

## SANTE SEXUELLE ET VIH: UN MIX CONVIVIAL?

*L'un des plus grands défis pour une organisation est d'offrir des produits et services suffisamment conviviaux. L'expérience de Sensoa nous montre que l'intégration de la santé sexuelle et des mesures de traitement et de prévention entourant le VIH peut accroître cette convivialité. Pour cela, de bonnes conditions préalables sont toutefois nécessaires. Si elles sont remplies, elles peuvent alors conduire à des produits qui sont vraiment adaptés à l'utilisateur: simples, transparents, efficaces, bon marché et attrayants. Le site Internet [www.allesoverseks.be](http://www.allesoverseks.be) en est un exemple.*

**Chris Lambrechts, directeur**

### En quoi consiste maintenant cette convivialité exactement?

Le terme 'consumer friendly' est une manière quelque peu malheureuse de définir ici cette convivialité. Les gens qui font appel à nos services ne sont pas des consommateurs qui optent pour notre offre parmi un large éventail de possibilités. Ce sont des utilisateurs, poussés par un besoin spécifique. Le terme 'user friendly' s'applique dès lors plus ... Maintenant, qu'est-ce qui rend précisément une offre 'user friendly' ou conviviale?

- La mesure dans laquelle le service ou le produit est '**user centered**', c'est-à-dire axé sur l'utilisateur. Cette philosophie place l'utilisateur dans une position centrale. Nous devons bien connaître le groupe cible: qui sont nos utilisateurs? Quel est leur parcours et que recherchent-ils? Quelle fonction notre produit ou service a-t-il en particulier pour eux? Quelles informations ou quel soutien recherchent-ils? Cela semble évident. Pourtant, nous commettons parfois l'erreur de partir de nos propres expériences et objectifs au lieu de ceux de nos utilisateurs...
- **Un faible prix de revient.** Il ne faut pas toujours prendre cela au pied de la lettre. Le temps que l'on doit investir afin de pouvoir profiter d'une offre, la charge émotionnelle que cette offre apporte avec elle, l'effort que l'on doit faire pour trouver l'offre, tout cela fait aussi partie du prix que l'utilisateur doit 'payer'.
- **Simplicité et transparence.** Un seul bouton pour commander toutes les fonctions; un seul appareil pour cuire à la vapeur, au micro-ondes, faire rôtir et rissoler; un seul guichet pour toutes vos questions, où vous ne serez pas ballotté(e) à droite et à gauche; un seul site Internet bien agencé qui part de votre question spécifique et non pas des objectifs de l'organisation qui l'a créé... Pour y arriver, une analyse approfondie de toutes les démarches que l'utilisateur doit entreprendre lors de l'utilisation de l'offre est nécessaire.
- **La qualité du résultat.** Un produit ou service est convivial pour l'utilisateur, si il ou elle est réellement aidé(e) et si une réponse à la question derrière la question est également donnée de manière compétente.
- Et enfin, le **caractère divertissant (engageant)** du produit ou du service... L'utilisateur a-t-il eu une agréable expérience lors de l'utilisation de votre produit ou service? Le visiteur était-il satisfait de la manière dont le service lui a offert du soutien?

**Des systèmes de feed-back** peuvent nous aider à accroître la convivialité de nos services. C'est ainsi que l'on pourrait par exemple se servir des plaintes de façon constructive, interroger systématiquement les utilisateurs à propos de leur satisfaction concernant tous les points ci-dessus, organiser un panel d'utilisateurs lors de l'évaluation du service, ...

Répondre adéquatement aux divers besoins exige une grande variété de compétences. Il est parfois difficile de réunir toutes ces compétences dans un seul service ou une seule offre. Si malgré tout nous y parvenons, nous aurons gagnés la reconnaissance du groupe cible. La question que nous traitons ici est plus particulièrement de savoir si le cadre plus large de la santé sexuelle profite en fin de compte à l'utilisateur et si oui, comment nous pouvons concrétiser cela.

## **Le cadre de la santé sexuelle contribue-t-il à une plus grande convivialité?**

Être en bonne santé sexuelle signifie que l'on se trouve dans un état de bien-être psychique, physique et émotionnel face à la sexualité. La santé sexuelle ne se limite dès lors pas à éviter les risques pour la santé. Cela signifie entre autres que le facteur relationnel aussi devient très pertinent pour beaucoup de gens et que la possibilité d'avoir des expériences sexuelles agréables est également un objectif important. Cela signifie toutefois aussi que la compétence d'une organisation qui œuvre dans ce domaine doit être plus large que lorsqu'elle se limite à la prévention des infections par le VIH et les MST, par exemple. La santé sexuelle implique en outre de militer pour le respect des droits de chacun en matière de sexualité et de reproduction.

Sensoa est le résultat de la fusion des diverses organisations de lutte contre le sida, d'un côté, avec le membre flamand de l'International Planned Parenthood Federation. Au terme de cette fusion, notre mission est devenue la suivante. Sensoa veut promouvoir la santé sexuelle de la population flamande en accordant une attention particulière aux personnes atteintes du VIH et du sida

- grâce au développement de nouvelles idées et concepts
- grâce à l'étude des changements de tendances
- en traduisant cela par des produits concrets: dépliants, formations, programmes d'éducation, DVD, livres...
- en partageant ces produits, ces connaissances et cette expérience par le biais de services
- en sensibilisant le grand public ainsi que les groupes cibles

Nous disposons pour cela de cinq programmes axés chacun sur un groupe cible: les jeunes; les HARSAH (des hommes ayant des relations sexuelles avec d'autres hommes); les jeunes adultes; les personnes atteintes du VIH et du sida et le Programme International. Cinq thèmes sont ici prioritaires pour nous: la prévention des MST et du VIH; la prévention des grossesses non planifiées (avec priorité à la contraception); la prévention des comportements sexuels déviants (avec priorité aux jeunes); diversité culturelle et santé sexuelle; sexualité et handicap.

Notre expérience est particulièrement positive et nous osons qualifier notre mariage de réussi. L'intégration d'une stratégie de lutte contre le VIH et de la santé sexuelle n'a pas conduit à la mise au placard de l'un ou l'autre thème. Dans le cadre de la santé sexuelle, il est toujours possible de souligner le risque de VIH pour des groupes cibles spécifiques. Chez d'autres groupes cibles, on peut plutôt aborder l'importance de la prévalence de comportements sexuels déviants ou la contraception dans les campagnes.

L'intégration est particulièrement pertinente, notamment pour le groupe cible que constituent les jeunes. Notre expérience nous montre que les jeunes ont tout à gagner d'une approche globale qui place la prévention du VIH dans le contexte plus large de la santé sexuelle. Une attitude de respect pour son propre bien-être et celui du/de la partenaire et des capacités de communication et de négociation sont par exemple des éléments qui ont en commun une prévention du VIH réussie ainsi qu'une bonne éducation sur les plans sexuel et relationnel. L'intégration des deux thèmes peut nous permettre d'unir nos forces pour atteindre ces objectifs essentiels, mais difficiles à réaliser.

## Ce qui nous unit et ce qui nous sépare

Au début d'une relation, c'est une bonne idée de partir de ce qu'on a en commun. La promotion de la santé et des droits en matière de sexualité et de reproduction et la lutte en faveur de mesures de traitement et de prévention adéquates du sida ont beaucoup de déterminants des comportements à risque en commun l'une avec l'autre. Elles réussissent le mieux dans un environnement ayant les caractéristiques suivantes:

- Il existe une ouverture sociale permettant de parler de ces thèmes;
- Il existe un cadre légal qui garantit les droits individuels en matière de sexualité et de reproduction et qui exclut toute discrimination basée sur le sexe, le genre, l'orientation sexuelle, le statut séropositif, l'âge, l'identité sociale et culturelle, la vision politique et idéologique, la conception philosophique et le mode de vie;
- Tout le monde, mais surtout les groupes cibles socialement vulnérables, tels que les jeunes, les femmes, les homosexuels, lesbiennes et bisexuels, les personnes défavorisées, les toxicomanes, les minorités ethniques, ... doivent pouvoir avoir recours à des facilités et des informations accessibles, et accéder à des moyens de prévention et un traitement sur mesure;
- Une bonne éducation sur les plans sexuel et relationnel est offerte et enseigne aux jeunes les informations de base ainsi que les compétences sociales et communicatives;
- Lors du développement de quelque intervention que ce soit, il est nécessaire de respecter la particularité des (sous-)groupes cibles; ils sont activement impliqués dans l'élaboration d'activités.

Le fossé entre les deux secteurs reste malgré tout important et on ne collabore souvent pas suffisamment. Les raisons de cette distance sont diverses et peuvent varier d'un pays ou d'une région à l'autre.

- Le fait que les facilités de santé sexuelle et reproductive soient pour la plupart administrées par des femmes et que les organisations de lutte contre le sida —plus particulièrement en Occident— aient souvent été lancées par des hommes ayant des relations homosexuelles apporte d'autres accents ainsi qu'une autre culture d'entreprise.
- Les deux secteurs se situent aussi à un autre stade de développement organisationnel.
- Le fait que la prévention du VIH et la santé sexuelle diffèrent au niveau d'un certain nombre de déterminants (infections qui vont de pair avec l'injection de drogue par exemple) crée une certaine distance.
- L'attention portée au traitement et l'attention portée à la prévention ainsi qu'aux soins de santé de base se battent souvent au plan international pour avoir la priorité d'attention.
- Le gouvernement comme d'autres donateurs ont souvent débloqué les moyens consacrés à la lutte contre le sida au détriment d'autres budgets. Cela a naturellement fait augmenter la compétition en matière de subsides.

## Les résultats et le chemin pour y arriver

Chez Sensoa, les éléments unificateurs se sont d'ores et déjà avérés plus forts que les différences. L'intégration de la santé sexuelle et du VIH a conduit à une organisation plus forte disposant d'un bon mix d'expertise à la fois sur le plan technique et sur le plan du contenu. Ces expertises se sont fortement complétées l'une l'autre; cela a permis une inspiration mutuelle, des concepts plus forts et un meilleur fondement de notre travail. Les collaborateurs ont plus de chances d'évoluer. Nous parlons dorénavant d'une seule voix et sommes devenus le point de référence par excellence pour les médias qui comme toujours sont très intéressés par des thèmes touchant à la sexualité. Cela nous apporte aussi une forte position de négociation. En unissant nos forces, nous avons généré plus de bonne volonté parmi les sponsors et nous pouvons produire plus de produits que nous pouvons diffuser de façon plus large. Nous sommes une 'marque forte'.

Afin de garantir un tel succès, il est important de créer les conditions préalables nécessaires. C'est ainsi que nous avons veillé à avoir un appui interne en impliquant tout le monde lors des préparations et en préparant sérieusement l'intégration. Même si une organisation était considérablement plus grande que l'autre, une lutte pour le pouvoir a malgré tout été évitée. Pour la direction, il était en outre clair qu'aucun retour en arrière n'était possible. Nous nous sommes aussi assurés du soutien du gouvernement, lequel a promis de ne pas économiser sur le budget.

Même dans de bonnes conditions, une telle intégration ne se déroule cependant pas sans problème. Lors de la préparation, on peut procéder calmement. Mais lors de l'exécution, la rapidité s'impose toutefois afin de s'assurer que la continuité du travail soit garantie. L'élargissement des groupes cibles et des thèmes fait qu'il devient nécessaire, encore plus qu'auparavant, de faire suffisamment de choix. Et choisir les bonnes priorités n'est alors pas évident. En outre, chacun doit continuer d'avoir le sentiment de gagner quelque chose – ou à tout le moins de ne pas perdre plus que l'autre... Au cours du processus, une grande d'attention est accordée aux processus internes. Mais ce faisant, on ne peut toutefois pas perdre de vue ses partenaires – et certainement jamais les groupes cibles.

**Un exemple d'approche conviviale: [www.allesoverseks.be](http://www.allesoverseks.be)**

L'intégration des thèmes de la santé sexuelle et du VIH a d'ores et déjà rendu bon nombre de services et de produits beaucoup plus conviviaux pour nos groupes cibles. Les thèmes de la Ligne Info SIDA ont été élargis aux maladies sexuellement transmissibles ainsi qu'à la contraception. Les hommes ayant des relations homosexuelles ont également reçu des informations en rapport avec l'attractivité sexuelle et l'affirmation de l'identité sexuelle (ou 'coming out'). La santé reproductive des gens atteints du VIH a bénéficié de plus d'attention. Les collections des différents centres de documentation ont été intégrées et ont été rendues accessibles via Internet. L'offre de formations a sensiblement été étendue. Et pour le groupe cible que constituent les jeunes notamment, l'offre a été élargie, améliorée au niveau de la qualité et a d'abord et surtout été rendue... plus attrayante.

Le site Internet [www.allesoverseks.be](http://www.allesoverseks.be) en est un exemple. Ce site Internet souhaite fournir de l'information aux jeunes âgés entre 15 et 25 ans. Malgré l'offre d'information en apparence débordante sur la sexualité dans les médias, les jeunes ont encore une foule de questions. Souvent, il s'agit de questions qu'on n'ose pas poser comme ça, parce que l'hésitation est grande ou parce que les jeunes craignent d'être "anormaux". Les jeunes en plein développement sexuel sont de toute manière confrontés à beaucoup d'incertitudes. Mais le groupe un peu plus âgé aussi expérimente les relations et la sexualité. Chez eux, le nombre d'infections par des maladies sexuellement transmissibles, le nombre de grossesses non désirées et le nombre de cas de comportements sexuels déviants sont relativement élevés.

Sensoa veut rendre la tâche facile aux visiteurs de [www.allesoverseks.be](http://www.allesoverseks.be). Sur la page d'accueil, ils tapent une question ou un mot clé, correctement orthographié(e) ou pas. Une base de données spécialement développée génère une réponse immédiate. Dans le cas où la question n'est pas suffisamment claire, le site lui-même suggère alors plusieurs questions parmi lesquelles le visiteur peut choisir. En plus de la réponse, on propose au visiteur d'autres questions à propos du mot clé, des mots clés connexes, ainsi que des témoignages personnels. Assis derrière leur ordinateur, les jeunes peuvent donc en toute discrétion et en tout anonymat poser n'importe quelle question à propos de la sexualité. Et c'est précisément cette approche axée sur la question qui rend ce site innovant et unique pour la Flandre.

L'information est correcte et à jour, adaptée aux jeunes de 15 à 25 ans et est donnée de manière aussi ouverte que possible sans être pornographique. Environ 650 mots clés peuvent être consultés par le biais de 2 500 questions et réponses. Grâce au site, Sensoa offre de l'information de manière interactive sur, par exemple, les relations sexuelles protégées, la première fois, le plaisir, les positions amoureuses et techniques, les relations et les sentiments, l'homosexualité et la prévention des comportements sexuels déviants. Les jeunes ont aussi l'occasion de publier leurs témoignages, des sondages paraissent régulièrement, il y a un forum, ... bref, le site est interactif. Si un visiteur souhaite poser une question personnelle de manière anonyme, c'est alors aussi possible. Des collaborateurs compétents des Jongeren

Advies Centra (Centres de conseil pour jeunes) et des Centra voor Algemeen Welzijnswerk (Centres d'aide aux personnes) y répondent dans les 48 heures. Une évaluation complète du site, incluant des entretiens ciblés avec le groupe cible, est prévue en 2009.