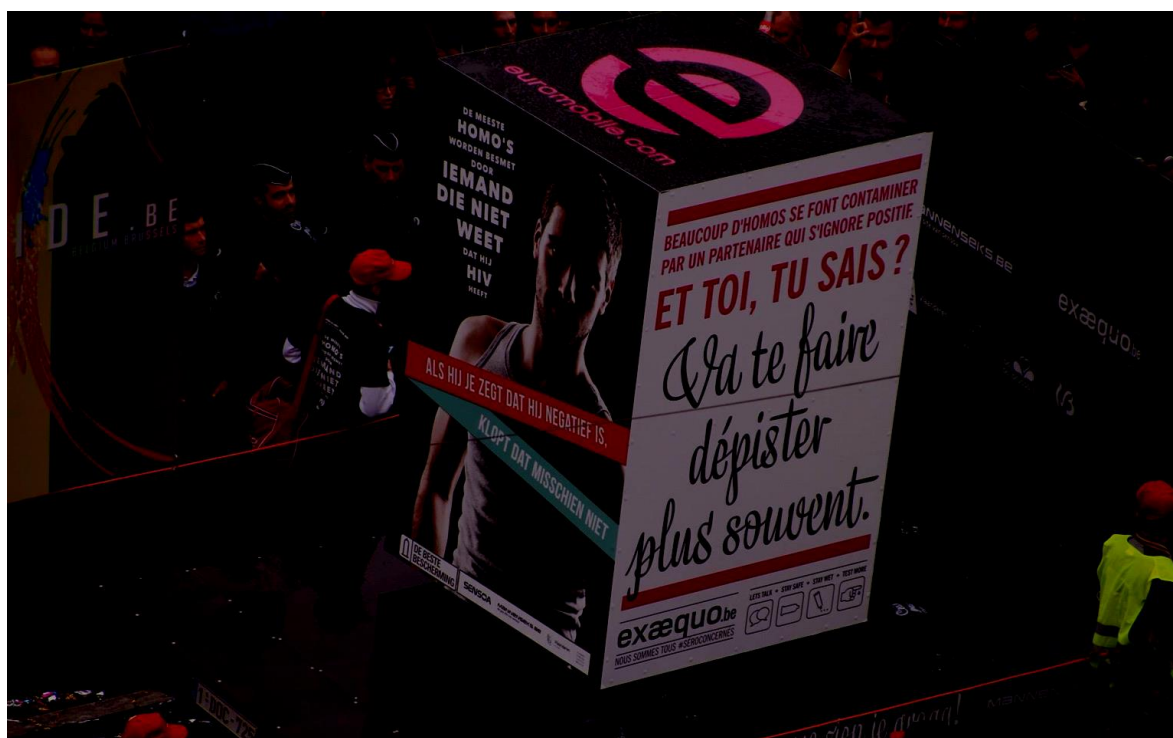


Rapport d'activités

*Prévention du VIH/sida et des autres IST
en Fédération Wallonie-Bruxelles auprès des HSH*



PÉRIODE NOVEMBRE 2014 – OCTOBRE 2015

+ PÉRIODE NOVEMBRE 2015 – DECEMBRE 2015

exæquo.be

NOUS SOMMES TOUS #SÉROCONCERNÉS

Siège social : rue Locquenghien 41 ; 1000 Bruxelles
+32(0)2 736 28 61
info@exæquo.be
www.exæquo.be

Statut juridique : association sans but lucratif
Date de création : 09/05/1994
N° Entreprise : 0453.683549
CB : BE68 0682 2608 8334 (Belfius)
Budget annuel : 207.000 euros

Introduction

Les douze derniers mois ont été particulièrement éprouvants pour *Ex æquo*, notamment par le contexte de refonte du secteur de la promotion de la santé suite à la VIe réforme de l'État et un contexte épidémiologique où trois personnes par jour sont toujours contaminées par le virus du sida. Plus que jamais, l'existence d'une entité telle qu'*Ex æquo* se justifie dans la lutte contre le VIH, elle-même en pleine mutation.

Dans la continuité de la politique de prévention combinée, mise en place durant l'exercice précédent, *Ex æquo* a également continué son rôle de promotion du préservatif, ainsi que des messages de prévention auprès des HSH, principales victimes de la pandémie.

Au-delà du préservatif et de son importance, il est devenu crucial de promouvoir la connaissance de son statut sérologique, de se tester plus facilement et plus régulièrement. Une personne connaissant sa séropositivité peut être prise en charge plus facilement, plus précocement, ainsi que stopper la contamination d'autrui. Pour se faire, *Ex æquo* a mis en place le projet Test Out, qui faisait aussi l'objet d'une subvention particulière de l'INAMI. Malgré des résultats tangibles et prometteurs de cette forme de prévention, plébiscitée par l'OMS et validée par le CSS ainsi que par l'Ordre des médecins, ce soutien de l'INAMI n'a pas été reconduit en 2015. À l'annonce de la non-reconduction de cette subvention, nous avons dû nous séparer au printemps de la personne qui avait spécifiquement été engagée dans le cadre de ce projet.

En 2015, les messages se doivent d'être ciblés, adaptés et sans jugement ; ils doivent être liés à des pratiques spécifiques et à leurs risques associés tout en exposant les bénéfices des nouveaux outils de prévention combinée tels que le TPE, la PrEP et la charge virale indétectable. L'évolution de la prévention passe également par une adaptation des moyens de communication, avec le développement de campagnes sur les réseaux sociaux (*e.g.* Facebook, Grindr, Planet Romeo) ainsi que le lancement de notre nouveau site Internet fin 2015. Cela doit nous permettre d'atteindre les HSH les plus résistants aux messages conventionnels, et donc vulnérabilisés par leurs pratiques.

Mais la mission d'*Ex æquo* va au-delà et se doit de s'impliquer dans la solidarité envers les personnes vivant avec le VIH, la lutte contre l'homophobie et la sérophobie. Cela s'est illustré avec le développement de notre projet TTBM (*i.e.* « Je cherche un très très bon médecin ») qui vise à sensibiliser les professionnels de la santé à la connaissance de la diversité des HSH et de leurs pratiques sexuelles, afin de les aider à mieux prendre en charge leurs patients. Pour ces derniers, le but de ce projet est de leur permettre de se trouver dans un climat de confiance et de non-jugement de leurs styles de vie. Le projet connaît une bonne réception auprès du public, avec près d'une douzaine de demandes par semaine, et une plus d'une vingtaine de praticiens déjà engagés.

Une présence sur le terrain là où les risques sont pris, offrir des permanences téléphoniques, collaborer avec d'autres associations du secteur de la santé ou les structures fédératives, tout ceci ne serait pas possible sans une équipe compétente et passionnée, ainsi qu'un réseau de volontaires dynamiques. *Ex æquo* a développé pour eux des formations internes afin de leur permettre d'aller à la rencontre des HSH les plus vulnérables et de gagner en autonomie pour les actions de terrain.

Missions

Ex æquo, en tant qu'asbl de promotion à la santé, se donne pour missions :

1. **Inform**er les HSH* sur les IST, le VIH et les hépatites virales dans le but d'améliorer leur santé sexuelle.
2. **Sensibiliser** les HSH sur les risques liés aux usages de drogues en contexte sexuel.
3. **Proposer** un dépistage démedicalisé avec les tests rapides à orientation au diagnostic.
4. **Soutenir** et accompagner les personnes séro-concernées dans leurs parcours de vie et de soins.
5. **Porter la parole** et représenter les personnes infectées et séro-concernées auprès des instances, afin d'améliorer leur qualité de vie, leur santé, leurs soins et leurs droits.
6. **Lutter** contre les épidémies du VIH et de l'hépatite C.
7. **Lutter** contre les discriminations LGBTQIphobes et la sérophobie.

Objectifs opérationnels

1. Augmenter les connaissances en matière de prévention combinée du VIH/sida et des autres IST et leurs modes de contamination chez les HSH, en ce compris *via* une information complète et régulièrement mise à jour sur les nouvelles stratégies de prévention (TaSP, PrEP, TPE, charge virale indétectable).
2. Augmenter l'utilisation adéquate du préservatif et du lubrifiant.
3. Améliorer la disponibilité et l'accessibilité du matériel de prévention (préservatifs, lubrifiants) dans les lieux communautaires/identitaires tout en veillant à améliorer l'accessibilité des messages de prévention (brochures, flyers, *etc.*).
4. Augmenter la fréquence des actions de terrain et la visibilité d'*Ex æquo* dans les lieux communautaires/identitaires.
5. Améliorer la connaissance sur les matières liées à la prévention des responsables de lieux commerciaux communautaires/identitaires tout en systématisant le dialogue et la récolte de données par leur observation de terrain.
6. Améliorer l'information en milieu festif sur l'usage de drogues chez les HSH en lien avec les prises de risques sexuels.
7. Améliorer l'information en milieu identitaire sexuel sur une prévention adaptée à chaque pratique sexuelle tout en diminuant les risques à travers une amélioration de l'accessibilité du matériel spécifique à ces pratiques.
8. Améliorer l'information du public jeune sur les modes de contamination du VIH/sida et des autres IST, la vie relationnelle et affective.
9. Augmenter l'utilisation des méthodes de protection contre le VIH/sida et les autres IST par les personnes séropositives quel que soit le statut sérologique du partenaire.
10. Améliorer l'information, le recours adéquat et l'accès au dépistage du VIH/sida et des autres IST.
11. Améliorer la prise en compte de la diversité des pratiques sexuelles et de ses implications sur le bien-être dans la relation entre professionnels du soin et patients HSH.
12. Contribuer à diminuer les comportements homophobes dans la société.
13. Augmenter la solidarité avec les personnes séropositives et entre personnes séropositives.
14. Accroître les données chiffrées (statistiques, sondages, *etc.*) sur les comportements et habitudes du public-cible et des sous-publics visés en matière de vie sociale, affective et sexuelle.
15. Renforcer l'expertise de terrain d'*Ex æquo* au regard des pratiques des publics cibles pour assurer la pertinence et la mise à jour des messages de prévention.
16. Multiplier les sources d'information rendant accessible les messages de prévention *via* les nouveaux médias.
17. Renforcer et systématiser l'échange de bonnes pratiques avec les acteurs associatifs de pays étrangers, avec une volonté de s'inscrire davantage dans un processus de mise en réseau au niveau européen.

Lieux d'actions prioritaires

En région bruxelloise :

- **La Demence** : Soirée ayant lieu une fois par mois au *Fuse* (centre de Bruxelles). Le lieu est composé de trois étages dont un est une darkroom. 2500 personnes HSH sont présentes à chaque soirée. Public européen.
- **La Révélation** : Soirée ayant lieu une fois par mois au *Bazaar* (centre de Bruxelles). Public fetishiste, darkroom à l'étage avec mise à disposition de matériel de prévention. Environ 750 personnes HSH. Public belge (francophone et néerlandophone).
- **Le Fly** : Soirée ayant lieu une fois par mois public HSH et hétérosexuel, à Bruxelles (Louise Gallery). Soirée sans consommation sexuelle d'environ 750 personnes.
- **Le Stamm** : Bar à consommation sexuelle (centre de Bruxelles). Public HSH et fétichiste.

En région wallonne :

- **Maison Arc-en-Ciel Brabant-Wallon** : Espace associatif ayant pour mission le développement de l'accueil et de l'intégration sociale des personnes homosexuelles, bisexuelles, transsexuelles, queers et intersexes, ainsi que la promotion de l'égalité des chances. Les associations fondatrices sont *Alter Visio*, les CHEFF, la *Maison de la Laïcité Hypathia* et *Tels Quels Wallonie* et *Ex æquo*, , avec le soutien de la Ville d'Ottignies-Louvain-la-Neuve.
- **Le ZenHit** : Sauna en province du Luxembourg (Neufchâteau), lieu à consommation sexuelle, public belge, luxembourgeois et français, soit une quarantaine de visiteurs par jour.
- **La Shoushou** : Soirée ayant lieu une fois par mois au Shoushou (Hainaut). Public fétish (bondage domination et sado maso), darkroom à l'étage avec mise à disposition de préservatifs et gels. 250 personnes. Public belge francophone

À l'international :

- **La Demence Croise** : Croisière internationale public HSH, itinéraire européen en 7 jours (Italie et Espagne). 2500 personnes venant de près de 48 pays. Le bateau comporte divers espaces de rencontre et de consommation sexuelle, mais aussi un espace d'informations pour la santé sexuelle. *Ex æquo* est la seule association de promotion à la santé présente durant cet événement international.

Équipe et fonctionnement

L'équipe de permanents actuelle est composée de **trois salariés** (3 ETP), d'un **Conseil d'Administration** (6 membres élus) et d'une **Assemblée générale** (24 membres, issus du réseau associatif et identitaire LGBT, d'associations de santé communautaire, de professionnels de la promotion à la santé et de volontaires de l'asbl).

Le **réseau de volontaires** est un socle prioritaire pour diffuser les campagnes, les outils et le matériel de prévention. *Ex æquo* a augmenté son réseau de volontaires pour arriver à une équipe de plus de trente personnes disponibles et particulièrement motivées.

Cette augmentation s'explique par la présence accrue sur le terrain d'*Ex æquo*, le lancement de deux campagnes de (re)mobilisation, ainsi que d'une formation au TROD (test rapide à orientation au diagnostic). Une charte des volontaires est signée par le volontaire lors de son arrivée dans l'équipe afin de définir ensemble son rôle, les actions qu'il pourra mettre en œuvre, la définition de son engagement et un principe éthique.

Les outils de prévention

Les nouvelles campagnes et brochures d'Ex æquo

Public Cible	Outils	Objectifs opérationnels	Objectifs spécifiques	Bruxelles / Wallonie / International	Données
HSH	No Classics Guide de réduction des risques et de santé sexuelle destiné à un public aux pratiques et aux jeux sexuels dits « hard ».	1 ; 3 ; 7	Informier sur les risques de santé de nature physique, infectieuse et mentale liés aux relations sexuelles dites « hard » entre hommes. Informer sur la réduction des risques sexuels auprès d'un sous-groupe populationnel à forte incidence de transmission du VIH et des hépatites virales (VHC-VHB).	B Cruising / Prévention W Cruising / Prévention	Distribution : 700 Nbr. interventions : 25 Distribution : 205 Nbr. interventions : 10 <u>Total</u> : 905 dans 35 lieux
	TPE 48h Flyer d'information sur les recommandations et l'accès au Traitement Post Exposition (TPE). Actualisation de l'information selon les dernières recommandations.	1 ; 3	Améliorer et diffuser de l'information sur une stratégie de RDR-S (TPE) auprès d'une population cible.	B Terrain / Cruising / Prévention W Terrain / Cruising / Prévention	Distribution : 1190 Nbr. interventions : 29 Distribution : 505 Nbr. interventions : 14 <u>Total</u> : 1695 dans 43 lieux
PvVIH + HSH	Exclure les séropositifs, c'est pas gay Campagne vidéo (Internet, cinémas et télévision) sur le sujet du rejet des PvVIH par leurs proches à cause de leur statut sérologique.	12 ; 13	Contribuer à diminuer les comportements discriminants (homophobie, sérophobie) dans la société.	B/W Prévention	Diffusion : - 7937 vues sur YouTube - 4746 visionnages et 210 000 personnes impactées sur Facebook - deux mois en spot TV et cinéma (Région bruxelloise)
HSH	The Pride 2015 Flyers « Toutes les IST se soignent, va te faire dépister plus souvent » Packs « Va te faire... » Ballons « Ceci n'est pas une capote »	3 ; 8 ; 12	Développer un plaidoyer communautaire autour du dépistage et de la prise en charge de sa santé. Participer au développement du discours communautaire et revendicatif LGBT	B Terrain	Flyers : 3500 Packs Va te faire... : 4500 Ballons : 150
	Demence Cruise Flyers d'information sur les actions. Flyer d'évaluation de l'action. Articles sur les différents outils de la prévention combinée.	1 ; 2 ; 3 ; 6 ; 7 ; 14 ; 15	Mettre en pratique des outils innovants et alternatifs de sensibilisation à la santé sexuelle et à la réduction des risques.	INT Cruising	Flyers arrivée : 2500 Flyers évaluation : 156 sondés Tous les jours un article diffusés dans le journal de bord (1200 exemplaires)

Les campagnes et les brochures déjà existantes

Public Cible	Outils	Objectifs opérationnels	Objectifs spécifiques	Bruxelles / Wallonie / International		Données
HSH	<u>Va te faire ...</u> Flyers va te faire dépister sur le dépistage démedicalisé à orientation au diagnostique	4 ; 10	Diffuser un plaidoyer en faveur du dépistage et la prise en charge de sa santé sexuelle.	B	Terrain/Cruising	Flyers : 2130 ¹ et 45 affiches Nbr. interventions : 25
				W	Terrain/Cruising	Flyers : 465 Nbr. interventions : 12 <u>Total</u> : 2595 en 37 interventions
HSH	<u>Alex, la vie d'après</u> Bande dessinée sur un jeune homme découvrant sa séropositivité	8 ; 12 ; 13	Proposer un support de diffusion inhabituel pour la lutte contre la sérophobie ; décliné en français et en néerlandais. Ouvrir à l'EVRAS (secondaire supérieur).	B	Prévention	340 exemplaires
				W	Prévention	185 exemplaires <u>Total</u> : 525 exemplaires
HSH	<u>Garçons entre eux et Filles entre elles</u> Brochures destinées à un public jeune découvrant leur homosexualité.	8 ; 12	Décomplexer la prise de conscience de son homosexualité en offrant des pistes de réflexion communautaires et identitaires. Ouvrir à l'EVRAS (secondaire supérieur).	B	Prévention	Brochures : 810 Nbr. interventions : 12
				W	Prévention	Brochures : 700 Nbr. interventions : 11 <u>Total</u> : 1510 dans 23 lieux
HSH	<u>TPE 72h</u> Flyer d'information sur les recommandations et l'accès au Traitement Post Exposition (TPE) [actualisé durant l'année]	1 ; 3	Améliorer et diffuser de l'information sur une stratégie de RDR-S (TPE) auprès d'une population cible.	B	Terrain / Cruising / Prévention	Distribution : 1075 Nbr. interventions : 22
				W	Terrain / Cruising / Prévention	Distribution : 275 Nbr. interventions : 5 <u>Total</u> : 1350 en 27 interventions
HSH + médecins	<u>TTBM</u> Campagne de sensibilisation du monde médical, des HSH et des PvVIH à propos des relations patients-médecin. Formation des médecins au sujet des particularités de patients HSH.	11 ; 12 ; 15	Améliorer le bien-être des patients HSH et PvVIH. Favoriser l'amélioration de la qualité de vie des PvVIH.	B	Terrain / Prévention	Flyers : 2341 et 65 affiches Nbr. interventions : 11
				W	Terrain / Prévention	Flyers : 2370 et 45 affiches Nbr. interventions : 7 <u>Total</u> : 4711 (flyers) ; 110 (affiches) en 18 interventions
HSH	<u>Le monde de William</u> Brochures destinées à un public jeune découvrant leurs homosexualités.	8 ; 12	Décomplexer la prise de conscience de son homosexualité en offrant des pistes de réflexion communautaires et identitaires. Ouvrir à l'EVRAS (secondaire)	B	Prévention	Brochures : 355 Nbr. interventions: 12
				W	Prévention	Brochures : 305 Nbr. interventions : 12 <u>Total</u> : 740 dans 24 lieux

¹Diffusion du flyers en priorité à Bruxelles, car le lieu d'action est organisé dans les bureaux d'Ex æquo

La centrale d'achat

Public Cible	Outils	Objectifs opérationnels	Objectifs spécifiques	Bruxelles / Wallonie / International	Données
HSH	Saunas et lieux à consommations sexuelles	2 ; 3 ; 4 ; 5 ; 7	Diffuser les plaidoyers autour de la promotion à la santé grâce aux personnes relais (volontaires ; personnels des établissements)	B/W Prévention	Préservatifs : 120200 Gels : 92700
HSH	Autres	2 ; 3 ; 4 ; 5		B/W Prévention	Préservatifs : 10500 Gels : 10350
HSH	Programme « 1 payant, 1 gratuit » par la Fédération Wallonie-Bruxelles	2 ; 3 ; 4 ; 5 ; 7	Initier et renforcer la présence de matériel de prévention dans les lieux fréquentés par les HSH.	B/W Prévention	Préservatifs : 100800 Gels : 92700

La distribution

Public Cible	Outils	Objectifs opérationnels	Objectifs spécifiques	Bruxelles / Wallonie / International	Données
HSH	Terrain	3 ; 4	Permettre la diffusion d'informations complémentaires par les pairs (volontaires).	B Terrain W Terrain	9650 packs en 19 actions 1750 packs en 7 actions <u>Total</u> : 12600 packs en 26 actions
HSH	Lieux à consommations sexuelles	3 ; 4	Offrir une information adaptée à la situation et au public du lieu de consommation sexuelle. Promouvoir l'implication des HSH dans la prise en charge de leur santé sexuelle.	B Cruising	3600 packs en 18 actions 16000 packs en 16 actions (<i>Demence</i>) 1000 packs en 4 actions (<i>Revelation</i>) <u>Total</u> : 19600 packs en 38 actions
HSH	<i>Demence Cruise</i>	3 ; 4 ; 6	Favoriser le développement d'une réduction des risques par des informations spécifiques, ciblées et adaptées à un public international et festif.	INT Cruising	5000 packs 10000 préservatifs + 10000 gels <u>Total</u> : 15000 packs en une semaine
HSH	Milieu festif	3 ; 4 ; 6	/	B Milieu festif W Milieu festif	3150 packs en 10 actions 400 packs en 2 actions <u>Total</u> : 3550 packs en 12 actions

Présence et interventions sur le terrain

Public Cible	Outils	Objectifs opérationnels	Objectifs spécifiques	Bruxelles / Wallonie / International	Données
HSH	Terrain : tournées de bars, tournées de terrain et présence lors d'événements (<i>48 h pour te convaincre</i> , le festival gay et lesbien, <i>Gay street</i> à Liège, <i>Fiertés namuroises</i> à Namur).	4	Permettre la diffusion d'informations complémentaires par les pairs (volontaires).	B/W Terrain	48 actions (Wallonie : 11) Impact : 7450 personnes
HSH	Lieux de consommation sexuelle : <i>Demence</i> , <i>Revelation</i> , <i>Shoushou</i> , <i>ZenHit</i> , <i>Spades 4</i> , <i>Club 3000</i> , etc.	4	Offrir une information adaptée à la situation et au public du lieu de consommation sexuelle. Promouvoir l'implication des HSH dans la prise en charge de leur santé sexuelle.	B/W Cruising	41 actions (Wallonie : 5) Impact : 18650 personnes
HSH	<i>Demence cruise</i>	4 ; 7	Favoriser le développement d'une réduction des risques par des informations spécifiques, ciblées et adaptées à un public international et festif.	INT Cruising	Impact : 2500 personnes
HSH	Milieu festif : <i>Fly</i> , <i>Gay tea dance</i> (Namur).	4 ; 8	/	B/W Milieu festif	9 actions (Wallonie : X) Impact : 950 personnes

Permanence téléphonique

Public Cible	Outils	Objectifs opérationnels	Objectifs spécifiques	Bruxelles / Wallonie / International	Données
HSH	Appels HSH séro-concernés	/	Offrir une information spécifique et adaptée concernant le VIH/sida, les IST, le dépistage et la prévention combinée.	B Téléphone	Moy. 22 par semaine (total : 1080)
HSH	Appels associatifs	/	Diffuser une information complète et actualisée en matière de VIH/sida et des IST (renseignements, plaidoyer).	B Téléphone	Moy. 2,5 par semaine (total : 120)
HSH	Appels autres (presse, administrations)	/		B Téléphone	Moy. 16 par semaine (total : 810)

Permanence virtuelle

Public Cible	Outils	Objectifs opérationnels	Objectifs spécifiques	Bruxelles / Wallonie / International	Données
HSH	PlanetRomeo Campagne de promotion des permanences d' <i>Ex æquo</i> (dépistages)	4 ; 16	Promouvoir la prise en charge de sa santé sexuelle à travers le dépistage.	B Internet	15 actions, en public ciblé Impact : 3750 utilisateurs Taux de réponse : 10%
HSH	Grindr Campagne de promotion de la <i>Testing week</i> 2014 par un message annonçant la semaine européenne de dépistage.	4 ; 16	Promouvoir la prise en charge de sa santé sexuelle à travers le dépistage. Mobiliser le public-cible au cœur de ses pratiques.	B Application smartphone	Impact : 3500 utilisateurs
HSH	Facebook Page Facebook de l'association animée quotidiennement.	1 ; 4 ; 16	Diffuser le plus largement possible les actions et les plaidoyers d' <i>Ex æquo</i> . Relayer les dernières actualités en matière de santé sexuelle.	B/W Internet	Impact : 11100 vues mensuelles

Dynamique associative

Public Cible	Outils	Objectifs opérationnels	Objectifs spécifiques	Bruxelles / Wallonie / International	Données
ASBLs	Comité de pilotage et d'appui méthodologique (CPAM) <i>Stratégies concertées</i> ; Organe inter-associatif du secteur VIH/sida.	14 ; 15	Renforcer les connaissances méthodologiques et théoriques, en bénéficiant de l'expertise des associations du secteur. Élaborer des plaidoyers de secteur, permettant une coordination sur l'ensemble de population clefs (HSH, migrants, UDI).	B/W Réunions ; comités de pilotage	Réunions bi-mensuelles
ASBLs	Plate-formes bruxelloise et wallonne de promotion de la santé	14 ; 15	Élaborer des plaidoyers de secteur, permettant une coordination sur l'ensemble des territoires régionaux francophones	B/W Réunions	Réunions bi-mensuelles
<i>Ex æquo</i>	Workshop avec l'association AIDES-Lille (France)	14 ; 17	Mettre en place un environnement favorable aux transferts de connaissances et de pratiques au-delà de la frontière belge.	B Formation	18 volontaires d' <i>Ex æquo</i> 3 permanents de AIDES-Lille
ASBL	<i>Réseau Hépatite C</i>	1 ; 15	Englober les problématiques propres au VHC en matière de sensibilisation, prévention, et de réduction des risques.	B Réunions ; Projets d'actions communes	Réunions régulières

ASBLs	Rencontre et partenariats avec des associations du secteur VIH/sida et/ou populations clefs	1 ; 3 ; 15	Dynamiser les contacts entre associations par des actions communes et l'échanges de bonnes pratiques. Favoriser la diffusion d'un message adapté sur la santé sexuelle auprès d'autres publics spécifiques.	B Réunions	Modus Fiesta, Tels Quels ; Merhaba ; SIDA SOS ; Genres Pluriels ; etc.
<i>Ex æquo</i>	Focus-groupes <i>Ex æquo</i> : terrain, dépistage, TTBM, PVIH, etc.	1 ; 15	Redynamiser l'équipe de volontaire par une plus grande implication décisionnelle et opérationnelle	B/W Formation	Ensemble de l'association, en six groupes de travail.
HSH	<i>Demence Cruise</i>	5 ; 15	Adapter et coordonner l'action sur le terrain. Former l'équipe d'organisation en tant que relais d'information.	INT Cruising	2 réunions de coordination entre l'équipe <i>Ex æquo</i> et les organisateurs
HSH	<i>The Pride</i>	/	Collaborer et coordonner une action communautaire nationale (francophone et néerlandophone)	B Terrain	4 réunions avec SENSOA de définition et de concertation de l'action

Formations externes

Public Cible	Outils	Objectifs opérationnels	Objectifs spécifiques	Bruxelles / Wallonie / International	Données
<i>Ex æquo</i>	Mise au vert (31/01-01/02/15)	13 ; 15	Renforcer les liens entre les membres de l'asbl (volontaires, permanents, CA). Développer des synergies créatrices au sein de l'association.	W Formation	Tout personnel encadré et salarié. 7 volontaires.
<i>Ex æquo</i>	Formation théorique et pratique au TROD [INSTI]	10 ; 14	Former les volontaires et le personnel de l'asbl.	B Formation	19 personnes formées.
<i>Ex æquo</i>	Cycle de conférences de l'Observatoire des santés et des sexualités	/	Former les intervenants du secteur de la promotion à la santé aux nouvelles stratégies de prévention.	B Conférence	3 interventions suivies

Formations internes

Public Cible	Outils	Objectifs opérationnels	Objectifs spécifiques	Bruxelles / Wallonie / International	Données
Salariés	<i>La santé, une ressource pour chacun et l'affaire de tous ?</i> [Repères asbl]	15	Enrichir les pratiques professionnelles d'une réflexion collective sur les manières de promouvoir tant la santé et le bien-être des publics-cibles, que de développer et de renforcer les ressources des personnes et des collectivités.	B Formation	4 journées de formation 6 demi-journées d'ateliers

Salariés	<i>Formation réductions des risques</i> [Modus Fiesta asbl]	15	Former des personnes ressources pour la réduction des risques et développer des stratégies concrètes, grâce à une information claire sur les principaux risques associés à l'usage de drogues et leur prévention / prise en charge. Encourager les démarches de prévention participative et initier les intervenants à la méthodologie spécifique de ce type d'actions.	B	Formation	Un week-end de formation
CA	Formations <i>La Boutique de Gestion</i>	/	Formation des administrateurs délégués à la gestion de l'asbl et aux ressources humaines du secteur non-marchand.	B	Formation	4 journées en 2 formations
CA	<i>AIDS Impact Conference</i> [Amsterdam ; 28-31/07/15]	/	Actualiser les connaissances scientifiques du secteur VIH. Renforcer les relations inter-associatives européennes.	INT	Formation ; Plaidoyer	2 administrateurs présents

Actions de plaidoyer

Public Cible	Outils	Objectifs opérationnels	Objectifs spécifiques	Bruxelles / Wallonie / International	Données	
Politique	Le dépistage de demain est aujourd'hui [groupe de travail au Sénat]	10 ; 12 ; 13	Soutenir et favoriser la formulation d'un cadre juridique permettant la réalisation de dépistages décentralisés et démedicalisés.	B	Plaidoyer	Impact : 5 sénateurs fédéraux 53 participants associatifs
Politique	« Oui au dépistage communautaire du VIH » [INAMI]	10 ; 12 ; 13	Soutenir le dépistage décentralisé et démedicalisé.	B	Plaidoyer	Action devant l'INAMI (18/03/15) 50 manifestants
Politique	Action Pétition « Pour un nouveau cadre légal permettant le dépistage délocalisé et démedicalisé du VIH ».	10 ; 12 ; 13	Soutenir et favoriser la formulation d'un cadre juridique permettant la réalisation de dépistages décentralisés et démedicalisés.	B/W	Pétition	343 signatures en ligne 700 signatures sur papier

Bilan et perspectives

Notre association fait face à la nécessité de conduire en permanence une réflexion profonde sur ses orientations stratégiques, ses paradigmes et ses méthodes d'intervention.

En effet, nous sommes confrontés à plusieurs défis :

- les HSH représentent l'un des deux groupes les plus touchés par l'épidémie de VIH. Une augmentation du nombre absolu et de la proportion des cas d'infection par contacts homo/bisexuels est observée ces dernières années.
- les moyens disponibles pour la prévention dans ce groupe sont réduits par rapport au travail à accomplir.
- notre association a connu un turn-over important ces dernières années, ce qui a eu pour conséquences une perte d'expertise et une nécessité de former de nouvelles équipes.
- la prévention en milieu gay/HSH est de plus en plus complexe. On observe une lassitude d'une partie du public par rapport aux actions de prévention. Par ailleurs, certains HSH expriment le souhait d'une plus grande intégration des avancées thérapeutiques dans les stratégies de prévention.
- l'offre des organismes de prévention doit se diversifier, notamment en matière de dépistage délocalisé et démedicalisé, ce qui nécessite de nouvelles expertises et des collaborations renouvelées avec des associations et des centres de prise en charge spécialisés.

Cependant, de nombreuses ressources et appuis sont disponibles :

- une équipe de salariés motivés et compétents ;
- un réseau de volontaires redynamisé ;
- une conscience de l'impérative nécessité de continuer à agir ;
- la richesse et l'engagement de ressources historiques de l'association : experts, bénévoles, administrateurs et membres.

En conclusion pour cette année :

- 1) On peut considérer que les actions d'*Ex æquo* ont touché un très large public avec une estimation de 27000 personnes avec qui un membre de l'association a été en contact. Ces contacts se font de différentes manières et en différentes occasions :
 - Plus spécifiquement, les contacts téléphoniques sont en augmentation avec plus de 2000 appels pris sur l'année ce qui représente une moyenne de 9 appels par jours pour des demandes d'information provenant de particuliers, de personnes vivant avec le VIH ou en stress lié à un dépistage, d'institutions, de partenaires et de la presse.
 - Les contacts via internet et les réseaux sociaux nous permettent également de toucher un large public souvent avec un but lié à nos actions de dépistage.
 - Les contacts directs et la visibilité dans le milieu LGBT représente la part la plus importante de nos contacts avec notre public, soit en tournée des établissements LGBT que ce soit à Bruxelles ou en Wallonie, soit en permanence lors d'évènements tels que la *Belgium Pride*, *Les Fiertés namuroises*, *la Gay Street* de Liège, les soirées *Demence*, la *Demence Cruise*, dans les lieux de consommation sexuelle (cruising bar ou sauna).L'ensemble de ces contacts sont rendus possibles grâce à nos 3 employés ainsi qu'à notre réseau de bénévoles qui permettent des actions plus ciblées par des pairs, ce qui donne souvent un résultat plus positif.

2) Pour revenir plus spécifiquement sur nos différentes actions et campagnes de l'année :

- Le guide BDSM a été très bien reçu dans le milieu avec beaucoup de retours positifs. Lors de la *Leatherpride* 2015 (Anvers), le guide était aussi mis à disposition pour le public francophone présent sur place. Son contenu est adapté aux pratiques du public visé et les conseils bien compris, le seul point négatif est le format utilisé qui ne permet pas facilement de mettre la brochure en poche. Ce guide restera sur 2016 un outil de prévention utile à distribuer.
- Les actions *Belgium Pride* et *Antwerp Pride* 2015 ont été réalisées en collaboration avec SENSOA (char et stand communs ; collaboration entre nos volontaires). Ce type de collaboration permet de toucher un public plus large et dans la langue du public cible, elle permet également une plus grande visibilité de par la taille du groupe de volontaires, du partage de coûts du char et du stand. Ces partenariats utiles seront reconduits en 2016.
- L'action flyers à l'arrivée des voyageurs lors de la *Demence Cruise* a permis de faire venir les usagers sur le stand de l'association et par là même de toucher un maximum de participants de la *Cruise*. L'utilisation de flyers a permis de provoquer l'échange avec les participants et à générer des questions auxquelles l'équipe a pu répondre. Un sondage d'évaluation donne comme résultat que 80% connaissaient le stand, 29% y sont venus, 76% des usagers ont trouvé la mise à disposition du matériel dans les zones de cruising très bonne et 97% des usagers désirent revoir l'association en 2016. La grosse différence avec l'édition précédente a été ce contact direct provoqué par l'équipe qui montre que l'outreach est vraiment la méthode adéquate pour toucher le public concerné par la problématique et qui ne se déplace pas nécessairement pour poser des questions et obtenir une information claire et correcte (référence à Internet où des informations fausses sont véhiculées). Cette action pourra être reprise dans les éditions futures de la cruise en essayant d'encore améliorer la visibilité et diversifier les types d'interactions. *Ex æquo* participera à nouveau à la cruise en 2016.
- Le flyer *Va te faire...* a eu une audience de quasiment 2600 personnes, amenant 296 dépistages lors des permanences au local de l'association (le lundi et le jeudi entre 18h et 20h ; soit 6 personnes par permanence). Ce flyer fonctionne bien et l'opération de dépistage est une activité phare d'*Ex æquo* que nous devons continuer malgré l'arrêt des financements publics alors que ceci s'inscrit dans la démarche globale de prévention combinée. Notre offre de dépistage est appréciée auprès du public gay qui y trouve un endroit où les HSH se sentent en confiance pour discuter de leurs pratiques sans peur d'être jugé ou incompris (ce qui reste encore malheureusement trop fréquent dans le milieu médical) tout en ayant accès à une offre de dépistage gratuit et anonyme.
- La campagne *TTBM* a continué doucement à se développer et bien qu'elle rencontre un intérêt certain auprès de notre public qui fait part de sa difficulté de parler de sexualité avec les praticiens, nous ne sommes pas parvenus encore à faire grossir suffisamment notre liste de médecins participant (il faut reconnaître que le « recrutement » et la « validation » des médecins prennent beaucoup plus de temps qu'initialement imaginé). Aujourd'hui notre listing de médecins *TTBM* comprend 25 médecins, toutes disciplines confondues, et 70 demandes de médecins *TTBM* par des HSH et PvVIH. Il est important de continuer cette action et un groupe de bénévoles menés par un médecin de l'association a vu le jour fin 2015 pour envisager des solutions visant à l'augmentation de notre offre de médecins. Il faut reconnaître également que nous n'avons pas été aidés par la réaction de l'ordre des médecins qui s'est ému de l'appellation de notre campagne mais le malentendu a été levé et nous avons garanti une bonne relation avec l'ordre.

3) En ce qui concerne les actions de terrain récurrentes :

- En marge de la démarche proactive de « visites de terrains », *Ex æquo* continue son rôle de fournisseur de matériel de prévention pour de nombreux lieux commerciaux et de rencontres où la consommation sexuelle est possible (type cruising bars, saunas...). Sur la période d'activité, 14 établissements (ou soirées) à Bruxelles et en Wallonie ont achetés du matériel. *Ex æquo* a décidé de mettre en place pour 2016 une convention avec les patrons de lieux LGBT afin d'assurer et de pérenniser la disponibilité des moyens de prévention classique (préservatif et gel).
- Au total, 41750 packs comprenant un préservatif et un gel ont été distribués au cours de 77 actions (63 à Bruxelles et 14 en Wallonie). Chaque pack est l'occasion de toucher le public-cible directement et intimement par un message de prévention.

Voici la liste des lieux visités par notre association et avec lesquelles nous collaborons :

- En Wallonie : ZenHit (sauna situé à Neufchâteau), Spartacus (lieu de consommation sexuelle à Liège), Chaps (lieu de consommation sexuelle à Liège), Le 139 (lieu de consommation sexuelle à Ans), SIDA Sol' (association de prévention santé à Liège) et Alliage (association LGBTI à Liège), les soirées Shoushou's (soirée avec possibilité de consommation sexuelle à Ville-pommeroeul)
- À Bruxelles : Oasis (sauna), Club 3000 (sauna), Spades4 (sauna), La Griffes (sauna), Stamm Bar (lieu de consommation sexuelle), la Demence et la Révélation (soirées avec possibilité de consommation sexuelle). De plus, nous avons aussi fourni le matériel de prévention (préservatif et gel) lors de la Demence Cruise durant l'été 2015.

4) En ce qui concerne les collaborations, conférences et formations :

- Nous avons participé à 17 réunions avec nos partenaires associatifs sur l'année, soit une moyenne d'une réunion toutes les 3 semaines. Le but de ces réunions est la concertation et la collaboration inter-associative qui permet le développement de projets communs et de campagnes cohérentes entre associations. 2016 verra la continuation de ces réunions et de cette concertation, voire une intensification de celle-ci.
- Partant du constat que le virus ne connaît pas de frontière, en plus des collaborations nationales, *Ex æquo* a pris contact avec AIDES (France) pour le développement d'une collaboration avec la région Nord-Picardie qui représente une opportunité d'améliorer la couverture de la zone transfrontalière. Cette collaboration sera mise en œuvre plus avant en 2016 avec notamment des participations de bénévoles de chaque association dans des actions spécifiques menées sur les différents terrains (participation des bénévoles de AIDES sur des actions *Ex æquo* en Belgique et inversement).
- *Ex æquo* a été présent en tant que participant ou orateur lors de différents congrès et conférences. On notera notamment plusieurs interventions de membre d'*Ex æquo* en tant qu'orateur lors du cycle de 6 conférences organisées par l'Observatoire du SIDA et des Sexualités. Également la participation de 2 administrateurs lors du Congrès à Amsterdam AIDS Impact. 2016 verra la continuation de ce type de participation, notamment avec la participation au congrès AFRAVIH à Bruxelles et l'organisation d'un cycle d'atelier organisé en collaboration avec la MAC et l'Observatoire du SIDA et des sexualités sur la santé sexuelle à destination du public LGBTQI.
- En terme de formation, nous avons organisé un week-end de formation et de dynamisation de nos bénévoles en février 2015. Des formations continues ont été proposées également à nos bénévoles à raison d'environ une par trimestre. Notamment on notera l'offre d'une formation par Modus Fiesta qui a permis une présence commune lors de soirées ciblées (population HSH et usagers de drogues).

5) En ce qui concerne la période novembre-décembre 2015, 2 actions principales étaient prévues :

- D'abord, la « European Testing Week » (fin novembre) était l'occasion de sensibiliser notre public à la nécessité d'un dépistage régulier pour le VIH, l'hépatite C ainsi que toutes les autres ISTs. Nous avons organisé des actions en collaboration avec plusieurs acteurs : le Réseau hépatite C, la MAC, Tel Quels et Modus. Malheureusement l'ensemble de ces actions étaient programmées la semaine du 20 au 27 novembre, soit juste au moment du lock down de Bruxelles et tout a malheureusement dû être annulé en dernière minute. Ces événements ont été reprogrammés sur la première semaine de février 2016 (et feront donc partie du rapport d'activité 2016).
- Ensuite, un moment phare de chaque année est le 1^{er} Décembre (journée internationale de lutte contre le SIDA). A nouveau, suite aux événements de Paris, toutes les manifestations ont été annulées. Nous avons préparé en collaboration avec les autres acteurs du secteur un plaidoyer en faveur du TasP (Treatment as Prevention) et l'importance d'un statut indétectable des personnes vivant avec le VIH afin de réduire les risques de contamination.

Nous avons en plus préparé des actions visant la PreP en collaboration avec le Syndigay (syndicat des patrons d'établissements Gay), celles-ci ont également été annulées et reportées sur début 2016 (dernier week-end de janvier afin de faire le lien avec nos actions testing week reportées à début février). Ces différentes actions feront donc également partie du rapport d'activité 2016.

- Finalement, une restructuration de l'équipe salariée a été amorcée fin 2015 afin de faire face aux difficultés financières de l'association. Cette restructuration portera ses effets à partir de début 2016.

Les perspectives pour 2016 :

Nous avons d'ores et déjà identifié certaines pistes que nous souhaitons avoir les moyens d'exploiter à l'avenir :

- clarifier l'articulation entre des messages généralistes faciles d'accès et des messages plus pointus destinés à une partie très informée de notre public, notamment en ce qui concerne les avancées biomédicales (ex : prévention combinée).
- continuer à identifier le public HSH non touché par nos campagnes et actions et développer les méthodes afin d'y remédier ; par exemple, accentuer la prévention online ou mettre l'accent sur l'outreach et être présent sur des terrains que nous n'avons pas encore explorés (ex : zones de cruising extérieures).
- développer l'effet levier qu'est l'intégration des bénévoles dans les actions conduites. 2016 devra être une année d'intensification de l'action de nos bénévoles avec un focus mis sur le recrutement de nouveaux bénévoles et une implication plus importantes de ceux-ci dans la vie de l'association.
- dans une perspective d'économie de moyens et d'exploitation des expertises, multiplier les partenariats (avec les acteurs Bruxellois et wallons afin de décupler les synergies et continuation du partenariat avec AIDES pour la partie transfrontalière)
- améliorer l'efficacité des relais de prévention, notamment en collaboration avec les médecins généralistes.

Remerciements

Ex æquo tient à remercier tous ses volontaires, sans qui l'association n'existerait pas.

Merci aussi à tous les partenaires associatifs et du monde psycho-médico-social pour leur confiance et les échanges constructifs tout au long de ces 12 mois.

Merci aux administrateurs bénévoles, à toutes celles et ceux qui nous aident à travers leurs dons, ainsi qu'à nos pouvoirs subsidiant.

Abréviations utilisées dans le document

HSH	Hommes ayant des relations sexuelles avec des hommes
LGBT	Lesbiennes, Gays, Bisexuels et Transsexuels
PrEP	Prophylaxie pré-exposition (<i>i.e.</i> traitement anti-rétroviral en prévention d'une contamination pour une personne séronégative)
RDR-S	Réduction des risques sexuels
sida	Syndrome de l'immunodéficience acquise
TasP	<i>Treatment as Prevention</i> (<i>i.e.</i> traitement précoce des personnes séropositives en vue de rendre leur charge virale indétectable)
TPE	Traitement post-exposition (<i>i.e.</i> traitement anti-rétroviral d'urgence en cas de risque de contamination)
VHB	Virus de l'hépatite B
VHC	Virus de l'hépatite C
VIH	Virus de l'immunodéficience humaine
Prévention combinée	Synergies nécessaires entre les stratégies de préventions dites comportementales, structurelles et biomédicales.