soins et le soutien des PVVIH ;
- d'installer des bonnes pratiques d'interventions, d'animations et d'utiliser la campagne I=I ;
- d'acquérir des connaissances afin d'améliorer la communication avec les PVVIH et lutter contre la discrimination dans les structures de soins et d'accueil ;
- diminuer les barrières culturelles (celles des professionnels et celles des patients) ;
- développer une pratique professionnelle sur des bases culturellement adaptées et non discriminatoires.

Ajustements

Suite à une analyse des besoins en termes de formation et évaluation des formations 2019 auprès des professionnels psycho-médico-sociaux, nous avons décidé pour 2020 de proposer un programme de formations diversifiées avec plus d'exercices pratiques, analyse de cas concret, des formations sur les outils et techniques d'animation (santé sexuelle, VIH et IST), comment travailler avec un public plus vulnérable les questions de santé sexuelle, VIH et IST.

Nous formerons des relais communautaires afin d'améliorer la participation communautaire au processus de prévention.

Mise en place de formations à destination des PVVIH afin de les renforcer et d'améliorer le dialogue autour de santé globale et santé sexuelles entre les PVVIH migrants et les soignants.

Développer les formations à destination des travailleurs des maisons de repos afin d'améliorer l'accueil des PVVIH au sein des structures.

Nous sommes intervenus comme formateur dans les formations européennes en partenariat avec EATG sur les thématiques des enjeux de la migration et du VIH.

Pour 2020, nous proposerons un programme de formations diversifiées à destination des professionnels, nous formerons des relais communautaires, et une formation à destination des PVVIH (co-crédation d'outils). Nous développerons des formations sur les techniques d'animation et outils dans la prévention du VIH/IST.

Pour terminer, la Plate-Forme est invitée régulièrement en tant qu'expert auprès de diverses institutions politiques, de réseau, de partenaires et est invitée à participer à des conférences : Communauté française, Cocof, Aviq, Affaires étrangères, Unicef Belgique, Europe, UNAIDS, réseau européen EATG, Aids Action Europe, Plan VIH, BREACH, KCE, Plate-Forme IST, Sciensano, EACS, AF.

2.5. Action 5 : Relacs : réseau communautaire afro-latino-caribéen de santé sexuelle.

Description de l'action

Mission :

- Ouvrir un espace de dialogue sur les questions du VIH/IST/VHC au sein des communautés migrantes dans une approche globale de la santé sexuelle.
- Renforcer les capacités des communautés Afro-Latino-Caribéennes dans la prise en charge de la santé sexuelle par l'appropriation et la mise en place d'activités à destination de leurs communautés

Actions menées :

- Mobilisation des partenaires et promotion du réseau
- Définition des modes de fonctionnement
- Réflexion sur les actions à mener
- Evaluation des actions
- Programmation des actions
- Journée de réflexions et d'échange de bonnes pratiques
- Réunions périodiques pour déterminer des priorités et de nouvelles actions

Planning 2019

6 réunions périodiques pour déterminer les priorités et programmer les activités.
2 journées d'échanges et de réflexions.

| | |
|----------|---|
| 22/01/19 | Evaluation action de la Journée Mondiale de Lutte contre le Sida Programmation de la première action : Journée de réflexion |
| 30/01/19 | Préparation de la Journée de réflexion |
| 10/04/19 | Préparation de la Journée de réflexion |
| 11/05/19 | Journée de réflexion « S'engager en tant qu'acteur communautaire dans la promotion de la santé sexuelle et de la prévention des IST » |
| 05/06/19 | Evaluation de la journée de réflexion + adhésion Humanity for All |
| 20/09/19 | Proposition journée de réflexion + activités dépistage + adhésion Douche Flux |
| 03/10/19 | Organisation de la journée de réflexion + adhésion Association de femmes Maliennes |
| 14/12/19 | Journée « impact sur la santé des discriminations au sein des communautés » |

Résultats 2019

Nombre de nouveaux partenaires mobilisés :

3 nouveaux membres ont signé la charte et rejoint le réseau :

- Humanity for All : Association regroupant des LGBT d'origine Africaine vivant dans et hors du continent. Nos buts : faire progresser lois, accès à la santé, documentation et histoire des minorités.
- DoucheFlux : DoucheFLUX est un facilitateur de réinsertion pour les plus précaires, avec ou sans logement, avec ou sans papiers, d'ici ou d'ailleurs.
- Association des Femmes Maliennes : association communautaire de base.

Les autres membres signataires restent tous très actifs au sein du réseau et font preuve d'une présence régulière lors des réunions.

Journée de réflexion « S’engager en tant qu’acteur communautaire dans la promotion de la santé sexuelle et de la prévention des IST »

- Programme :

13h00 : Accueil
13h15-13h30 : Introduction : présentation du réseau Relacs
13h30-14h45 : Remise à niveau des connaissances VIH/IST et prévention combinée
14h45-15h15 : Pause
15h15-15h30 : Faire de la prévention dans une approche globale de la santé
15h30-17h00 : Workshops : besoins et bonnes pratiques en termes de mobilisation communautaire autour de la question du VIH et de la lutte contre les discriminations envers les PVVIH
17h00-17h30 : Conclusion et recommandations
17h30-18h30 : Concert AiméDOH/drink et moment de partage.

→ Présence de stands associatifs :

GAMS, Polyclinique de France, Prevents asbl, Sénébel, Femmes de Bonne Volonté, Caps asbl, Maison d’Amérique Latine, Action Test, Plateforme Prévention Sida, Humanity For All, La Cité des Ecrits asbl, Sauvons le Lycée Luila, Question Santé, Association des femmes Maliennes.

- Participation :

Une **quarantaine de personnes** a participé à la journée. Majoritairement des personnes issues des communautés afro-latino-caribéennes mobilisées par les membres du réseau.

- Recommandations :

- Aller à la rencontre des communautés et favoriser l’implication de relais communautaires dans la mobilisation.
- Augmenter la visibilité des actions menées et de la participation des communautés aux actions de promotion de la santé.
- Changer l’image des PVVIH et lutter contre les discriminations intra-communautaire.
- Faciliter l’accès à l’information, aux services de prévention (dépistage, PrEP, TPE, Préservatif,...) et aux soins grâce notamment à la délocalisation et en multipliant le type d’action à l’attention des publics cibles.
- Augmenter les espaces de dialogue autour des sujets en lien avec la prévention et la promotion de la santé sexuelle, en organisant d’autre action du type de la journée d’échange.
- Continuer à élargir l’action du réseau, notamment en recrutant de nouveaux membres et en mettant en lumière son existence.
- Favoriser une approche de la santé sexuelle dans son ensemble (importance de travailler les questions de genre)
- Promouvoir une EVRAS à destination des publics cibles (même adulte) afin de favoriser la discussion à propos de la sexualité (plaisir, consentement, prévention,...) avec son/ses partenaires.

- Evaluation :

Le pari de la première journée du réseau RELACS est réussi. Le réseau a pu mobiliser les communautés cibles. En dehors des associations membres 5 autres ont également répondu présentes et tenu des stands d’information sur leurs différentes activités.

La clarté de la présentation du réseau a eu comme effet l’adhésion de deux autres associations ; Humanité for All et l’Association de Femmes Maliennes.

Les participants ont pour la plupart déclaré avoir reçu de l’information importante pour mieux comprendre le sujet et reconnaissent l’utilité d’une remise à niveau des connaissances.

La richesse des débats et le taux de participation du public lors des workshops a permis de mettre en évidence un certain nombre de besoins et d’attentes qui seront prises en compte par le réseau pour la mise en place de ces activités à venir.

Les participants et membres du réseau ont également mis en avant l’importance de renouveler ce genre d’expérience parce que le sujet est vaste et demande à être approfondir.

Journée « impact sur la santé des discriminations au sein des communautés »

- Programme :

9h30-9h45 : Accueil

9h45-10h00 : Mot d'introduction (PPS)

10h00-10h45 : Comprendre les discriminations : définition et notion de base (Fatima Hanine - UNIA)

10h45-11h00 : Présentation des ateliers

11h00-11h30 : Pause

11h30-13h00 : Ateliers

- Identifier les formes de discrimination intracommunautaire, leurs causes et leurs effets sur la prise en charge de la santé (PVVIH, prévention des IST, accès aux soins de santé,...)
- Mettre en avant l'influence négative des discriminations (genre, orientation sexuelle, sérophobie,...) existantes au sein des communautés sur la prise en charge de la santé des individus.
- Définir des pistes d'action pour lutter contre ces discriminations au sein des communautés.

13h00-13h30: Conclusion

- Participation :

Une **vingtaine de personnes** ont participé à la matinée. Les participants regroupaient des personnes des communautés afro-latino-caribéenne, des personnes vivant avec le VIH et des personnes LGBT. Le groupe était très riche en diversité et a permis des échanges très intéressants.

- Recommandations :

- Renforcer les liens entre les différentes communautés en créant des réseaux interassociatifs.
- Penser à l'ouverture vers les autres publics dans les différentes organisations.
- Mettre en avant la convergence des luttes et rendre visibles les combats de chacun.
- Favoriser le partage d'expérience et l'échange de bonnes pratiques entre les associations.
- Promouvoir les droits humains dans nos campagnes et lors de nos séances de sensibilisation.
- Renforcer les personnes vivant avec le VIH à faire face aux situations de discrimination.
- Libérer la parole et aller à l'encontre des préjugés pour que tout le monde puisse se sentir représenté.
- Favoriser le travail communautaire pour approcher au plus près les communautés sur leur lieu de vie.
- Utiliser les moyens de communication à notre disposition pour toucher le plus de monde.
- Favoriser l'empowerment des communautés pour qu'elles puissent agir en tant qu'acteur.

- Evaluation :

Le point fort de cette matinée était la composition du public qui recouvrait une certaine diversité et rassemblait des communautés qui n'avaient pas l'habitude de travailler ensemble dans un cadre très agréable.

L'initiative de la journée a été appréciée par les participants. Le sujet et la façon dont il a été abordé a permis de voir les intersections entre les différentes problématiques et de mettre en avant les similitudes des vécus des différentes communautés.

Les personnes vivant avec le VIH présentes ce jour-là se sont senties assez en confiance pour pouvoir parler de leur séropositivité et de leur vécu avec les autres participants. Ce qui a encore enrichi les discussions.

Il a été demandé par les participants de faire un suivi des résultats et de partager avec eux ces derniers pour que la journée ne reste pas sans suite.

Autres activités réalisées :

- Deux journées de dépistage et de sensibilisation à Douche Flux.
- Participation des membres du réseau à la Testing Week.
- Participation des membres du réseau à la tenue des stands de la Journée Mondiale de Lutte contre le Sida.
- Mise en place d'un calendrier partagé.
- Focus sur la PrEP avec l'association des femmes maliennes.
- Impression flyers et affiches promotionnelles pour les deux journées de réflexion.
- Rédaction des comptes-rendus des deux journées de réflexion.
- Création d'une page Facebook et d'un groupe WhatsApp.

3. Projet 2 : mise en place d'un dispositif de dépistage démedicalisé et délocalisé du VIH à destination des migrants, préférentiellement originaires d'Afrique subsaharienne, pour faciliter l'accès au dépistage des IST/VIH.

3.1. Sensibilisation et mobilisation communautaires

Description de l'action

En 2018 nous avons constaté une certaine différence d'efficacité par rapport à nos stratégies d'intervention pour la sensibilisation et la mobilisation communautaire. Les actions en outreach donnaient plus de résonance à la fois pour faire passer les informations sur les connaissances du VIH et l'importance du dépistage comme moyen de prévention. C'est ainsi que cette priorité a pu être exploitée grâce notamment au partenariat avec l'ASBL Prevents (association communautaire disposant d'un bus de santé) et de l'acquisition au cours de l'année 2019 de notre propre bus santé en partenariat avec l'ASBL ExAequo.

La collaboration avec nos communes partenaires identifiées en fonction de la présence de la communauté subsaharienne (Ixelles, Saint Gilles, Anderlecht, Bruxelles) a permis le ciblage de certaines rues pour apporter le dispositif aux personnes visées. L'utilisation du dispositif mobile a facilité les actions de sensibilisation lors d'événements communautaires (festivals, fêtes), notamment par la tenue de stands de prévention, de distribution de préservatifs et de réalisation de dépistage du VIH et du VHC.

Compte tenu de la difficulté d'aborder la thématique du VIH, de la discrimination intracommunautaire et autres barrières communautaires existantes, le bus santé et les déplacements à l'improviste dans les lieux de vie (bar, café, salons de coiffure) offrent plus de chance que le message soit écouté. Ceci en comparaison aux actions où les personnes étaient invitées bien à l'avance à venir échanger autour de la question du VIH/IST lors d'une rencontre au sein de leur association communautaire.

Néanmoins l'implication des associations communautaires ainsi que les organismes travaillant avec les migrants reste très importante. D'une part, pour qu'à leur niveau elles puissent relayer les informations auprès de leurs communautés respectives et d'autre part, parce qu'elles restent des ressources nous permettant d'identifier les besoins et les moyens appropriés pour travailler efficacement avec leur public. C'est la raison pour laquelle depuis 2017 nous avons initié la mise sur pied du Réseau bruxellois de Santé Sexuelle Afro-Latino-Caribéen pour « favoriser un empowerment des communautés afro-latino-caribéennes dans la prise en charge de leur santé par l'appropriation de l'information et la mise en place d'activités à destination de leurs communautés ». A travers ce réseau deux journées d'études et d'échanges ont été organisées au cours de cette année.

Toutes les actions de terrain ont pu être menées par nos bénévoles, encadrés par notre responsable de la mobilisation, afin de faire plus connaître le projet et distribuer du matériel de prévention (brochures, préservatifs, flyers, etc...).

Diverses stratégies et outils de communication ont été utilisés pour la promotion des différentes activités :

- Distribution de supports (flyers et préservatifs avec le visuel spécifique du projet) lors des séances de sensibilisation auprès du public cible mais aussi lors des activités de proximité ;
- Distribution des supports au sein des associations partenaires à l'attention de leurs usagers ;
- Réalisation de capsule vidéo avec des influenceurs actifs sur les réseaux sociaux, issus des communautés pour faire la promotion du dispositif de dépistage ;
- Diffusion en continu des capsules vidéo faisant la promotion de l'importance et des bénéfices d'un dépistage précoce sur les réseaux sociaux, vidéo diffusé en français et en langues africaines (lingala, douala, peule), ainsi qu'une vidéo expliquant le déroulé d'une séance de dépistage ;
- Réalisation de trois campagnes sur la page FB du projet et le compte instagram de la PPS, à des moments précis sur l'année :

| CAMPAGNE | BUDGET | COUVERTURE | IMPRESSION |
|---|----------|------------------|------------|
| Campagne Saint-Valentin (11-15 février) | 50,00 € | 2.104 personnes | 5.369 |
| Campagne Testing Week (15-24 Mai) | 135,00 € | 21.536 personnes | 34.896 |
| Campagne Testing Week (21-29 Novembre) | 150,00 € | 15.716 personnes | 22.952 |

- Mise à jour de la page Facebook Action Test : elle a été régulièrement alimentée pour passer diverses informations (messages de prévention, planning des permanences, informations générales sur le VIH/IST, vidéos explicatives, ...). A ce jour, la page est suivie par 389 personnes.
- Création et diffusion d'une nouvelle campagne faisant la promotion du dépistage. Diffusion sur les réseaux sociaux et en version papier (flyer, affiche) dans les milieux de vie.



Planning initial

Une recherche internet et par effet boule de neige des associations communautaires d'origine subsaharienne ou d'organisation travaillant avec ce public a été réalisée en continu de sorte à présenter le projet à de nouveaux partenaires et trouver de nouvelles collaborations. Les activités d'animations et les stands de prévention ont été menés en fonction du calendrier de nos différents partenaires et des événements communautaires se déroulant sur Bruxelles. Toutefois le travail de proximité (visite, discussion et distribution de matériel de prévention) dans les lieux de vie (bar, café, salon de coiffure, périmètre autour des lieux de dépistage) s'est déroulé en continu de façon hebdomadaire.

Nous avons mis en place des partenariats

Centres Fedasil, Asbl Mister Africa Belgium, Associations communautaires (Camerounaise, Sénégalaise...), Senebel, Rainbowhouse, Bruxelles les Bains, Fête de l'Iris, Ciproc asbl, Festival Afrodiziak, Partenariat Sida Anderlecht, Belgique Medcambel, Vitrine Africaine asbl, Mutualité Chrétienne, Festiv' Africa, Colombian village festival.

3.2. Formation des bénévoles et des relais afin de faciliter la transmission du message

Les formations bénévoles planifiées initialement en 2018, n'ayant pas pu avoir lieu suite à certaines contraintes, ont pu se dérouler de façon effective en 2019.

Ainsi, deux sessions de formation ont respectivement eu lieu les samedis 7 septembre et 5 octobre 2019. Au total quinze bénévoles ont été formés aux généralités sur les IST/VIH et les Hépatites virales, ainsi qu'aux actions de la PPS.

Aussi, cinq bénévoles ont été formés spécialement aux activités de dépistage selon les prescriptions de l'arrêté royal autorisant la démedicalisation des TROD. Cette formation a été organisée par le Centre de référence VIH de l'hôpital Erasme.

3.3. Accès renforcé au matériel de prévention et d'information et aux infrastructures grâce à un dispositif de dépistage démedicalisé et délocalisé

Description de l'action

Les dispositifs de dépistage mis en place en 2018 ont été les mêmes utilisés en 2019. A savoir :

- Permanence fixe dans les locaux d'associations partenaires,
- Dépistage mobile en outreach lors de divers évènements (fête communautaire, festival, etc...),
- Prise de rendez-vous dans les locaux de la Plate-Forme Prévention Sida.

L'acquisition d'un Bus prévention en collaboration avec l'asbl ExAequo nous a permis d'accentuer un peu plus nos actions en outreach.

3.4. Les résultats des actions en 2019

➤ **Pertinence et qualité du dispositif**

● **Fréquentation du dispositif**

- Résultat et nombre de TROD réalisés : nous avons réalisé 501 TROD VIH et 123 TROD VHC en 2019. 470 dépistages ont été réalisés au travers de 101¹⁴ actions (27 avec le bus santé et 74 dans les locaux de partenaires) et 31 dépistages sur rendez-vous dans les locaux de la PPS. 498 TROD étaient non réactifs et 3 cas de TROD réactifs (1 femmes vs 2 hommes) ont été observés. La confirmation de la sérologie a pu être effectuée seulement chez la femme au centre de référence VIH de l'hôpital Erasme. Les autres cas ont refusé un accompagnement vers les services de soins, pour l'examen de confirmation. Aucun contact n'a pu être établi par la suite avec ces derniers
- Motif de réalisation du TROD (n=501) : 51,3% déclarent se dépister pour connaître leur statut sérologique ou dans le cadre d'un dépistage régulier. Dans 39,1% des cas, le test a été réalisé à la suite d'une prise de risque qui dans 83,7% des cas était un rapport vaginal non protégé.
- Proportion des actions réalisées selon les différentes stratégies de dépistage (n=101) : 26,7% en outreach Bus santé, et 73,3% dans les permanences des associations partenaires.
- Comparaison dépistage mobile vs permanence dans les locaux d'association : 27 actions bus avec 247 dépistages. 74 actions dans les associations pour 219 tests réalisés. Les stratégies mobiles sont celles qui permettent de réaliser le plus de TROD. Avec seulement 26,7% du total des actions de dépistage, la stratégie mobile représente près de la moitié (49,3%) de tous les TRODs réalisés. La moyenne de TROD réalisé lors des actions mobiles était de neuf, contre seulement trois, lors des permanences dans les locaux des associations partenaires. Ceci pourrait s'expliquer par le fait que le dépistage étant proposé à proximité des usagers, l'acceptation est plus facile. Car cette démarche ne nécessite pas d'effort supplémentaire. Le fait également de proposer le TROD sur certains évènements, dans un paquet minimum de service (prise de la tension artérielle, prise de la glycémie, test tabacologique, ...) participe également à une meilleure adhérence des usagers.

➤ **Profil du public touché**

● **Profil sociodémographique**

- Répartition des usagers par genre et selon l'orientation sexuelle. Le dispositif a permis de toucher 322 hommes, 178 femmes et une personne Trans. Dans plus de la moitié des cas (80,6%) les usagers ayant visités le dispositif déclaraient être hétérosexuel. 10% des Hommes étaient des HSH (homme ayant des rapports sexuels avec des hommes), 1,8% des femmes étaient des FSF (femme ayant des rapports sexuels avec des femmes) et 7,6% des usagers étaient des bisexuels.

¹⁴ Ne sont pas pris en compte dans ce chiffre les rendez-vous réalisés dans les locaux de la PPS

- Répartition des usagers par âge. Sur 375 répondant, la tranche d'âge des moins de 30 ans était la plus représentée 178 personnes, suivi de la tranche des 30-39 ans 101 personnes. Toutefois le dispositif a aussi permis de toucher les personnes de 40 ans et plus (25,6%).
- **Nationalité et Situation administrative**
 - Origine géographique des usagers du dispositif : sur les **494 réponses** à cette question, 41,3% étaient d'une origine d'un pays d'Afrique Subsaharienne, 7,9% d'un pays latino-caribéen, 2,2% d'un pays asiatique, 48% d'un pays européen et 3% d'une origine mixte.
 - Situation de séjour : sur 488 réponses, 14,5% étaient sans titre de séjour. Ainsi pour ce public, la seule façon de réaliser un dépistage était d'utiliser les services offerts par le projet.
 - Couverture médicale : sur 489 réponses, 73 étaient dans une situation précaire (10,8% sans couverture médical et 4,3% bénéficiaient de l'AMU).
- **Aspects préventifs**
 - Antécédent de la réalisation d'un test VIH selon le genre. Plus de la moitié (55,8%) des répondants déclaraient avoir déjà réalisé un test VIH par le passé. Les hommes semblent se dépister plus souvent que les femmes. En effet 60,6% hommes avaient déjà fait un test contre 47,2% de l'ensemble des femmes.
 - Usage du préservatif : sur les 501 dépistages, 66% des personnes déclaraient ne pas avoir utilisée un préservatif lors de leur dernier rapport sexuel avec pénétration.
 - Antécédent d'IST autre que le VIH : seulement 18 personnes ont déclaré avoir été diagnostiquées d'une IST dans les 12 derniers mois.

En conclusion

Tout comme en 2018, le dispositif a pu répondre à son objectif principal, toucher le public d'origine afro-latino-caribéen. Le projet a également aussi permis à un public vulnérable de pouvoir bénéficier d'un dépistage. En effet 14,9% du public touché avait une couverture médicale précaire et 14,5% étaient sans document de séjour. Aussi parmi les différentes stratégies de dépistage utilisées, la stratégie mobile est celle qui permet de réaliser le plus de TROD. Ce qui montre donc l'importance de continuer le dépistage hors les murs.

Toutefois certaines difficultés persistent à savoir :

- Avoir la certitude de la réalisation du test de confirmation chez les usagers avec un TROD réactif, refusant un accompagnement vers les services de soins ;
- Difficulté du recrutement des bénévoles pour le travail de mobilisation de proximité.

PRIORITES 2020

- Renforcer le travail de collaboration avec les communes
- Multiplier les actions mobiles avec le bus prévention dans les communes partenaires (Saint Gilles, Bruxelles, Ixelles, Anderlecht, Saint Josse) et au niveau des évènements communautaires
- Mettre en place une stratégie de motivation et de fidélisation des bénévoles et des relais

DIFFICULTES

Ces difficultés restent toujours d'actualité :

- Avoir la certitude de la réalisation du test de confirmation chez les usagers avec un TROD réactif, refusant un accompagnement vers les services de soins ;
- Difficulté du recrutement des bénévoles pour le travail de mobilisation de proximité.

4. Retour sur un projet : le quizz Kahoot, un outil digital pour les animations en milieux de jeunesse

Les animations en milieux scolaires que nous faisons reposent sur le principe de l'interactivité afin que les élèves participent activement au processus d'apprentissage. Dans ce contexte, un outil digital est utilisé depuis un an : un quiz interactif en ligne de Kahoot!. Il s'agit d'une application en ligne permettant de générer, entre autres, des QCM interactifs. Ces derniers sont utilisés lors des animations et permettent aux participant/es de l'animation d'y répondre via leur smartphone (afin de faciliter l'accès au réseau internet, la PPS met à disposition des élèves un réseau wifi grâce à une petite borne mobile).

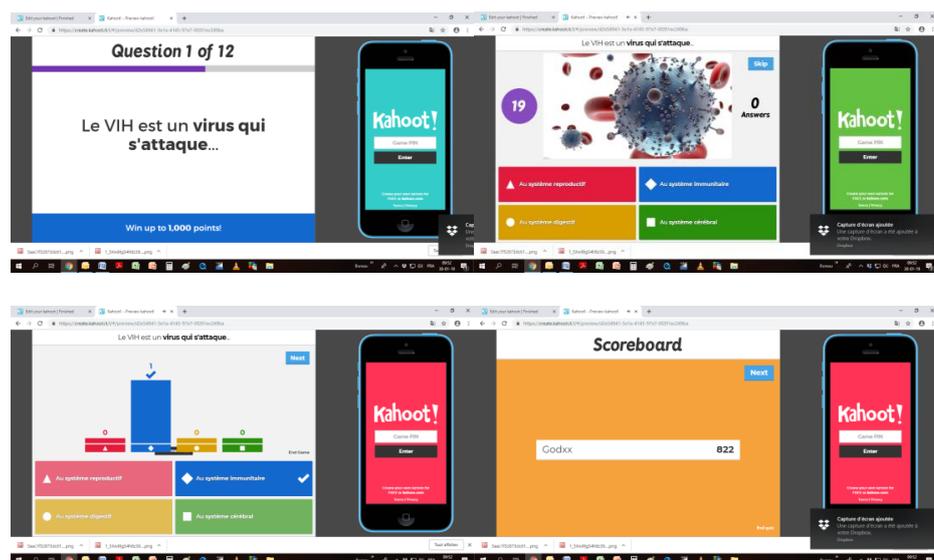
Cet outil digital donne la possibilité aux élèves de s'auto-évaluer, tout en visualisant en direct leur degré de réussite ainsi que celui de leurs camarades. Le système est apparenté à celui des boîtiers de vote et permet à l'animateur d'évaluer, pour chaque élève, le degré d'acquisition des contenus étudiés.

La séance de quiz interactif se fait à la fin de l'animation donnée par la PPS et ce quiz reprend les infos principales à intégrer : les modes de transmissions des IST, les moyens de s'en protéger, i=i, le TPE, la PrEP, ... Cette partie est très utile pour vérifier que les informations principales concernant les IST ont bien été acquises par les participants à l'animation. Cet outil apporte aussi un avantage important dans l'acquisition d'informations car l'élève qui répond de manière incorrect à une question, voit directement son erreur et il peut alors la corriger et augmenter ainsi son propre niveau de connaissances.

Cet outil est également très adaptable au niveau de son contenu. En effet, comme la série de questions est préparée en amont de la séance d'animation, on peut l'adapter en fonction des éventuelles demandes de contenu spécifique qui auraient été demandée par le responsable scolaire.

Fonctionnement du quiz Kahoot

L'animateur invite les élèves à se connecter au réseau wifi mobile de la PPS pour se rendre sur la page de participation au quiz. Les questions sont projetées sur l'écran l'une après l'autre et un temps de réponse est imparti pour chaque question. A l'aide de son téléphone, l'élève répond à la question affichée sur l'écran en choisissant une des 4 réponses proposées. Une fois que tous les participants ont répondu (ou si le temps imparti est écoulé), les réponses s'affichent et l'on voit directement quelle est la proportion de bonnes et mauvaises réponses en fonction du choix donné dans la question et quelle était la bonne réponse.



Les résultats des questions sont affichés en temps réels et un rapport des **résultats personnalisés** est généré à l'issue de la formation. L'aspect ludique de la formation accroît l'**efficacité de l'acquisition des connaissances** des participants. La formation est dynamique, efficace et interactive. Enfin, Les possibilités du logiciel permettent d'organiser des quiz en attribuant **des points à chaque bonne réponse** et d'afficher le gagnant en temps réel via le **palmarès**.

L'utilisation de cet outil digital plaît aux élèves qui se prennent souvent au jeu de la compétition dans un esprit positif et pédagogique.

RAPPORT ACTIVITE UTILISATION KAHOOT 2019 en animations scolaires

- ❖ **TOTAL PARTIE EN ANIMATIONS SCOLAIRES** : 53 parties
- ❖ **NOMBRE DE JOUEURS (TELEPHONES CONNECTES)** : 954 (régulièrement, le téléphone est utilisé par plusieurs élèves)
- ❖ **POURCENTAGE MOYEN DE BONNES REPONSES** : 73%

5. Mobilisation des données qualitatives et quantitatives pour mesurer le cheminement vers l'objectif général

5.1. Présentation des données

Toutes les données des indicateurs repris dans la fiche de suivi sont récoltées pour l'évaluation de nos programmes. Cependant, toutes les activités ne sont pas toujours évaluées de la même manière, au même moment. Et certains indicateurs vont être privilégiés en fonction des besoins. Certains indicateurs, plus facile à relever de manière systématique vont être privilégiés sur le long terme et d'autres feront l'objet de moment d'évaluation plus ponctuel. Les données présentés ci-dessus ne couvrent pas l'entièreté de celles recueillies ou disponibles mais celle qui permettent d'illustrer nos propos.

5.2. Données quantitatives

5.2.1. Indicateurs de couverture

Il s'agit d'un des indicateurs pour lequel, les données sont récoltées pour l'ensemble des activités.

En voici un exemple non-exhaustif pour illustrer les activités de trois de nos principales actions :

- **Premier accueil** : 2.251 mails reçus, 444 (estimation corrigée 684) appels répondus et 27 PVVIH accueillies.
- **Campagnes/outils** : 1.450 commandes passées en ligne ou par téléphone.
 - **Campagne I=I** : 4.325 affiches diffusées, 335.000 préservatifs distribués, 31.750 brochures diffusées et 231.9670 impressions sur les réseaux sociaux
 - **Campagne 1^{er} Décembre** : 1.035 affiches diffusées, 9520 brochures distribuées et 525.053 impressions sur les réseaux sociaux
 - **Campagne PrEP** : 90 affiches diffusées, 400 brochures distribuées et 87.632 impressions sur les réseaux sociaux (notamment site de rencontre Grindr)
 - **Campagne papillomavirus** : 300 affiches distribuées, 7.500 brochures diffusées et 579.806 impressions sur les réseaux sociaux.
- **Travail de sensibilisation** : 75 séances d'animation et de sensibilisation (travail de rue, animations en milieu de vie migrant, stands en milieu festif et animations scolaire) et 4.399 personnes sensibilisées (hors grands évènement. Plus difficile à estimer)

5.2.2. Indicateurs de diversité

Les données pour cet indicateur ne sont pas toujours récoltées pour chaque activité cependant elles sont essentielles pour évaluer l'atteinte de nos objectifs. Une partie de ces données sont récoltées de manière quantitative avec notamment l'enregistrement des données socio-économiques des différents publics ciblés par nos activités. Elles sont aussi évaluées de manière qualitative lors de focus group avec le public cible.

Exemple de données socio-économique recueillies lors des activités de dépistage d'Action Test : page 64.

5.2.3. Indicateurs de processus

Cet indicateur est essentiel à notre évaluation, il nous permet de nous assurer la participation des publics à la mise en place de nos activités (nombre de pré-tests et post-test, nombre de réunion de travail, ...), ainsi que de suivre le bon déroulement de nos activités afin de pouvoir les rééditer dans les meilleures conditions.

Exemple de l'évaluation du processus de nos campagnes : Pour la campagne I=I, un comité d'experts composé de 9 membres s'est réuni à deux reprises, 11 réunions du groupe de travail composé de 24 membres ont eu lieu, l'élaboration de la campagne c'est fait en interne avec la collaboration d'une agence de communication, l'évaluation a eu lieu en cours de processus avec la consultation d'acteurs du secteurs et des publics cibles : 4 médecins spécialisés ont été consultés pour la validation scientifique, 89 personnes au profils varié ont été sollicité pour les pré et post test, un questionnaire d'évaluation a été rempli par 22 relais, n questionnaire grand public a été rempli par 119 personnes et 59 personnes issues du public ont été interrogé lors de focus groupe pour une évaluation finale.

5.3. Données qualitatives

5.3.1. Indicateurs de satisfaction

Cet indicateur est évalué à l'aide de données qualitatives lors de focus group avec les publics cibles. Par exemple lors de l'évaluation d'outil, les publics sont entendus afin qu'ils puissent donner leur avis sur les réalisations.

Nous récoltons également des données quantitatives pour cet indicateur lors de certaines activités à la fin desquels nous faisons systématiquement remplir des questionnaires de satisfaction (formation, journée thématique, café-santé, ...) ou lors d'évaluation plus ponctuelle à l'aide de questionnaire.

Exemple évaluation de la satisfaction des participant à la journée sur les multi discriminations du réseau Relacs : Le point fort de cette matinée était la composition du public qui recouvrait une certaine diversité et rassemblait des communautés qui n'avaient pas l'habitude de travailler ensemble dans un cadre très agréable.

L'initiative de la journée a été appréciée par les participants. Le sujet et la façon dont il a été abordé a permis de voir les intersections entre les différentes problématiques et de mettre en avant les similitudes des vécus des différentes communautés. Les personnes vivant avec le VIH présentent ce jour-là se sont senties assez en confiance pour pouvoir parler de leur séropositivité et de leur vécu avec les autres participants. Ce qui a encore enrichi les discussions.

Il a été demandé par les participants de faire un suivi des résultats et de partager avec eux ces derniers pour que la journée ne reste pas sans suite.

5.3.2. Indicateurs d'adéquation

Nos activités sont mises en place en tenant compte des besoins du public cible et relais dès la mise en place des projets afin de nous assurer une adéquation entre les besoins et attentes et nos actions. Evaluation des besoins peut se réaliser à l'aide de focus group avant la mise en place d'activités, mais également au cours de la réalisation du projet et en fin de projet.

Exemple littératie en santé, la brochure I=I à destination des PVVIH : l'adéquation entre les attentes et les besoins du public cible a été évaluer tout au long du processus de création par l'implication des publics à la création : 8 journées de travail et de réflexion ont été organiser pour s'assurer que l'évolution de la brochure répondait à chaque étape aux objectifs définis avec le public en début de processus.

5.3.3. Indicateurs d'efficacité

Cet indicateur est évalué essentiellement pour la réalisation des objectifs opérationnels où les objectifs spécifiques de chaque projets et activités. Pour certaines activités ou pour l'ensemble du programme, il est parfois plus difficile de mesurer l'influence exacte de nos projets sur la réalisation de nos objectifs généraux (voir point suivant).

Exemple de l'évaluation en cours de processus du projet PrEP Migrant : notre évaluation a pu mettre en avant la mobilisation communautaire des publics dans a mise en place des projets, la diffusion de l'information concernant la PrEP auprès des publics cibles, nous avons pu constater une augmentation de questions et de demande d'information à ce sujet, mais il est plus difficile de savoir si nous avons pu influencer l'utilisation de la PrEP auprès du public concerné. Il s'agit d'un objectif à plus long terme et qui n'est pas toujours facilement repérable.

5.4. Atteinte des objectifs

Il n'est pas toujours évident de faire un lien direct entre la concrétisation de nos activités et la réalisation de nos objectifs généraux de notre programme. Nous évaluons donc surtout la réalisation de nos objectifs opérationnels. Des indicateurs comme la satisfaction nous ont permis de voir que l'ensemble de nos activités étaient appréciées du public auxquels elles s'adressent. L'évaluation de l'adéquation entre les besoins des publics et le déroulement de nos activités, nous renforce également sur la réalisation de nos objectifs. L'analyse des données recueillies pour l'indicateur de couverture sont également encourageante. Elles nous permettent de nous rendre compte de l'étendue de la portée de nos actions, tant en terme de nombre de personnes que de zone géographique. En ce qui concerne l'indicateur de diversité, il nous a permis de nous rendre compte que nos activités et surtout la déclinaison de celle-ci en fonction des besoins spécifiques de nos publics, garantissent une offre variée de réponse aux besoins de ceux-ci.

La décision de maintenir une action ou de la modifier pour correspondre à nos objectifs est réfléchi en mobilisant les données de nos évaluations, mais également les données concernant le contexte épidémiologique et sociologique dans lequel nous évoluons et l'analyse des besoins du public final et des publics relais.

Par exemple, cette année, l'analyse des données épidémiologiques nous ont permis de nous renforcer quant à l'importance de continuer à communiquer sur la prévention combinée, à renforcer l'accès à la prévention et aux soins pour atteindre nos objectifs.

5.5. Evolution de nos indicateurs d'évaluation

L'ensemble des indicateurs planifiés dans la fiche de suivi nous semble pertinente pour mesurer l'impact de nos actions sur la réalisation des objectifs de notre programme, bien qu'ils ne soient pas les seuls. Il nous semble important de collectées ces données à la fois quantitatives et qualitatives, mais également de les confronter à d'autres données comme celles du contexte épidémiologique et sociologique.

Nous avons déjà entrepris de mettre au point des outils d'enregistrement plus systématique de nos données afin de pouvoir mieux les analyser et les comparer en fonction des années. C'est notamment le cas de la mise en place d'un fichier d'enregistrement des données quantitative relatives au travail de premier accueil. Les données relatives au dépistage délocaliser sont également systématiquement encodés grâce au Cobatest. En effet, il y a une obligation de collecter les données (arrêter ministériel) à l'aide de Cobatest qui permet de standardiser la collecte des données dépistage Trod en Belgique (lien avec Sciensano).

Nous avons également commencé à réfléchir à mettre en place d'autres outils de ce genre pour d'autres de nos activités. En effet, nous travaillons à a mise en place de carnet de bord électroniques pour nos animateurs, travailleurs de proximité et relais pour systématiser la récolte de données en provenance du terrain (publics rencontrés, zones géographiques couvertes, questions fréquentes, demandes et besoins, obstacles et facilitateurs, ...) Ce travail sera poursuivi l'année prochaine.

6. Questions spécifiques à l'évaluation du renouvellement

6.1. Les perspectives pour les deux années à venir

Après un peu plus de deux ans de fonctionnement, voici les perspectives, par public cible de l'association, sur lesquelles nous souhaitons travailler durant les deux prochaines années :

1. Pour la population générale et les jeunes

L'apparition récente du concept « Indétectable=Intransmissible » nous avait conduit à communiquer sur ce concept. Après deux ans de diffusion de ce message, il nous semble important de travailler plus la question des IST ce qui répond à nos objectifs. De plus notre comité d'experts nous a invité, sur base des données épidémiologiques, à renforcer la place des IST et du dépistage dans nos messages à l'attention du grand public et des jeunes. C'était également une recommandation, du gouvernement francophone bruxellois, faite sur notre demande de subside. La déclaration gouvernementale pointe aussi que « le gouvernement veillera au renforcement de la lutte contre les IST, dont le VIH et les hépatites (campagnes d'informations et de sensibilisation).

Nous avons déjà amorcé ce travail depuis plusieurs années (brochure IST, campagne chlamydia, syphilis, application mobile « Lord of condoms »).

Dans ce contexte, nous avons mis en œuvre un processus de concertation en septembre 2019, afin de produire une campagne sur les IST en juin 2020. Une Journée d'étude et d'échanges sur les IST sera organisée en juin dans le cadre du lancement de la campagne ainsi qu'un jeu interactif sur les IST à l'attention des jeunes.

De plus, le groupe de travail de la Plateforme Prévention Sida souhaite poursuivre la diversification des stratégies de communication entamée il y a quelques années, notamment en continuant de renforcer la communication via internet et les réseaux sociaux média aisément personnalisable. C'est une priorité à court terme.

2. Pour le public « relais »

Les demandes de formation sur « l'actualisation des connaissances sur les VIH et les IST » sont de plus en plus importantes, témoignant de l'intérêt pour la thématique. A côté de cela, nous recevons également de plus en plus des demandes de formation à l'utilisation des outils de prévention et nouvelles techniques d'animation. Un module est donc en construction en interne pour répondre à ces demandes.

De plus, un module de formation « VIH et VHC » est également en construction, en partenariat avec le Réseau Hépatite C. Il s'adressera aux secteur assuétudes et « santé sexuelle » en priorité.

3. Pour les migrants

Pour ce public, la priorité sera de poursuivre les actions communautaires sur le territoire Bruxellois, notamment en lien avec le projet de dépistage démedicalisé du VIH « Action Test ». Le dépistage tardif dans la communauté africaine, caribéenne et latino est encore trop élevé. Le dépistage sera la porte d'entrée afin de sensibiliser les communautés à la prévention combinée du VIH et des IST. Un accès renforcé au dépistage du VHC sera également mis en œuvre. La place des autotest VIH dans notre dispositif de dépistage sera exploré via des focus groupes et consultation online (acceptabilité de cet outil pour la public migrant).

La place de la PrEP dans les actions communautaires sera renforcée, notamment via le groupe HSH/afro-latino-caribéens de la PPS et en collaboration avec les associations de femmes migrantes.

La sensibilisation, via les permanents et les bénévoles (relais communautaires), des associations communautaires prend beaucoup de temps notamment à cause de l'image négative que peut avoir le VIH. Nous renforcerons le travail de mobilisation communautaire par un travail de proximité en proposant des actions communautaires qui tiennent compte des besoins et spécificités des groupes de vie.

Un renforcement de l'information sera également mis en œuvre via la construction d'un nouveau site internet à destination de ce public, la publication de petites brochures d'information sur la prévention combinée en différentes langues, le lancement de campagne sur les freins liés au dépistage ainsi que les actions de communication sur la PrEP.

4. Pour les personnes vivant avec le VIH

Il s'agit essentiellement ici d'un travail de sensibilisation et de formation des professionnels de la santé et travaillant dans des homes et maisons de repos. Avec le vieillissement des personnes vivant avec le VIH, le personnel des maisons de repos est de plus en plus confronté à accueillir des PVVIH au sein de leur établissement, avec parfois malheureusement, une réticence de la part du personnel qui se sent désarmé et mal informé sur le « vivre avec le VIH ». Nous avons reçu récemment plusieurs demandes de formation pour le personnel de maisons de repos. Nous sommes donc, en collaboration avec les secteurs concernés, en train de construire un module de formation qui pourrait être proposés d'ici les prochains mois.

Un outil à l'attention des médecins généralistes est en cours de réalisation. Il a pour objectif de renforcer leurs compétences dans la prise en charge des PVVIH, de les sensibiliser et les aider à ouvrir le dialogue sur la santé sexuelle des personnes migrantes vivant avec le VIH. Cultures et Santé est partenaire de ce projet.

6.2. Les nouvelles actions, les objectifs et leur planning

L'ensemble des actions de la PPS sont à poursuivre, le travail d'information et de sensibilisation ne s'arrêtant jamais.

Pour rappel, les objectifs généraux de la Plateforme sont les suivants :

- Améliorer la santé sexuelle des publics cibles ;
- Réduire l'incidence et la prévalence des IST et du VIH en particulier.

Concernant les projets à initier, voici une proposition de planning

| ACTIVITES/ MOIS | Janv. | Fév. | Mars | Avril | Mai | Juin | Juill. | Août | Sept. | Oct. | Nov. | Déc. | 2021 |
|--|--------------|-------------|-------------|--------------|------------|-------------|---------------|-------------|--------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| Objectifs opérationnels | | | | | | | | | | | | | |
| Améliorer le niveau d'information et renforcer les aptitudes des populations en matière de santé sexuelle ; prévention, dépistage et traitement des IST. | | | | | | | | | | | | | |
| Projet « Campagne IST « A quand remonte ton dernier dépistage IST ? » | | | | | | | | | | | | | |
| Produire de manière participative la campagne sur les IST, avec les partenaires et le public cible, pour l'été 2020 | | | | | | | | | | | | | |
| Réflexion sur une stratégie innovante de communication | | | | | | | | | | | | | |
| Préparation de la Journée d'étude sur les IST | | | | | | | | | | | | | |
| Réflexion et construction d'outils d'animation de terrain (jeu IST notamment) | | | | | | | | | | | | | |
| Lancement et diffusion des outils de la campagne | | | | | | | | | | | | | |
| Réflexion participative sur le processus d'évaluation de la campagne | | | | | | | | | | | | | |
| Evaluation de la campagne et rédaction du rapport d'évaluation | | | | | | | | | | | | | |
| Présentation de l'évaluation au secteur | | | | | | | | | | | | | |
| Intégration des éléments d'évaluation dans la construction de la relance de la campagne | | | | | | | | | | | | | |
| Relance de la campagne | | | | | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | | | | | |

| | | | | | | | | | | | | | |
|--|--------------|-------------|-------------|--------------|------------|-------------|---------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| Objectifs opérationnels | | | | | | | | | | | | | |
| Améliorer le niveau d'information et renforcer les aptitudes des populations en matière de santé sexuelle ; prévention, dépistage et traitement des IST. | | | | | | | | | | | | | |
| Projet « campagne pour les migrants » | | | | | | | | | | | | | |
| ACTIVITES/ MOIS | Janv. | Fév. | Mars | Avril | Mai | Juin | Juill. | Août | Sept | Oct. | Nov. | Dec. | 2021 |
| Concevoir et réaliser une campagne sur les freins liées au dépistage | | | | | | | | | | | | | |
| Concevoir un nouveau site internet migrants | | | | | | | | | | | | | |

| | | | | | | | | | | | | | |
|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|
| Concevoir et réaliser des brochures prévention combinée en 5 langues | | | | | | | | | | | | | |
| Relancer la campagne Prep pour les HSH afro-latino-caribéens et les femmes migrantes. | | | | | | | | | | | | | |
| Concevoir et réaliser des Outils d'animation de terrain et Un guide (fiches) sur les techniques d'animation santé sexuelle à destination public vulnérable | | | | | | | | | | | | | |

| | | | | | | | | | | | | | |
|--|--------------|-------------|-------------|--------------|------------|-------------|---------------|-------------|--------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| Objectifs opérationnels | | | | | | | | | | | | | |
| Améliorer le niveau d'information et renforcer les aptitudes des populations en matière de santé sexuelle ; prévention, dépistage et traitement des IST. | | | | | | | | | | | | | |
| Projet « Santé sexuelle des PVVIH migrantes » | | | | | | | | | | | | | |
| ACTIVITES/ MOIS | Janv. | Fév. | Mars | Avril | Mai | Juin | Juill. | Août | Sept. | Oct. | Nov. | Dec. | 2021 |
| Constitution du groupe d'expert et partenariat avec Culture et santé | | | | | | | | | | | | | |
| Focus groupes et questionnaire online avec des pvvihs migrants (analyse des besoins) | | | | | | | | | | | | | |
| Focus group et entretiens avec des médecins généralistes (analyses des besoins) | | | | | | | | | | | | | |
| Analyse des résultats et rédaction du rapport | | | | | | | | | | | | | |
| Réflexion et discussion des perspectives pratiques au sein du comité d'experts | | | | | | | | | | | | | |
| Réalisation de l'outil et traduction | | | | | | | | | | | | | |
| Diffusion auprès des médecins généralistes | | | | | | | | | | | | | |
| Evaluation | | | | | | | | | | | | | |

| | | | | | | | | | | | | | |
|---|--------------|-------------|-------------|--------------|------------|-------------|---------------|-------------|--------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| Objectif opérationnel | | | | | | | | | | | | | |
| Renforcer l'accès au matériel de prévention | | | | | | | | | | | | | |
| ACTIVITES/ MOIS | Janv. | Fév. | Mars | Avril | Mai | Juin | Juill. | Août | Sept. | Oct. | Nov. | Dec. | 2021 |
| Trouver de manière continue de nouveaux partenaires en lien avec le public cible | | | | | | | | | | | | | |
| Distribuer (de manière pro active) les préservatifs et autres outils de prévention à des fins pédagogiques dans les lieux de vie migrants | | | | | | | | | | | | | |
| Organiser ou participer à des animations dans les milieux festifs migrants | | | | | | | | | | | | | |
| Organisation de séance d'animation interactive sur le VIH/SIDA, les IST et la sexualité dans les lieux de vie des migrants (les centre d'accueil pour demandeurs d'asile, les associations migrantes, les centres alpha, les homes d'accueil, les maisons de jeunes, ...) | | | | | | | | | | | | | |
| Organiser des séances d'information dans les lieux informels (bar, café) par le travail de rue. Développer le travail de proximité dans les quartiers africains (distribution de préservatifs, matériel de prévention, ...) | | | | | | | | | | | | | |

| | | | | | | | | | | | | | |
|--|--------------|-------------|-------------|--------------|------------|-------------|---------------|-------------|--------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| Objectif | | | | | | | | | | | | | |
| Développer les connaissances et les compétences des professionnels et des relais en contact avec les populations concernées. | | | | | | | | | | | | | |
| ACTIVITES/ MOIS | Janv. | Fév. | Mars | Avril | Mai | Juin | Juill. | Août | Sept. | Oct. | Nov. | Dec. | 2021 |
| Mettre sur pied de manière concertée un module de formations à l'attention des relais sur l'utilisation des outils de prévention et nouvelles techniques d'animation | | | | | | | | | | | | | |
| Lancement du module et organisation de séances de formation | | | | | | | | | | | | | |
| Mettre sur pied de manière participative un module de formations à l'attention des maisons de repos, sur le vécu des PVVIH | | | | | | | | | | | | | |
| Lancement du module, contacts avec le secteur des maisons de repos et organisation de séances de formation | | | | | | | | | | | | | |
| Evaluation des modules et des formations | | | | | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | | | | | |

| | | | | | | | | | | | | | |
|---|--------------|-------------|-------------|--------------|------------|-------------|---------------|-------------|--------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| Objectif | | | | | | | | | | | | | |
| Accroître le nombre de personnes connaissant leur statut sérologique | | | | | | | | | | | | | |
| ACTIVITES/ MOIS | Janv. | Fév. | Mars | Avril | Mai | Juin | Juill. | Août | Sept. | Oct. | Nov. | Dec. | 2021 |
| Explorer l'acceptabilité de l'autotest dans les populations migrantes | | | | | | | | | | | | | |
| Analyse des résultats | | | | | | | | | | | | | |
| Réflexion concertée sur une stratégie d'information et d'accès au auto test | | | | | | | | | | | | | |
| Lancement de l'action | | | | | | | | | | | | | |
| Evaluation | | | | | | | | | | | | | |