

# Guide pratique : Une signalétique RdR Alcool pour mieux informer et favoriser l'inclusion

Ce document fournit des repères aux professionnels pour construire une signalétique répondant aux besoins spécifiques des personnes qui consomment de l'alcool.

La signalétique joue un rôle essentiel dans l'information des personnes accueillies. Elle est souvent le premier moyen qu'a une personne de **comprendre le fonctionnement et les prestations d'un établissement**.

C'est également un des moyens participant à faire exister **une ambiance** chaleureuse, donc favoriser l'alliance et l'émergence d'une demande de soutien. **Informé de manière adaptée et accueilli dans un cadre chaleureux favorise l'inclusion des personnes qui consomment de l'alcool dans un service et participe à réduire les risques associés à l'alcool.**



# Informer les personnes concernant la démarche RdR Alcool

- Expliquer le nouveau regard que porte l'équipe sur l'alcool, la consommation et les consommateurs d'alcool.
- Expliquer qu'il existe des nouvelles pratiques d'accompagnement proposées par l'équipe (aide à la sécurisation, organisation ou gestion des consommations).
- Expliquer, le cas échéant, pourquoi la consommation d'alcool n'est pas interdite dans le lieu et sous quelles conditions.

## Quelques exemples de messages

- « Il est possible de prendre soin de soi et consommer. Il est possible de prendre soin de soi en consommant . RdR-Alcool – autre regard, nouvelles pratiques. »
- « Ici nous pouvons vous accompagner à prendre soin de vous et organiser vos consommations de façon plus satisfaisante. »
- « Conformément à la loi française, pour votre sécurité et votre confort, ici la consommation d'alcool n'est pas interdite »

La RdR Alcool est une approche encore peu repérée par les personnes consommatrices d'alcool qui ne connaissent que très souvent les protocoles standards. Sans signalétique claire les personnes ne se saisiront pas pleinement des nouvelles propositions.

« Nous avons autorisé la consommation mais sans expliquer clairement la démarche. Les personnes continuaient donc à consommer dehors dans de mauvaises conditions ayant peur « de nous manquer de respect » si elles consommaient devant nous. »

Cheffe d'un service, quelques mois après avoir autorisé l'alcool

Sur le fond les informations fournies doivent pouvoir s'adapter au contexte, au projet d'établissement et aux principaux risques subis par les personnes accompagnées.

Sur la forme les outils doivent aussi être adaptés aux caractéristiques des personnes accueillies en privilégiant des visuels à du texte quand tout le monde n'a pas la capacité de lire ou en traduisant les messages dans plusieurs langues lorsque c'est utile.

En précisions : L'intensité de certains risques peut varier en fonction du climat (par exemple les risques de sous hydratation par fortes chaleurs et ceux d'hypothermie en cas de grand froid), du lieu (par exemple les risques d'accident routier sont accrus si le dispositif n'est pas accessible en transport en commun) ou encore des caractéristiques des personnes accueillies (par exemple les risques de manque d'alcool sont accrus en cas de précarité financière).

# Renforcer l'expertise des personnes et promouvoir les bonnes pratiques

- Mobiliser et promouvoir les pratiques de consommation à moindre risque plutôt que des alertes sur les dangers liés aux pratiques à risques.
- Mobiliser sur les actions possibles telles que s'hydrater, s'alimenter, se reposer, se couvrir, demander du soutien en cas de manque, s'asseoir...
- Informer les personnes sur les ressources à leur disposition pour trouver du soutien : partenaires, membre de l'équipe, temps dédiés...

Dans une logique de promotion de la santé, la honte est un facteur de blocage à enrayer.

Les communications qui mobilisent la dangerosité du produit alcool et/ou véhiculent une image dégradante du consommateur d'alcool (perte de contrôle, violence, dadéchéance...) tendent à l'enfermer dans une image négative de lui-même et paradoxalement à ralentir la demande d'aide qui passe nécessaire par une meilleure confiance en soi.

Il est utile de mettre en place une signalétique adaptée, qui enrayer le sentiment de honte et renforce le pouvoir d'agir.

## Quelques exemples de messages

- « Prévenir le manque d'alcool : c'est veiller à son équilibre »
- « S'alimenter avant ou pendant que l'on consomme de l'alcool : c'est prendre soin de soi »
- « S'hydrater pendant que l'on consomme de l'alcool : c'est être attentif à son bien-être »
- « Bien se couvrir quand on consomme par temps froid : c'est prendre soin de sa santé »



# Favoriser une ambiance chaleureuse et sécurisante

- Mettre des citations ou visuels légers/décalés, au style diversifié, à propos de l'alcool, sans objectifs d'information ou de prévention particulier mais participant au fait que la personne comprenne le regard nouveau porté aux consommations d'alcool dans ce lieu.
- Mettre à disposition ou en évidence des objets ou du mobilier associés à une consommation d'alcool conviviale (verre à bière, verre à pied, verre à spiritueux, comptoir avec chaises hautes, gourde personnalisable, jeux de cartes...)

Le sentiment de honte et de stigmatisation sont fréquemment cités par les personnes qui consomment.

Ils ralentissent ou annihilent la demande d'aide et participent à l'aggravation des situations.

L'accueil physique est la première impression donnée aux personnes. Il doit directement renvoyer l'idée que la personne va être accueillie et acceptée telle qu'elle est sans crainte d'être jugée ou stigmatisée.



Le local de l'association Santé! aménagé de façon à favoriser la convivialité.

Une attention particulière doit donc être apportée à l'image que renvoie le lieu quand on y rentre. Cela passera par une décoration et un aménagement de l'espace incitant à la convivialité et véhiculant une image de non jugement. Vous trouverez des illustrations téléchargeables, adaptés au contexte de Santé!, en annexe. Ceux-ci peuvent être réutilisés ou servir d'exemple pour construire une signalétique adaptée à votre projet.

## Points de vigilance

- Une signalétique attrayante et illustrée
- Disposer la signalétique à des endroits stratégiques (règles à l'entrée, messages de prévention dans des lieux clefs...)
- Une signalétique adaptée évolutive et actualisée : - aux personnes accompagnées - aux principaux risques rencontrés par les personnes accueillies - au projet de service

N'hésitez pas à créer vos propres visuels ! Il est possible de trouver des visuels inspirants sur les réseaux sociaux avec le #illustrationalcool par exemple @azillustration ou @mypostersucks