PETITION PREVENTION CONTRE LE SIDA EN ACCORD AVEC LA MORALE 05.002

Rapport de la commission des pétitions et des grâces au Grand Conseil
concernant
la pétition d'un groupe de pétitionnaires "Pour une prévention contre le sida en accord avec la morale"

(Du 24 novembre 2004)

Monsieur le président, Mesdames et Messieurs,

1. INTRODUCTION

Lors de sa séance du 29 septembre 2004, la commission des pétitions et des grâces a examiné la pétition d'un groupe de citoyens intitulée "Pour une prévention contre le sida en accord avec la morale", en présence d'une délégation du groupe des pétitionnaires, composée de MM. B. M., premier signataire, Neuchâtel, M.-O. R., étudiant, et J. H., président des Unions chrétiennes de jeunes gens, ainsi que de Mme Laurence Verdon, infirmière au groupe Sida-Neuchâtel qui était accompagnée du médecin-cantonal adjoint Mme Rebecca Anderau.

La commission était composée de:

Président:	M. Jean Walder
Vice-président:	M. André Gerber
Rapporteur:	M. Serge Vuilleumier
Membres:	M. Jacques Besancet
	M. Jean-Marc Jeanneret
	M. André Obrist
	M. François Loeffel
	M. Maurice Perroset
	M. Marc Juan
	Mme Claudine Siegenthaler
	M. Hubert Jenni

2. PETITION

Le texte de la pétition, munie de 28 signatures, est le suivant:

Pétition pour une prévention contre le sida en accord avec la morale

Nous, signataires de la présente pétition, comprenons l'urgence et l'importance d'une prévention contre le sida touchant un public élargi. Nous estimons cependant qu'une telle action doit s'inscrire non dans un cadre publicitaire éthiquement choquant, mais bien davantage dans celui d'une sensibilisation en accord avec les principes moraux partagés par un grand éventail de la population. Les récentes publicités publiques présentant des couples dans des positions sexuelles les plus diverses sont choquantes et nuisent aux bonnes mœurs tant des plus jeunes que des plus âgés.

Nous suggérons que les pouvoirs publics prennent des dispositions immédiates pour que des telles affiches indécentes ne puissent dorénavant plus être l'objet d'un étalage public.

Premier signataire: Bernard Murer

3. PREAMBULE

Il n'était pas dans les intentions de la commission de débattre de l'ensemble des problèmes liés à la politique suisse en matière de lutte contre le VIH/sida et de la pertinence des actions entreprises au niveau fédéral mais de nous concentrer sur la demande des pétitionnaires.

4. AUDITION DES PETITIONNAIRES

De l'audition des pétitionnaires, il ressort que ceux-ci n'ont aucun lien d'intérêts directs avec des communautés religieuses et qu'ils représentent un groupe de citoyennes et de citoyens choqués par la campagne de prévention contre le sida émanant de l'Office fédéral de la Santé publique.

Bien qu'ils ne tiennent pas à faire de la sexualité un tabou, ils regrettent l'utilisation de celle-ci pour lutter contre le Sida, pour en faire un outil de prévention. La banalisation de la sexualité est choquante et ne doit pas se résumer uniquement à des positions sexuelles, telles que celles représentées sur les supports de la campagne anti-Sida (annexe 1).

A leur yeux, une campagne d'affichage doit contenir de bonnes images préventives: par exemple, mieux se concentrer sur la promotion de l'utilisation du préservatif plutôt que de stigmatiser des positions qui peuvent troubler la réflexion des enfants à propos de la sexualité, plus particulièrement celle des adolescents au moment de la puberté et de l'éveil des pulsions sexuelles.

Si les pétitionnaires peuvent adhérer à la campagne de prévention sous forme d'affiches comportant des slogans (annexe 2), ils expriment par contre leur désaccord à l'utilisation de pictogrammes suggestifs (annexe 1). Les messages de prévention devraient se limiter à des principes éthiques et moraux, plutôt que d'être transmis par des affiches qu'ils jugent indécentes. Ils regrettent l'utilisation de financement public pour une campagne de promotion contestable

5. AVIS DE Mme LAURENCE VERDON DU GROUPE SIDA NEUCHATEL

La lutte contre le sida fait partie des priorités en matière de santé publique et la prévention coûtera toujours moins cher que les soins à dispenser. Elle estime indispensable l'utilisation d'argent public car la prévention, tâche de l'Etat, doit plus que jamais demeurer un instrument de lutte essentiel contre le sida. Elle constitue un moyen important de limiter le coût médical et social de l'épidémie.

Elle pense que cette campagne a atteint son but avec une bonne perception du message dont les pictogrammes, bien que suggestifs, ne sont pas choquants. L'accès à d'autres images est plus inquiétant si l'on compare avec d'autres publicités, avec les cassettes vidéos, aux clips TV ou sur Internet.

En tant que responsable de l'éducation sexuelle dans les écoles, elle n'a pas eu à enregistrer de remarques à propos des affiches incriminées, que le message a bien été accepté par les jeunes.

La campagne est soutenue par la Confédération qui a décidé des objectifs et des groupes-cibles à atteindre. Parmi ceux-ci figurent par exemple les requérants d'asile ou les artistes de cabaret pour qui l'affiche est utile, car il s'agit de personnes d'origine et de provenance multiethnique qui ne connaissent souvent pas notre langue. Pour ces personnes-là, les pictogrammes sont plus faciles à comprendre que les slogans.

6. AUDITION DE Mme REBECCA ANDERAU, MEDECIN CANTONAL ADJOINT

Le médecin cantonal adjoint a fait part de la surprise de l'Office fédéral de la santé publique lorsque ce service a eu connaissance de la pétition neuchâteloise. Il s'agit là de la seule réaction de protestation reçue à ce jour pour une campagne de prévention citée en exemple au niveau mondial.

En Suisse, Il y a lieu de relever qu'en 2003, le nombre de nouveaux tests positifs au VIH s'est à nouveau stabilisé à un niveau élevé en comparaison avec d'autres pays d'Europe de l'Ouest.

Comme dans la plupart des pays industrialisés, le VIH a commencé à se propager en Suisse dans les années 1970. Le nombre des malades a alors rapidement augmenté. Le revirement de tendance des maladies du sida commença en 1995, alors que les thérapies permettaient d'endiguer la progression de la maladie. Par la suite, le nombre de nouveaux cas et des cas mortels a baissé à un rythme très lent.

Après la hausse épidémique postérieure à 1985, les tests positifs révélèrent une tendance à la baisse qui s'est maintenue de 1990 à 2000 environ. Depuis lors, le nombre s'est mis à augmenter et en 2002, on enregistrait déjà une augmentation de 25% par rapport à l'année précédente portant le chiffre à environ 28.000 cas en Suisse (30.6.2004).

Cela justifie une campagne de prévention et de lutte contre cette épidémie

7. OBJECTIFS DE LA CAMPAGNE

La campagne STOP SIDA se base sur le programme national VIH et Sida 2004 – 2008 qui stipule que

> *Toutes les personnes vivant en Suisse sont informées sous une forme et en des termes appropriés des modes de transmission du VIH. Elles connaissent les situations à risque et se protègent en conséquence. Les messages de prévention adressés à la population tiennent compte de la pluralité de la société.*

La prévention en matière de sida s'articule autour de 3 objectifs:

– prévenir de nouvelles infections au VIH;
– réduire les effets négatifs de l'épidémie;
– promouvoir la solidarité.

7.1. Prévenir de nouvelles infections au VIH

Etant donné l'absence de vaccination ou de thérapie curative, la prévention est le seul moyen efficace de lutter contre de nouvelles infections. Cette prévention passe par la modification des comportements et plus particulièrement des comportements à risque. C'est uniquement au travers d'explications répétées quant aux modes de transmissions et aux moyens de protection qu'une compréhension des situations à risque peut être atteinte. La motivation individuelle et le sens de sa propre responsabilité sont indispensables pour réaliser cet objectif.

7.2. Réduire les effets négatifs de l'épidémie

Pour atteindre cet objectif, les exigences suivantes peuvent être formulées:

– responsabilisation de tous les individus;
– réduction de la morbidité et de la mortalité;
– prise en charge appropriée des personnes concernée par le VIH/sida;
– offre de soins médicaux et de mesures d'accompagnement optimaux;
– offre de soutien psychologique;
– promotion de la qualité de la vie;
– réduction des conséquences socio-économique.

7.3. Promouvoir la solidarité

La solidarité implique la compréhension et la tolérance envers des normes et des valeurs diverses. Elle contribue de manière significative à encourager la responsabilité réciproque et la qualité de vie des personnes vivant avec le VIH/sida. Tout un chacun doit être sensibilisé avec respect à sa responsabilité envers son prochain. La solidarité ne signifie pas seulement l'accès à des soins médicaux et l'intégration des personnes vivant avec le VIH/sida, mais aussi une responsabilité mutuelle

8. STRATEGIE DE LA CAMPAGNE

Depuis 1987, l'Office fédéral de la santé publique et l'Aide suisse conte le sida informent régulièrement, par la campagne STOP SIDA, toutes les personnes vivant en Suisse sur le VIH/sida ainsi que sur les possibilités de protection.

La campagne est basée sur une stratégie d'apprentissage dont le but est de renforcer la perception du risque, l'adaptation du comportement et l'adoption par chacun de mesures adéquates de protection .

La campagne nationale de prévention contre le sida n'a jamais basé sa stratégie sur des scénarii véhiculant des messages de peur, de menace ou d'horreur. La campagne a toujours essayé de s'appuyer sur des faits scientifiques pour distinguer les circonstances potentiellement dangereuses pour une infection au VIH par opposition aux circonstances sans risque.

Convaincue que la mission de l'Etat ne consiste pas à porter un jugement sur les pratiques sexuelles des individus, la campagne a évité de mélanger les questions de santé publique aux valeurs morales.

Dans l'ensemble, la campagne STOP SIDA a eu un succès remarquable, comme l'indiquent de nombreux indicateurs évalués dans le cadre d'études scientifiques contrôlées par l'Office fédéral de la santé publique.

9. THEMES DE LA CAMPAGNE

Le préservatif protège

Ce qui ne transmet par le VIH

Drogue: ne commence pas!

Solidarité

Fidélité

Infidelité

9.1. Le préservatif protège

La campagne se focalise sur le préservatif comme moyen pratique et fiable pour prévenir des infections au VIH et d'autres maladies sexuellement transmissibles.

9.2. Ce qui ne transmet pas le VIH

Afin de dissiper les idées fausses et les craintes infondées, la campagne a présenté clairement les situations dans lesquelles le VIH peut être transmis et les situations sans aucun risque d'infection.

9.3. Drogue: ne commence pas!

Destinée au public cible de la toxicomanie, la population a pu saisir et comprendre l'importance des programmes de distribution des seringues contribuant à la réduction des risques.

9.4. Solidarité

La promotion de la solidarité à l'égard des groupes menacés d'infection et l'acceptation de ces derniers dans la société est la condition sine qua non d'une prévention efficace. C'est uniquement dans un climat de solidarité et dans la conviction profonde que leur vie garde un sens au sein de la société que les personnes vivant avec le VIH et le sida peuvent conserver un sentiment de dignité humaine. La campagne STOP SIDA a continuellement encouragé la solidarité en lui donnant une grande visibilité. Elle donne la parole aux personnes directement touchées, souvent en butte à discrimination.

9.5. Fidélité

C'est un sujet qui véhicule des valeurs morales très fortes. La fidélité réciproque protège aussi contre la transmission et pas seulement le préservatif. L'amour et la fidélité sont des valeurs fondamentales auxquelles la campagne STOP SIDA fait référence pour une partie des messages. En tant que campagne de prévention, elle propage un message préconisant un rapport responsable entre partenaires sexuels consistant à se protéger mutuellement. Il s'avère toutefois qu'une partie de la population ne réussit pas à vivre une relation de couple sans aucune infidélité. Par ailleurs, la fidélité ne protège pas contre une transmission du VIH si, comme c'est souvent le cas chez les jeunes, plusieurs relations se suivent.

9.6. Infidélité

Comme écho au sujet de la fidélité, la campagne a thématisé l'infidélité pratiquée souvent en cachette dans la relation de couple. La campagne a cherché à sensibiliser la population à la nécessité de respecter les règles de "safer sex".

10. AVIS DE LA COMMISSION

La commission a estimé que la campagne STOP SIDA répondait aux critères de tolérance envers les normes et valeurs admises par la population en général, que les messages de prévention adressés à la population tiennent comptent de la pluralité de la société dans laquelle nous vivons.

Elle conclut au classement de la pétition et vous invite à prendre acte de son rapport et à classer la pétition.

Le présent rapport a été adopté à l'unanimité des membres présents le 24 novembre 2004.

Veuillez agréer, Monsieur le président, Mesdames et Messieurs, l'assurance de notre considération distinguée.

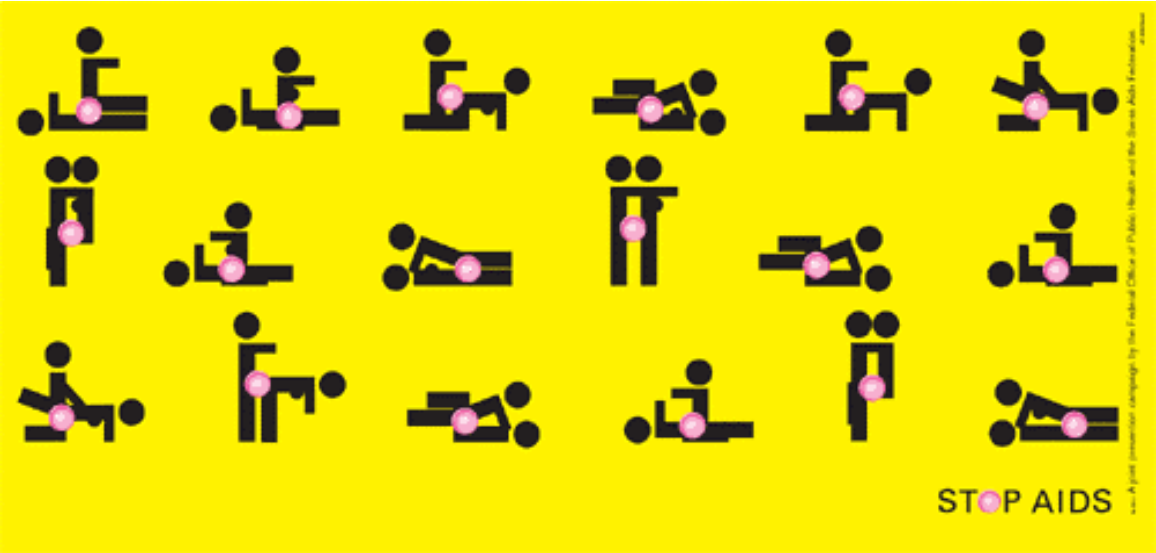
Neuchâtel, le 24 novembre 2004

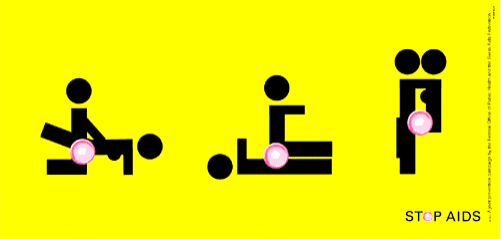
Au nom de la commission
des pétition et des grâces:

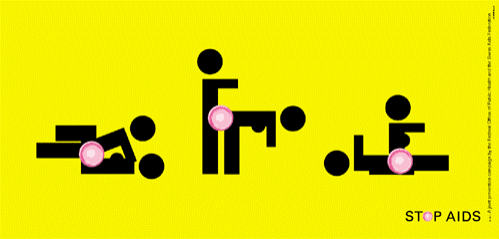
Le président,
J. WALDER

Le rapporteur,
S. VUILLEUMIER

Annexe 1







Annexe 2