



dianova
20 ANS
DE TRAVAIL
EN RÉSEAU

CAMPAGNE Mettre fin à la stigmatisation
#QuitStigmaNow
RÉSUMÉ

1 CONTEXTE

Au cours de la dernière décennie, Dianova s'est centrée sur l'éducation et sur la promotion de la santé via des campagnes internationales de sensibilisation aux risques associés à l'abus d'alcool ou d'autres drogues ainsi qu'aux addictions sans substances, auprès des jeunes, des parents/familles et des personnes concernées par une addiction.

Le 26 juin aura lieu la troisième Journée internationale contre l'abus et le trafic illicite de drogues depuis l'approbation des Objectifs de développement durable (ODD). Les 193 États membres des Nations Unies sont parvenus à un accord pour mettre en œuvre un nouveau programme du développement durable intitulé « Transformer notre monde : le Programme de développement durable à l'horizon 2030 », et se sont engagés à ce que personne ne soit laissé pour compte dans la mise en œuvre de ses objectifs.

L'Objectif 3 – Santé et bien-être (garantir une vie saine et promouvoir le bien-être à tout âge) – inclut explicitement le renforcement de la prévention et du traitement de l'abus de substances psychoactives, notamment l'abus de stupéfiants et la consommation nocive d'alcool (cible 3.5). Outre les problèmes associés à l'abus de substances, notamment les risques d'overdose, de suicide et d'aggravation ou de développement de troubles mentaux, les personnes qui consomment des drogues, injectables ou non, sont plus vulnérables face à la transmission du VIH et des hépatites virales, et qu'elles rencontrent également davantage de **difficultés à accéder aux services de soins ou de réduction des risques et des dommages et à se réintégrer dans la société, compte tenu de la stigmatisation** et des préjugés liés à l'usage de drogues.

L'Objectif 5 – Égalité des sexes (parvenir à l'égalité des sexes et autonomiser toutes les femmes et les filles) – souligne la nécessité de mettre en œuvre des politiques qui tiennent compte des différences existant entre les hommes et les femmes concernés par l'abus de substances, tant au plan de leurs habitudes de consommation qu'à celui des vulnérabilités associées.

L'Objectif 10 – Inégalités réduites (réduire les inégalités dans les pays et d'un pays à l'autre) – implique que le fait de refuser de voir les addictions comme un problème de santé publique fait le lit de la marginalisation et se répercute de façon négative sur les personnes ayant des troubles associés à l'abus de substances, compromettant ainsi le traitement et la réinsertion. **La stigmatisation** envers les personnes qui consomment des drogues **peut représenter un obstacle majeur à l'accès aux services de santé**.

L'Objectif 16 – Paix et Justice – (promouvoir l'avènement de sociétés pacifiques et ouvertes à tous) vise avant tout à renforcer l'État de droit et l'accès à la justice et à lutter contre la corruption et le crime organisé. L'économie informelle de la drogue engendre des niveaux inégalés de violences et de corruption, qu'elles soient liées au crime organisé, à la délinquance de rue, **ou même aux crimes perpétrés par certains états ou gouvernements**.

Il faut souligner que le document final de la Session extraordinaire de l'Assemblée générale de l'ONU (UNGASS) sur le problème mondial des drogues décrit ce problème comme une question de santé publique. Selon ce même document, **la dépendance aux drogues** est un « problème de santé », de « nature

récurrente et chronique », **devant être abordé du point de vue sanitaire et social et non pas de la justice pénale.**

Enfin, la résolution 61/11 de la Commission des Stupéfiants des Nations Unies qui a eu lieu du 12 au 16 mars 2018 à Vienne, reconnaît que la marginalisation, **les attitudes stigmatisantes**, la discrimination et la peur des répercussions sociales, professionnelles ou juridiques **peuvent dissuader de nombreuses personnes d'accéder à l'aide dont elles ont besoin.**

2 LA SITUATION

Nombre de personnes ayant un trouble associé à l'abus de substances sont victimes de rejet et de stigmatisation

La stigmatisation peut avoir un impact négatif dans les différentes sphères de la vie, comme le travail, le logement, les relations sociales ainsi que la **santé physique et mentale**. Elle est un obstacle important à l'accès au traitement et par conséquent au rétablissement et à la réinsertion. La stigmatisation est également susceptible d'augmenter les comportements à risques. Plusieurs études ont démontré que **la stigmatisation est un obstacle majeur à l'accès aux soins.**

Des centaines de milliers de gens sont considérés comme des criminels, purgent de longues peines de prison et, dans certains pays, sont même condamnés à mort pour avoir fait usage de drogues illicites. En outre, d'autres pays imposent que l'usage simple soit inscrit au casier judiciaire, empêchant ainsi d'avoir accès à certains emplois.

Par le biais de son Manifeste, le réseau Dianova soutient la mise en œuvre de politiques de drogues basées sur la santé publique et le respect des droits humains. Dianova demande à ce qu'il soit mis fin aux politiques essentiellement répressives qui ne font que marginaliser les usagers et réduire l'accès aux services dont ils ont besoin.

Les populations concernées :

- **Les femmes qui font ou qui ont fait usage de substances addictives.** Ces femmes font l'objet d'une double stigmatisation : en tant que femmes et en tant qu'usagères ou ex-usagères de substances, une situation qui peut encore s'aggraver lorsqu'elles ont des enfants. Elles en viennent souvent à passer leur problème sous silence, à le cacher, ce qui se traduit par un retard dans l'accès aux soins, voire une absence de soins. De plus les modalités de traitement tiennent rarement compte de leurs besoins spécifiques. Les violences de genre sont également très répandues au sein de cette population. Le Rapport mondial sur les drogues 2015 indique que, bien qu'un consommateur de drogues sur trois dans le monde soit une femme, seulement une personne suivant un traitement sur cinq est une femme.
- **Les personnes en rétablissement.** La stigmatisation des personnes ayant un trouble de l'abus de substances peut perdurer pendant de nombreuses années après leur rétablissement. Les personnes qui tentent de surmonter leur addiction et reconstruire leur vie font également l'objet de nombreux stéréotypes nourris par la crainte du « drogué ». La société ne cesse de vanter

l'importance de surmonter les addictions à l'alcool et autres drogues et de « jouer un rôle actif dans la société » sans donner aux gens la possibilité de le faire. Cet élément prend tout son sens en matière d'insertion socioprofessionnelle, un facteur clé de rétablissement.

- **Les personnes ayant un trouble de l'abus de substances.** La société les considère comme des personnes moralement faibles et responsables de ce qui leur arrive. La dimension globale de la problématique et l'existence de facteurs biopsychosociaux sont encore largement ignorés. La stigmatisation, les politiques de répression et l'exclusion sociale rendent plus difficile l'accès au traitement, aux programmes de réduction des risques, ainsi qu'aux autres services de santé. Ces personnes ont également du mal à exercer pleinement leurs droits fondamentaux.

3 LA STRATEGIE

La campagne a pour but de réduire la stigmatisation des personnes ayant des troubles de l'abus de substances et de favoriser la mise en œuvre d'approches de prévention et de traitement des addictions plus respectueuses de leurs droits.

Par le biais d'images et de messages, les publics cibles sont invités à suivre différentes recommandations visant à lutter contre la stigmatisation, avant de partager ces messages et ces contenus avec d'autres personnes via leurs propres canaux de diffusion.

4 LES CIBLES

Les cibles ont été choisies en fonction de l'environnement social des membres ordinaires du réseau Dianova.

- **Les professionnels de santé** – ils peuvent entretenir des croyances négatives à propos des patients ayant des troubles de l'addiction. Ces patients sont souvent jugés imprévisibles, incapables de suivre les recommandations, voire violents. Le fait d'être ainsi catalogué est un obstacle au traitement.
- **Les décideurs** – l'image négative des personnes ayant un trouble de l'abus de substances dans la société entraîne un désinvestissement de l'action politique en la matière. De plus, si action il y a, celle-ci est souvent biaisée par les positions idéologiques.
- **Les entreprises** – plutôt que considérer l'addiction comme un problème à résoudre pour favoriser le mieux-être des employés et donc de l'entreprise, beaucoup d'employeurs choisissent de faire « la chasse aux drogués », ce qui ajoute encore à l'intolérance et à la discrimination.
- **Les médias** – ils utilisent parfois un langage qui stigmatise, que ce soit pour décrire les toxicomanes ou pour établir un rapport entre consommation de drogues et violence, ce qui favorise la discrimination et les préjugés.

5 LE CONCEPT CRÉATIF

Messages clés de la campagne

- La stigmatisation représente un obstacle au traitement et aux services de réduction des risques pour les personnes ayant un trouble de l'abus de substances.
- La stigmatisation est un obstacle à l'insertion sociale et professionnelle des personnes en rétablissement.
- La double stigmatisation subie par les femmes qui présentent un trouble de l'abus de substances (en tant que femmes et en tant qu'usagères de drogues) est un obstacle au traitement et aux services de réduction des risques.

Deux images représentant les populations concernées par la stigmatisation ont été créées. Leur but est d'inviter le public cible à une réflexion sur la nécessité de respecter le droit de ces personnes en tant qu'êtres humains et citoyens, et de rappeler qu'il n'y a pas lieu de faire de différence entre les personnes qui ont besoin d'aide et de soutien.

6 CAMPAGNE

La campagne sera lancée au sein des organisations membres ordinaires et associés du réseau international Dianova dans les pays suivants :

Canada, Chili, Uruguay, Nicaragua, USA, Espagne, Italie, Portugal, Suède, Slovénie, Kenya, Pakistan, Inde

Date de lancement et clôture : 19 juin – 31 juillet

Langues: espagnol, anglais, français, portugais, italien, suédois, slovène, norvégien.

Chaque organisation membre devra choisir un ou plusieurs publics cible : professionnels de santé, décideurs, entreprises ou médias.

Une fois le public cible choisi, chaque membre recevra un visuel ainsi que les ressources décrites au point 7.

Les participants auront la possibilité d'écrire et d'utiliser un texte, une histoire ou un témoignage, tout en adaptant le message au public cible choisi.

7 MEDIAS - RESSOURCES

Ressources – paper - recommandations

- Les décideurs
- Les professionnels de la santé
- Les entreprises
- Les médias

Contenus éditoriaux

- 2 Communiqué de presse, l'objectif de la campagne, l'accent mis sur le caractère international – à charge de : OID
- 4 articles publiés sur Internet – à charge de : OID
- Rapports, données et bonnes pratiques – à charge de : OID



Médias numériques

Hashtag: en anglais **#QuitStigmaNow**

Dimension :

- Images pour post standard de 302 x 302 px sur les réseaux sociaux, avec ou sans texte
- Twibbon

Adaptations d'images pour les campagnes de diffusion, MailChimp, GetResponse et autres.

Médias traditionnels

- Affiches A3

8 MESURES - INDICATEURS MONDIAUX

Afin de montrer l'impact global en ligne et hors ligne de la campagne, nous utiliserons ces 2 indicateurs que vous retrouverez dans le modèle ci-joint:

- Taille: nombre de publications, posts, tweets, nombre de vues sur Internet
- Visibilité : portée, le nombre de personnes touchées
- Influence: nombre d'interactions, likes, partages, commentaires, retweets

Impact hors-ligne

- Nombre d'affiches placées / audience potentielle.
- Nombre d'articles publiés dans la presse écrite / audience potentielle.
- Autres actions ayant un impact hors-ligne.