

JOURNÉES D'ÉCHANGES FRANCO-SUISSES

Atelier 4 - Accompagnement individuel

Mardi 5 février 2013

Genève

Dominique Conant
CENEA
Fondation Neuchâtel Addictions

Alcochoix +

Le choix de la modération

Un programme adapté à la réalité et aux besoins du patient

Historique

- **Lancement du programme**

- En 1993 à Edmonton, Alberta
- En 1995 à Montréal (programme francisé; Alcochoix)

- **2007**

- Lancement du programme Alcochoix dans le canton de Neuchâtel.

- **Dès 2008**

- Implantation en Suisse romande avec le soutien du GREA.

Consommation contrôlée

- ≠ de consommation modérée
- Consommation contrôlée
 - Implique des stratégies de contrôle pour réduire et maintenir la consommation d'alcool à un niveau choisi.
 - Contrôle de la quantité et de la fréquence de consommation par le client/patient (choix personnel)

Consommation contrôlée

- Quelques études :
 - Davies, 1962
 - Sobell et Sobell, 1973, 1976, 1995
 - Rosenberg, 1993
 - Hodgins, 1997
 - Heather, 1998, 2005

Consommation contrôlée

Que disent les études ?

- Validation de la consommation contrôlée
- Facteurs prédictifs de succès
 - Dépendance faible à moyenne
 - Mode de consommation continue
 - Conviction du patient
 - Niveau de perte de contrôle
 - Stabilité sociale et psychologique
- L'importance du choix personnel
 - Personnaliser le traitement

Consommation contrôlée

Avantages :

- Proposer une alternative à l'abstinence
- Augmentation du nombre de patients en traitement
- Intégration plus précoce des patients
- Augmentation de la motivation pour l'abstinence

Profil des patients

- Homme ou femme, 20 à 50 ans.
- Personnes de catégorie sociale moyenne à élevée, personnes généralement bien insérées.
- Présentent des risques ou rapportent des problèmes associés à leur consommation d'alcool sans avoir développé de dépendance sévère à l'égard du produit.

Profil des intervenants

- Caractéristiques essentielles:
 - Croyances compatibles avec la consommation contrôlée
 - Bonne maîtrise du programme
 - Expérimentés dans la relation d'aide
 - Connaissance de base en alcoologie/addictologie
 - Connaissance du réseau.

Programme consommation contrôlée

- Points communs :
 - Auto observation de la consommation
 - Établissement d'objectifs spécifiques
 - Identification des situations à haut risque
 - Stratégies pour éviter ou réduire la consommation
 - Stratégies d'adaptation autres que la consommation
 - Auto-renforcement pour l'atteinte des objectifs
 - Prévention de la rechute

Alcochoix+ pratique

Une démarche, seul ou accompagné, en 6 phases sur 6 semaines

Modes d'entrée	Evaluation	Motivation	Action
publicité	AUDIT , Questionnaire Entretien	Orientation vers un autre programme	Formule autonome
		rencontres motivationnelles	Modification des habitudes de consommation (Guide des usagers)
Services divers	AUDIT , Questionnaire Entretien	Orientation vers un autre programme	Formule dirigée Formule groupe

Alcochoix+ pratique

Une démarche, seul ou accompagné, en 6 phases sur 6 semaines

1^{ère} partie : Se préparer (augmenter la conscience des problèmes et des risques associés à la surconsommation d'alcool)

- 1^{ère} phase : Bilan personnel, évaluation de la consommation et de la qualité de vie, informations sur l'alcool.
- 2^{ème} phase : Identification des déclencheurs et des situations à risques. Pause sans alcool.

Alcochoix+ pratique

Une démarche, seul ou accompagné, en 6 phases sur 6 semaines

2^{ème} partie : Diminuer (planifier les objectifs de diminution, mise en place et utilisation de stratégies)

- 3^{ème} phase : Choix de l'objectif à long terme, 1^{er} objectif de diminution, planifier l'utilisation de stratégies.
- 4^{ème} phase : Le deuxième objectif de diminution, envisager d'autres sources de plaisir que l'alcool.

Alcochoix+ pratique

Une démarche, seul ou accompagné, en 6 phases sur 6 semaines

3^{ème} partie : Atteindre son but (le rôle des émotions et besoins, prévention de la rechute)

- 5^{ème} phase: mieux comprendre le rôle des émotions et des besoins dans la consommation d'alcool.
- 6^{ème} phase : Gardez le contrôle dans le temps (plaisir de la modération et prévention de la rechute).

Après la 6^{ème} semaine : Contrôle régulier 1 semaine par mois durant 6 mois. Reprise du programme si nécessaire.

Programme Alcochoix +

Il peut être utilisé comme un programme :

- de consommation contrôlée
 - Destiné aux consommateurs excessifs.
- de réduction des risques
 - Destiné aux patients qui n'envisagent pas de modifier profondément leur rapport à l'alcool.
- d'aide à la décision
 - Destiné aux patients dépendants qui ont besoin de vérifier leur capacité de contrôle.

Communication et promotion

- Accent mis sur la communication.
 - Concept de consommation contrôlée.
 - Rester dans l'esprit "Alcochoix+".
 - Se différencier clairement des programmes "abstinence".
 - Liberté de choix, responsabilité personnelle, plaisir, qualité de vie.
- Promotion du programme et mode de recrutement
 - 2 voies de recrutement des candidats au programme.
 - Promotion dans les médias.
 - Le repérage par les services habituels (hôpitaux, centres de santé, services sociaux, pharmacies, médecins de premier recours, etc.).

Communication et promotion

- Facilité l'accès au service
 - Associer le programme Alcochoix à une institution non connotée alcoologie.
 - Numéro de tél. unique et gratuit ouvert durant de longues plages horaires.
 - Répondants formés au prog. Alcochoix+.
- Une approche partenariat et réseau.
 - Médecins de premier recours, pharmaciens, centres de santé, services sociaux, hôpitaux, médias, entreprises, etc.

Points forts du programme

- Alternative à l'abstinence
- Facilitation de l'accès au soins
- Personnalisation du traitement
- Partir des compétences de la personne
- Lui permettre d'exprimer son potentiel de changement
- Donner à la personne les moyens de trouver ses propres réponses
- Processus de responsabilisation, d'autonomisation.

Implantation du programme

- Planification du projet
 - Décision de mise en place du programme, budget et recherche de fonds.
 - Formation de l'équipe de projet.
 - Mise en place du plan de communication.
 - Recherche des partenaires principaux
 - Rédaction et création du matériel promotionnel.
 - Mise en place du plan médias – articles de présentation, lettres, dossier de presse.
 - Envoie des dossiers de presse et du matériel de promotion aux partenaires. Promotion auprès des journalistes.
 - Départ de la campagne de promotion auprès du public.