

Regard d'usagers sur le testing des nouvelles drogues de synthèse

> **Damien Favresse**, sociologue, chercheur au Service d'information promotion éducation santé (SIPES) de l'École de santé publique de l'Université libre de Bruxelles

Dans le cadre de l'évaluation d'une partie des activités de réduction des risques menées par l'asbl Modus Vivendi¹, onze entretiens semi-directifs ont été réalisés auprès d'usagers de nouvelles drogues de synthèse ayant bénéficié des actions de testing². Les critères de sélection (nombre d'expériences du testing, lieu de réalisation du testing, âge, situation socioprofessionnelle, etc.) ont permis d'interroger un profil varié d'usagers (de 20 à 35 ans, huit « actifs » dont trois étudiants, cinq sont en couple, cinq ont eu l'expérience d'un seul test, etc.).

Les caractéristiques d'usage des bénéficiaires

L'analyse des trajectoires d'usages des personnes interrogées permet de mettre en exergue qu'il s'agit d'usagers ayant une expérience de plusieurs années de consommation de psychotropes (de 3 à 12 ans).

Ces consommateurs ont tous usé de plusieurs psychotropes illicites au cours de leur vie. Il s'agit principalement de consommations occasionnelles ou régulières de cannabis et d'ecstasy. Une majorité d'entre eux a déjà pris du speed et près de la moitié s'est déjà adonnée à la cocaïne, le plus souvent de manière occasionnelle. Tous relatent avoir déjà pris plusieurs produits lors d'un épisode de consommation que ce soit simultanément ou l'un à la suite de l'autre pour, notamment, compenser les effets des produits ingérés.

Les personnes fréquentant le testing ne sont donc habituellement pas des néophytes en matière d'usage de psychotropes³ même si les expériences d'usage de psychostimulants sont fort variables d'une personne à l'autre (usage modéré lors d'événements particuliers (nouveau an, festival, fin des examens, etc.), abus occasionnels, usage individuel, alternance de périodes d'excès et d'usage modéré, etc.).

L'expérience et la perception du testing

Avant de réaliser le testing, beaucoup d'usagers rapportent qu'ils ont éprouvé de la méfiance à l'effectuer. Cette dernière est habituellement de deux ordres : des craintes portant sur le produit (apprendre la mauvaise qualité de l'ecstasy, perte d'une quantité importante de la pilule, etc.) et d'autres portant sur d'éventuelles répercus-

1. HUBERTY C., FAVRESSE D., GODIN I., *Évaluation des actions de réduction des risques dans le cadre des activités de testing menées par l'asbl Modus Vivendi*, ESP (ULB)-SIPES, Bruxelles, 2010, 66p.

2. Test permettant à l'usager de drogues de synthèse d'en évaluer la qualité. Il existe une diversité de méthodes plus ou moins rapides et précises (détection de quelques substances, évaluation des concentrations de produits psychoactifs, etc.).

3. La consommation de nouvelles drogues de synthèse est habituellement associée à l'usage d'autres drogues illicites (Hacourt G., 2001; Samitca S. & al., 2005; Degenhardt L. & al., 2007; Iritani B. J. & al., 2007).

sions sociojudiciaires. Après la réalisation du testing, cette méfiance s'atténue mais ne disparaît pas pour autant chez tous les usagers.

Ce changement de regard après l'expérience du testing se retrouve aussi sur le plan des motivations qui amènent les usagers à le réaliser. Bon nombre y vont d'abord par curiosité pour ensuite le percevoir comme un moyen de prévenir les effets de leur usage de psychostimulants. Le testing se vit ainsi comme une prise de conscience

de la diversité des risques inhérents à cette consommation (risque de déshydratation, incertitude sur la nocivité des psychostimulants, etc.).

En renseignant sur la composition du produit à consommer, le testing aide l'utilisateur à modifier, le cas échéant, l'usage prévu. À ce sujet, les craintes éprouvées à l'égard des produits sont parfois renforcées par

une diversité d'éléments dont, notamment, l'aspect éventuellement douteux du produit, les informations circulant entre usagers à l'égard de produits circulant sur le marché, les expériences désagréables de consommation de l'utilisateur (mauvais trip, gestion descente, etc.) et le degré de connaissance et de confiance envers le fournisseur du produit.

Un autre impact du testing est qu'il permet, à une partie des usagers, d'avoir une réponse aux questions qu'ils se posent au sujet des effets à plus long terme de leur usage des psychotropes (« perte de contact avec la réalité », « séquelles mentales », « effets sur la santé », etc.).

Enfin, certains usagers, après l'avoir réalisé, se sentent devenir eux-mêmes des vecteurs de prévention à l'égard des autres usagers. Le testing est ainsi considéré par ces derniers comme

un outil de prévention qui se déploie informellement par effet « boule de neige ». De sorte que les informations acquises par les usagers testeurs se transmettent aussi à des usagers ne pratiquant pas le test.

Il convient aussi de préciser que l'ensemble des usagers interrogés éprouvent de la satisfaction à l'égard du testing qui répond finalement à une série d'attentes relatives à leur « statut » d'utilisateur et, qu'habituellement, ils apprécient particulièrement le professionnalisme de l'équipe d'intervenants et la relation qu'ils ont pu instaurer avec elle (attitude non-jugeante, compétences en matière d'usages de drogues, etc.). L'équipe de Modus dispose ainsi d'une crédibilité et d'une reconnaissance auprès des usagers interrogés c'est-à-dire une caractéristique essentielle pour optimiser des actions de réduction des risques⁴.

Les critiques faites au testing concernent d'abord les méthodes de test qui ne sont pas assez performantes pour une partie des bénéficiaires. Ce déficit résulte notamment du fait que les résultats les plus intéressants et les plus précis pour l'utilisateur dépendent de tests supplémentaires effectués en laboratoire. Or ce type d'analyses toxicologiques prend du temps par rapport à des consommations souvent prévues dans l'immédiateté.

Une autre critique faite par les usagers est le caractère irrégulier et sporadique du testing. Cette spécificité, source parfois d'anxiété, résulte entre autres de l'illégalité de l'usage qui exige l'autorisation de multiples acteurs publics et privés (parquets, autorités communales, communauté française, organisateurs de festival, etc.). Or, cette multitude d'acteurs éprouve souvent des difficultés à s'accorder.

Enfin, pour les personnes interrogées, le testing idéal devrait combiner quatre aspects : rapidité, précision, exhaustivité et régularité. C'est-à-dire que les usagers devraient avoir accès au testing quand ils en ont besoin, que les résultats devraient être fournis rapidement voire immédiatement et que ces derniers devraient permettre aux usagers de prendre une décision en connaissance de cause à savoir connaître l'ensemble des composants et leur concentration dans le produit testé. À leurs yeux, le testing devrait

« La première démarche t'ouvre quand même les yeux sur tous les produits, fin, le premier test t'ouvre les yeux sur tous les produits qu'il peut y avoir et à ce moment tu te dis quand même bon faudrait peut-être, c'est quand même intéressant de savoir ce que je prends et donc de revenir et d'essayer de faire tester quand c'est possible, le plus souvent possible. »

« On a fait tester du MDMA... pour lequel y avait une alerte parce qu'il était particulièrement fort donc ça a confirmé ce qu'on pensait, ça nous a permis quand même de prendre des précautions, on l'a pris mais on l'a pris différemment, on s'attendait déjà à un effet plus fort en prenant des petites quantités. »

4. DAUGHERTY R. P. & LEUKEFELD C., *Reducing the risks for substance abuse. A lifespan approach, Prevention in practice library*, New York, 1998, 178 p.

donc être institutionnalisé et soutenu par les pouvoirs publics. En outre, pour certains, ils devraient disposer d'un cadre d'intervention clair et couvrir une plus grande diversité de lieux festifs (boites, soirées, festivals, etc.).

Des modes d'appropriation du testing selon les usages

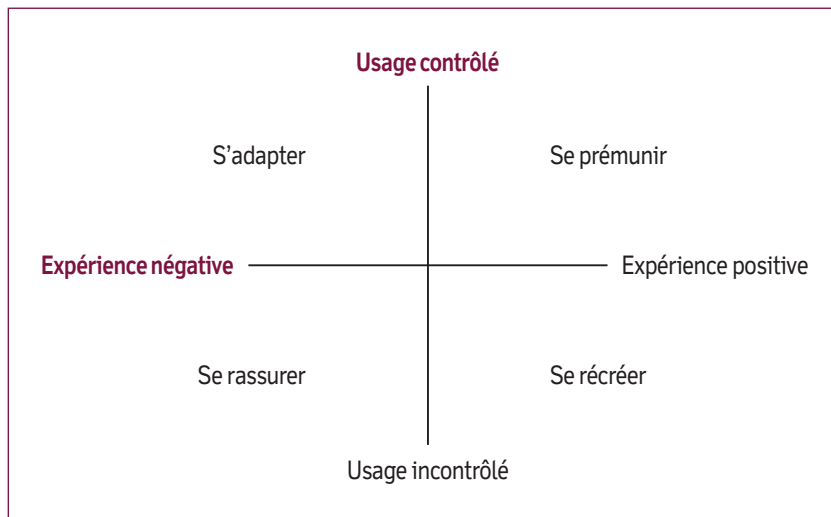
Pour les usagers, l'absence de testing ne les empêche pas de consommer mais le testing transforme la manière de réaliser cet usage. Plus spécifiquement, le testing ne se restreint pas uniquement à un outil décisionnel concernant l'usage d'un produit. Il constitue également un moyen de répondre à quatre besoins de l'usager concernant sa consommation de psychostimulants : se rassurer sur le produit, s'adapter en fonction du produit, se prémunir par rapport au produit et se recréer avec le produit. Et c'est notamment la réponse à ces besoins qui va aider l'usager à formaliser, le cas échéant, ce choix d'user ou non de la substance.

Habituellement, ces besoins sont présents chez l'ensemble des personnes interrogées mais l'un prédomine souvent sur les autres. Cette prédominance dépend notamment de leurs usages actuels et des expériences vécues en tant que consommateur de psychotropes.

Se rassurer sur le produit

Le testing répond au besoin des usagers de se rassurer par rapport à la consommation prévue. Ce besoin prend d'autant plus d'ampleur que l'usager combine d'un côté, une difficulté à contrôler son usage de psychotropes et d'un autre côté, un vécu d'expériences de consommation anxio-gènes. Ne voulant pas revivre ce type d'expériences, le testing constitue un outil de gestion de l'anxiété⁵. Pour ce type d'usager, ce qui prime dans le testing, c'est d'éviter les effets néfastes de l'usage du produit. Dans certains cas, cet évitement a plus d'importance, dans la décision de consommer, que la qualité même du psychotrope.

Lorsque ce mode d'appropriation du testing prédomine, on retrouve plus volontiers des personnes dont les consommations passées ont donné lieu à des regrets, ont été sources de souf-



frances et se sont soldées par le renvoi d'une image dévalorisante et dégradante pour l'usager⁶. Souvent un tel usager, où le versant négatif de l'usage prend le pas sur le versant positif, est davantage prédisposé à changer sa consommation et il voit dans le testing un des éléments qui peut l'aider à accomplir ce changement. À ce sujet, il est intéressant de signaler que beaucoup d'usagers interrogés, qui sont passés par ce type de phase, voient dans le testing et le travail de Modus un des éléments qui les ont aidés à modifier leurs conduites de consommations.

S'adapter en fonction du produit

Inhérent au caractère plus ou moins psychoactif du produit, les usagers éprouvent le besoin d'adapter leur consommation en fonction des caractéristiques du produit.

Ce besoin est d'autant plus important que l'usager veille à exercer un contrôle sur son usage et que, par ailleurs, il a pu expérimenter, de par le passé, des désagréments psychiques et physiques d'un usage excessif. Dans cette dynamique, le testing sert, non seulement, à lui faciliter la décision de consommer ou non le produit mais aussi, à adapter son usage en fonction des caractéristiques du produit (composition, concentration des composants) et des effets, qu'il attribue de par ses expériences, aux composants identifiés par le test.

Le testing participe à l'envie de l'usager de mieux contrôler sa consommation (essai d'un petit

« l'accueil des personnes vraiment... on ne se sent pas jugé... on sait très bien que la personne qui est là, est là limite pour nous aider donc, euh, c'est agréable quoi. »

5. Certains usagers, conscients de peu maîtriser leur usage qui dépend, notamment, de facteurs personnels et contextuels tels que l'état d'esprit, l'effet de groupe, le fait d'être imbibé ou non, sont plus souvent enclins à éprouver de l'anxiété.

6. À remarquer que les usages problématiques d'ecstasy sont davantage associés à des problèmes psychologiques et moins liés à des motivations d'ordre social que les autres usages (Soar K. & al., 2006).

« Ça m'a mis dans des états lamentables que je ne souhaite vraiment plus, que je souhaite à personne... des états où tu n'as plus de dignité, plus d'amour propre, tu vas même jusqu'à te renier pour avoir un semblant d'affection... c'est vraiment minable... parce que t'es pas foutu de t'aimer toi-même... Maintenant je crois que gère un peu mieux ma paranoïa... que j'arrive à transformer ma paranoïa en prudence... (utilité du testing?) c'est d'abord être rassuré sur ce qu'on fait... (ce qu'il faudrait changer dans le testing?)... l'action (le testing) n'a pas été... comment dire étalée sur un plus long terme... c'est un peu comme si c'était un one shot et puis après... après on retournait dans le rond-point d'interrogation où on sait pas ce qu'on consomme quoi. »

« Pour savoir... ce qu'il y a dans ton produit et puis pour ne pas avoir de mauvaise surprise... c'est une manière de se responsabiliser par rapport à sa consommation, c'est une manière de se dire, voilà je sais ce qu'il y a dedans, ce que moi j'ai envie de consommer... oui ou non... c'est une manière de se remettre en question personnellement. »

échantillon de pilule, choix de la quantité de psychotropes consommée, etc.) tout en lui permettant d'éviter des expériences qu'il n'a plus envie de revivre. Il répond au besoin du consommateur d'ingérer un produit correspondant à ses attentes, un psychotrope qu'il peut affubler du qualificatif de « bon ». Ce souci de bien connaître le produit se retrouve plus volontiers exprimé chez des usagers planifiant leurs consommations et attendant pour consommer le résultat des analyses plus précises réalisées en laboratoire.

Se prémunir du produit

Préoccupés par l'aspect plus ou moins dangereux des substances ingérées, les usagers ont besoin de se prémunir de ces éventuels dangers.

Ce besoin caractérise davantage les usagers qui s'attablent à contrôler leur usage tout en n'ayant pas vécu d'expériences réellement désagréables. Dans cette dynamique d'usage, le produit est par essence mauvais pour la santé et le testing doit faciliter l'accès à une conduite plus responsable. Ainsi, même si le produit contient bien les substances souhaitées, il présente de toute manière des risques (déshydratation, mauvais trip, etc.) et le testing constitue un moyen de les limiter. Ce souci se retrouve plus volontiers parmi les usagers attentifs à glaner au cours du

testing un maximum d'informations et de conseils afin que la consommation prévue se passe le mieux possible (gestion de la montée, effets du mélange du psychostimulant avec de l'alcool, etc.).

Ce besoin est vraisemblablement plus important chez les usagers qui conjuguent d'un côté, moins d'expériences de consommation et d'un autre côté, ignorent plus souvent certains principes de réduction des risques qui paraissent acquis chez des usagers plus chevronnés. Il est plus souvent rencontré chez des personnes soucieuses de préserver leur santé et d'éviter que leur usage de psychotropes interfère sur leur projet de vie.

Se recréer avec le produit

Conformément aux effets recherchés par la consommation du psychotrope, les usagers souhaitent bien s'amuser, profiter pleinement du caractère festif de l'usage. Dans cette perspective, le testing est vécu comme un moyen qui offre plus de garanties de répondre à ce besoin de récréatif, à cette envie de s'octroyer du plaisir.

Cette réappropriation du testing, à visées plus récréatives, caractérise davantage les usagers dont l'expérience de consommation est connotée positivement et qui exercent peu de contrôle sur leur usage. S'ils connaissent les effets désagréables de la descente, ces derniers ont peu d'impact par rapport au plaisir pris au moment de la montée. Ce sont aussi souvent des usagers qui se sentent moins concernés par les éventuels effets à plus long terme de leurs consommations.

Cette logique hédoniste, habituellement occasionnelle, se rapporte à des contextes spécifiques dont il faut optimiser l'aspect festif. À noter que ce type d'usagers est plus enclin à prendre des risques lorsqu'ils consomment⁷. Ce sont aussi des personnes plus réceptives à toutes informations qu'il leur permet de rentabiliser la fête telle que, par exemple, les « bons » mélanges. Enfin, il est vraisemblable que lorsque l'aspect récréatif transcende l'usage, cette consommation de psychotropes a souvent une connotation sociale et peut constituer un moyen de « se mesurer » aux autres usagers, de s'affirmer et de se dépasser avec comme conséquence, no-

7. Dans le cas d'une attitude hédoniste, l'usager a conscience des principes de réduction des risques mais ne les applique pas systématiquement (SHEWAN & al., 2000).

tamment, que plus le consommateur tient le coup, plus sa consommation est importante et extrême, plus il se valorise aux yeux des pairs.

Des modes d'appropriation typiques et combinés

Même si le testing revêt une multitude de sens, l'ensemble des personnes interrogées combine plus ou moins fortement la diversité de ces sens. C'est ainsi que tous les usagers rencontrés éprouvent une méfiance à l'égard de leur consommation mais l'intensité de cette méfiance varie d'une personne à l'autre.

Le besoin de réduire les risques fait partie intégrante des usages des nouvelles drogues de synthèse mais d'une part, la conception de ces risques, la manière de percevoir ces risques et d'autre part, l'attitude à l'égard de la prise de risque, le niveau d'acceptation du risque varie selon les usagers. Manifestement, elle est à rattacher à l'expérience de consommation de l'utilisateur, au contexte dans lequel il consomme mais aussi au rapport qu'il entretient avec le produit. Ainsi, l'adoption d'une dynamique de contrôle, après avoir expérimenté les déboires d'un usage excessif, est manifestement influencée par les effets de cet usage alors que l'adoption d'une dynamique de contrôle sans cette expérimentation est manifestement préexistante à la consommation. En d'autres termes, certains usagers ont besoin de davantage expérimenter les risques pour se résoudre à les amoindrir. L'appropriation du testing varie aussi au cours de la carrière de consommation de l'utilisateur. Les usagers pouvant passer d'une catégorie à l'autre au fur et à mesure de l'évolution de leurs usages. Il est vraisemblable que parmi les usagers récréatifs, une portion d'entre eux va basculer dans l'excès et l'accumulation d'expériences néfastes alors que cette proportion sera vraisemblablement moindre parmi ceux qui se prémunissent déjà actuellement.

Le testing, un dispositif à pérenniser ?

La gestion de l'anxiété constitue pour les usagers l'un des enjeux fondamentaux du testing. Cet enjeu se décline principalement en deux logiques. La première se fait via la prise de

« En festival c'est peut-être un peu plus compliqué, les gens consomment souvent avant d'avoir le résultat du test labo. »



« Le speed je ne consomme ça qu'en festival... c'est parce qu'il y a une chouette ambiance au camping, on aimerait bien faire les concerts... je trouve qu'il y en a plein... qui ne prennent rien, ils restent dans leur tente, ils bougent pas... ils ne prennent pas de drogues... allez... j'ai plein de copains qui ont fait X (festival) sans rien prendre... ils étaient tous fades... je trouve ça dommage... il faut en profiter un maximum... les stimulants... je consomme ça... quand c'est deux nuits j'en ai pas besoin mais si je dois passer cinq nuits à guindailler guindailler guindailler ça va être trop sport... j'ai dit [au testing] par exemple que j'avais mélangé avec de la MDMA ben on m'a dit ça fait, ça peut être dangereux pour ça ça... je trouve que ça faudrait le faire aussi, savoir quelle drogue est plus... facilement mélangeable avec une autre. »

Analyse de produits psychotropes par Modus Vivendi

Présentation testing

L'analyse de produits psychotropes (testing) est une activité parmi d'autres dans l'éventail des actions mises en place pour répondre aux besoins des usagers de drogues. C'est une stratégie de santé publique et de promotion de la santé qui n'est jamais réalisée de manière isolée mais toujours à l'intérieur d'un dispositif plus large d'accueil, d'information et d'orientation des usagers. Outre le fait qu'elle encourage les usagers à exercer un certain contrôle sur leur consommation, cette action permet de collecter de manière fiable des informations tant sur les produits que sur les pratiques de consommation. Informations qui permettent aux acteurs de terrain de répondre adéquatement aux préoccupations de leur public cible en collant au plus près à leurs réalités. Les informations ainsi collectées permettent d'adapter les actions et d'être au courant des produits et des pratiques de consommation.

Les projets développés par Modus Vivendi qui incluent le testing sont de deux ordres : en milieux festifs et en point fixe. Le testing constitue en effet la pièce centrale autour de laquelle s'agence un dispositif plus vaste d'accueil, d'information et d'orientation des usagers de drogues de synthèse. Il permet le contact avec une catégorie bien particulière de consommateurs qui s'exposerait de manière accrue à une série de risques (déshydratation, problèmes cardiaques, accidents de la route...).

Depuis mars 2011, le service d'analyse de produits psychotropes est à nouveau accessible tous les vendredis soir de 18 heures à 22 heures au sein de Modus Fiesta, lieu bruxellois d'accueil et d'information pour les usagers de drogues liés aux milieux festifs. L'analyse de produit psychotrope s'adresse aux usagers qui viennent faire tester leur produit de manière volontaire.

Dans un premier temps, l'analyse de pilules s'avère un outil remarquable pour approcher et entrer en relation avec un public particulièrement rétif à tout contact et à toute information. Il permet d'entamer un dialogue en confiance entre l'utilisateur et le professionnel qui est l'occasion :

- de rappeler de manière générale les risques liés aux produits, aux modes d'usage et que toute consommation comporte des risques et de rappeler le caractère illégal de cette consommation ;
- d'informer de manière plus concrète des risques en partant des résultats de l'analyse du produit apporté par l'utilisateur ;
- d'encourager les usagers à développer un esprit critique, de la lucidité et une attitude réfléchie face à leur consommation ;
- pour l'utilisateur, de (se) poser des questions sur sa consommation et d'exprimer ses éventuels problèmes et demandes d'aide.

Dans un deuxième temps, le testing contribue au Système d'alerte précoce mis en place par le gouvernement fédéral : si le produit analysé apparaît comme particulièrement dan-

gereux, ou comporte des composants nouveaux, une information est largement diffusée vers les consommateurs et vers les intervenants. Les résultats des analyses sont transmis au Point focal belge de l'observatoire européen des drogues et toxicomanies (Institut de santé publique). L'expérience montre que les messages sont jugés plus crédibles et sont mieux acceptés par les consommateurs quand ils sont émis dans le cadre du testing.

En quoi consiste le testing ?

Subsidié par le ministère de la Santé de la Communauté française, le testing s'inscrit dans la politique de santé publique développée par le gouvernement fédéral et les entités fédérées en matière de drogues. Son objectif général est de réduire la morbidité et la mortalité liées à l'usage de drogues en offrant une réponse partielle à l'ignorance sur le contenu des produits vendus au marché noir et au manque d'information des usagers.

La première étape est l'accueil de l'utilisateur, de manière anonyme. Le professionnel de Modus Fiesta convie cette personne à un premier entretien qui permet de rappeler la loi et le contexte d'analyse, de présenter les différentes méthodes, d'interroger la personne sur ce qu'elle attend de l'analyse, de clarifier ce que l'analyse peut lui apporter, de voir où en est la personne par rapport à ce produit. Ce premier entretien est déjà l'occasion d'introduire des messages de réductions de risques et de donner des brochures informatives et/ou du matériel de RdR.

La personne est également invitée à remplir un questionnaire anonyme qui sert également de support à la discussion. Ensuite, le produit est testé. Le projet combine actuellement trois méthodes d'analyse.

→ Les tests colorimétriques

Une petite partie de l'échantillon est analysée au moyen d'un test colorimétrique. Cette analyse présomptive limitée permet un résultat dans la minute. Il ne sert en aucun cas à décrire le contenu du produit mais peut donner une indication sur la présence ou non de certaines molécules (MDMA, MDA, MDEA, 2CB, Kétamine et amphétamines). C'est un outil très pédagogique puisque l'opération chimique se déroule sous les yeux de l'utilisateur, ce qui crédibilise les informations données. Ils comportent cependant d'importantes limites mais ces limitations nous permettent de mettre en évidence l'ignorance des risques que chacun court en consommant un produit dont on ne connaît ni le contenu ni le dosage, ni la manière dont réagira son organisme.

→ La chromatographie sur couche mince

Une autre partie du produit est prélevée pour être analysée au moyen de la chromatographie sur couche mince, réalisée par un de nos trois analystes (un pharmacien et deux assistants de laboratoire). L'avantage de cette technique réside dans le fait qu'un résultat assez précis peut être donné à l'utilisateur dans

l'heure qui suit le dépôt du produit psychotrope. La CCM offre donc la possibilité de discuter avec l'utilisateur à deux reprises (lors du dépôt de l'échantillon et lors de la remise du résultat).

→ **L'analyse en laboratoire** (chromatographie gazeuse couplée à une spectrométrie de masse)

C'est une analyse qualitative et/ou quantitative réalisée en laboratoire par l'Institut de santé publique. C'est actuellement la méthode la plus précise qui existe. Elle consiste en une déclinaison complète des substances psycho-actives présentes dans le produit ainsi que leurs concentrations exactes (dans certains cas). À l'instar de l'analyse par CCM, l'analyse en laboratoire introduit donc plusieurs moments de rencontres avec l'utilisateur. Les résultats sont rendus à l'accueil lors des permanences. Cette remise de résultat donne lieu à un troisième entretien avec l'utilisateur. Il n'est pas rare de voir la consommation se modifier suite à l'un des entretiens. Il s'agit en effet de donner à l'utilisateur des informations lui permettant de faire un choix éclairé par rapport à sa consommation. Un entretien de ce type dépasse de loin la simple remise de données scientifiques. À travers la prise de conscience de ce qu'il consomme, l'utilisateur analyse « le comment » il consomme et plus naturellement le « pourquoi » il consomme.

Obstacles

Malgré les nombreuses expériences et évaluations en Communauté française et partout ailleurs en Europe qui ont montré la plus value de cet outil pour les actions de réduction des risques, le projet reste précaire.

Au vu du coût élevé des analyses en laboratoire mais également du temps de travail nécessaire à son bon fonctionnement, force est de constater que le financement est insuffisant. Mais ce qui le rend instable, c'est aussi le fait qu'il ne soit toléré qu'à titre expérimental. Nous devons ainsi renouveler les autorisations annuellement, et effectuer un lobbying constant sur un temps de travail très limité.

Mais l'absence de continuité dans le projet est surtout un obstacle à la création d'un lien de confiance avec les utilisateurs. Lien de confiance qui prend du temps à se tisser mais qui s'avère essentiel au bon fonctionnement du testing et, par là même, à l'ensemble des dispositifs de réduction des risques. C'est pourquoi, nous pensons qu'il est impératif de pouvoir poursuivre (installer dans le temps) l'analyse de produits à Modus Fiesta mais également de se donner les moyens de le développer dans un nombre accru de festivals et autres gros événements festifs.

« (impact testing ?) tu fais plus attention, tu te rends compte qu'il peut y avoir plein de choses... tu prends le produit avec plus de parcimonie... ça change quelque chose au niveau de ta consommation, c'est vrai... tu vas plus hésiter à faire des mélanges avec de l'alcool tu vois, des choses comme ça... quand tu sais que ta pilule contient bien de la MDMA... tu prends le produit plus sereinement je vais dire... que ce n'est pas de la MDEA ou des trucs comme ça... je crois que tu prends mieux le produit aussi donc tu prends mieux la montée aussi... j'apprécie tout dans le fait de consommer, tous les effets... être de bonne humeur... être dans une bonne ambiance... être dans un endroit festif avec des amis, dans une bonne ambiance ».

conscience de la réalité des produits qui va participer, plus ou moins fortement, à la formalisation de l'anxiété chez les utilisateurs. Par le testing, l'utilisateur prend davantage conscience de la dangerosité de ce produit et cette prise de conscience va favoriser le développement de l'anxiété. Il va soit la gérer en adaptant sa manière de consommer, soit ne pas la gérer parce qu'il n'arrive pas à modifier sa manière de consommer. La deuxième se fait via le testing même qui va permettre aux utilisateurs de la désamorcer. Le testing constitue sur ce point un « remède » qui permet à l'utilisateur de gérer l'anxiété plus ou moins importante liée à sa consommation. Ce double constat du rôle du testing pose d'emblée la question de la régularité et de la régularisation du testing. Le testing, par la prise de conscience qu'il engendre, favorise la survenue de l'anxiété mais, dans un même temps, son caractère irrégulier et sporadique actuel ne favorise pas son désamorçage. Si, pour certains utilisateurs, l'accroissement de l'anxiété se traduit par une réadaptation des conduites permettant de la juguler, pour d'autres, elle ne s'accompagne pas de cette réadaptation. Ces derniers se retrouvent seuls devant leur consommation avec le risque que le testing ait sur eux un effet contre-productif que seul un testing régulier permettrait de contrer. Il va de soi que cette régularité ne peut se faire sans un soutien clair des pouvoirs publics. Ce soutien faciliterait, non seulement, la tenue des interventions de testing mais aussi, d'une part, la venue d'autres utilisateurs tels que ceux qui éprouvent des craintes sociojudiciaires à réaliser le testing et d'autre

« C'est pour ça aussi que je consomme pas, euh de manière très régulière... financièrement parlant ça me tuerait et... pour ma santé, c'est pas bon quoi... je suis quelqu'un aussi qui fait attention... enfin je me nourris correctement et tout ça donc... j'essaie que ça se répercute dans... quand je fais la fête aussi... de toute façon que je prenne de la cocaïne ou que je bois, je conduis pas je m'arrange toujours pour... on a une consommation responsable... maintenant on est conscient que c'est illégal, que c'est dangereux et tout ça mais... en diminuant les risques... on sait que... dans tout ce qui est milieu festif il y a de la consommation de drogues... Le testing, c'est vraiment une manière responsable de consommer... je vais déjà lire le livret... j'ai vu qu'il fallait que je m'hydrate beaucoup, ben je vais prendre le nécessaire... une bouteille d'eau sur moi. »

part, l'engagement des organisateurs d'événements festifs à y participer. Un tel cadre permettrait également d'étendre le testing aux méga dancings, lieu de consommation par excellence⁸.

L'itinéraire d'usage des jobistes employés par Modus Vivendi dans ses actions de réduction des risques est aussi particulièrement intéressant. En effet, ce sont habituellement des consommateurs qui ont connu pour la plupart des usages excessifs avant d'adopter des consommations plus contrôlées. Ce sont donc des usagers qui ont modifié leurs usages au cours du temps. Si, pour une partie des jobistes, cette diminution va vraisemblablement de pair avec leur insertion socioprofessionnelle, notamment, chez ceux dont les abus ont eu lieu au cours de leur vie étudiante, ce n'est pas le cas pour tous les jobistes. Il semble également que le statut même de jobistes, de par lequel ils se sentent investis d'un rôle de prévention envers les autres usagers, n'est pas étranger à cette modification des usages et qu'il participe à sa manière à l'insertion sociale des usagers. Ainsi, au-delà de ce rôle, les jobistes sont aussi des consommateurs qui ont eu l'occasion de développer des liens privilégiés avec Modus et qui nous révèlent en quelque sorte certaines potentialités que le testing pourrait avoir s'il était davantage mené en continu. Pour une partie d'entre eux, d'ailleurs, le lien développé avec

Modus est plus important que le testing en soi. Il est, entre autres, considéré comme un élément déterminant de la gestion actuelle de leur usage de psychotropes, perçu comme un élément qui leur a permis de sortir du milieu dans lequel ils évoluaient, de se décentrer par rapport à cet univers en marge. De sorte que le testing est perçu par une partie de ces jobistes comme un élément qui sert de porte d'entrée vers un nouveau rapport aux autres, comme un outil qui participe à leur « réintégration sociale ».

Au vu du caractère épisodique du testing actuel, il est actuellement impossible de savoir si un tel impact est possible pour les autres usagers. Seule une action continue et prolongée permettrait de vérifier si le testing est susceptible de contribuer ou non à l'insertion sociale d'usagers qui le fréquenterait régulièrement au cours de leur carrière de consommation. S'il est évident que le testing n'est pas un produit miracle d'insertion d'une part, et que les usagers ne le perçoivent habituellement pas comme tel d'autre part, il semble aussi évident que le développement d'un testing en continu favoriserait l'accompagnement du consommateur dans l'évolution de son usage et faciliterait, le cas échéant, son insertion sociale. Au vu de la reconnaissance des usagers envers l'équipe de Modus, il semble que l'enjeu actuel n'est pas de disposer de compétences mais de faire en sorte que ces compétences puissent pleinement servir aux usagers. Il est, par ailleurs, évident que le testing ne règle pas du tout. C'est un outil qui s'adresse à un public particulier, d'usagers plus ou moins prononcés de psychotropes. Il est évidemment complémentaire à des activités de prévention primaire, de réduction de la consommation de psychotropes, centrées sur leur développement psychosocial des enfants et des adolescents (renforcement de l'estime de soi, gestion des situations stressantes, capacité à dépasser ses problèmes, capacité de se projeter dans l'avenir, résolution de conflit, capacité de résister à la pression des pairs, régulation de l'agressivité, dédramatisation des expériences anxiogènes, etc.)⁹.

9. Cuijpers & al., 2002; Botvin & al., 2006, cités par Bantuelle & al., 2008; Riggs & al., 2006, cités par Roussel & al., 2008