

LE MARCHÉ DE L'ALCOOL EN SUISSE

Nessim Ben Salah, responsable marché de l'alcool et prévention, Régie fédérale des alcools

La Suisse connaît une longue tradition de production et de consommation d'alcool, que ce soit en matière de spiritueux, de vin, ou de bière. Cette tradition est aujourd'hui toujours bien vivante et tient à cœur de nombreuses personnes dans notre pays. Dans cet article, nous tenterons d'esquisser les contours du marché de l'alcool en Suisse, de la production à la distribution.

Si, d'un point de vue chimique, l'alcool est le même quelle que soit la boisson, il existe en Suisse des cadres légaux différents régissant chacun des trois types de boissons alcooliques : la bière (cidre, boissons mélangées, etc.), les vins et les spiritueux. Loin d'être anecdotique, cet état de fait structure en partie le marché de l'alcool, ainsi que la représentation qu'en ont ses acteurs. Ces cadres légaux influencent aussi la répartition des tâches en matière de prévention au niveau fédéral. Ainsi, pour comprendre le marché et sa structure, il faut séparer les trois types de boissons alcooliques.

LA CONSOMMATION, GLOBALE ET PAR TYPE DE BOISSON ALCOOLIQUE

Pour comprendre le marché de l'alcool en Suisse, il faut tout d'abord s'intéresser à la consommation de cette substance. La Régie fédérale des alcools publie chaque année des chiffres sur ce sujet. Pour l'année 2016, la consommation globale d'alcool pur par habitant était de 7,9 litres. Depuis désormais 20 ans, on constate une légère baisse de cette consommation (de 9,2 litres en 1997 à 7,9 litres en 2016). En termes d'alcool pur, les habitants de ce pays consomment plus de vin (3,7 litres d'alcool pur, soit 33,8 litres effectifs de vin) que de bière (2,7 litres d'alcool pur, soit 54,9 litres effectifs de bière). Les spiritueux viennent ensuite, puisque ce sont 1 litre d'alcool pur, soit en moyenne 3,6 litres effectifs de spiritueux, qui sont consommés annuellement par habitant [1].

S'agissant de la provenance, on constate de grandes différences selon le type d'alcool auquel on s'intéresse. Pour la bière, un quart des produits consommés environ provient de l'étranger, alors que, pour le vin et les spiritueux, les importations dominent largement le marché. En effet, près des deux tiers du vin consommé en Suisse vient de l'étranger, tandis qu'environ 80% des spiritueux consommés en Suisse sont importés.

LE MARCHÉ DE LA BIÈRE

Le marché de la bière en Suisse a connu d'importantes transformations ces dernières années, avec l'avènement des microbrasseries depuis le début du XXI^{ème} siècle. Un chiffre illustre parfaitement ce développement : en 1996, 32 brasseries étaient recensées en Suisse contre 753 20 ans plus tard !

Ces nouvelles brasseries se démarquent en particulier avec leurs gammes de bières spéciales, de haute fermentation, de type *ale* ou *stout*, saisonnières ou encore des bières aromatisées ou contenant un volume d'alcool plus élevé

que la classique *lager*. Cependant, malgré l'avènement des microbrasseries, le marché est encore largement dominé par quelques brasseries de grande taille. Ainsi, les vingt plus grandes brasseries de Suisse concentrent environ 98% de la production indigène ! Si l'on ne considère que les cinq plus grandes, celles-ci occupent 88,5% du marché indigène (statistique 2015). Dans le même ordre d'idées, seules environ quarante brasseries produisent plus de 1000 hectolitres par an.

Si le nombre de brasserie produisant de la bière a augmenté de manière exponentielle ces dernières années en Suisse, qu'en est-il de la consommation ? Au vu de la stagnation générale de la consommation d'alcool par habitant en Suisse depuis plusieurs années, ce n'est pas une surprise de constater que la consommation de bière n'a pas suivi la même courbe de croissance que le nombre de brasseries. Cette consommation est un peu plus élevée qu'au début des années 2000 (4587 hl en 2015 contre 4117 en 2000), mais elle a légèrement fléchi si l'on se réfère à l'année 1990 (4738 hl). Il s'agit de la consommation totale de bière en Suisse, sans compter les boissons mélangées comme la bière-limonade [2].

LE MARCHÉ DU VIN

En Suisse, 253 millions de litres de vin ont été consommés en 2016 (-3,8% par rapport à 2015), soit 2,76 millions de moins que l'année précédente. La consommation de vins suisses a, quant à elle, diminué de 9,6 millions de litres entre 2015 et 2016 pour s'établir à 89 millions de litres. Sur 185 millions de litres de vins importés, 164 millions ont été consommés en 2016. La part de marché des vins suisses a ainsi chuté au fil des ans pour atteindre 35%.

LE MARCHÉ DES SPIRITUEUX

Le marché des spiritueux est structuré de manière particulière, puisqu'il est très largement dominé par les importations (environ 80%). En 2016, en Suisse, des concessions ont été délivrées pour la production indigène de spiritueux à 191 producteurs professionnels, à 337 distillateurs à façon et à 7 270 agriculteurs, qui peuvent produire eux-mêmes des spiritueux. Les autres agriculteurs enregistrés, ils sont 40 850 recensés (incluant aussi ceux qui disposent d'une concession de distillation), se contentent de faire distiller une partie de leur récolte chez un distillateur à façon.

La consommation de spiritueux en Suisse s'élève en 2016 à 122 890 hectolitres d'alcool pur. Comme nous l'avons mentionné, plus de 80% de cette consommation provient des

importations. En premier lieu de whisky (17 966 hl d'alcool pur), suivi par les divers apéritifs et bitters (15 401 hl), puis par la vodka (13 796 hl) et le rhum (7 254 hl). Le total des importations est légèrement plus élevé que les deux années précédentes. En effet, après avoir enregistré une baisse en 2015, les importations ont augmenté à nouveau de 4% en 2016 pour atteindre 85 970 hectolitres d'alcool pur. Quant aux exportations de boissons spiritueuses, celles-ci ont progressé de 5% en 2016. Elles n'ont cessé de croître ces huit dernières années avec un bond particulièrement spectaculaire pour celles de kirsch suisse (+ 65%)

LA DISTRIBUTION

Qu'en est-il de la vente? Dans le cadre de la révision totale de la loi sur l'alcool (2008-2015), la RFA a tenté de répertorier le nombre de points de vente d'alcool, tous types confondus, sur le territoire suisse. En 2011, nous obtenions une estimation d'environ 40'000 points de vente et l'on peut raisonnablement penser que la situation n'a que peu évolué depuis. Cette estimation est bien sûr sujette à des fluctuations saisonnières importantes, puisque de nombreux points de vente temporaires ouvrent dès le printemps à l'occasion des kermesses, des fêtes communales, des festivals ou d'autres manifestations qui se déroulent à la belle saison.

L'organisation faîtière Gastrosuisse compte à elle seule 24'000 membres, mais tous ne distribuent pas de l'alcool. Si l'on y ajoute la grande distribution, les épiceries et autres kiosques, ainsi que les points de vente temporaires, on comprendra aisément que la Suisse regorge de possibilités de se procurer de l'alcool.

LES ORGANISATIONS FAÏTIÈRES

Comme toute corporation, les producteurs d'alcool sont structurés en organisations faîtières représentant leurs intérêts. En résonance avec les cadres légaux différents, on retrouve des organisations défendant les intérêts des producteurs de bière, d'autres pour les producteurs de vin et d'autres encore pour les producteurs et importateurs de spiritueux.

La corporation des brasseurs est représentée par plusieurs groupes, dont l'Association suisse des brasseries (www.bier.ch). Cette association regroupe 17 brasseries produisant un volume annuel minimal de 2000 hl. Toute brasserie ou groupement de brasseries de Suisse, qui produit au minimum un tel volume de bière peut adhérer à l'Association.

Les métiers du vin sont représentés quant à eux par un plus grand nombre d'associations. Nous ne les citerons pas toutes, sachant que nombre d'entre elles sont cantonales. On y trouve notamment la Fédération suisse des vigneron (www.swissfinewine.ch), l'Interprofession de la vigne et des vins suisses (www.swisswine.ch) et Swiss Wine Promotion, qui y est liée. Chacun de ces groupes a un domaine de compétence particulier: par exemple, la dernière citée est chargée de la promotion des vins suisses en termes d'image, tandis que la Fédération suisse des vigneron a pour mission d'entre-

tenir des contacts étroits avec ses partenaires économiques et les autorités politiques. L'Interprofession met, quant à elle, l'accent sur la promotion du vin suisse, la défense de la consommation de vin suisse et de vin en général.

L'organisation principale représentant les intérêts des producteurs et commerçants de spiritueux est Spiritsuisse (www.spiritsuisse.ch). Cette organisation regroupe les plus grands producteurs et importateurs de spiritueux en Suisse, comme Diageo, Pernod Ricard, Appenzeller ou encore Lateltn. L'entreprise Diwisa (www.diwisa.ch), autre acteur de poids sur le marché des spiritueux suisse, ne fait quant à elle pas partie de l'organisation Spiritsuisse.

La faîtière a pour but non seulement de défendre les intérêts de ses membres au plan politique, mais également de proposer une bonne formation au personnel de vente et de promouvoir la consommation de spiritueux de qualité.

MARKETING

Nous terminerons cet article par quelques informations concernant le marketing, même si cette étape précède traditionnellement la consommation. Les chiffres concernant les dépenses en marketing ne sont généralement que peu disponibles. Cependant, l'on peut s'intéresser à quelques chiffres: selon une étude de 2011 réalisée par Addiction Suisse, dans le cadre du *Alcohol marketing monitoring in Europe* [3], ce sont plus de 2 millions de francs suisses par mois qui sont dépensés en moyenne pour la publicité pour l'alcool, avec de fortes variations selon les mois de l'année. Selon les résultats de cette étude, les dépenses concernant la publicité pour les spiritueux sont nettement moindres que les dépenses pour les autres types de boissons (pour le vin en particulier). Cela peut s'expliquer par un cadre légal beaucoup plus clair et restrictif concernant les boissons distillées, sans pour autant être prohibitif. Les projets de publicités pour les spiritueux sont contrôlés et validés chaque semaine par un service spécifique de la Régie fédérale des alcools. En 2018, plus de 1800 projets ont été contrôlés, corrigés, et validés. On le comprend donc, des dispositions légales claires et appliquées avec rigueur permettent de réduire les dépenses de marketing, auquel les mineurs sont particulièrement sensibles.

Courriel: nessim.bensalah@eav.admin.ch

Références

1. <https://www.eav.admin.ch/eav/fr/home/dokumentation/publikationen/zahlen-und-fakten.html>
2. <https://www.ezv.admin.ch/ezv/fr/home/infos-pour-entreprises/impots-et-redevances/importation-en-suisse/redevances-sur-l-alcool-et-tea/impot-sur-la-biere.html>
3. http://eucam.info/wp-content/uploads/2014/04/monitoringbericht_schweiz_2011.pdf

(PRESQUE) TOUT CE QUE VOUS AVEZ TOUJOURS VOULU SAVOIR SUR LE MARCHÉ DES OPIOÏDES ILLÉGAUX

Pierre Esseiva et Robin Udrisard (Ecole des Sciences criminelles (ESC) de l'Université de Lausanne), Frank Zobel (Addiction Suisse), Sanda Samitca et Stephanie Lociciro (Institut universitaire de médecine sociale et préventive du CHUV), Lausanne.

Quelles substances trouve-t-on sur le marché des stupéfiants et à quels prix? Quelles quantités sont consommées? Comment l'importation et la vente sont-elles organisées? Combien d'argent circule sur ce marché et quels en sont les revenus? C'est pour répondre à ces questions que le projet «Structure et produits du marché des stupéfiants» (MARSTUP) est né.

MARSTUP est le fruit d'une collaboration entre trois Instituts de recherche lausannois qui travaillent depuis de nombreuses années sur la question des stupéfiants: Addiction Suisse, l'Ecole des sciences criminelles (ESC) de l'Université de Lausanne et l'Institut universitaire de médecine sociale et préventive (IUMSP) du CHUV. Le canton de Vaud a accepté de cofinancer ce projet, et un groupe d'accompagnement, formé de professionnels de la santé publique et de la sécurité, a été constitué. Plusieurs autres institutions (CURML, EMCDDA, OFS, ABS, Quai 9) ont contribué aux résultats de cette étude.

Il s'agit de la première étude interdisciplinaire sur le marché des stupéfiants en Suisse. Elle permet de réunir les données et connaissances déjà existantes dans le domaine de la santé publique et dans celui de la sécurité. En complément, de nouvelles données (analyse des eaux usées et des résidus de seringues usagées, interviews de policiers, de travailleurs sociaux et d'usagers de drogues, enquêtes en ligne, analyse de dossiers judiciaires, etc.) ont été collectées et analysées. Les différentes études et analyses peuvent être consultées dans le premier rapport du projet [1]. Celui-ci a porté spécifiquement sur le marché des opioïdes, soit les substances dont les effets sont semblables à ceux de la morphine. Pour résumer les résultats, nous essayons ci-dessous de répondre à neuf questions que l'on se pose souvent au sujet de ce marché.

QUESTION 1: QUELS OPIOÏDES PEUT-ON ACHETER SUR LE MARCHÉ NOIR?

Toutes les sources indiquent que l'héroïne est la substance reine du marché des opioïdes dans le canton de Vaud et en Suisse. Il y a bien quelques saisies de méthadone, de morphine ou d'opium, mais elles restent comparativement rares, et il n'y a généralement pas de marché structuré pour ces substances. La présence de nouvelles substances psychoactives (NPS) opioïdes n'a pas été identifiée jusqu'ici, mais une étude supplémentaire vise encore à vérifier la présence de traces de certaines substances (notamment des dérivés du fentanyl) dans les eaux usées de la région lausannoise. Une étude du contenu des seringues usagées [2] a, quant à elle, mis en évidence que les stupéfiants injectés se composaient principalement de cocaïne et d'héroïne.

QUESTION 2: SOUS QUELLE FORME L'HÉROÏNE EST-ELLE VENDUE EN SUISSE?

L'héroïne vendue est originaire d'Afghanistan et se présente sous sa forme de base et de couleur brune. Au moment de l'importation, elle est généralement compactée sous forme de «pain» de 500 g à 1 kg. Elle est ensuite coupée par les trafiquants et conditionnée sous forme de sachets minigrip® de 5 g. C'est sous cette forme qu'ils la vendent aux usagers. Ces derniers peuvent ensuite reconditionner l'héroïne sous forme de paquets contenant typiquement une dose (0.2 g à 0.5 g) pour la revendre à d'autres usagers.

QUESTION 3: COMBIEN DE FOIS L'HÉROÏNE EST-ELLE GÉNÉRALEMENT COUPÉE?

Elle n'est, en général, coupée qu'une seule fois lors de la préparation des sachets minigrip®. Les trafiquants lui ajoutent un mélange de caféine et de paracétamol, dont la couleur et la texture a été travaillée pour ressembler à celle de l'héroïne. Il semble que la caféine soit importante pour permettre une fumigation optimale du mélange tandis que le paracétamol, qui possède une amertume proche de celle de l'héroïne, pourrait permettre de dissimuler la piètre qualité du produit final. Normalement, il n'y a pas de coupage supplémentaire lors de la vente entre usagers.

QUESTION 4: QUELLE EST LA PURETÉ ET QUEL EST LE PRIX DE L'HÉROÏNE CONSOMMÉE?

L'héroïne achetée par les usagers a un taux de pureté qui se situe en général entre 10 et 15%. En sachets minigrip® de 5 g, elle est le plus souvent vendue entre Frs 100.- et Frs 150.-, ce qui correspond à environ Frs 20.- à Frs 30.- le gramme. Les doses de 0.2 g (pacsons), que se revendent entre eux les usagers, s'achètent souvent entre Frs 15.- à Frs 20.- selon le lieu. À ce niveau de marché, le prix au gramme est souvent de Frs 75.- à Frs 100.-. La hausse du prix entre l'achat aux dealers et la revente entre usagers permet à ces derniers de financer leur consommation. Quant aux dealers, le fait qu'ils n'interviennent pas au niveau de vente le plus lucratif, celui des doses individuelles pour les usagers, est sans doute lié aux risques d'interpellation par la police qu'ils prendraient à ce niveau.

QUESTION 5: QUELLE QUANTITÉ D'HÉROÏNE DE RUE EST CONSOMMÉE PAR ANNÉE DANS LE CANTON DE VAUD?

Deux méthodes indépendantes, fondées sur une estimation du nombre de consommateurs et sur l'analyse des eaux usées, ont permis d'estimer un volume d'héroïne consommée dans le canton de Vaud de l'ordre de 145kg à 205 kg par an. Cela suggère que, chaque jour en moyenne, environ 1'300 à 2'800 épisodes de consommation d'héroïne ont lieu dans le canton. En considérant que la population du canton de Vaud représente le 10% de la population suisse, il est possible d'inférer cette quantité à la population suisse, ce qui reviendrait à environ deux tonnes d'héroïne consommées par année en Suisse.

QUESTION 6: QUEL EST LE CHIFFRE D'AFFAIRES ANNUEL?

L'estimation du chiffre d'affaires du marché de l'héroïne consommée dans le canton de Vaud constitue l'addition de

Environ deux tonnes d'héroïne consommées par année en Suisse.

toutes les ventes finales avant consommation par les usagers vaudois. En ce qui concerne la quantité consommée, quelques ajustements sont nécessaires parce qu'une partie de l'héroïne n'est pas monétarisée avant consommation (p.ex. cadeaux) et, à l'inverse, parce qu'une partie des saisies policières est réalisée avant la consommation, alors que le prix final a déjà été payé. Quant au prix payé par les usagers, il a été estimé par des interviews menées au sein d'un échantillon d'usagers, qui nous ont rapporté un prix moyen pour leur dernier achat d'héroïne. Sur la base de ces données, le chiffre d'affaires (et non le revenu, voir plus bas) provenant de la consommation d'héroïne dans le canton de Vaud est limité et peut être estimé entre 7,9 – 11,2 millions de francs par an.

QUESTION 7: QUI CONTRÔLE LE MARCHÉ DE L'HÉROÏNE EN SUISSE?

Le marché de l'héroïne est essentiellement contrôlé par des groupes albanophones ou assimilés qui importent, coupent, puis distribuent et vendent l'héroïne en sachets de 5 grammes. Ils dominent ce marché depuis au moins un quart de siècle. Leur présence s'explique par différents facteurs liés au trafic d'héroïne sur la route des Balkans, aux liens entretenus avec la Turquie et l'Italie, à la criminalité et aux communautarismes qui ont suivi la chute du communisme, à la faible mise en œuvre de la loi dans leur pays d'origine, ainsi qu'à la présence d'une diaspora en Suisse. La longévité de la mainmise des groupes albanophones est liée au fait qu'il s'agit souvent de petites organisations flexibles et remplaçables, parfois nées d'opportunités dans le pays

d'immigration. Le système organique qu'elles constituent peut difficilement être combattu par la police ou par des concurrents. Ces groupes font preuve d'une adaptation fonctionnelle aux stratégies de la police et réussissent à éviter l'écueil de la consommation de stupéfiants en leur sein. Une certaine cohésion interne et différents aspects organisationnels du trafic semblent y contribuer. Cela n'empêche pas que, chaque année, un nombre non négligeable de groupes soient démantelés par la police en Suisse.

QUESTION 8: COMBIEN GAGNE-T-ON SUR CE MARCHÉ?

L'étude des revenus montre que ceux-ci ne devraient pas, pour les groupes albanophones et similaires actifs sur le marché de l'héroïne, dépasser 2.2 à 4.1 millions de francs par an au total pour l'équivalent du marché vaudois. Les revenus les plus élevés sont ceux des groupes qui coupent et vendent directement l'héroïne aux usagers. Si un tel groupe est actif uniquement dans le coupage et la redistribution, sans vente directe, le retour est moindre mais les risques sont plus faibles. S'il ne fait que revendre des grips déjà préparés par d'autres, le retour est faible et les risques importants, mais ce type d'activité peut être plus rentable s'il implique un transfert géographique (p.ex. achat à Genève et vente à Lausanne). Finalement, les livreurs albanophones, qui sont les plus exposés au risque d'interpellation par la police, peuvent gagner un salaire brut de l'ordre de quelques milliers de francs par mois.

Au niveau des usagers, on peut observer que la vente d'héroïne peut permettre de financer la consommation personnelle, ou une partie de celle-ci, et éventuellement d'obtenir un revenu qui ne devrait le plus souvent pas dépasser quelques centaines de francs par mois. Cela à condition de ne pas se faire interpellé par la police, de ne pas se faire voler son stock et d'être en mesure de gérer sa consommation. Pour l'utilisateur dépendant, qui ne peut ou ne veut vendre de l'héroïne, les dépenses liées à sa consommation sont d'environ Frs 400.- à Frs 1'700.- par mois, selon le mode d'approvisionnement (grips ou paquets). Le prix actuel de l'héroïne fait qu'il est nettement plus facile de financer sa consommation qu'il y a vingt ans.

QUESTION 9: OÙ ET COMMENT ACHÈTE-T-ON L'HÉROÏNE?

L'achat d'héroïne auprès des groupes albanophones se fait généralement par un appel téléphonique depuis une cabine à un vendeur, qui peut être hors du canton/de Suisse. Celui-ci fixe le prix et le lieu de la transaction avant de contacter ses livreurs, de jeunes hommes qui ne résident en Suisse que quelques mois. La transaction se réalise lors de la rencontre entre le livreur et l'acheteur.

Le marché de l'héroïne dans le canton de Vaud semble être un marché secondaire avec des canaux de distribution et de vente de différents types. Une large partie du marché ne concerne que la vente entre usagers, avec de l'héroïne

initialement achetée à Genève auprès de groupes albanophones. Cette vente entre usagers s'adresse généralement à un nombre limité et relativement stable de clients connus, dans un marché qui ne semble pas chercher à s'étendre. Tant la police que les usagers interviewés rapportent peu de violences sur ce marché.

CONCLUSION

L'étude MARSTUP montre qu'une approche pragmatique et interdisciplinaire permet de lever le voile sur différentes caractéristiques, jusqu'ici peu ou pas connues, d'un marché de stupéfiants local. Elle permet d'aller au-delà de certains présupposés sur la taille (gigantesque), la valeur financière (énorme) et l'instabilité (permanente) du marché des drogues. Elle montre que ce marché peut aussi être limité en taille et en valeur, que sa structure peut-être assez stable et prédictible, et qu'il sert, dans le cas de l'héroïne, en grande partie à financer la consommation des usagers. De telles observations permettent de réfléchir de manière plus sereine sur ce marché et de lui trouver une réponse, dans le cadre de la politique des quatre piliers, qui combine les questions de sécurité et de santé publique. Une telle réflexion permet aussi de construire une plateforme, où les échanges entre les professionnels de la santé publique et de la sécurité se multiplient, et, où de jeunes chercheurs peuvent développer des compétences dans un cadre interdisciplinaire.

Courriel : pierre.esseiva@unil.ch

Références

1. Zobel F., Esseiva P., Udrisard R., Lociciro S. & Samitca S., *Le marché des stupéfiants dans le canton de Vaud : les opioïdes*. Lausanne, Addiction Suisse, ESC/UNIL et IUMSP/CHUV. 6/2017. Disponible sur : <http://www.addictionsuisse.ch/recherche-scientifique/marstup/>
2. E. Lefrançois, P. Esseiva, J.-P. Gervasoni, S. Lucia, F. Zobel, M. Augsburg, *Analysis of residual content of used syringes collected from low threshold facilities in Lausanne, Switzerland*, *Forensic Sci. Int.* 266 (2016) 534–540. doi:10.1016/j.forsciint.2016.07.021

The poster features a background image of a staircase with a dark railing. On the right side, there is a vertical white banner with the text 'HANDICAP ET CONSOMMATIONS PROBLÉMATIQUES 2018' and the GREA logo at the bottom. The main title 'HANDICAP ET CONSOMMATIONS PROBLÉMATIQUES : QUELLE POSTURE PROFESSIONNELLE ?' is centered in bold black letters. Below the title, the date and location 'JEUDI 18 JANVIER 2018 UPTOWN, GENÈVE' are listed. A paragraph of text describes the conference's focus on the consumption of psychotropic substances in the world of disability. At the bottom, logos for collaborating organizations (Alques-Vertes, Fondation caploisirs, Centre-Espoir, epi, insieme, pro infirmis) and a note about support from the Republic and Canton of Geneva are included.

HANDICAP ET CONSOMMATIONS PROBLÉMATIQUES 2018

HANDICAP ET CONSOMMATIONS PROBLÉMATIQUES :
QUELLE POSTURE PROFESSIONNELLE ?

JEUDI 18 JANVIER 2018
UPTOWN, GENÈVE

La consommation de substances psychotropes est entrée dans le monde du handicap et ses institutions. Les bases d'intervention éducative relatives au processus de protection du handicap sont questionnées.

En collaboration : *Alques-Vertes*, *fondation caploisirs*, *Centre-Espoir*, *epi*, *insieme*, *pro infirmis*

Avec le soutien de la République et canton de Genève