

Communication digitale : trouver le bon ton pour relayer les contenus de Réduction des Risques

COMPTE-RENDU DE L'ATELIER 10 DU MÊME NOM, RÉDIGÉ PAR PAMELA CISELET

Le développement du numérique et la multiplication des canaux de communication digitale représentent un sérieux défi pour les projets de Réduction des Risques. S'il était encore possible, il y a quelques années, de considérer les réseaux sociaux comme un canal annexe où partager les activités principales et les communications classiques de nos structures, une présence en ligne constitue aujourd'hui un projet à part entière qui demande une réflexion stratégique et de dégager de nouveaux moyens. La complexification de la communication digitale – développement des fonctionnalités, codes spécifiques à chaque outil, tyrannie des algorithmes et visibilité payante – entraîne ainsi une pression à la professionnalisation.

À son tour, la crise de la COVID-19 avait révélé les bénéfices de ces plateformes pour nos structures, nous permettant de maintenir le contact avec notre public et, plus progressivement, de toucher des personnes hors de portée pour nos actions de terrain. Cependant, communiquer sur la Réduction des Risques aujourd'hui c'est encore risquer d'être accusé d'incitation à la consommation.

Dans ce contexte, des salarié·es et bénévoles s'emparent des outils numériques pour transmettre leurs messages de promotion de la santé via des comptes sur les réseaux sociaux et les applis de rencontre, ou en construisant leur propre forum ou application mobile. Cet article met en lumière quatre de ces initiatives, dont les protagonistes sont venu·es nous partager les expériences et astuces.

INTERVENANT·ES :

Julien Anthouard, coordinateur numérique à l'association Ithaque à Strasbourg et partenaire de l'application KnowDrugs pour la France

Serena Garbolino, modératrice bénévole sur PsychoActif.org

Philipp Kreicarek, développeur de l'application KnowDrugs

Antoine Leux, agent de terrain Wallonie chez Ex Æquo

Victor Martin, responsable du pôle ressource et chargé des projets innovants chez Plus Belle la Nuit – désormais KEPS

Maxime Meyer, intervenant en e-RdR et community manager chez Plus Belle la Nuit / KEPS

Plus Belle la Nuit – désormais KEPS – projet d'e-RdR par l'association Bus 31/32 à Marseille

Victor Martin et **Maxime Meyer**, Bus 31/32

Le Bus 31/32 de Marseille porte un projet de Réduction des Risques et de prévention sur les espaces numériques, dite e-RdR, d'abord à travers les réseaux sociaux du projet « Plus Belle La Nuit » puis, dès janvier 2024, via le média KEPS¹¹²⁾. Aux commandes d'une page Facebook,

d'un compte Instagram, d'une chaîne YouTube et d'un TikTok, l'équipe échange continuellement avec des personnes de toute la francophonie.

Grâce à une stratégie de communication oscillant entre humour et information, l'association



s'attelle à l'animation des réseaux. Constatant l'existence de nombreuses « pages de mêmes¹¹⁴) à la con » (sic.) relatifs à la fête et à la drogue, qui véhiculent énormément de clichés et valorisent des prises de risques, iels ont décidé de prendre le contre-pied en adoptant ces outils à des fins de RdR. Iels postent du contenu chaque

se tient visible sur Internet et est donc repérable (et repérée) par les personnes qui s'interrogent sur leur consommation, leurs prises de risques, ont des demandes d'information, d'orientation, etc., majoritairement âgées de 15 à 35 ans. En somme, une ambition de centre d'accompagnement numérique à la Réduction des Risques à échelle nationale.

Trois objectifs ont été définis afin de faire financer ce projet et d'orienter la production de contenus :

- Faire connaître les services existants et les informations de RdR, en développant leur attractivité ;
- Faciliter l'accès aux services de prévention et de soin, en orientant les usager·ères ;
- Atteindre des populations plus éloignées et vulnérables, notamment celles qui se situent dans la « diagonale des faibles densités »¹¹³) en France où l'on peut se faire livrer de la drogue et prendre tout autant de risques qu'ailleurs mais où les structures de soin sont moins nombreuses.

Une équipe de 4 travailleur·euses, avec le soutien d'une psychologue et d'une journaliste,

jour, afin de rester visibles, en variant les formats : définitions, témoignages, focus culture, mêmes... sans oublier de visibiliser les petites structures du réseau présentes sur tel ou tel territoire. L'humour reste leur outil de communication principal, à manier avec précaution :

Il faut rendre une information sexy et il n'y a pas grand-chose de plus sexy que le rire. Si on ne veut pas tomber dans des écueils un peu bizarres, il faut se mettre plein de limites. – Victor Martin

Dans les mêmes de KEPS, vous ne trouverez donc ni personnages politiques, ni images stéréotypantes à la mode, ni ciblage communautaire. Si la tendance est à détourner l'image d'Éric Zemmour à des fins humoristiques, on évitera de surfer dessus et d'ainsi contribuer à la banalisation de sa présence dans l'espace médiatique. Ces garde-fous permettent aussi d'éviter de longs débats sans rapport avec le contenu du message, et de ne pas fermer la porte à des personnes en désaccord politique et qui auraient besoin de RdR. La source de leurs mêmes est donc la « pop culture pure et dure », avec une majorité de productions issues des dessins animés comme Les Simpson ou South Park, des jeux vidéo, de vieilles photos.

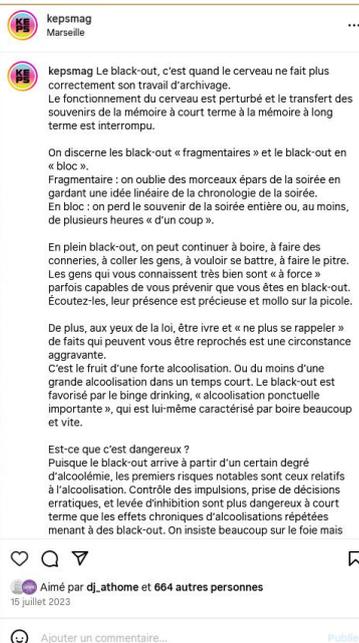
¹¹³) « large bande du territoire français allant de la Meuse aux Landes où les densités de population sont relativement faibles par rapport au reste de la France » – Contributeur·ices de Wikipédia, « Diagonale du vide », Wikipédia, l'encyclopédie libre, https://fr.wikipedia.org/w/index.php?title=Diagonale_du_vide&oldid=208924586 (Page consultée le 22 octobre 2023).

¹¹⁴) « Un même Internet est un élément ou un phénomène repris et décliné en masse sur Internet. Il prend souvent la forme d'une photo légendée, d'une vidéo, d'un gif animé ou d'un son. Le terme est une francisation de l'anglais « Internet meme ». » – Contributeur·ices de Wikipédia, « Mème Internet », Wikipédia, l'encyclopédie libre, https://fr.wikipedia.org/w/index.php?title=M%C3%A8me_Internet&oldid=209063440 (Page consultée le 27 octobre 2023).

TA TÊTE QUAND ON TE RACONTE QUE T'AS ÉTÉ EN BLACKOUT HYPER TÔT ET QUE TU ÉTAIS INGÉRABLE (ENCORE)



Visuel publié sur le compte Instagram de KEPS/PBLN le 15 juillet 2023



Le plus important c'est de montrer qu'on est là. Ça peut être des blagues, des questions ou des déclarations de suicide, il ne faut rien laisser passer à la trappe. Ces commentaires restent visibles, ce qui peut encourager à venir nous parler car on voit qu'il y a vraiment quelqu'un derrière le compte.

Maxime Meyer

Chaque membre de l'équipe est donc joignable sur son téléphone professionnel en message direct (DM) sur

Instagram ou via Telegram, Signal, Discord... selon le choix de l'utilisateur. Chaque semaine, iels se réunissent pour discuter du suivi et de l'orientation à donner aux échanges qui se prolongent avec certain·es abonné·es.

Se mettre ainsi à disposition du public demande un mode de gestion adapté. La plupart des membres de l'équipe ont débuté leur travail en tant que bénévoles, dans une logique de projet collectif. Aujourd'hui salarié·es, iels restent flexibles au niveau des horaires et disposé·es à répondre à une personne en détresse à 23h sur une base de volontariat. Ces méthodes de travail doivent être repensées régulièrement, ce qui requiert une certaine souplesse dans l'organisation.

De nombreuses tâches sont à répartir : définition de la ligne éditoriale, rédaction de contenus, relecture, création visuelle, contact avec les publics, production vidéo, entretiens individuels avec les usager·ères, évaluation. Le Bus 31/32 est une structure datant du début des années 90, époque où le VIH/sida décimait les populations d'usager·ères de drogue. Elle compte aujourd'hui plus de 50 salarié·es, ce qui offre à l'équipe d'animation de KEPS le soutien d'une variété de personnes fortes de formations, expériences et fonctions diverses. Rester en contact avec les collègues qui sont sur le terrain, en milieu festif par exemple, lui permet aussi de continuer à questionner ses méthodes.

Répéter plusieurs fois un même message, en changeant d'illustration par exemple, est tout à fait permis avec cette file active potentiellement infinie. Il faut cependant éviter de lasser sa communauté, qui risquerait de se désabonner et de ne plus se faire le relais de votre communication.

Maxime Meyer

Iels diversifient donc également les thématiques traitées, au-delà de la RdR drogues et du contexte marseillais marqué par la consommation de rue, en promouvant le consentement, l'antiracisme et les droits LGBTQIA+. Afin d'aborder certaines thématiques plus en profondeur, un appel à témoignages peut être lancé pour partager la parole des usager·ères sur le sujet. Ces publications suscitent beaucoup de retours : du côté des auteur·ices, sur les bienfaits d'avoir pu confier son vécu puis de le voir être publié ; du côté des abonné·es, l'identification est très forte et suscite la confiance ce qui donne lieu à de nombreux messages.

Que les gens se marrent et aient de l'info c'est sympa, mais il faut surtout qu'ils sachent que des personnes concernées sont prêtes à leur donner du temps. – Victor Martin

En parallèle de son travail de publication, l'équipe de KEPS doit donc être accessible par messagerie et réactive en commentaires. Il ne s'agit pas simplement de « faire du like », car l'objectif de toute cette communication est de s'entretenir avec les personnes usagères de drogues.

Leurs astuces en bref :

- Une équipe dédiée à la communication digitale composée de plusieurs personnes sensibles et formées à la Réduction des Risques. Cette formation est prioritaire sur les compétences en communication, qui sont un plus. Le bon fonctionnement en interne repose sur le partage de valeurs et de logiques de travail communes ;
- Une flexibilité horaire des travailleur-euses pour assurer une réactivité face aux demandes d'aide qui leur parviennent ;
- Des comptes et pages visibles sur les réseaux, ce qui implique différents impératifs : poster tous les jours, varier les formats de publications, diversifier les thématiques sans hésiter à se répéter, être disponibles par messagerie, et afficher cette disponibilité par une réactivité en commentaires ;
- Le recours à l'humour, avec des garde-fous sur l'actualité ou les sujets clivants ;
- Des campagnes d'un mois mettant le focus sur une thématique spécifique : mise en valeur d'autres structures et d'autres actions sur le territoire, partenariats avec d'autres créateur-rices de contenu (santé, psychologie, sociologie, culture...).

PsychoActif.org, plateforme d'auto-support portée par l'association PsychoACTIF

Serena Garbolino, PsychoACTIF¹¹⁵⁾

Depuis 2008, PsychoActif a développé un forum dont l'objectif est de produire des savoirs expérientiels collectifs permettant un *empowerment* des personnes utilisatrices de drogues, à contre-courant du discours dominant qui les stigmatise. De multiples outils sont proposés sur le site [psychoactif.org](https://www.psychoactif.org) : forums, encyclopédie participative PsychoWIKI, quiz, annuaire des services existants, blogs et analyse de produits à distance.

La spécificité de PsychoActif est qu'il s'agit d'une initiative née sur Internet, partant de la réalité du web plutôt que d'une structure de Réduction des Risques existante. Cet ancrage particulier touche d'autres personnes que celles ayant accès aux services classiques. Né à une époque où les forums étaient très répandus, le site fait office d'exception par le niveau d'activité qu'il maintient jusqu'à aujourd'hui. Au moment où Serena Garbolino nous présente PsychoActif, un mardi après-midi, il y a 394 personnes non-inscrites et 10 personnes inscrites connectées sur le forum.

Le forum est une communauté d'auto-support, accompagnée d'une dizaine de bénévoles qui

gèrent le site et s'occupent de la modération. L'équipe de modération veille à ce que les échanges restent dans le cadre de la charte et de la légalité, via une plate-forme de gestion des signalements où les décisions sont prises collectivement. Concernant les propos d'incitation à la consommation, Serena note que « la discussion sur les bénéfices de la conso peut offrir aux personnes utilisatrices de drogues (PUD) le sentiment d'un pouvoir d'action sur leur propre vie, quand un discours limité aux seuls méfaits des drogues peut nuire à l'estime de soi ». La question du ton à adopter en matière de communication, quant à elle, ne se pose pas beaucoup quand le contenu écrit est rédigé par les 47 021 membres de la communauté.¹¹⁶⁾

Cette dynamique collective est centrale dans le fonctionnement de PsychoActif, qui repose sur leurs nombreuses contributions, réparties sur 32 forums de discussion : Alcool ; Médicaments psychotropes ; Drogues et travail ; Paroles de femmes ; Échanges entre professionnels et usagers ; Actualités, etc. Les contributeur-ices construisent ainsi depuis 15 ans un savoir expérientiel du plus grand intérêt, qui gagne actuellement en reconnaissance avec le développement du travail pair. Leur collaboration a été étudiée et décrite par des chercheur-euses comme une « communauté épistémique massive »¹¹⁷⁾, une communauté épistémique se définissant comme « une communauté qui a voca-

¹¹⁵⁾ <https://www.psychoactif.org>

¹¹⁶⁾ Chiffres au 15 novembre 2023

¹¹⁷⁾ Emmanuelle Jouet, Pierre Chappard, Troisœufs Aurélien. Addictions et apprentissages informels en ligne. Le cas du site Psychoactif.org. In O. Las Vergnas (dir), *Le e-learning informel ? Des apprentissages diffus, noyés dans la participation en ligne*, 2017, Paris : Editions les archives contemporaines, pp.127-143.

tion à produire et promouvoir de la connaissance dans un domaine donné »¹¹⁸⁾.

Le forum et les connaissances qui y sont construites alimentent aussi d'autres projets, comme les recherches scientifiques menées au sein du réseau HARENE (HArm reduction REsearch NEtwork) – réseau de recherche interdisciplinaire et communautaire sur la Réduction des Risques liés à l'usage de drogues, ou de la Fédération Addiction. Les discussions peuvent aussi amener à modifier la terminologie de la RdR, comme avec l'acronyme PUD – Personnes Utilisatrices de Drogues qui a émergé du forum. Ses membres estimaient qu'il n'existait pas de terme adapté pour se dénommer sans se faire enfermer dans l'usage qu'on a des drogues. Enfin, dans le cadre de l'analyse de produits à distance, qui a étendu significativement la portée de cette pratique¹¹⁹⁾, le fonctionnement collaboratif de PsychoActif a permis au laboratoire de bénéficier des questions de la communauté, ce qui a fait avancer leur procédé. Ces exemples donnent un aperçu de la richesse qui se trouve dans le partage d'expériences.

¹¹⁸⁾ Contributeur-ices de Wikipédia, « Communauté épistémique », Wikipédia, l'encyclopédie libre, https://fr.wikipedia.org/w/index.php?title=Communaut%C3%A9_%C3%A9pist%C3%A9mique&oldid=202826444 (Page consultée le 15 novembre 2023).

¹¹⁹⁾ 87 % des répondant-es au questionnaire d'évaluation de l'analyse de produits à distance n'auraient pas fait analyser leur produit dans une structure sur leur territoire.

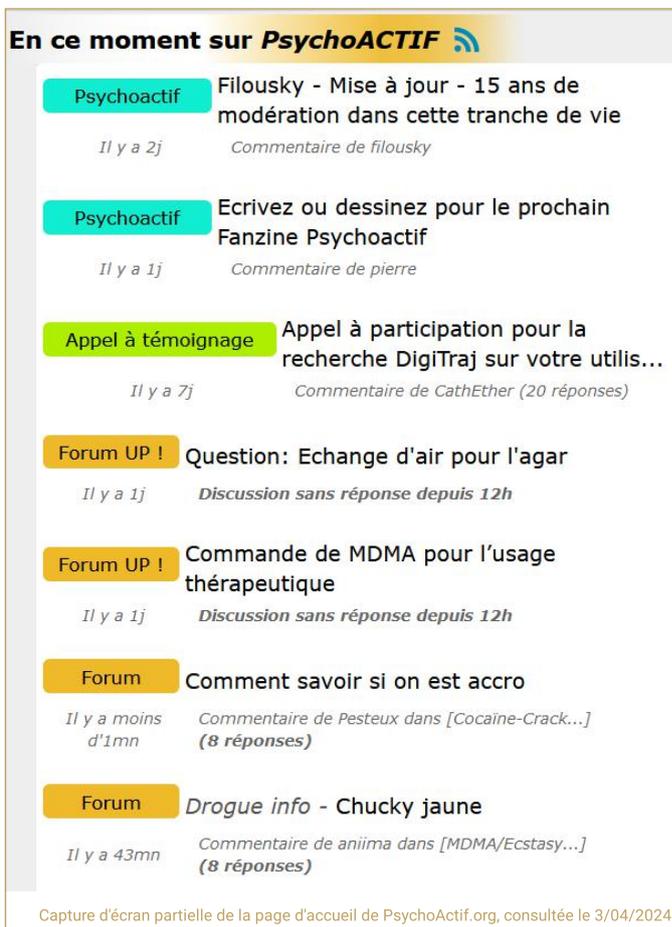
KnowDrugs, application d'alertes et d'informations sur les drogues

Julien Anthouard (Ithaque¹²⁰⁾) et **Philipp Kreicarek** (KnowDrugs¹²¹⁾)

KnowDrugs est une application développée par Philipp Kreicarek qui vise à rendre accessibles les résultats d'analyse de psychotropes. Elle a été lancée en anglais et en allemand, puis traduite en français, espagnol et polonais. Julien Anthouard de l'association Ithaque (« Accueil, prévention, soins toutes addictions » à Strasbourg) a réalisé la traduction française de l'application, et s'occupe également de faciliter les interactions avec les producteurs de résultats

¹²⁰⁾ <https://www.ithaque-asso.fr/>

¹²¹⁾ <https://knowdrugs.app/fr/>



Leurs astuces en bref :

- Un projet créé et géré par une équipe de bénévoles composée de personnes utilisatrices de drogues, directement concernées par les thématiques traitées ;
- Une valorisation des expériences des personnes utilisatrices de drogues par la création d'un espace d'auto-support et de coconstruction du savoir ;
- Une posture militante et réflexive sur la RdR et sa terminologie, visant à déstigmatiser les personnes utilisatrices de drogues.

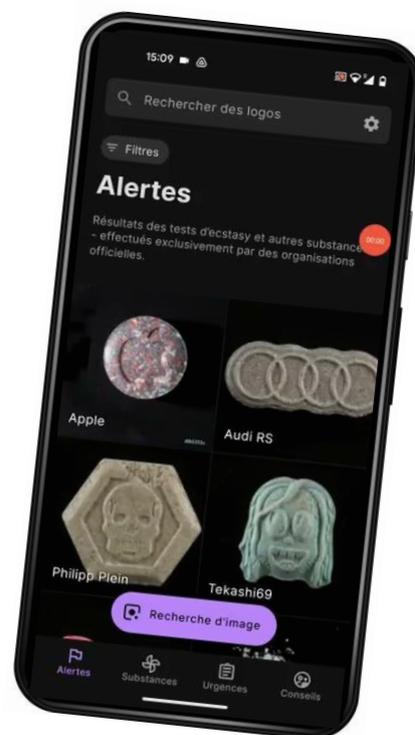
d'analyses en France. Les quatre sections de cette application – Alertes, Substances, Urgences, Conseils – ont été créées pour servir ses différents objectifs :

- Informer sur les substances qui circulent sur le marché ;
- Sensibiliser sur l'importance de l'analyse de produits ;
- Éduquer sur les psychotropes, leurs effets, leurs interactions et leurs risques ;

- Promouvoir des pratiques de Réduction des Risques ;
- Faire connaître les services de conseil et de Réduction des Risques situés à proximité de l'utilisateur-ice.

Le format application offre plusieurs avantages : son contenu est accessible partout et tout le temps sur smartphone ; l'app est téléchargée uniquement par des personnes intéressées, donc par le public cible ; elle offre une grande portée au messages de Réduction des Risques (Know-Drugs compte 145 000 utilisateur-ices par mois dans 173 pays, avec l'Allemagne, la Pologne, la France, le Royaume-Uni et l'Espagne en tête). Avant son lancement, les alertes produits étaient dispersées sur les sites propres à chaque organisme partout en Europe, ayant une portée beaucoup plus limitée. L'application permet de filtrer ces alertes par pays, ville, couleur et catégorie de produit, et les services de conseil peuvent quant à eux être recherchés par localisation. Cette fonctionnalité permet d'accéder facilement aux services locaux quand on est en déplacement, comme en festival par exemple.

NB : KnowDrugs ne collecte aucune information personnelle sur ses utilisateur-ices.



Leurs astuces en bref :

- Un projet né du constat d'un réel besoin sur le terrain ;
- Un outil créé en toute autonomie par une personne possédant les compétences techniques nécessaires ;
- Un format en phase avec les technologies actuelles, facilement téléchargeable, accessible partout et tout le temps, dont l'utilisateur-ice peut configurer les notifications d'alertes produits selon sa consommation.

Ex Æquo, asbl de promotion de la santé présente sur les applications de rencontre

Antoine Leux, Ex Æquo¹²²⁾

¹²²⁾ « Photographie de pénis, généralement en érection, envoyée par internet » – Contributeur-ices de Wikipédia, « Dick pic », Wikipédia, l'encyclopédie libre, https://fr.wikipedia.org/w/index.php?title=Dick_pic&oldid=208597203 (Page consultée le 16 novembre 2023).

L'asbl Ex Æquo, tout comme Modus Vivendi, le Bus 31/32 et bien d'autres, est née de la lutte contre le VIH. L'association s'est ensuite intéressée plus généralement à la santé sexuelle, et plus récemment à la santé mentale. Il s'agit d'une association communautaire, dont tout le projet est pensé par, pour et avec la communauté gay, bi et « hommes qui ont des relations sexuelles avec d'autres hommes » (HSH) de Belgique francophone. Un des piliers de son action est l'outreach (l'« aller-vers »), avec des interventions dans les soirées LGBTQIA+, les saunas gays, etc. L'association offre du dépistage non

médicalisé, participe au projet Chemsex.be, propose des groupes de paroles, des formations... et des entretiens individuels avec ses bénéficiaires (*counseling*). Ce travail prend place sur le terrain, mais aussi via les messageries instantanées comme Messenger, Instagram, WhatsApp, etc. et via les sites de rencontre.

Il y a 5 ans, Ex Æquo a développé un groupe de travail Action numérique pour la création de profils Ex Æquo sur des applis de rencontre, dans le but d'informer les utilisateurs et/ou de les orienter vers les services de l'asbl. La démar-

che a également pour objectif d'atteindre des populations HSH géographiquement plus éloignées des lieux communautaires HSH où sont organisées les actions de terrain, et celles qui ne les fréquentent pas. En Wallonie, à l'exception de Liège, il existe très peu d'espaces de ce type et ce projet numérique permet de pallier à ce manque en matière de promotion de la santé.

En pratique, une équipe de salariés et de volontaires-militants se connecte sur Grindr et ROMEO (anciennement PlanetROMEO), les deux sites qui ont été retenus pour leurs fonctionnalités plus *user-friendly* (faciles d'utilisation), et la présence du public visé. Ils disposent de plusieurs profils au nom d'Ex Æquo, pour pouvoir se connecter à plusieurs simultanément en se géolocalisant à différents endroits. Ils y mènent deux types d'actions :

- Une présence visible et disponible pour répondre aux questions venant des usagers ;
- Des publications thématiques sur des sujets précis ou faisant la promotion de futures actions, comme des sessions de dépistage d'IST. Une fonctionnalité de ROMEO leur a permis de créer un groupe « Ex Æquo asbl », qui compte une centaine de membres directement touchés par les posts et auquel des associations partenaires présentes sur l'application peuvent aussi recourir au besoin.

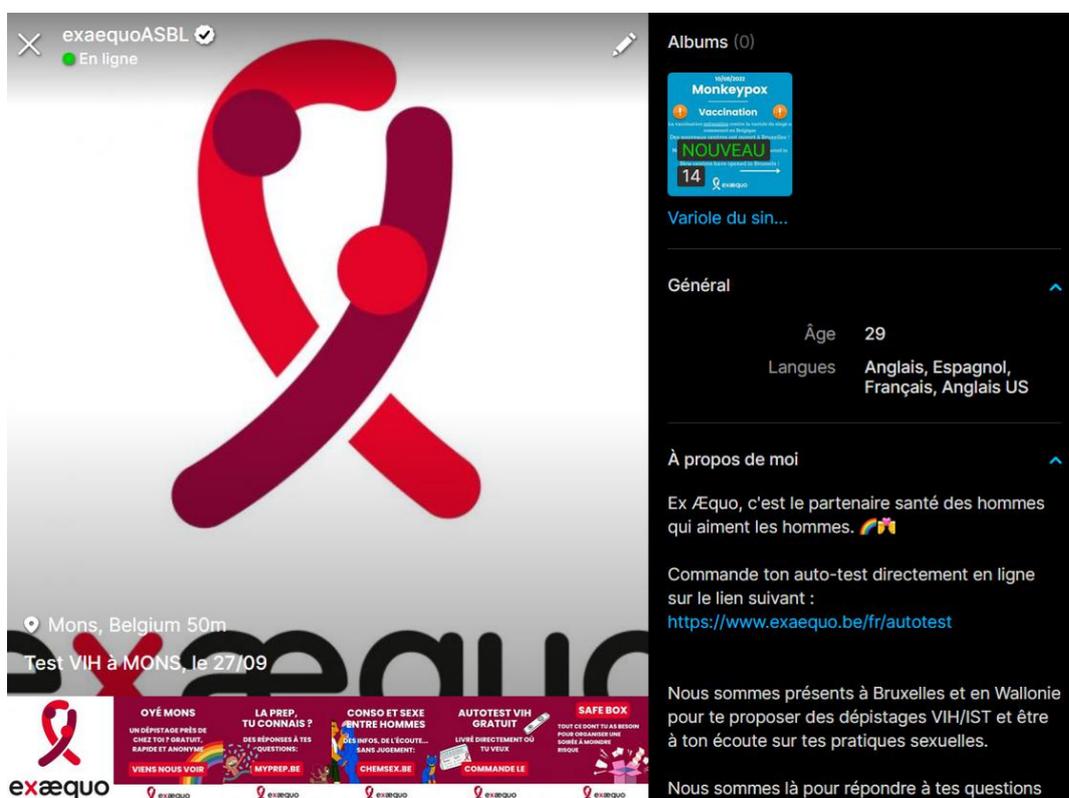
S'afficher aux couleurs d'Ex Æquo et renvoyer au site de l'asbl permettent d'éviter les soupçons que pourrait générer, auprès des utilisateurs, un compte moins transparent. Mais se montrer explicite peut ame-

ner d'autres problèmes, comme la suppression d'un compte pour cause de « publicité ». C'est ce qui est arrivé plusieurs fois sur la plateforme Grindr, où l'association faisait la promotion de tests VIH gratuits. Quand l'équipe a justifié sa présence sur le site par sa mission de prévention, on leur a répondu que la plateforme faisait un travail suffisant en ce sens. D'autres associations pour la santé sexuelle, au niveau européen, ont fait face à ce type de problèmes. Des échanges naissent entre ces structures pour pousser les sites de rencontre à changer leur politique vis-à-vis du travail associatif de prévention. Il fut un temps où, sur ROMEO, leurs messages pouvaient être diffusés gratuitement via les espaces publicitaires.

La sensibilisation du public directement sur des sites de rencontre amène aussi, en plus des complications de la communication par écrit et des questionnements sur le juste ton à employer, la question du rapport au public dans un environnement de drague.

Que fait-on quand on reçoit une dick pic¹²³ ? Ces discussions peuvent demander un cadrage.

L'équipe a donc mis au point, entre autres outils, un guide d'utilisation pour les salariés et volon-



Aperçu d'un profil de l'asbl Ex Æquo sur l'application ROMEO

¹²³ « Photographie de pénis, généralement en érection, envoyée par internet » – Contributeur-ices de Wikipédia, « Dick pic », Wikipédia, l'encyclopédie libre, https://fr.wikipedia.org/w/index.php?title=Dick_pic&oldid=208597203 (Page consultée le 16 novembre 2023).

taires qui se connectent. Leurs actions sur les applis de rencontre sont aussi l'objet d'un système d'encodage, afin de valoriser les discussions et entretiens dans leur rapport d'activités mais surtout d'avoir une vue d'ensemble sur leurs connexions. C'est ce qui leur a permis de constater, dans les premières années, qu'ils se géolocalisaient principalement dans des localités où des structures partenaires sont déjà physiquement implantées, et d'ainsi corriger le tir. Le « GT Action numérique » est par ailleurs conforté dans son initiative par les nombreux retours positifs reçus de la part des usagers de ces applications.

Leurs astuces en bref :

- Une équipe composée de travailleurs et de bénévoles formés ;
- Une adaptation des projets de sensibilisation à la réalité du public, dans les nouveaux lieux de vie que sont les sites de rencontre ;
- Un outil de géolocalisation permettant de toucher le public situé en zone rurale, plus difficile à atteindre par les moyens classiques ;
- Une variété des actions menées, avec une présence continue et visible pour répondre aux questions des personnes et des actions thématiques ou géographiquement ciblées.

Conclusion

Ces différentes initiatives de communication digitale mettent en lumière l'importance des interactions interindividuelles dans la construction et le partage de savoirs en Réduction des Risques, ainsi que la complémentarité des outils numériques et des structures d'accueil. Dans cette optique, et suite à une courte discussion avec la salle, voici ce que les participant-es à l'atelier préconisent :

RECOMMANDATIONS

- ⇒ Une communication digitale efficace et percutante nécessite beaucoup de temps de travail, à pourvoir par du bénévolat et/ou des moyens financiers ;
- ⇒ La communication digitale doit être créée par des personnes disposant de connaissances en matière de Réduction des Risques, et qui adhèrent à ses valeurs. Les compétences en communication sont un plus ;
- ⇒ Il est indispensable de maintenir la place des personnes utilisatrices de drogues au centre de la communication digitale ;
- ⇒ Il serait pertinent de créer des espaces de partage de bonnes pratiques entre équipes en charge de la communication digitale au sein de structures différentes.

Cet article est basé sur les échanges tenus au sein de l'atelier 10 « Communication digitale : trouver le bon ton pour relayer les contenus de Réduction des Risques » dans le cadre de la journée d'étude des 30 ans de Modus Vivendi « Aller jusqu'au bout du rêve » organisée au Beursschouwburg le 26 septembre 2023.

Animation : Emilie Walewyns (Modus Vivendi)

Synthèse : Julie de Drée (Modus Vivendi)

Merci aux participant-es pour leur attention, leurs remarques et leurs questions.