

Au sauna... on s'adapte

Évaluation de
Au sauna... on s'emballe!
Programme d'intervention
de Séro-Zéro

Chercheur:
Ken Morrison,
Chercheur autonome

Chercheurs collaborateurs:
Joanne Otis
Département de sexologie, UQAM
René Bernèche
Département de psychologie, UQAM

Montréal
Automne 1996

Réalisé grâce à la contribution du
Centre de Coordination sur le Sida de la Direction générale de la Santé publique,
Ministère de la Santé et des Services sociaux (MSSS).

ISBN 2-9805530-0-X
Dépôt légal - Bibliothèque nationale du Québec, 1997

Dépôt légal - Bibliothèque nationale du Canada, 1997

Table des matières

| | |
|---|-----|
| LISTE DES TABLEAUX..... | III |
| LISTE DES FIGURES | IV |
| REMERCIEMENTS..... | V |
| RÉSUMÉ..... | VII |
| INTRODUCTION | 1 |
| 1 AU SAUNA... ON S'EMBALLE! DE SÉRO-ZÉRO | 5 |
| 1.1 Historique du programme Au sauna... on s'emballe! | 5 |
| 1.2 Clientèle visée, objectif général, objectifs spécifiques | 5 |
| 1.3 Activités du programme | 5 |
| 1.4 Partenaires et collaborateurs impliqués..... | 6 |
| 2 CADRE DE L'ÉVALUATION AU SAUNA... ON S'EMBALLE!..... | 6 |
| 2.1 Objectifs de l'évaluation..... | 6 |
| 2.2 Évaluation..... | 6 |
| 2.3 Méthodologie | 7 |
| 2.3.1 Analyse des documents de travail de Séro-Zéro et discussions..... | 8 |
| 2.3.2 Rencontres avec les gérants/propriétaires..... | 8 |
| 2.3.3 Employés des saunas | 9 |
| 2.3.3.1 Questionnaires auto-administrés pour les employés | 9 |
| 2.3.3.2 Rencontres semi-dirigées avec les employés | 9 |
| 2.3.4 Questionnaires auto-administrés pour les clients..... | 9 |
| 3 RÉSULTATS DE L'ÉVALUATION..... | 11 |
| 3.1 Analyse des documents de travail de Séro-Zéro - Apprécier le processus | 11 |
| 3.1.1 Principales actions mises en place dans le cadre du programme..... | 11 |
| 3.1.2 Principaux outils mis en place par Séro-Zéro dans le cadre du programme | 12 |
| 3.2 Résultats des rencontres avec les gérants | 14 |
| 3.2.1 Apprécier le processus..... | 14 |
| 3.2.1.1 Réaction des gérants face au programme Au sauna ... on s'emballe!..... | 14 |
| 3.2.1.2 Perception de la réaction des employés face au programme Au sauna... on s'emballe! | 15 |
| 3.2.1.3 Perception de la réaction des clients..... | 15 |
| 3.2.1.4 Niveau de collaboration avec Séro-Zéro | 16 |
| 3.2.2 Comprendre les besoins..... | 16 |
| 3.2.3 Évaluation | 17 |

| | |
|---|----|
| 3.3 Résultats du questionnaire et des rencontres avec les employés | 17 |
| 3.3.1 Apprécier le processus..... | 17 |
| 3.3.1.1 Points de vue sur la prévention dans les saunas | 17 |
| 3.3.1.2 Perception de l'utilité des interventions | 17 |
| 3.3.1.3 Reconnaissance de Séro-Zéro et de son matériel | 18 |
| 3.3.1.4 Appréciation des affiches..... | 18 |
| 3.3.1.5 Appréciation des dépliants | 19 |
| 3.3.1.6 Appréciation de la pochette de serviette | 20 |
| 3.3.1.7 Appréciation des autres produits | 20 |
| 3.3.1.8 Profil des clients selon les employés | 20 |
| 3.3.1.9 Perception de la réaction des clients aux produits et services de Séro-Zéro | 21 |
| 3.3.1.10 Condoms et lubrifiant | 21 |
| 3.3.2 Apprécier l'impact..... | 22 |
| 3.3.2.1 Perception de l'influence | 22 |
| 3.3.2.2 Sexualité et condom..... | 22 |
| 3.3.3 Comprendre les besoins..... | 22 |
| 3.3.3.1 Moyens d'intervention | 22 |
| 3.3.3.2 Messages de prévention | 23 |
| 3.3.3.3 Images de prévention..... | 23 |
| 3.3.3.4 Sondage/Évaluation | 24 |
| 3.4 Résultats du sondage des clients | 24 |
| 3.4.1 Profil des répondants | 24 |
| 3.4.1.1 Données socio-démographiques, personnelles et socio-environnementales..... | 24 |
| 3.4.1.2 Pratiques sexuelles..... | 26 |
| 3.4.1.3 Perception des répondants vis-à-vis de leur sexualité | 31 |
| 3.4.2 Apprécier le processus..... | 31 |
| 3.4.2.1 Visibilité et connaissance de Séro-Zéro..... | 31 |
| 3.4.2.2 Utilisation des services produits par Séro-Zéro | 32 |
| 3.4.2.3 Appréciation des interventions réalisées par Séro-Zéro | 34 |
| 3.4.3 Apprécier l'impact..... | 37 |
| 3.4.3.1 Changements auto-rapportés depuis 2 ans | 37 |
| 3.4.3.2 Liens entre la visibilité du projet et les changements auto-rapportés..... | 39 |
| 3.4.3.3 L'appréciation du programme en termes d'efficacité et de changements rapportés par les clients participants..... | 40 |
| 3.4.4 Comprendre les besoins..... | 41 |
| 3.4.4.1 Informations désirées..... | 41 |
| 3.4.4.2 Liens entre le fait de toujours porter un condom et certains facteurs socio- comportementaux | 43 |
| 3.4.4.3 Commentaires écrits par les clients participants | 45 |
| CONCLUSION..... | 47 |
| Apprécier le processus | 47 |
| Apprécier l'impact..... | 48 |
| Comprendre les besoins..... | 49 |

| | |
|---------------|----|
| ANNEXE 1..... | 50 |
| ANNEXE 2..... | 54 |

LISTES DES TABLEAUX

| | |
|--|----|
| Tableau 1 = Méthodologie selon les objectifs | 8 |
| Tableau 2 = Proportion de HARSAH reconnaissant Au sauna... on s'emballe ! selon certaines données socio-démographiques..... | 32 |
| Tableau 3 = Proportion de HARSAH ayant déjà pris des dépliants dans les présentoirs depuis 2 ans en fonction de ce qu'ils ont dans leur pochette de serviette..... | 34 |
| Tableau 4 = Proportion de HARSAH ayant déjà pris des dépliants dans les présentoirs depuis 2 ans en fonction de la langue | 34 |
| Tableau 5 = Proportion de HARSAH croyant que les interventions sur le sécurisexe ne sont pas dérangeantes en fonction de ce qu'ils ont dans leur pochette de serviette | 35 |
| Tableau 6 = Proportion de HARSAH croyant que les interventions sur le sécurisexe ne sont pas dérangeantes en fonction de leur perception des risques pour les actes sexuels | 36 |
| Tableau 7 = Proportion de HARSAH reconnaissant Au sauna... on s'emballe ! en fonction de leur perception de changement de comportements depuis 2 ans | 39 |
| Tableau 8 = Proportion de HARSAH ayant déjà entendu parler d'Au sauna... on s'emballe ! en fonction de la pénétration anale pratiquée dans un sauna depuis 3 mois..... | 39 |
| Tableau 9 = Proportion de HARSAH croyant que les interventions sur le sécurisexe sont efficaces en fonction de leur perception de changement de comportements depuis 2 ans..... | 40 |
| Tableau 10 = Proportion de HARSAH croyant que les interventions sur le sécurisexe sont efficaces en fonction de ce qu'ils ont dans leur pochette de serviette..... | 41 |
| Tableau 11 = Proportion de HARSAH croyant que les interventions sur le sécurisexe sont efficaces en fonction des raisons qui peuvent les empêcher de pratiquer le sécurisexe..... | 41 |
| Tableau 12 = Proportion de HARSAH qui veulent plus d'information sur les négociations sécurisexe en fonction de certaines données socio-démographiques..... | 42 |
| Tableau 13 = Proportion de HARSAH qui veulent plus d'information sur les négociations sécurisexe en fonction des raisons qui peuvent les empêcher de pratiquer le sécurisexe..... | 43 |
| Tableau 14 = Proportion de HARSAH ayant toujours porté un condom lors de relations anales actives au sauna en fonction de leur perception de changement de comportements depuis 2 ans | 44 |
| Tableau 15 = Proportion de HARSAH ayant toujours porté un condom a l'occasion de relations anales actives au sauna en fonction des raisons qui peuvent les empêcher de pratiquer le sécurisexe | 44 |
| Tableau 16 = Proportion de HARSAH ayant toujours porté un condom lors de relations anales passives au sauna en fonction de la consommation de drogue ou d'alcool avant ces relations..... | 44 |
| Tableau 17 = Proportion de HARSAH ayant toujours porté un condom lors de relations anales passives au sauna en fonction des raisons qui peuvent les empêcher de pratiquer le sécurisexe | 45 |
| Tableau 18 = Proportion de HARSAH ayant toujours porté un condom lors de relations anales passives au sauna en fonction de ce qu'ils ont dans leur pochette de serviette | 45 |

LISTES DES FIGURES

| | |
|---|----|
| Figure 1 = Nombre de questionnaires remplis selon les jours | 10 |
|---|----|

| | |
|---|-----------|
| Figure 2 = Nombre de questionnaires remplis selon les heures..... | 11 |
| Figure 3 = Niveau de scolarité des répondants..... | 25 |
| Figure 4 = L'âge des répondants | 25 |
| Figure 5 = L'orientation sexuelle des répondants..... | 26 |
| Figure 6 = % des répondants qui ont enculé un homme au sauna dans les 3 derniers mois | 27 |
| Figure 7 = % des répondants qui ont enculé avec un condom..... | 27 |
| Figure 8 = % des répondants qui ont été enculé par un homme au sauna dans les 3 derniers mois..... | 28 |
| Figure 9 = % des répondants qui ont été enculé avec un condom..... | 28 |
| Figure 10 = % des répondants qui disent avoir utilisé un condom qui a brisé | 30 |
| Figure 11 = Nombre de répondants indiquant les causes de bris de condom..... | 30 |
| Figure 12 = Les items que les répondants mettent dans leur pochette de serviette au sauna..... | 33 |
| Figure 13 = % des répondants qui ont déjà pris des dépliants dans les présentoirs depuis 2 ans | 33 |
| Figure 14 = % des répondants qui trouvent que les interventions sont dérangeantes..... | 35 |
| Figure 15 = % des répondants qui trouvent que les interventions sont utiles..... | 36 |
| Figure 16 = % des répondants qui trouvent que les interventions sont efficaces | 37 |
| Figure 17 = % des répondants qui trouvent que leur comportement sexuelle au sauna ont changé depuis 2 ans..... | 38 |
| Figure 18 = % des répondants qui sont plus confiants de pratiquer le sécurisexe depuis 2 ans..... | 38 |

Remerciements

Nous tenons à remercier la Régie régionale de la Santé et des Services sociaux de Montréal-Centre pour sa contribution financière du programme d'intervention *Au sauna... on s'emballe!* Nous remercions également le Centre québécois de coordination sur le sida (CQCS) de la Direction générale de la Santé publique (Ministère de la Santé et des Services sociaux) pour son soutien.

Nous tenons aussi à remercier les personnes suivantes qui ont participé à la préparation de ce rapport:

L'équipe de Séro-Zéro: René Lavoie, Claude Cyr, les bénévoles qui ont recueilli les données et tous ceux qui ont apporté leurs commentaires.

Saisie des données: Francine Dallaire

Programmation et traitement des données: François Pilote

Assistant à la recherche: Bruno Girard

Secrétaire: Dominique Lamy

Assistante à la rédaction: Jacinthe Labrecque

Infographie: Groupe Villetorte Lascaray

Révision et correction: Anne Vassal

Nous tenons également à remercier les employés et les gérants des saunas qui ont participé à l'étude ainsi que les clients qui ont pris le temps de remplir les questionnaires et d'apporter leurs commentaires.

RÉSUMÉ

Le programme de prévention *Au sauna... on s'emballe!*, implanté en 1992 par l'organisme Séro-Zéro, s'adresse aux hommes ayant des relations sexuelles avec d'autres hommes qui fréquentent les saunas de Montréal. Il vise à y créer un environnement susceptible de favoriser l'adoption et le maintien de comportements sexuels sécuritaires.

L'évaluation du programme *Au sauna... on s'emballe!* visait, premièrement, à apprécier le programme en ce qui concerne, entre autres, la diffusion d'information et la distribution de matériel, les personnes rejointes, la qualité du partenariat avec les principaux collaborateurs, le niveau de visibilité du programme, de réceptivité des clients et des employés; deuxièmement, à apprécier l'impact des interventions menées de 1992 à 1994; et, troisièmement à mieux comprendre les besoins des gérants de saunas, de leurs employés et des clients en matière de prévention du VIH-sida.

Pour atteindre ces objectifs, la démarche évaluative, de nature descriptive, s'est fondée sur plusieurs outils de cueillette de données: les documents de travail de l'organisme Séro-Zéro et des discussions avec ses employés; des rencontres individuelles avec les gérants/propriétaires; des rencontres semi-dirigées avec les employés des saunas et des questionnaires auto-administrés pour les employés de même que des questionnaires auto-administrés pour les clients. Cette étude a été entreprise en étroite collaboration avec des chercheurs universitaires, des établissements commerciaux et le milieu communautaire.

En ce qui a trait à l'appréciation du programme, l'étude évaluative a permis de constater que les employés (100%) comme les clients (84%) identifient bien la mission de l'organisme. Plus encore, les gérants des saunas interrogés trouvent le programme crédible et utile. Les personnes rejointes par le programme semblent plutôt diversifiées. De façon générale, les gérants, tout comme les employés et les clients, croient fermement que les saunas sont un endroit d'intervention privilégié dans la lutte contre la transmission du VIH.

Le matériel produit par le programme répond à un de ses objectifs, à savoir, faire connaître les modes de transmission du VIH et la prévention. À ce chapitre, il faut noter que 75% des répondants ont déjà pris des dépliants dans les présentoirs. Le matériel produit semble également répondre au second objectif du programme, à savoir, rendre l'environnement plus favorable au maintien et à l'adoption de comportements sécuritaires. En général, très peu de personnes, issues de tous les milieux, sont importunées par le programme.

L'appréciation de l'impact du programme a été réalisée, en majeure partie, sur la base des 377 questionnaires remplis, à la fois par des analyses statistiques simples univariées ou bivariées. L'échantillon des clients est constitué surtout de francophones (77%) de Montréal (71%), dont 17% se décrivent comme bisexuels. Parmi les répondants ayant subi un test de dépistage, 18% sont séropositifs.

Depuis la mise en oeuvre du programme dans les saunas soit depuis deux ans, près de 80% des clients répondants disent se sentir plus informés sur le sida; 84%, plus confiants à pratiquer le sécurisexe et 36% disent avoir changé leurs activités sexuelles. De surcroît, les

hommes qui reconnaissent les slogans du programme *Au sauna... on s'emballe!* semblent se sentir plus confiants de parler de sécurisexe ainsi que de le pratiquer. Par ailleurs, 88% des employés pensent que le fait de donner des condoms à l'entrée des saunas a un effet positif sur le sécurisexe pratiqué dans ces lieux.

En termes d'identification des besoins, l'analyse a montré qu'une diversité de moyens était souhaitable pour intervenir dans les saunas. De plus, les clients aimeraient avoir plus d'information sur certains thèmes, notamment, la transmission du VIH (surtout le sexe oral), vivre avec le VIH, les questions sur le sécurisexe et la lutte contre le sida.

Les employés croient que la clarté du message est essentielle dans les interventions. De plus, les interventions doivent cibler certaines sous-populations des saunas. Les plus jeunes (35 ans et moins) veulent plus d'information sur les négociations du sécurisexe. Les messages doivent s'adresser aux personnes de langue anglaise et française.

Les employés, comme les gérants, croient que les interventions doivent aller au-delà du simple transfert d'information, s'orienter sur le transfert d'habiletés dans la mesure du possible et traiter de thèmes tels que les situations à risque de possibilité de transmission du VIH. L'usage d'alcool ou de drogues avant les relations sexuelles, l'excitation du moment, le manque de confiance en soi et les problèmes d'accessibilité aux outils du sécurisexe sont autant de facteurs qui peuvent empêcher la pratique du sécurisexe.

INTRODUCTION

Le milieu des hommes ayant des relations sexuelles avec des hommes

La majorité des cas de sida au Québec et au Canada est constituée d'hommes ayant des relations sexuelles avec d'autres hommes (HARSAH)¹. Au Québec, ces hommes ont, de façon constante, représenté entre 70% et 80% des cas déclarés². À Montréal, le nombre d'hommes ayant contracté le VIH soulève encore une controverse, se situant entre 7 000 et 40 000. De plus, au centre-ville de Montréal, le sida représente près de 40% des décès chez les hommes âgés de 20 à 49 ans³.

Depuis plus de dix ans, de nombreux décès dus au sida ont été déplorés parmi les hommes gais et bisexuels. Envenimant le sentiment d'aversion qui sévit dans la société envers ces personnes, souvent qualifié d'homophobie, le sida a amplifié la marginalisation d'un segment de la société déjà discriminé⁴. Les hommes gais et bisexuels sont envahis par la mort, la maladie, la destruction de leur existence et de leurs relations. Cet environnement social morbide et mortifère a des conséquences sur la vie de ces hommes qui ont eu et auront à faire face au risque de transmission du VIH. Ainsi, les chercheurs d'une étude menée auprès d'hommes gais et bisexuels de San Francisco, déclaraient «qu'après douze ans d'efforts pour survivre au coeur d'une tragédie médicale et sociale sans précédent, maints hommes gais et bisexuels sont confrontés à un assortiment complexe de problèmes émotionnels qui inhibe leur capacité à maintenir des comportements sexuels sécuritaires.»⁵

Au Québec, quelques études portant sur les hommes qui ont des relations sexuelles avec d'autres hommes brossent un tableau partiel de cette population. *Au masculin* (1991)⁶ a rejoint 4 800 hommes dans des bars, des saunas et des danses gais à travers le Canada, y compris près de 700 Montréalais (dont 167 répondants dans des saunas de Montréal) et 675

¹ Dans ce document, l'expression «hommes ayant des relations sexuelles avec d'autres hommes (HARSAH)» est parfois substituée aux termes «hommes gais ou bisexuels», car certains hommes ne s'identifient ni comme gais, ni comme bisexuels.

² Ministère de la Santé et des Services sociaux. *Surveillance des cas de sida, Québec 1990-96*, Mise à jour #96-2.

³ R.S. Remis, A.C. Vandal, et P. Leclerc. *La situation du sida et de l'infection au VIH au Québec, 1994*, Québec, Ministère de la Santé et des Services sociaux, 1996.

⁴ Voir Cindy Patton. *Inventing AIDS*, Londres, Routledge Editions, 1990.

Simon Watney. *Practices of Freedom: Selected Writings on HIV-AIDS*, Durham (Grande-Bretagne), Duke University Press, 1994.

Dennis Altman. *Power and Community: Organisational and Cultural responses to AIDS*, Londres, Taylor & Francis, 1994.

⁵ T.J. Coates et R.D. Stall. «Changes in sexual behavior among gay and bisexual men since the beginning of the AIDS epidemic», *Psychological perspectives on AIDS, Etiology, Prevention and Treatment*, San Francisco, LEA Publishers, 1990, pp. 103-137.

⁶ T. Myers, G. Godin, L. Calzavara, J. Lambert et D. Locker. *L'enquête canadienne sur l'infection à VIH menée auprès des hommes gais et bisexuels : Au Masculin*, Ottawa, Société canadienne du sida, 1993.

dans d'autres régions du Québec. *Entre hommes* (1991-92)⁷ a rejoint 600 hommes recrutés de diverses façons dans plusieurs régions du Québec.

Ces études, et d'autres de moindre envergure⁸, ont permis d'obtenir certaines informations sur ce milieu. Nous avons constaté, par exemple, que le milieu des hommes gais et bisexuels n'est pas homogène: il est aussi varié que la population générale peut l'être. Nous avons appris que les hommes gais et bisexuels ont en général adopté des comportements sexuels plus sécuritaires afin de se protéger contre la transmission du VIH. Nous avons aussi constaté que l'adoption et le maintien de pratiques sexuelles plus sécuritaires variaient selon divers éléments, dont la nature de la relation entre la personne et son partenaire sexuel, l'âge, la proximité d'un épïcentre du sida, l'environnement social de la personne, l'affirmation de soi, la capacité à garder le contrôle face à une situation à risque, etc.

Plusieurs problèmes sont inhérents à la recherche auprès de la communauté gaie et bisexuelle, et la représentativité n'est pas l'un des moindres⁹. En effet, puisqu'il n'existe pas d'études de base, les chercheurs ont de la difficulté à déterminer si l'échantillon de personnes recrutées lors d'une recherche est effectivement représentatif des hommes gais et bisexuels en général. De plus, il semble que les études ont, de façon constante, sous-représenté les jeunes hommes gais et bisexuels, les hommes dont le statut socio-économique est moins élevé, les hommes qui entretiennent moins de liens avec la communauté gaie reconnue, etc. En outre, la communauté homosexuelle en général est constituée de sous-populations dont les membres sont souvent difficiles à cibler, victimes de stigmatisation et méfiants face aux autorités, voire même face aux chercheurs.

Les saunas à Montréal

Les saunas (bains-saunas ou bains publics) constituent un milieu d'intervention privilégié dans les programmes d'éducation et de prévention relatifs au sida. Les hommes qui s'y rendent ne se contentent pas de penser aux relations sexuelles: ils en ont. Toutefois, ces endroits sont des établissements commerciaux, avec des objectifs en la matière qui peuvent, quelquefois, différer des objectifs d'interventions en matière d'éducation et de prévention. L'accès à des moyens de prévention contre le VIH dans les endroits mêmes où il y a risque de transmission est une façon de tenter de réduire la transmission et de contribuer à freiner la

⁷ G. Godin, J. Carsley, K. Morrison et R. Bradet. *Enquête québécoise. Entre Hommes 91-92. Les comportements sexuels et l'environnement social des hommes ayant des relations sexuelles avec d'autres hommes*, Montréal, Coalition des organismes communautaires québécois de lutte contre le sida, 1993.

⁸ Voir «Sondage sur la sexualité des gais et leurs modes de vie», *Fugues*, 12, 1, avril 1995.

A. Adrien, J. Carsley et S. Ioannou. Évaluation de la campagne *Jouez-sûr*, «Promotion de pratiques sexuelles sûres chez la population homosexuelle de Montréal - Québec», *Rapport hebdomadaire des maladies au Canada*, 13-3, 24 janv. 1987, pp. 9-12.

André Dupras. «L'impact du sida sur la vie sexuelle des hommes homosexuels : Résultats d'une enquête menée à Montréal», *Revue sexologique*, 1, 2, 1994, pp. 54-74.

G. Godin, J. Carsley, K. Morrison et R. Bradet, «Les relations anales et l'utilisation du condom chez les hommes ayant des relations sexuelles avec d'autres hommes», *Revue sexologique*, 2, 1, 1994, pp. 75-91.

⁹ Voir Michael Pollak. «Assessing AIDS Prevention among Homosexuals and Bisexuals», in: F. Paccaud, J.P. Vader, et F. Gutzwiller (éds.), Berlin, Birkhauser, 1992.

progression du virus. Les programmes d'échange de seringues ont, dans un autre registre, montré la validité de ces constats¹⁰.

En Amérique du Nord, plusieurs villes ont réclamé la fermeture des saunas. Vers la fin des années 80, à Montréal, un article du journal *The Gazette* laissait clairement entendre que les saunas contribuaient à la propagation du VIH. Un autre article, paru en mai 1995, dans le *Globe and Mail*, et intitulé «Fermez les saunas», affirmait «qu'il faut parfois protéger les gens contre leurs propres comportements à risque». Lorsqu'en 1987, à Montréal, un chercheur avait abordé le sujet, plusieurs membres de la communauté gaie s'étaient objectés faisant remarquer que les saunas étaient, précisément, des endroits favorables aux interventions en éducation et en prévention et que leur fermeture constituait un acte de harcèlement.

Les études mentionnées plus haut fournissent des informations sur la fréquentation des saunas. *Au masculin* a révélé que 30% des répondants fréquentaient les saunas au moins une fois par mois alors que 50% n'y étaient jamais allés. Il faut toutefois noter que 24% de l'échantillon avaient été recrutés dans des saunas. Dans l'étude *Entre hommes*, dans laquelle les saunas n'étaient pas un lieu de recrutement, la moitié des répondants (50%) n'y étaient jamais allés tandis que 27% des Montréalais interrogés y avaient rencontré des partenaires sexuels au cours de l'année précédente. En outre, 55% des hommes ayant rencontré des partenaires sexuels dans les saunas ont eu au moins 15 partenaires dans la dernière année. Par ailleurs, les hommes impliqués dans la communauté gaie semblaient plus susceptibles de rencontrer un partenaire dans un sauna (33%). En revanche, 22% des hommes ayant rencontré des partenaires sexuels dans les saunas ne s'identifiaient peu ou pas à la communauté gaie.

En 1993, Yves Jalbert, chercheur en anthropologie, a entrepris une évaluation des activités de prévention offertes dans les saunas de Laval, par le groupe local de lutte contre le sida, Services Spécialisés Sida Québec (SSSQ). Le but de cette évaluation était de mesurer le niveau d'appréciation d'une affiche développée par ce groupe¹¹. La majorité des 60 répondants était francophone et la moyenne d'âge de 40 ans. Vingt-deux pour cent (22%) des répondants vivaient en couple avec une femme et 23% avaient un cercle d'amis hétérosexuels. L'évaluation a montré que l'affiche était plutôt bien appréciée, particulièrement grâce à l'image positive qu'elle dégageait. À la question «Cette affiche vous incite-t-elle à changer vos pratiques sexuelles?», 65% ont répondu par l'affirmative et la moitié d'entre eux «parce qu'elle renforce ma volonté de pratiquer régulièrement le sécurisexe.» Parmi les 35% qui ont répondu par la négative, la moitié ont dit pratiqué déjà le sécurisexe. Dans l'ensemble de l'échantillon, 85% trouvaient qu'on ne parle pas trop du sida et 95% qu'on ne parle pas trop de prévention.

¹⁰ Voir J. Beauchemin, N. Brière, C. Morissette, G. Desjardins et C. Bernard. «Évaluation de PIC-ATOOTS, un programme de prévention du VIH chez les toxicomanes utilisateurs de drogues injectables d'un quartier montréalais», in: N. Chevalier, J. Otis et M.P. Desaulniers (dirs. publi.), *Éduquer pour prévenir le sida*, Beauport, Publications MNH, 1994.

C. Hankins, S. Gendron, É. Roy, et J. Bruneau. *Evaluation of CACTUS-Montreal, a Pilot Intervention Programme for Injection Drug Users (July 1989 - July 1991)*, Rapport final, Montréal, Centre d'études sur le sida, Unité de Santé publique, Hôpital général de Montréal, 1993.

¹¹ Y. Jalbert et G. Bombardier. *Projet de prévention sida auprès de la population gaie et bisexuelle fréquentant les saunas de Laval*, Laval, Action Intervention Jeunesse, janvier 1994.

La prévention de la transmission en milieu gai/bisexuel

Au tout début des années 80, lorsque des cas de cancers rares sont apparus aux États-Unis, le terme «peste homosexuelle» a surgi. En l'espace de quelques années, l'infection au VIH, la cause présumée du sida, a été découverte. Entre temps, au sein de la communauté gaie, il y avait un fléau. C'est vers 1983-1984 que le concept de «sexe sécuritaire» a commencé à apparaître dans les journaux gais.

À Montréal, la campagne *Jouez sûr — Play safe* de 1986, constituait le premier effort concerté d'éducation et de prévention en milieu gai. Le Comité sida aide Montréal (C-SAM), organisme local de lutte contre le sida, formé un an auparavant, a coordonné cette campagne en collaboration avec le département de Santé Communautaire de l'Hôpital général de Montréal. Cette intervention, comme la plupart des suivantes, se concentrait sur la promotion de l'utilisation du condom à l'occasion de la pénétration anale. Au fil du temps, d'autres interventions *ad hoc* ont été initiées par C-SAM, par d'autres groupes tels ACT-UP ou par des Centres locaux de services communautaires. Les journaux gais ont poursuivi la parution d'articles et de publicités sur le sexe sécuritaire et *Images et Nation*, un festival de films gais et lesbiens, a présenté des vidéos sur ce sujet.

À la même période, la situation de l'infection au VIH dans son ensemble a changé de façon importante parmi les gais. Ainsi, le concept de sexe sécuritaire s'est transformé graduellement en concept de sexe à moindre risque¹²; l'élimination totale du risque étant considérée comme un but impossible à atteindre. Dans la communauté, le sexe à moindre risque est de plus en plus devenu une norme. En 1986, un test de dépistage des anticorps du VIH a fait son apparition: les hommes gais et bisexuels pouvaient dorénavant connaître leur statut sérologique (la présence du virus dans leur système sanguin).

Parallèlement à la progression du virus, les peurs ont surgi. Des fonds publics ont été engagés de plus en plus dans des campagnes de prévention visant les jeunes, puis la population en général et, plus récemment, dans des programmes d'échanges de seringues pour les utilisateurs de drogues par injection. Ce processus, parfois qualifié de «dés-homosexualisation» du sida¹³, n'a pas favorisé la prévention en milieu gai, entre autres, car les organismes communautaires étaient si occupés à lutter contre le sida dans la population en général qu'il restait peu d'énergie et de ressources pour intervenir dans ce milieu¹⁴. En 1990, le projet Séro-Zéro a été instauré. Né d'une collaboration entre organismes gais et agences de services sociaux et de santé, le projet avait et a encore pour objectif premier la prévention de la transmission du VIH dans la population des hommes gais et bisexuels de Montréal. Après la dissolution du C-SAM, Séro-Zéro est devenu un organisme autonome.

¹² Safe sex... safer sex.

¹³ Patton (1990); Altman (1994).

¹⁴ Voir Roy Cain. *Travailler Ensemble : Organismes communautaires de lutte contre le sida dans le contexte canadien*. McMaster University, Hamilton, Ontario, février 1995.

1 AU SAUNA... ON S'EMBALLE! de Séro-Zéro

1.1 Historique du programme *Au sauna... on s'emballe!*

Au sauna... on s'emballe! est un programme conçu et mis en place par Séro-Zéro depuis janvier 1992, qui vise à développer des activités de prévention et d'éducation (matériel, formation, distribution de produits, etc.) adaptées et destinées à la clientèle des différents saunas de l'île de Montréal, dans le but de réduire les risques de transmission du VIH/sida. Ce programme requiert une implication active des employés et des gérants/propriétaires de saunas.

En février 1992, une tournée est effectuée auprès des gérants/propriétaires des saunas de l'île de Montréal afin d'évaluer, de concert avec eux, leur intérêt à participer à ce type de programme. Les territoires desservis par Séro-Zéro étaient alors ceux de deux départements de Santé Communautaire du centre-ville de Montréal (DSC St-Luc et DSC de l'Hôpital général de Montréal). Les cinq saunas les plus achalandés de ces territoires participaient à ce programme. Depuis, Séro-Zéro intervient pratiquement dans l'ensemble des saunas de l'île de Montréal.

Séro-Zéro désire promouvoir et renforcer l'idée du sécurisexe comme norme sociale dans les différents saunas et dans le milieu gai. Le nom du programme fait référence à l'un de ses objectifs: Au sauna... on s'emballe de plaisir, on s'emballe d'un préservatif. Ce programme est soutenu par d'autres activités et projets grâce à des communications sociales et la distribution de matériel de prévention dans la communauté gaie montréalaise, notamment. Les autres projets incluent «Bar en bar» (intervention dans les bars gais), «Jeunes en difficulté» (intervention auprès des jeunes hommes de la rue et des prostitués), «Ateliers sur l'affirmation et l'estime de soi» (ateliers de groupes), «Réseau communautaire gai et sida» (intervention auprès des groupes communautaires gais et des groupes de lutte contre le sida).

1.2 Clientèle visée, objectif général, objectifs spécifiques

Ce programme veut rejoindre, d'une part, les hommes homosexuels et bisexuels qui fréquentent les saunas et y ont des rapports sexuels, en portant une attention particulière aux jeunes, et, d'autre part, le personnel et les administrateurs des saunas.

L'objectif poursuivi par le programme *Au sauna... on s'emballe!* est d'intervenir dans les saunas gais de Montréal afin de diffuser l'information sur le sécurisexe, de stimuler la création d'un environnement propice à l'adoption et au maintien d'une vie sexuelle saine et sécuritaire, et de promouvoir le sexe sécuritaire comme norme sociale.

De surcroît, Séro-Zéro poursuit des objectifs opérationnels concernant les moyens à adopter pour atteindre l'objectif général:

- Établir et entretenir de bonnes relations de collaboration avec les administrateurs et le personnel des saunas gais;
- Stimuler et faciliter la création d'activités autonomes reliées à la prévention de la transmission du VIH par les clients, le personnel et les administrateurs de ces saunas.

1.3 Activités du programme

Les intervenants du programme *Au sauna... on s'emballe!* sont convaincus que les saunas constituent des endroits privilégiés pour des interventions d'éducation et de prévention puisque la clientèle qui s'y retrouve est très diversifiée et qu'une partie de cette clientèle fréquente peu d'autres endroits gais. C'est ainsi qu'ils ont rencontré les gérants et les employés et ont cherché à rendre accessibles les condoms gratuitement et le lubrifiant à moindre coût. Au départ, ils ont développé et distribué du matériel d'information et de sensibilisation dans les saunas. Par la suite, ils ont aussi développé et distribué le matériel pour faciliter le sécurisexe dans les saunas. Les activités ont été réalisées en complémentarité avec les autres programmes de Séro-Zéro et en collaboration avec d'autres groupes de lutte contre le sida.

1.4 Partenaires et collaborateurs impliqués

Dans le cadre de ce programme, les premiers partenaires impliqués sont d'abord les établissements. Leur participation est essentielle dans la réussite des activités du programme. En 1995, Séro-Zéro comptait cinq saunas impliqués activement. Ces cinq partenaires apportent à Séro-Zéro une participation financière (achat de matériel), des services (utilisation des lieux et contacts avec la clientèle), une expertise, une disponibilité du personnel (formation, monitoring, réalisation de nombreuses activités prévues dans le programme), une distribution de matériel et surtout, une source précieuse d'informations-clés pour la poursuite et la réussite de nouveaux projets. Huit autres saunas s'impliquent en distribuant du matériel de prévention.

2 CADRE DE L'ÉVALUATION *Au sauna... on s'emballe!*

2.1 Objectifs de l'évaluation

Les objectifs de l'évaluation du programme *Au sauna... on s'emballe!* sont les suivants:

1. apprécier le programme surtout en termes de distribution d'information et de matériel, de personnes rejointes, de qualité du partenariat avec les collaborateurs principaux, de niveau de visibilité du programme, de réceptivité des clients et des employés;
2. apprécier l'impact des interventions du programme *Au sauna... on s'emballe!* depuis 2 ans (perception de l'influence du programme au niveau des comportements et des changements rapportés par les clients);
3. mieux comprendre les besoins actuels des gérants, de leurs employés et des usagers des saunas en matière de prévention et de sensibilisation sur le VIH-sida (en termes de services à offrir, de comportements des clients et en termes d'autonomie, c'est-à-dire dans quelle mesure l'établissement prend lui-même en charge la prévention).

2.2 Évaluation

Le processus d'évaluation est devenu une préoccupation tant pour les intervenants de la lutte contre le sida que pour les bailleurs de fonds. Après dix ans d'élaboration et de production de

services en matière de prévention et de soutien, financés par les secteurs public et privé, il devient, en effet, essentiel de prendre du recul afin de porter un jugement sur la valeur du travail accompli et de dégager les orientations futures à considérer. Cependant, le passage à l'acte est souvent difficile et tortueux.

Une évaluation peut être décrite de différentes façons. L'une de ces façons, énoncée par le *Health Education Authority* en Grande-Bretagne et dirigé par Peter Aggleton¹⁵, est de répartir les différentes évaluations en trois catégories: évaluation de contrôle, de processus ou de résultats. Une évaluation peut être faite selon une seule catégorie ou en combiner plusieurs. L'évaluation de contrôle désigne généralement une évaluation formative et continue. L'évaluation de processus s'applique à un programme qui en est à ses débuts (projet pilote) ou encore, elle cherche à vérifier si les activités ont été réalisées telles que planifiées. L'évaluation d'impact (sommative ou évaluation de résultats) consiste à identifier l'efficacité d'une activité dans l'atteinte de ses objectifs.

Une évaluation a de multiples utilités, mais sa valeur intrinsèque est de tenter de répondre à quelques questions fondamentales¹⁶:

- a) quels sont les programmes et interventions dispensés?
- b) quelles interventions semblent changer une situation donnée?
- c) quelles interventions ou variations semblent plus efficaces que d'autres?

Les réponses à ces questions, de même que la façon d'y répondre, dépendent de plusieurs facteurs, entre autres, les ressources disponibles pour l'évaluation, la disponibilité des personnes intéressées et capables d'entreprendre cette évaluation, la bonne volonté des intervenants et la disponibilité de la clientèle à participer, etc.

2.3 Méthodologie

Quatre outils de cueillette de données ont été retenus pour répondre aux objectifs:

1. analyse des documents de travail de Séro-Zéro et discussions avec les employés de Séro-Zéro;
2. rencontres individuelles avec les gérants/propriétaires;
3. rencontres semi-dirigées avec les employés des saunas et questionnaires auto-administrés pour les employés;
4. questionnaires auto-administrés pour les clients.

¹⁵ Voir P. Aggleton, D. Moody et A. Young. *Evaluating HIV/AIDS Health Promotion: A Resource for HIV/AIDS Health Promotion Workers in Statutory and Voluntary Organisations*, Londres, Health Education Authority, 1992.

D. Moody, P. Aggleton, M. Pye et A. Young. *Monitoring and Evaluating Local HIV/AIDS Health Promotion: A Review of Theory and Practice*, Londres, Health Education Authority, 1991.

¹⁶ Pour une discussion théorique et méthodologique approfondie sur l'évaluation dans le contexte du VIH/sida, voir S. Coyle, R.F. Boruch et C.F. Turner. *Evaluating AIDS Prevention Programs*, Washington, National Research Council, National Academy Press, 1991.

Sans toutefois être reliée au sida, il existe une excellente source canadienne : D. Ellis, G. Reid, et J. Barnsley. *Keeping on Track: An Evaluation Guide for Community Groups*, Vancouver, The Women's Research Centre, 1990.

TABLEAU 1 = MÉTHODOLOGIE SELON LES OBJECTIFS OBJECTIFS

| objectifs | méthodologie | analyse des documents | rencontres avec gérants | rencontres avec employés | questionnaires aux clients |
|-------------------------|--------------|-----------------------|-------------------------|--------------------------|----------------------------|
| 1. apprécier processus | | | | | |
| • info/matériel diffusé | | ** | | * | |
| • personnes rejointes | | * | | ** | * |
| • qualité partenariat | | | ** | * | |
| • visibilité | | | * | * | ** |
| • réceptivité | | | | ** | * |
| 2. apprécier l'impact | | | | | |
| • changement rapporté | | | | * | *** |
| 3. comprendre besoins | | | | | |
| • saunas | | | ** | * | * |
| • employés | | | * | ** | |
| • clients | | | | * | ** |

2.3.1 Analyse des documents de travail de Séro-Zéro et discussions

La démarche comprend une évaluation des documents de Séro-Zéro en collaboration avec ses employés dans le but d'apprécier le processus du programme. Cette analyse, de moindre envergure que les autres analyses, est tout aussi importante et concerne des rapports administratifs, des statistiques sur les activités tenues, le matériel distribué et les personnes impliquées.

Certaines données ont été examinées et ont permis de calculer la fréquence des activités réalisées, du matériel produit, du matériel distribué et des personnes impliquées. Les discussions ont été entreprises pour valider et qualifier ces données. Certaines activités n'étaient que peu documentées.

2.3.2 Rencontres avec les gérants/propriétaires

Le chercheur principal a rencontré individuellement les gérants/propriétaires des cinq saunas à la mi-octobre 1994 (une personne gère deux saunas). Une rencontre s'est déroulée à Séro-Zéro, une dans la demeure du gérant et les deux autres dans les saunas respectifs. Un des gérants n'avait que trois mois d'expérience et les autres avaient respectivement quatre, huit et dix ans d'expérience.

Les quatre entrevues semi-dirigées se sont toutes déroulées de la même façon, à partir de questions déterminées au préalable. Elles ont servi à la fois à établir les bases du déroulement du processus d'évaluation et à connaître l'opinion des gérants face au programme *Au sauna... on s'emballe!*.

Les questions abordaient leur réaction face au programme, leur perception de la réaction des employés et des clients, leur perception de la collaboration avec Séro-Zéro, les contraintes administratives, les attentes envers les interventions futures et le processus du projet d'évaluation. Les opinions des gérants ont été transcrites et regroupées, lors des analyses, sous divers thèmes communs ou discordants.

2.3.3 Employés des saunas

2.3.3.1 Questionnaires auto-administrés pour les employés

Le questionnaire destiné aux employés a été développé par l'équipe de chercheurs et vérifié auprès de deux spécialistes en communication. Le formulaire incluait des questions sur l'âge, le travail, la réaction vis-à-vis de Séro-Zéro, de son matériel de même que la perception du travail de prévention dans les saunas en général (annexe 1).

À la mi-novembre 1994, les questionnaires, accompagnés d'enveloppes pré-adressées et affranchies, ont été distribués par l'entremise des gérants de saunas. Une courte lettre d'introduction expliquait la démarche et rassurait les employés sur la confidentialité et l'anonymat.

Sur les 62 questionnaires distribués aux employés, 43 ont été remplis. L'âge des répondants varie entre 19 et 60 ans. La moyenne d'âge est de 31 ans. Plus de la moitié travaillent au sauna depuis plus de 2 ans. La majorité sont à temps plein à l'accueil, au comptoir ou à l'entretien. Il y a une bonne représentativité d'employés travaillant le jour, le soir et la nuit.

Les réponses ont été compilées et des fréquences calculées. Après la première compilation des résultats des questionnaires d'employés, des rencontres de groupes sous forme de discussion semi-dirigée se sont déroulées.

2.3.3.2 Rencontres semi-dirigées avec les employés

Quatre rencontres ont eu lieu avec les employés. Chacune s'est déroulée avec les employés du même sauna (l'une des rencontres s'est tenue avec les employés des deux saunas appartenant au même propriétaire). Un animateur, détenant un baccalauréat en sexologie, a

été engagé et formé pour animer les rencontres. Le chercheur principal a agi à titre de secrétaire.

Trois rencontres se sont déroulées fin novembre 1994, après distribution des questionnaires aux employés des saunas et avant la cueillette des données auprès des clients. Pour des raisons techniques, la quatrième rencontre s'est tenue après la cueillette de données chez les clients des saunas (mars 1995).

Le déroulement des quatre rencontres a été semblable. Il y avait environ neuf personnes à chaque rencontre qui durait, en moyenne, une heure et demie. À l'occasion de chaque rencontre, les questions concernaient les perceptions des employés vis-à-vis des caractéristiques des clients du sauna et de leurs pratiques sexuelles, des produits de Séro-Zéro, leur appréciation générale des interventions de Séro-Zéro, le rôle et les possibilités des saunas dans la prévention de la transmission du VIH, les suggestions vis-à-vis des interventions futures de Séro-Zéro dans les saunas.

Les données ont été traitées selon la méthode d'analyse thématique de contenu. Un découpage du matériel a été fait selon les unités de sens se dégageant des énoncés de chaque rencontre. Ces unités de sens ont été ensuite regroupées selon certaines sous-catégories. Les sous-catégories issues des quatre rencontres ont été regroupées selon des catégories plus générales tout en tenant compte des fréquences des énoncés (unités de sens).

2.3.4 Questionnaires auto-administrés pour les clients

Un questionnaire destiné aux clients a été conçu et développé par l'équipe des chercheurs selon les objectifs d'évaluation (annexe 2).

Par la suite, ce questionnaire a été vérifié auprès d'un groupe-focus pour en apprécier le niveau de langage et la clarté du contenu. La version finale a été traduite en anglais. Les deux versions (anglaise et française) ont ensuite été vérifiées par trois traducteurs.

Puis, une dizaine de bénévoles de Séro-Zéro ont suivi une formation de quatre heures sur le processus de cueillette des données. Le chercheur principal leur a expliqué les objectifs de l'étude, la méthodologie ainsi que les défis et les opportunités de l'expérience. Ils ont examiné les outils (questionnaire, feuille de route, aide-mémoire) et discuté des diverses façons d'aborder les gens ainsi que de confidentialité et d'éthique. Ces bénévoles ont participé à des jeux de rôle et ont discuté des procédures à suivre selon les divers types de problèmes potentiels anticipés. Ils ont consulté l'horaire afin de compléter une feuille de disponibilité.

Pendant une période de deux semaines, du 28 novembre au 11 décembre 1994, les bénévoles ont effectué la cueillette de données dans quatre saunas de Montréal à des jours et heures variant selon leurs disponibilités. Des 740 personnes sollicitées pour participer à l'étude, 414 hommes ont renvoyé un questionnaire. Plus de la moitié de ceux qui n'ont pas participé ont dit avoir déjà complété ce questionnaire. Nous estimons donc que le taux de refus se situe autour de 20%.

Trop de données étaient manquantes dans 37 questionnaires parmi les 414 reçus. **Trois cent soixante-dix-sept (377) questionnaires** ont donc été retenus pour fin d'analyse: 34% proviennent du sauna A, 30% du sauna B, 20% du sauna C et 16% du sauna D. Huit pour

cent (8%) des questionnaires ont été remplis le matin, 11% l'après-midi, 19% entre 17 et 20 heures, 35% pendant la soirée et 27% la nuit. Quarante-sept pour cent (47%) provenaient de cueillettes effectuées du lundi au jeudi et 53% pendant la fin de semaine, du vendredi au dimanche (figures 1 et 2).

Figure 1 = Nombre de questionnaires remplis selon les jours.

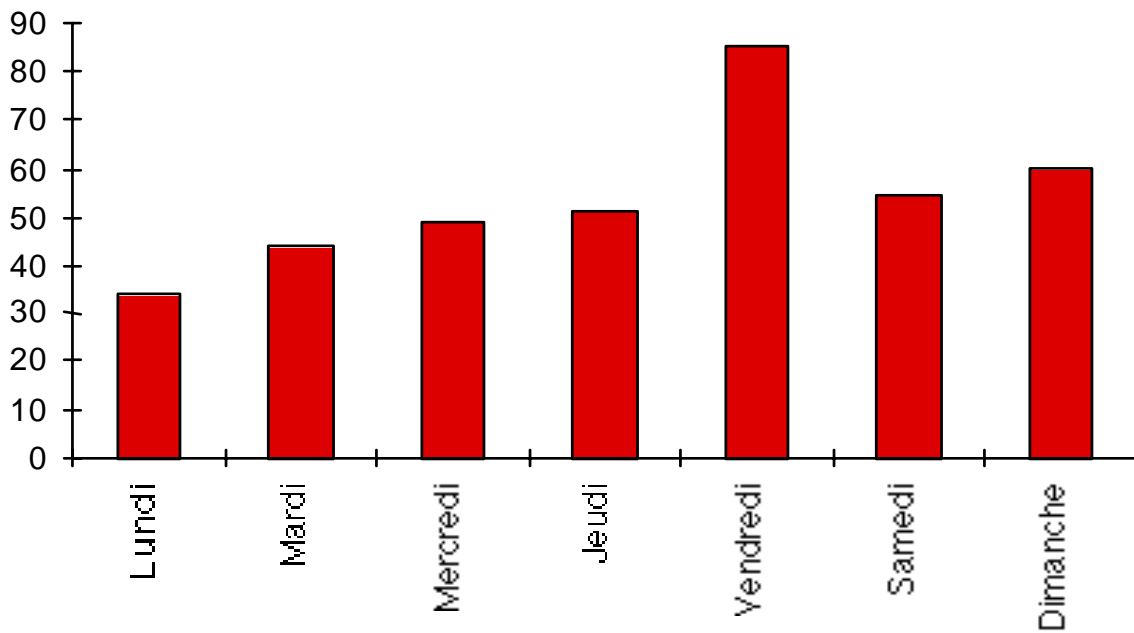
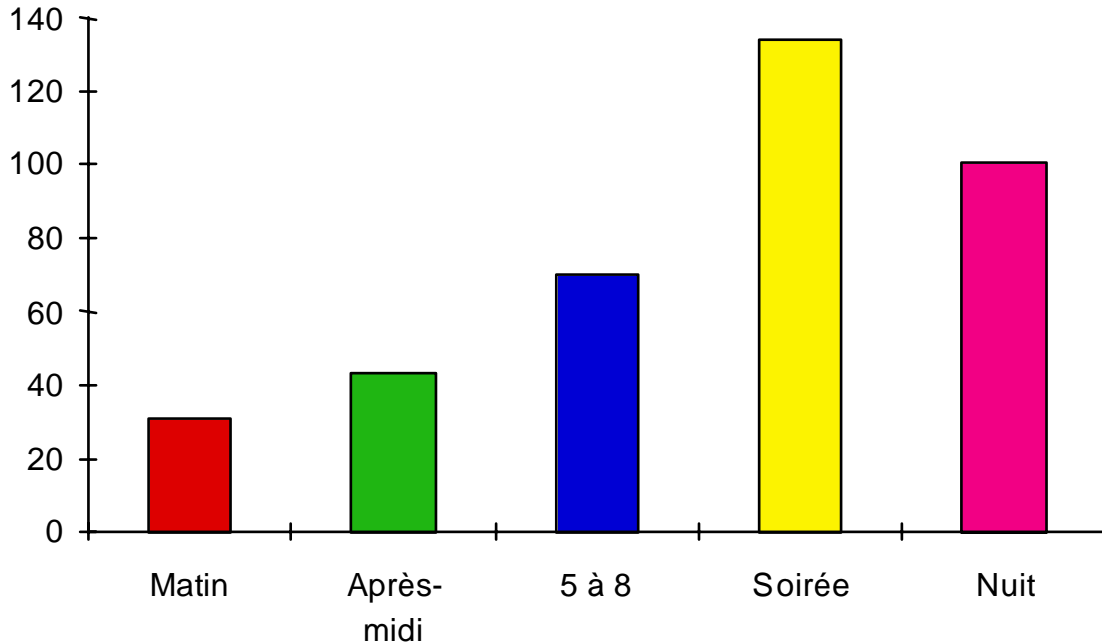


Figure 2 = Nombre de questionnaires remplis selon les heures.



L'analyse des données a été faite, premièrement, de façon univariée selon le type de question (fréquence, moyenne et écart-type sur les variables continues, proportions sur les variables discrètes); deuxièmement, de façon bivariée, c'est-à-dire en utilisant le test de τ de Student pour faire les différences sur les moyennes (variables continues) et le χ^2 pour dégager les associations entre deux variables discrètes.

3 RÉSULTATS DE L'ÉVALUATION

3.1 Analyse des documents de travail de Séro-Zéro - Apprécier le processus

3.1.1 Principales actions mises en place dans le cadre du programme

- Participation des saunas au programme *Au sauna... on s'emballe!*

Séro-Zéro compte cinq saunas partenaires impliqués activement. Huit autres partenaires s'impliquent en distribuant du matériel de prévention (condoms, lubrifiant).

- Rencontres avec les gérants des saunas de Montréal

Depuis les trois années d'existence du programme *Au sauna... on s'emballe!*, de nombreuses rencontres se sont déroulées avec les gérants des saunas de Montréal. Les rencontres individuelles pour discuter des affaires courantes du programme sont assez fréquentes mais très peu documentées. Il y a eu deux rencontres de groupes concernant l'orientation globale du programme. En avril 1991, par exemple, avant le début des interventions du programme,

une rencontre s'est tenue avec cinq représentants de quatre saunas; en mai 1992, il y a eu une autre rencontre avec dix représentants de huit saunas.

En janvier 1992, Séro-Zéro a effectué un sondage auprès des cinq saunas participant activement. Un questionnaire de cinq pages a été développé pour recueillir de l'information, notamment, sur les lieux, les clientèles, les services, le matériel sécurisexe disponible, etc.

- Rencontres avec les employés des saunas de Montréal

De nombreuses rencontres *ad hoc* avec les employés des saunas participants se sont déroulées. Ces rencontres de travail sont fréquentes mais pas documentées. En revanche, il y a eu deux rencontres avec les employés concernant l'évaluation dans chacun des saunas impliqués. À l'automne 1992, les intervenants ont fait une tournée de formation auprès des employés de quatre saunas. Ces séances ont duré deux heures en moyenne et ont couvert des thèmes tels que le travail de Séro-Zéro, le programme *Au sauna... on s'emballe!*, le rôle des employés dans le programme, la transmission du VIH et le sida. Une évaluation a été faite à la fin de chaque séance. Ces évaluations ont clairement indiqué la satisfaction des employés vis-à-vis des séances de formation ainsi que leur intérêt à poursuivre leur implication dans le projet.

- Interventions ponctuelles

Le programme *Au sauna... on s'emballe!*, a également mis en place des interventions ponctuelles dans les saunas, par exemple, des distributions de sachets avec condom et lubrifiant à l'occasion d'événements spéciaux. Lors d'une session de peinture en graffiti dans l'un des saunas, les intervenants ont distribué des sachets avec les tracts de Séro-Zéro. Des mini-affiches et des petites cartes ont été produites et distribuées à l'occasion de la Saint-Valentin et de Noël. Les vidéoclips sur le sécurisexe ont été distribués dans le cadre de l'exposition «Revoir le sida», en coopération avec Diffusion gaie et lesbienne du Québec.

- Recrutement de bénévoles

Les employés du programme ont entrepris de recruter des bénévoles, de les former et de les impliquer à l'occasion d'interventions dans les saunas (entre autres, pour la cueillette des données du projet d'évaluation). Entre janvier 1992 et décembre 1994, plus de 15 bénévoles ont été formés.

- Nombre de personnes rejointes par les interventions

Il n'y a pas de données sur le nombre de personnes rejointes par les interventions du programme *Au sauna... on s'emballe!* Toutefois, on sait que les chambrettes des cinq saunas participant activement au programme représentent 55% des chambrettes de saunas du Montréal métropolitain.

3.1.2 Principaux outils mis en place par Séro-Zéro dans le cadre du programme

- Production du bulletin de liaison *Les PROJETS-aCTIONS*

Ces bulletins d'information destinés au personnel des saunas sont produits trois ou quatre fois par année avec un contenu varié, incluant des références, des mises à jour, des informations

sur les interventions de Séro-Zéro et sur le sécurisexe. Tous les saunas de Montréal et de la rive-sud ont reçu au moins deux bulletins par établissement.

- Remise d'un condom gratuit à chaque admission au sauna

Le programme *Au sauna... on s'emballe!* achète des condoms en vrac et les revend à prix minime aux saunas. Ceci représente entre 36 000 et 72 000 condoms annuellement, par établissement. Dans tous les saunas participant au programme, un condom est remis gratuitement à chaque client lors de son arrivée. Cette activité représente un coût assumé par les établissements et témoigne de leur implication.

- Possibilité d'achat de lubrifiant et de condoms supplémentaires à coût moindre

Le programme *Au sauna... on s'emballe!* achète le lubrifiant en sachet en vrac et le revend à prix minime aux saunas. Le sauna revend le lubrifiant à ses clients à 0,25 \$ l'unité. Ceci représente entre 250 et 12 000 sachets de lubrifiant annuellement, par établissement.

- Installation d'un présentoir pour la diffusion d'affiches et de dépliants

Afin de rendre l'information sur le VIH-sida plus disponible, des présentoirs en plastique transparent sont placés dans quatre des saunas à un endroit stratégique pour que les gens puissent les regarder tranquillement. Ils contiennent des espaces pour des dépliants, une affiche et pour d'autre matériel pertinent (rubans, etc.).

- Dépliants disponibles dans les présentoirs

Les dépliants sur le sécurisexe et sur Séro-Zéro sont distribués dans les saunas participants. Le matériel distribué est produit par Séro-Zéro (dépliants du style bande dessinée), par le Ministère de la Santé et des Services sociaux du Québec (*Sans condom, c'est non*) ou par d'autres groupes de lutte contre le sida (*Sécurisexe* par Action Sida Laval, *Sexe oral, Sexe anal* par Act Toronto).

- Introduction de la serviette avec pochette *Au Sauna... On s'emballe!*

Les pochettes pour serviettes ont été introduites par le programme *Au sauna... on s'emballe!* en 1993. Les politiques de remise de serviettes sont légèrement différentes pour chaque sauna. Les cinq saunas participant activement au programme ont tous, à un moment donné, pris les serviettes avec pochette. Entre janvier et décembre 1994, 2 231 pochettes ont été distribuées. Souvent, lorsqu'une serviette devient usée, la pochette est récupérée et cousue sur une nouvelle serviette. Dans la plupart des cas, les serviettes avec pochette sont disponibles.

- Distribution d'affiches sur le sécurisexe

Les affiches provenant d'autres organismes de lutte contre le sida (*Le plaisir du latex, Incognito Libido Bingo*) ou du Ministère de la Santé et des Services sociaux du Québec (*On serait fous de s'en passer; Pour moi le condom ça change rien*) ont été distribuées et affichées dans les saunas. Au total, plus de 150 affiches ont été distribuées entre janvier 1992 et décembre 1994. Les politiques d'affichage varient selon les saunas: certains ont des affiches partout, d'autres seulement à l'entrée.

- Participation à la campagne *Le droit d'aimer*

Les affiches de la campagne *Le droit d'aimer* ont été distribuées dans les saunas. Ces affiches ont été si populaires que plusieurs ont été volées.

- Création d'une affiche par et pour les saunas

En mai 1993, les 14 saunas de l'île de Montréal ont contribué financièrement à la réalisation d'une affiche de prévention destinée à leur clientèle: *Mouillez-vous, couvrez-vous*. Ce partenariat est extrêmement important car il permet l'atteinte d'un objectif de prise en charge par le milieu, grâce à un engagement financier et concret.

- Introduction d'accroche-porte *Je préserve mon plaisir - Le plaisir du latex*

Les accroche-porte, *Je préserve mon plaisir - Le plaisir du latex*, ont été produits et distribués dans les saunas. Ils permettent à la personne d'indiquer si elle veut ou non être dérangée dans sa chambrette (comme dans un hôtel). En 1993, 3 958 accroche-porte ont été distribués.

- Introduction des cartes-mémos *Tu me plais en latex*

Les cartes-mémos ont été produites par Séro-Zéro et distribuées dans tous les saunas de l'île de Montréal et de Longueuil. Elles présentent quelques informations sur le sécurisexe et sur Séro-Zéro ainsi que des espaces pour écrire noms, adresses et messages personnels. En 1993, 3 250 cartes-mémos ont été distribuées.

- Expérimentation d'un porte-clés porte-condom

Les porte-clés ont été produits et distribués dans deux saunas pendant trois semaines. Un sondage a été ensuite effectué pour mesurer la satisfaction des clients face à cette intervention. Les opinions étaient partagées à savoir si le porte-clés était un moyen efficace pour véhiculer des messages de prévention.

3.2 Résultats des rencontres avec les gérants

Cette section résume cinq rencontres avec les gérants des saunas, première étape de l'évaluation du programme *Au sauna ... on s'emballe!*

3.2.1 Apprécier le processus

3.2.1.1 Réaction des gérants face au programme *Au sauna... on s'emballe!*

Les réactions des gérants face au programme *Au sauna ... on s'emballe!* semblent plutôt positives. Chacun pense que le programme est important. Les réactions varient:

- On ne peut pas réagir négativement à ça.
- On n'a pas le choix.
- C'est très bien ce que Séro-Zéro fait.

Selon eux, il n'y a pas de problème dans la gestion de l'espace face aux interventions. La plupart des gérants apprécient l'emplacement du présentoir ainsi que des affiches actuelles.

Deux gérants notent que les présentoirs se vident régulièrement mais l'un d'eux souligne qu'il faut renouveler le matériel. Un des quatre gérants n'a pas de présentoir mais laisse les dépliants sur une table, à l'entrée.

Dans l'ensemble, les quatre gérants n'hésitent pas à dire que le travail de Séro-Zéro est très utile:

- La question ne se pose même pas .
- La prévention est à prendre au sérieux.

Un des gérants note que l'affiche *Mouillez-vous, couvrez-vous* ressemble à une orgie et ne représente pas la clientèle de son sauna. Un autre souligne que cette affiche n'est pas représentative:

- C'est plutôt comme un «Black & Blue» party.

3.2.1.2 Perception de la réaction des employés face au programme *Au sauna... on s'emballe!*

La perception que les gérants ont de la réaction des employés est plutôt favorable, malgré certains commentaires:

- On a jamais vraiment parlé de Séro-Zéro.
- Ça fait partie de leur travail.
- Ça va de soi.

Ils apprécient la formation donnée initialement par Séro-Zéro, mais deux gérants mentionnent qu'il serait bien de la répéter ou de la mettre à jour compte tenu de la mobilité du personnel. Un autre souligne que les employés semblent intéressés par la problématique et que les clients leur posent souvent des questions concernant le sida et la transmission du VIH.

Un gérant mentionne que les employés connaissent bien l'intervenant de Séro-Zéro chargé du programme *Au sauna... on s'emballe!* et que ce dernier maintient d'excellents rapports avec les employés. La plupart des gérants ne reçoivent pas de plaintes de leur personnel vis-à-vis du travail de Séro-Zéro.

En revanche, un gérant souligne que les employés apprécient moins certains outils comme les accroche-porte. De plus, un des gérants note que le personnel apprécie moins les serviettes avec pochette et qu'il y a quelques plaintes car, parfois, les objets tombent de la pochette. Il souligne la nécessité d'avoir des serviettes avec pochette plus grandes.

Les gérants disent que Séro-Zéro ne présente pas vraiment plus de travail pour le personnel sauf, un peu, au niveau administratif. Deux gérants notent que le personnel accepte bien les changements occasionnés. Ils ne trouvent pas importantes les contraintes administratives face au programme *Au sauna... on s'emballe!* Il est mentionné que:

- Ça occasionne quelques frais.
- C'était des frais nécessaires.

3.2.1.3 Perception de la réaction des clients

En ce qui concerne les questions particulières sur les activités ou les outils de Séro-Zéro, la réaction des gérants est positive. Il est surtout fait mention de l'importance de donner des condoms à l'entrée afin de rappeler immédiatement aux clients la nécessité de se protéger. Un des gérants constate qu'il n'a jamais vraiment eu de problème et que:

- Étant donné les circonstances, on doit faire ce qu'on peut.

Les quatre gérants soulignent que les condoms donnés à l'entrée sont bien appréciés des clients, surtout depuis le changement de marque. Deux des gérants soulignent que les condoms donnés auparavant n'étaient pas vraiment appréciés. Trois gérants remarquent qu'il arrive souvent que les condoms ne soient pas utilisés. Trois des quatre gérants disent que les clients veulent souvent avoir les serviettes avec pochette. Il est noté que:

- Tout le monde était d'accord avec l'idée de donner des condoms aux clients même si les clients ne les utilisent pas tout le temps.
- Il y a même des gens qui demandent à en avoir deux.
- C'est peut-être mieux de payer plus cher pour avoir des condoms qui inspirent confiance.

Par rapport aux affiches du programme, la perception de la réaction des clients est soit neutre, soit plutôt positive. On souligne que les gens voient les affiches partout et que maintenant, ils en ont pris l'habitude. Néanmoins, un des gérants note que les affiches sont «trop gaies», «qu'on a beaucoup de bisexuels ici».

3.2.1.4 Niveau de collaboration avec Séro-Zéro

Le niveau de collaboration entre les établissements et Séro-Zéro semble particulièrement positif et efficace. Les quatre gérants sont tous satisfaits du niveau de support de Séro-Zéro:

- Séro-Zéro a toujours été réceptif à mes appels et très diplomate.
- Il y a une bonne communication.
- Ça va mieux, même bien.
- Le support est suffisant... même des fois trop... on est parfois inondé.

Les quatre gérants trouvent Séro-Zéro crédible:

- Ça semble être un organisme qui se veut sérieux.
- Le nom commence à être connu.
- Ils sont très crédibles.

Les quatre gérants trouvent que l'organisation est généralement efficace:

- Si on a besoin de quelque chose, on l'a tout de suite.
- Si on place une commande, le lendemain on a toujours une réponse.

3.2.2 Comprendre les besoins

• Suggestions et commentaires

Les gérants suggèrent de continuer le travail et de développer une variété d'interventions pour les sous-groupes de clients:

- On est toujours limité si on veut plaire à tout le monde en même temps.
- Les interventions doivent être plus spécifiques, plus ciblées, par exemple, auprès des plus jeunes.

Ils trouvent qu'il faut aller au-delà du simple transfert d'information:

- Aujourd'hui, il y a des gens qui continuent d'avoir des pratiques sexuelles à risque. Ils sont quand même informés. Il faut trouver d'autres moyens, d'autres façons de les rejoindre.

Certains trouvent qu'on ne peut pas complètement changer le monde:

- Ceux qui n'ont pas compris, ne comprendront jamais.

Certains trouvent que des actions concrètes doivent être privilégiées par rapport à d'autres:

- L'argent serait mieux utilisé si on payait les condoms au lieu de faire d'autres affiches.

Il ne faut pas oublier que, pour eux, les saunas sont des établissements à but lucratif. La confidentialité doit donc régner sur tout le reste:

- Nos communications doivent rester entre nous. Il ne faut pas oublier que les saunas sont en compétition.

3.2.3 Évaluation

Trois gérants (dont l'un est gérant de deux établissements) ne voient aucune objection à faire l'évaluation dans leur établissement. Le quatrième a participé aux rencontres mais refusé de distribuer les questionnaires:

- Ici, c'est comme une famille. On sait ce que font les gens. Avec les autres questionnaires, j'ai eu trop de plaintes.

Un des gérants est particulièrement intéressé au projet d'évaluation :

- Les choses vont déjà bien. Ce sondage va nous donner une bonne indication à quel point ça peut changer la perception et les pratiques. C'est en soi un travail collectif où tout le monde fait sa part.

3.3 Résultats du questionnaire et des rencontres avec les employés

Cette section du rapport résume les quatre rencontres avec les employés des saunas et les résultats des questionnaires qu'ils ont remplis dans le cadre de l'évaluation *Au sauna... on s'emballe!*¹⁷.

3.3.1 Apprécier le processus

3.3.1.1 Points de vue sur la prévention dans les saunas

Dans le sondage par questionnaire, tous les employés (100%) trouvent qu'il est bien que les saunas participent aux campagnes de lutte contre le sida. De plus, près de la totalité (95%) des employés estiment nécessaire de faire de l'éducation concernant la transmission du VIH auprès de leur clientèle. Quatre-vingt-six pour cent (86%) disent que le sauna est un lieu approprié pour faire de l'éducation et mener des interventions sur le sida.

3.3.1.2 Perception de l'utilité des interventions

Les employés semblent reconnaître leur responsabilité vis-à-vis des personnes afin de prévenir la transmission du VIH :

- Séro-Zéro: la prévention, faut en faire.
- C'est essentiel et même un devoir moral.

Ils croient fermement à l'utilité des interventions de Séro-Zéro:

- Je crois que le rôle de Séro-Zéro est de nous tenir informés sur cette terrible maladie. La prévention est toujours utile et tous les moyens sont bons. Même si ce n'était qu'une vie sauvée, c'est toute une vie.
- J'apprécie à plein les initiatives, félicitations. Très bonne initiative bien qu'elle soit un peu inefficace car beaucoup ne s'en soucient pas.
- J'espère que Séro-Zéro va continuer. C'est bien ce que vous faites.

En général, tous les employés croient qu'il faut continuer les interventions auprès des clients bien qu'ils pensent qu'elles rejoignent directement seulement la moitié d'entre eux.

3.3.1.3 Reconnaissance de Séro-Zéro et de son matériel

Tous les répondants (100%) reconnaissent Séro-Zéro à titre de «groupe de prévention de la transmission du VIH». Le quart pense que Séro-Zéro est également «un groupe de soutien aux personnes vivant avec le VIH». La quasi totalité d'entre eux (97%) reconnaissent *Au sauna... on s'emballe!* Nombreux sont ceux (de 88% à 95%) qui ont vu l'affiche *Le droit d'aimer* et les dépliants *Sexe oral* et *Sexe anal*. Un peu plus de la moitié seulement (55%) ont vu *Mouillez-vous, couvrez-vous*. Soixante-dix-sept pour cent (77%) des répondants ne sont pas certains ou n'ont pas vu l'affiche *Chaleur en Ville*.

¹⁷ Il n'y a que peu de moyens de différencier la réaction des employés de leur perception des réactions des clients. Quelques distinctions ont été faites, en essayant de rendre leurs propos aussi fidèlement que possible. De plus, deux méthodes de cueillette de données (questionnaires écrits et discussions) ont été utilisées en complément.

Les activités de Séro-Zéro ne créent peu ou pas de travail supplémentaire aux employés (88%). Aucun des employés trouve qu'elles créent beaucoup de travail. La majorité ne se heurte pas à des problèmes tels que des graffitis sur les affiches ou des dépliants déchirés. En revanche, 69% disent avoir déjà trouvé des dépliants par terre et, environ le tiers (30%) remarquent que souvent les condoms ne sont pas utilisés et traînent.

3.3.1.4 Appréciation des affiches

Malgré leur appréciation favorable face au programme *Au sauna... on s'emballe!*, les employés sont un peu critiques face aux affiches:

- Beaucoup ne lisent pas les affiches (qui attirent peu l'attention).
- Les affiches sont laides et n'impliquent pas les gens. Plusieurs clients trouvent que les affiches sont XXX.
- Il y a beaucoup trop d'affiches à l'entrée. Ils ont l'impression d'entrer dans une exposition.
- Les affiches, et surtout les accroche-porte, sont du gaspillage, des monstres de papier et d'énergie.

En revanche, et ceci constitue un élément important, les affiches et dépliants plus directs sont utiles:

- Je pense que les dépliants informatifs sur les risques du sexe oral-anal constituent le meilleur de votre travail.

• Affiche *Le droit d'aimer*

Deux affiches ont été produites. La réaction face à la première affiche est plutôt mitigée. L'image est ambiguë: est-ce un gars ou une fille? Le message semble confirmer certains stéréotypes gais: moustaches et hommes plus féminins. L'image donne l'impression d'un couple fidèle:

- Ce n'est pas dans les saunas qu'on trouve ça.

La deuxième affiche est beaucoup plus appréciée. C'est un message de tolérance et de revendication des droits. Les hommes sont beaux et souriants. Les employés ne voient pas de lien direct entre l'acceptation de soi et la prévention. Suite à une discussion, les répondants disent:

- Je pense que ceux qui s'affirment sont moins portés à prendre des risques.

• Affiche *Plaisir du latex*

Pour la plupart des employés, l'affiche *Plaisir du latex* est exemplaire. C'est évident explicite et excitant. C'est une photo qui représente tout le monde. On voit le condom et on voit où il faut le mettre. L'image est claire. Toutefois, le mot «latex» n'est pas évident pour tout le monde:

- Je pensais que c'était peut-être une nouvelle marque de peinture.

• Affiche *Chaleur en ville*

La bande dessinée est bien appréciée de même que l'affiche avec les cartes postales. Ça donne un ton de légèreté, approprié pendant l'été. Il y a de la complicité. Les gens s'amuse

ensemble. Toutefois, il n'y a pas consensus sur la clarté du message. Pour certains, «plonger à coup sûr» est une métaphore dont le lien leur échappe. D'autres trouvent ça «assez clair» ou «cute» comme message sécurisexe.

- Affiche *Mouillez-vous, couvrez-vous*

Bien que les gens trouvent l'affiche «sexy» et la regardent, les employés s'entendent sur le fait que cette affiche n'est pas préventive, le message n'est pas du tout clair. Selon les employés, ça a l'air d'un «party». Cette affiche a soulevé des critiques. Le fait qu'il y ait trois personnes ensemble sur l'affiche n'aide pas:

- C'est comme une orgie, les gens ne s'identifient pas à ça.
- Les personnes sur l'affiche sont connues (un des modèles joue dans des films pornos); les gens savent ce que les personnages de l'affiche font dans la vie, ça enlève de la crédibilité.

Un autre employé montre une contradiction dans l'image:

- Quand ils sont trois ou quatre dans les douches, on va les avertir de rentrer dans les chambres. Ce n'est pas cohérent avec l'affiche.

La visibilité de Séro-Zéro n'est pas assez évidente sur l'affiche selon les employés:

- On ne voit pas que ça vient de Séro-Zéro.

- Nouvelle affiche

L'affiche qui explique la façon de se servir du condom semble bien appréciée et utile.

3.3.1.5 Appréciation des dépliants

- Dépliants «Sexe oral» et «Sexe anal»

Selon les employés, les dépliants «Sexe oral» et «Sexe anal» sont appréciés, même après quelques années. Ils les trouvent sérieux et assez directs. Les gens les lisent, repartent souvent avec. Malgré la popularité des dépliants, tous les employés n'aiment pas le «mode d'emploi». Ils pensent qu'il y a trop de texte, ce qui les rend moins intéressants. Lors de deux rencontres, on a mentionné la nécessité de dépliants en anglais aussi bien qu'en français.

- Nouveaux dépliants

Les nouveaux dépliants (genre photos-romans) sont pris, lus et jetés. Les employés trouvent que les gens les aiment, les apprécient:

- On les récupèrent comme les revues *Fugues*.
- C'est saisissant, avec les vrais mots.
- C'est «direct et cute», facile à lire: «style consommation rapide!».

Néanmoins, certains trouvent le texte peu réaliste et qu'il discrédite le contenu. Selon un employé, les gens de la nuit les trouvent même «débiles». Les employés ont des réserves quant aux dépliants sur le sexe oral. Ils le trouvent confus. Les gens veulent savoir si le

«suçage» est sécuritaire. Certains trouvent même qu'il est illusoire de croire que les gens suceront avec un condom.

3.3.1.6 Appréciation de la pochette de serviette

La pochette sur les serviettes semble plaire à beaucoup. Les employés disent que les gens les demandent, qu'ils sont déçus quand ils ne l'ont pas et que les clients y transportent toutes sortes de choses.

Selon un employé, au début, les gens trouvaient l'idée et le slogan sur les pochettes *Au sauna... on s'emballe!* très originaux. Le logo est à la fois «le fun» et «assez voyant». Certains employés trouvent que ça pourrait être plus voyant et plus direct (genre «Utilisez des condoms»).

Dans certains saunas, on récupère les pochettes pour les coudre sur d'autres serviettes. Elles sont donc plus faciles à déchirer, de moins bonne qualité d'impression, et/ou pas solides. Dans certains saunas, les pochettes sont seulement sur les plus petites serviettes. Les employés pensent qu'elles devraient être sur toutes.

3.3.1.7 Appréciation des autres produits

- Cartes-mémos

Il n'y a pas vraiment consensus sur l'utilité des cartes-mémos. Certains disent que les clients les prennent mais que le côté qui contient le message est plutôt enlevé pour que les gens échangent leurs numéros de téléphone. Quelques employés pensent que le message doit être recto-verso ou aux extrémités.

- Accroche-porte

Il y a consensus chez les employés sur les accroche-porte. Selon eux, ils ne sont pas une bonne solution pour transmettre les messages; ils occasionnent du travail au personnel et sont peu utilisés.

- Événements spéciaux

Les gens semblent beaucoup apprécier quand les condoms et le lubrifiant sont donnés ensemble. Il est arrivé que des rubans rouges soient distribués avec les condoms mais les épingles sont dangereuses dans un endroit où les gens marchent pieds nus. De plus, la distribution de rubans avec épingles ne doit pas se faire avec les condoms car on risque de les percer.

- Bulletin Séro-Zéro

Le bulletin de Séro-Zéro est peu connu même dans les saunas où il est affiché.

3.3.1.8 Profil des clients selon les employés

D'après les employés, la clientèle varie selon le sauna, le jour et la période du jour. Elle change selon l'âge, le style (cuir, jeans, homme d'affaires, etc.), le revenu et l'état civil.

Certains saunas ont une clientèle régulière. Normalement, les clients réguliers viennent à la même heure, le même jour.

Les vendredi et samedi, les gens arrivent plus tard et ont souvent consommé de l'alcool. Généralement, pendant la semaine, les gens restent moins longtemps et il y a plus d'hommes d'affaires. Pendant le jour, la clientèle est souvent plus âgée et il y a plus d'hommes mariés. Les clients de jour ont, selon les employés, moins de relations sexuelles que ceux du soir ou de la nuit.

Les clients vont au sauna pour plusieurs raisons dont la principale est de trouver un partenaire sexuel. Le sauna est plus sécuritaire que d'autres lieux de rencontres sexuelles comme les parcs ou la montagne (Mont-Royal). Les rencontres y sont plus faciles. Une minorité vient spécifiquement pour socialiser ou simplement pour dormir. Certains ont un besoin d'affection et d'amour qu'ils n'arrivent pas, selon les employés, à combler autrement.

En général, les employés sont d'accord sur le fait que la sexualité vécue au sauna est une sexualité de consommation rapide. Les gens sont pressés d'entrer et de sortir du sauna et, par conséquent, peu de temps et d'effort sont consacrés à une meilleure communication. Par ailleurs, parmi les gens pressés, certains semblent insoucians sauf au niveau de la consommation, ils sont prêts à tout pour le «score».

Les employés ont identifié plusieurs sous-catégories de clients avec des vécus différents. Tout d'abord l'âge: les jeunes découvrent leur sexualité au moment où ils prennent conscience de la présence du sida. Ils font, selon un employé, la même chose que les plus âgés ont fait à leur âge mais à l'ombre du sida. Les plus âgés (plus de 35 ans) ont parfois davantage de difficultés à maintenir un comportement préventif. Ils ont établi leur répertoire sexuel avant le sida et regrettent la perte de ce sentiment de liberté. Il y a aussi, selon les employés, plus de deuils dans leur entourage et ils se désespèrent plus facilement.

Parmi la clientèle des saunas, disent les employés, il y a aussi les hommes mariés. Ces derniers vivent deux vies parallèles, deux choix de sexualité et ils ont des besoins spécifiques en termes d'information et d'encouragement. Il y a également des hommes qui se savent séropositifs. Ils ont, eux aussi leurs propres réalités et des besoins spécifiques.

3.3.1.9 Perception de la réaction des clients aux produits et services de Séro-Zéro

Dans la plupart des cas, les interventions et les produits de Séro-Zéro sont bien appréciés. Les présentoirs sont solides et utilisés par les clients. Les affiches ne sont pas agressantes. Les dépliants sont lus. Les messages semblent bien passer. Il faut souligner que tous les répondants sont catégoriques sur le fait de poursuivre les activités: «surtout, ne pas arrêter».

En général, les employés pensent que les clients ont une impression très positive du travail de Séro-Zéro. Néanmoins, ils disent que les clients restent parfois sceptiques. On se demande, par exemple, où va l'argent recueilli dans les levées de fonds, en ville, par l'organisme. Les clients pensent souvent que les affiches sont faites par les saunas et ne s'aperçoivent pas que les condoms viennent de Séro-Zéro, ni même que les saunas les paient. Ils soulignent que Séro-Zéro n'est pas assez en vue pour les clients:

- Votre travail est essentiel quoique peu exprimé.
- Je trouve que vous n'êtes pas assez visible.

En moyenne, soixante pour cent (60%) des employés interrogés n'ont pas reçu de commentaires positifs sur les interventions, sauf en ce qui concerne la pochette des serviettes. Trente pour cent (30%) disent avoir déjà eu des commentaires sur le fait d'aborder le sida au sauna. Vingt-deux pour cent (22%) disent avoir déjà reçu des commentaires sur les sortes de condoms offerts, leur accessibilité, les affiches et les dépliants.

La majorité des employés interrogés n'ont jamais reçu de plaintes sur les interventions de Séro-Zéro. Néanmoins, selon les employés, certains clients pensent que les affiches sont trop explicites sexuellement.

3.3.1.10 Condoms et lubrifiant

Les condoms donnés à l'entrée sont très appréciés. Normalement, selon les employés, tous les clients dans les saunas en reçoivent. Par contre, un employé note:

- Quand on en manque, seulement quelques-uns en demandent.

Un employé dit à propos de Séro-Zéro: «Leur logo, c'est le condom».

Plusieurs employés disent avoir déjà eu des plaintes en ce qui concerne les sortes de condoms donnés. Elles portent surtout sur les marques offertes auparavant et pas sur les nouveaux condoms (*Lifestyle*) qui inspirent davantage confiance.

La vente de sachets de lubrifiant varie beaucoup. Ils sont vendus surtout la nuit. On vend à peu près un sachet de lubrifiant pour 10 ou 15 condoms donnés. Certains employés citent quelques plaintes concernant les coûts et l'accessibilité des condoms et du lubrifiant.

3.3.2 Apprécier l'impact

3.3.2.1 Perception de l'influence

La majorité des employés répondants pensent que certaines interventions ont un effet positif sur le sécurisexe: distribution de condoms à l'entrée des saunas (88%), pochettes de serviettes (67%), dépliant *Sexe oral* (67%), dépliant *Sexe anal* (60%).

Les employés sont davantage partagés quant à l'effet positif d'autres interventions: 55% pensent que la vente de lubrifiant et les présentoirs ont un effet positif sur le sécurisexe; 41% en ce qui concerne l'affiche *Le droit d'aimer*.

Les accroche-porte, les cartes-mémos ainsi que les affiches *Mouillez-vous, couvrez-vous* et *Chaleur en ville* sont moins appréciés: 42% ne savent pas ou pensent que les accroche-porte et cartes-mémos n'ont aucun effet positif sur le sécurisexe dans les saunas, 55% en ce qui concerne l'affiche *Mouillez-vous, couvrez-vous*, 72% en ce qui concerne *Chaleur en ville*.

3.3.2.2 Sexualité et condom

Les employés disent ne pas être témoins de tout:

- On n'est pas dans les chambres avec eux.
- Ils ne nous parlent pas sauf pour des questions comme: Y a-t-il du beau monde ce soir?

Malgré cela, ils considèrent être des témoins importants et avertis sur les activités sexuelles dans les saunas.

Selon les employés répondants, le nombre de clients pratiquant la pénétration anale varie entre une minorité et la moitié. Pour se prononcer, les employés se fient surtout au nombre de condoms utilisés. Les employés croient que 50% des condoms sont utilisés. On les retrouve dans les poubelles ou dans les chambres. Dans certains saunas, on a déjà récupéré des condoms non utilisés mais les clients semblent avoir moins confiance. Un employé a mentionné que, selon lui, les gens qui louent des casiers utilisent moins les condoms.

3.3.3 Comprendre les besoins

3.3.3.1 Moyens d'intervention

Les employés ont discuté des divers moyens pour élargir le champ d'intervention du programme *Au sauna... on s'emballé!* dans leur sauna respectif. Ils ont parlé de possibilités telles que: spectacles, démonstrations, simulations, personnes-ressources sur place, accès facile au lubrifiant, guide électronique (questions-réponses) sur les risques, références sur les soins et services, ligne téléphonique directe, vidéos, dépliant qui résume les pratiques et les risques, etc.

Les employés sont, en majorité, en faveur d'autres séances de formation du personnel. Les employés pensent que les résultats du sondage peuvent, par exemple, être distribués de plusieurs façons et que les personnes sont intéressées à les connaître.

3.3.3.2 Messages de prévention

Dans les discussions, les employés ont donné leur point de vue sur un message de prévention «efficace dans les saunas». Selon eux, les deux éléments fondamentaux sont la clarté du message et le discours direct. En général, les messages sont souvent, disent-ils, «trop doux, trop indirects». Malgré tout, les employés sont, en majorité, conscients qu'il doit y avoir toutes sortes de messages «séduisants». Certains employés trouvent que les messages doivent frapper sans pour autant harceler les clients.

Les messages doivent porter sur plusieurs sujets. Les employés mentionnent, par exemple, le port du condom, comment mettre un condom, l'utilisation du lubrifiant, le sexe oral, les niveaux de risque, la promotion de la santé, la négociation (subtile et directe), la pénétration avec les doigts (avec sperme), etc. Selon quelques-uns, il est illusoire de croire que les gens vont sucer avec un condom. C'est plutôt rare, dit-on, sauf les «maniaques qui ont peur», pour citer un employé.

Les employés trouvent très bien de rappeler aux gens les modes de transmission du VIH:

- Mais il ne faut pas oublier d'autres MTS comme, par exemple, l'hépatite.

Concernant le port des condoms, un employé dit:

- Ils savent comment le mettre mais c'est plus important de vouloir le mettre.

Les employés soulignent, par exemple, la nécessité d'aller au-delà du simple transfert d'information:

- En théorie, tous sont au courant de l'usage du condom mais (surtout pour le sexe oral) il reste encore un malaise lorsqu'il s'agit d'en exiger le port.

Les messages doivent aussi viser toutes sortes de clients. Selon les employés, il faudrait viser:

- 1) Les consommateurs d'alcool et de drogues
 - La consommation a un effet direct et indirect.
- 2) Les jeunes
 - Ils ne se reconnaissent pas dans les images de vieux.
- 3) Les plus de 35 ans
 - Le comportement préventif pour les plus de 35 ans est plus difficile.
- 4) Les hommes mariés
 - Il faut penser à eux; s'ils mènent deux vies, deux choix de sexualité, il faut aborder les deux options.
- 5) Les non-affichés
 - Dans leur tête, ils ne sont pas à risque.

Les employés trouvent aussi que les messages doivent être transmis en anglais aussi bien qu'en français.

3.3.3.3 Images de prévention

Il n'y avait pas vraiment de consensus sur les images liées à la prévention. Néanmoins, sans en mettre trop, il faut accrocher l'attention des gens et leur permettre de se reconnaître dans l'image. Il faut, par exemple, avoir des images représentatives de tous les sous-groupes de la clientèle: les beaux, les jeunes, les noirs, les latinos, les obèses, les hommes d'affaires, les plus ordinaires, les malades, les plus matures. Les employés pensent qu'il est important que les images changent régulièrement, sans avoir trop d'affiches en même temps.

L'utilisation de vidéos est, selon plusieurs employés, à explorer davantage: «On a besoin de films érotiques, de films québécois», mais il faut les renouveler régulièrement.

Les employés disent utiliser de plus en plus le mot sécurisexe, en parlant de ce qu'ils voient autour d'eux. De plus, les clients semblent assez bien informés sur les modes de transmission. Lorsqu'on leur demande de chiffrer leur impression, les employés disent qu'il y a peut-être 10 à 20% des gens qui ont des pratiques à risque. Il y a, selon certains, encore beaucoup de travail à faire, spécifiquement chez les jeunes et les plus «straights».

Les employés sont plutôt d'avis que la consommation d'alcool et de cocaïne augmente le niveau de risque concernant les activités sexuelles. Il n'y a pas de consensus à propos des «poppers» et les employés constatent que le lien n'est pas toujours facile à faire. Un employé raconte qu'une fois, par exemple, il a trouvé une seringue et deux condoms utilisés. Les employés comme les clients se disent mal informés sur l'effet des drogues au niveau physiologique et plus spécifiquement concernant le système immunitaire, ainsi qu'au niveau psychologique de même que sur leur influence en ce qui a trait aux comportements à risque.

3.3.3.4 Sondage/Évaluation

Dans l'une des rencontres, on a discuté l'évaluation/sondage. Les employés ont trouvé que ça ne représentait pas plus de travail, qu'ils n'ont pas eu de plaintes, ni de problèmes. Un employé mentionne que les clients de jour étaient moins réceptifs. Un autre dit qu'on peut rester sceptique face aux résultats et que:

- On est toujours plus modeste quand on remplit un questionnaire.

Le questionnaire des employés semble bien apprécié:

- Votre questionnaire est bien pensé, merci d'informer les employés du sauna.
- Information très bien décrite, questionnaire bien formulé.
- J'aimerais avoir un compte rendu du sondage.

3.4 Résultats du sondage des clients

3.4.1 Profil des répondants

3.4.1.1 Données socio-démographiques, personnelles et socio-environnementales

La langue maternelle est le français parmi 77% des répondants, l'anglais chez 18%. La majorité des répondants, 71%, vivent sur l'île de Montréal. Ils sont en général assez bien scolarisés (figure 3). L'âge des participants varie entre 18 et 58 ans. La moyenne est de 35 ans. Douze pour cent (12%) ont 25 ans ou moins (figure 4). Il y a une bonne répartition du revenu annuel brut (avant impôt), de moins de 10 000 \$ à plus de 50 000\$.

Figure 3 = Niveau de scolarité des répondants.

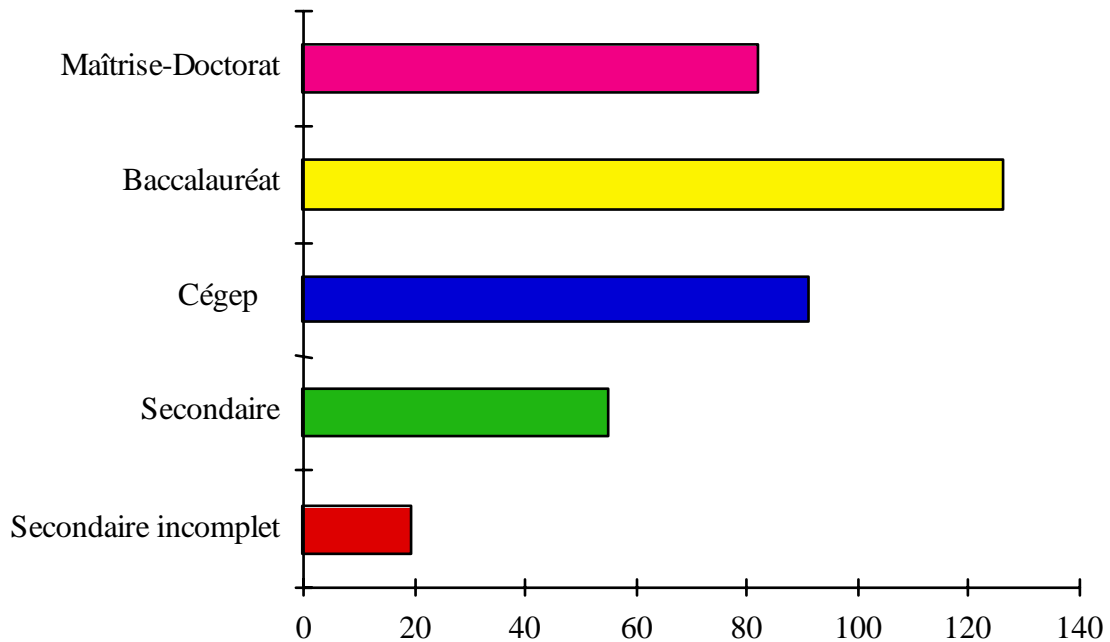
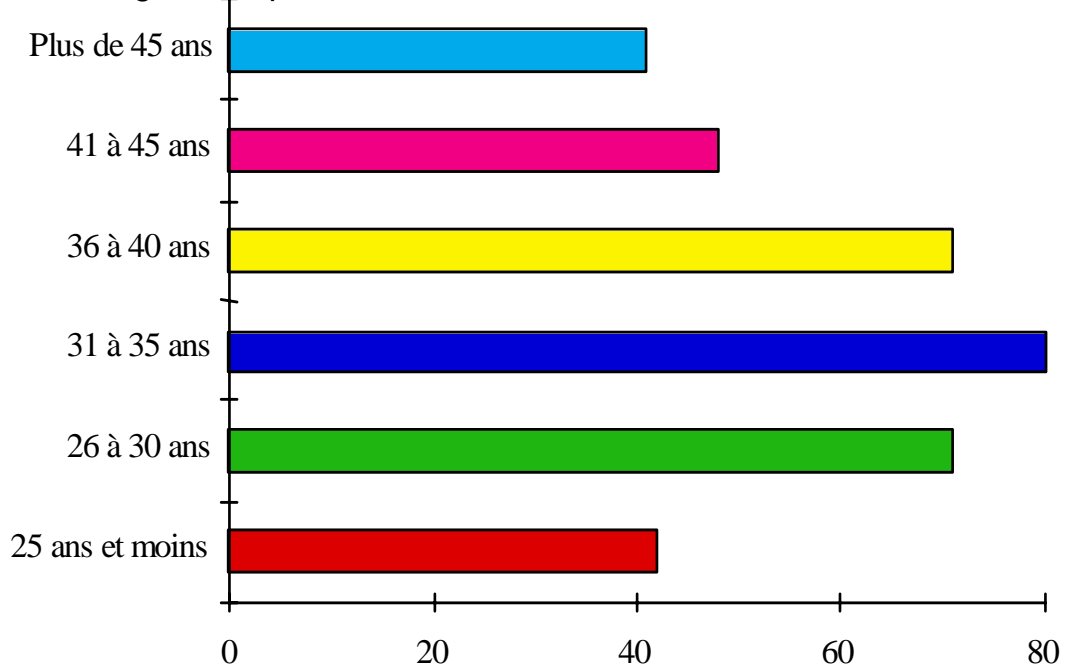


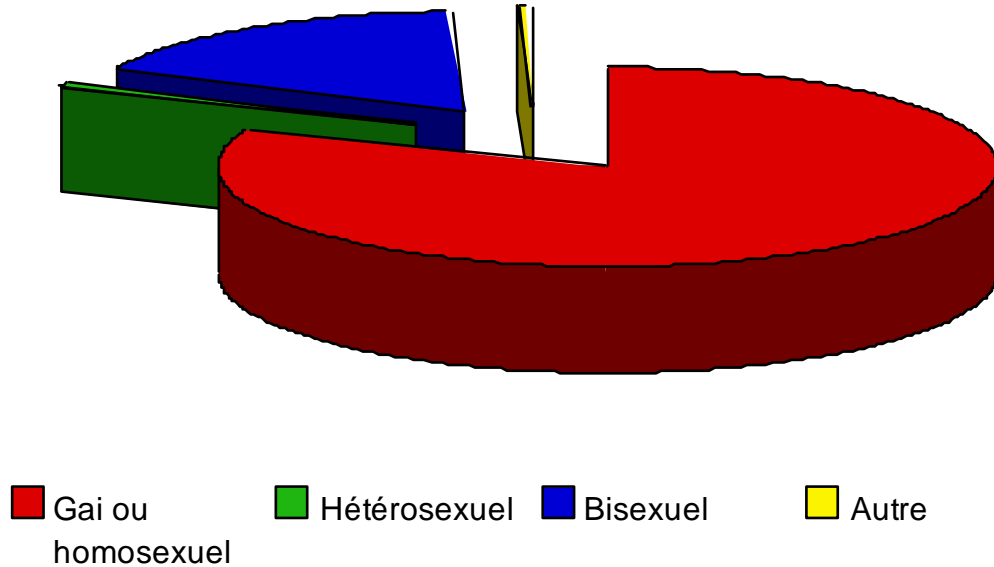
Figure 4 = L'âge des répondants.



Vingt-huit pour cent (28%) des répondants disent vivre une relation stable au moment de l'étude et 72% ne sont pas en relation. Parmi ceux qui vivent une relation stable, 85% vivent avec un homme et 15% avec une femme. Quarante-quatre pour cent (44%) des répondants en

relation stable le sont depuis plus de 5 ans. Quarante-vingt-un pour cent (81%) des répondants préfèrent se définir comme gai ou homosexuel et 17% comme bisexuel (figure 5).

Figure 5 = L'orientation sexuelle des répondants.



Soixante-treize pour cent (73%) de l'échantillonnage disent avoir déjà subi un test de dépistage des anticorps du VIH. Les autres, 27%, ont répondu par la négative. Parmi ceux qui ont passé le test, 18% se disent séropositifs, 80% séronégatifs et 3% ne connaissent pas le résultat.

Vingt-quatre pour cent (24%) des répondants disent fréquenter les saunas occasionnellement (moins d'une fois par mois), 46% fréquentent les saunas d'une à trois fois par mois, 25% d'une à deux fois par semaine et 5% au moins trois fois par semaine.

Les répondants ont indiqué où et comment ils rencontrent leurs partenaires sexuels. Les endroits les plus fréquents sont les saunas (88%). Les bars (48%) et les discothèques (39%) sont également des lieux de rencontre importants. Les lieux publics et sociaux (parc public, rue, gym, piscine, piste cyclable, montagne) sont aussi des endroits de rencontre pour quelques-uns des répondants.

3.4.1.2 Pratiques sexuelles

• Pratiques sexuelles au sauna

Les répondants ont indiqué les actes sexuels accomplis dans un sauna durant les trois derniers mois selon les fréquences suivantes: jamais, une fois, quelques fois, souvent.

Les activités les plus fréquemment pratiquées sont les suivantes: masturbation mutuelle, sexe oral et baiser (French kiss). Durant les trois derniers mois, 93% des répondants disent s'être masturbés avec un partenaire (87% plus d'une fois); 89%, avoir sucé le pénis d'un partenaire sans éjaculation dans la bouche (75% plus d'une fois); 88%, s'être fait sucer sans condom

(80% plus d'une fois); 86%, avoir embrassé un partenaire (French kiss) (77% plus d'une fois).

Les activités sexuelles les moins pratiquées au sauna sont les suivantes: léchage de l'anus, éjaculation dans la bouche et sexe oral avec condom. Dans les trois derniers mois, 62% des répondants disent s'être fait lécher l'anus (49% plus d'une fois); 50%, avoir léché l'anus d'un partenaire (34% plus d'une fois); 30%, avoir sucé le pénis d'un partenaire avec un condom (20% plus d'une fois).

Dans les trois derniers mois, 29% des répondants disent s'être fait sucer le pénis avec un condom au sauna (19% plus d'une fois); 23%, avoir sucé le pénis d'un partenaire avec éjaculation dans la bouche (15% plus d'une fois).

Quarante-trois pour cent (43%) des répondants ont enculé un homme au sauna dans les trois derniers mois (figure 6). Parmi eux, 75% ont toujours porté un condom, 19% ont porté un condom souvent ou parfois et 6% ont rarement ou jamais porté un condom (figure 7).

Figure 6 = % des répondants qui ont enculé un homme au sauna dans les 3 derniers mois.

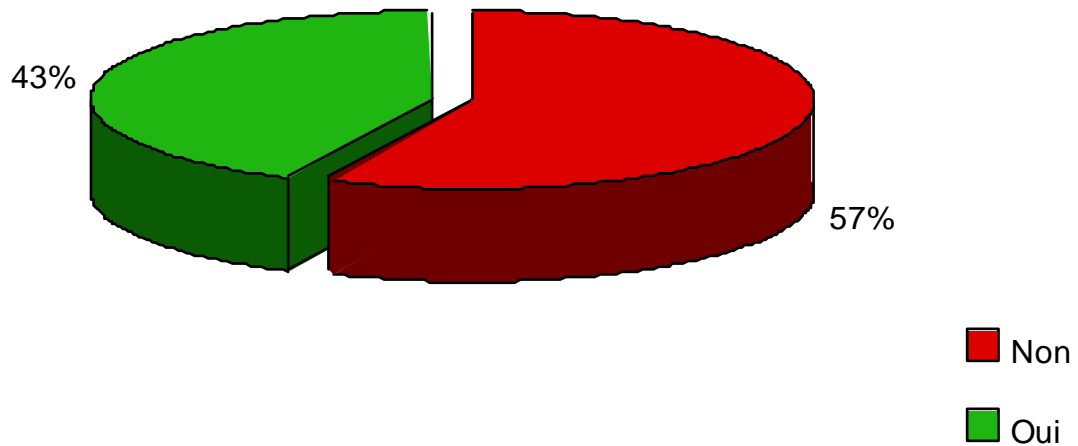
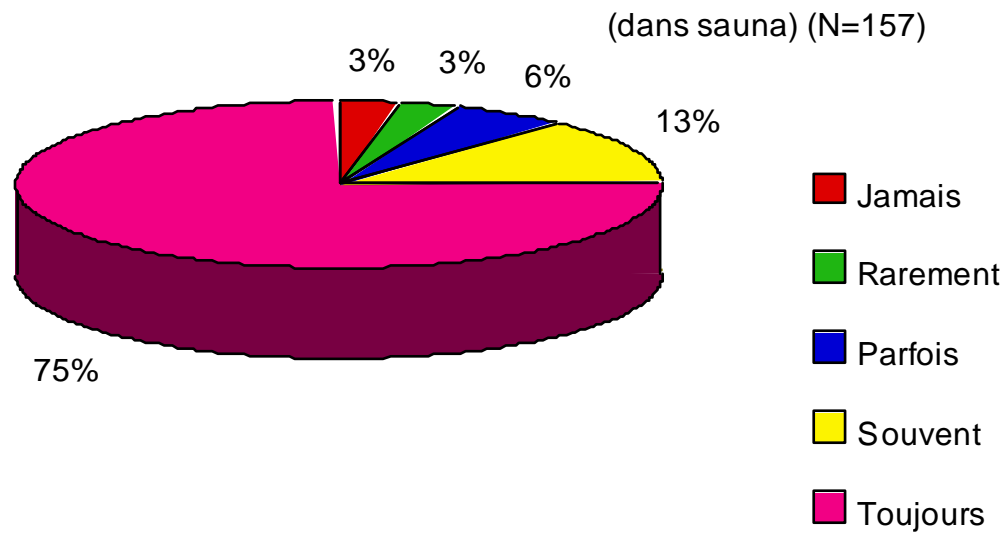


Figure 7 = % des répondants qui ont enculé avec un condom.



Parmi les répondants, 31% se sont fait enculer par un homme au sauna dans les trois derniers mois (figure 8). Parmi eux, 83% ont toujours porté un condom, 12% ont porté un condom souvent ou parfois et 5% ont rarement ou jamais porté un condom¹⁸ (figure 9).

¹⁸ Il faut noter que le total des pourcentages est supérieur à 100% et ce, après avoir arrondi les chiffres.

Figure 8 = % des répondants qui ont été enculé par un homme au sauna dans les 3 derniers mois.

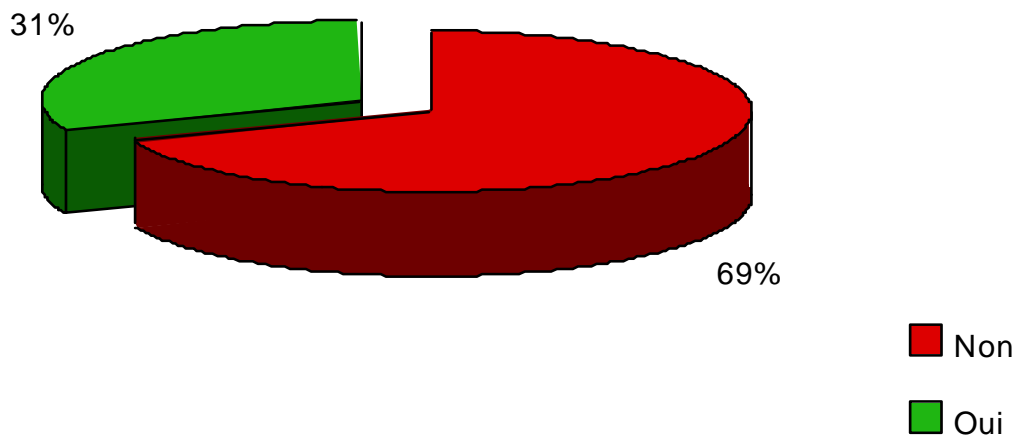
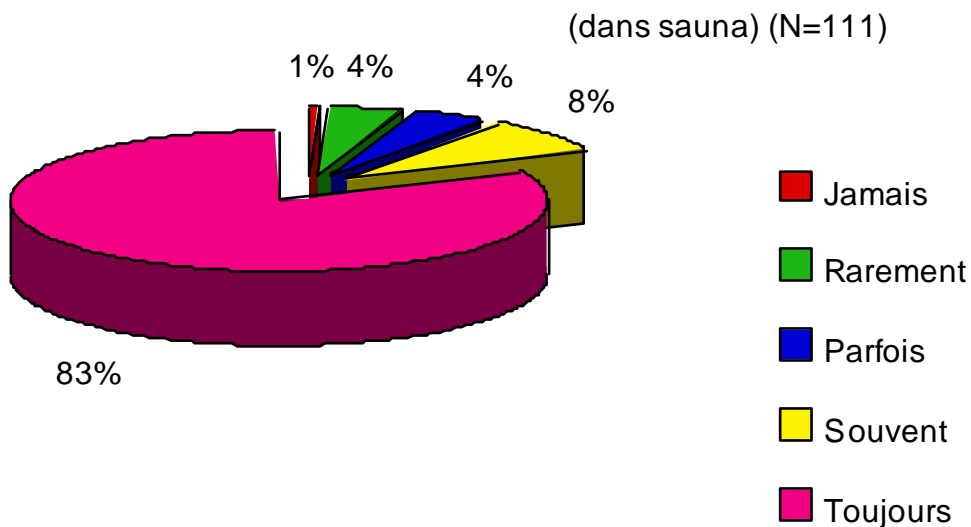


Figure 9 = % des répondants qui ont été enculé avec un condom.



• Activités sexuelles en dehors du sauna

Les répondants ont indiqué les actes sexuels accomplis avec un homme en dehors du sauna durant les trois derniers mois selon les fréquences suivantes: jamais, une fois, quelques fois et souvent.

Les activités sexuelles les plus fréquemment pratiquées sont les suivantes: masturbation mutuelle, sexe oral et baiser (French kiss): 73% des répondants disent s'être fait sucer sans condom dans les trois derniers mois (67% plus d'une fois).

Les activités les moins pratiquées avec un homme en dehors du sauna sont les suivantes: léchage de l'anus et pénétration anale avec condom: 51% des répondants ont dit s'être fait lécher l'anus (40% plus d'une fois) dans les trois derniers mois; 46%, avoir léché l'anus d'un partenaire (35% plus d'une fois). D'autres activités sont également moins pratiquées en dehors du sauna: sucer avec éjaculation, pénétrer l'anus sans condom et se faire pénétrer sans condom.

Dans les trois derniers mois, 45% des répondants disent avoir enculé un partenaire avec un condom (36% plus d'une fois); 38%, s'être fait enculer par un partenaire avec un condom (30% plus d'une fois).

Sucer ou se faire sucer avec un condom est une pratique moins courante: 22% des répondants disent avoir sucé avec un condom ailleurs qu'au sauna dans les trois derniers mois (18% plus d'une fois); 18%, s'être fait sucer avec un condom (15% plus d'une fois).

Dans les trois derniers mois, 22% des répondants disent avoir sucé le pénis d'un partenaire avec éjaculation dans la bouche (15% plus d'une fois); 18%, avoir pénétré un partenaire sans condom (11% plus d'une fois); 16%, s'être fait pénétrer sans condom (10% plus d'une fois).

Dix pour cent (10%) des répondants disent avoir eu des relations sexuelles avec une femme dans les trois derniers mois. Parmi ceux-ci, 44% ont utilisé un condom.

- Histoire de bris de condom

Un tiers des répondants, soit 33,2% (n = 125) disent avoir utilisé un condom qui a brisé (figure 10). Parmi eux, 58 indiquent que la fragilité du condom en était la cause, 50 qu'il n'y avait pas assez de lubrifiant, 17 que le condom était mal déroulé, 10 que le condom a été percé par un bijou, 9 que le condom a été percé par les ongles ou les dents et 52 ignoraient pourquoi le condom avait brisé (figure 11).

Figure 10 = % des répondants qui disent avoir utilisé un condom qui a brisé.

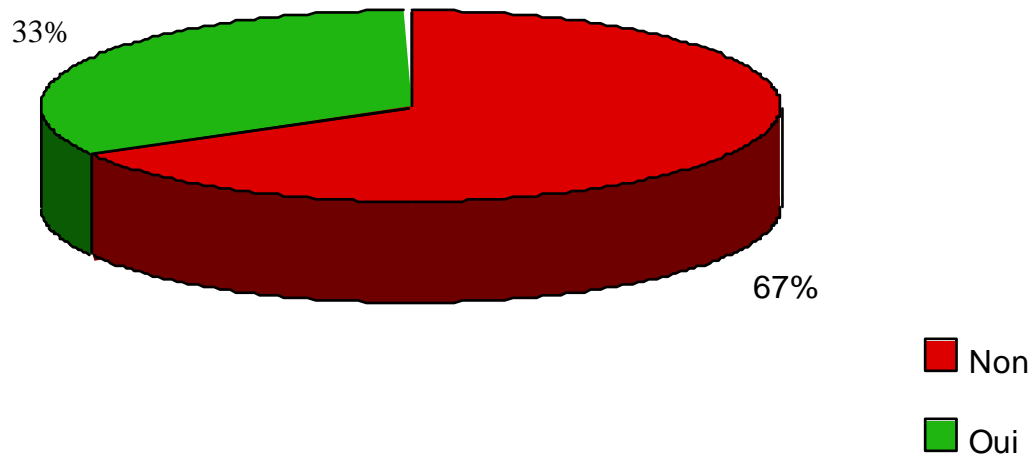
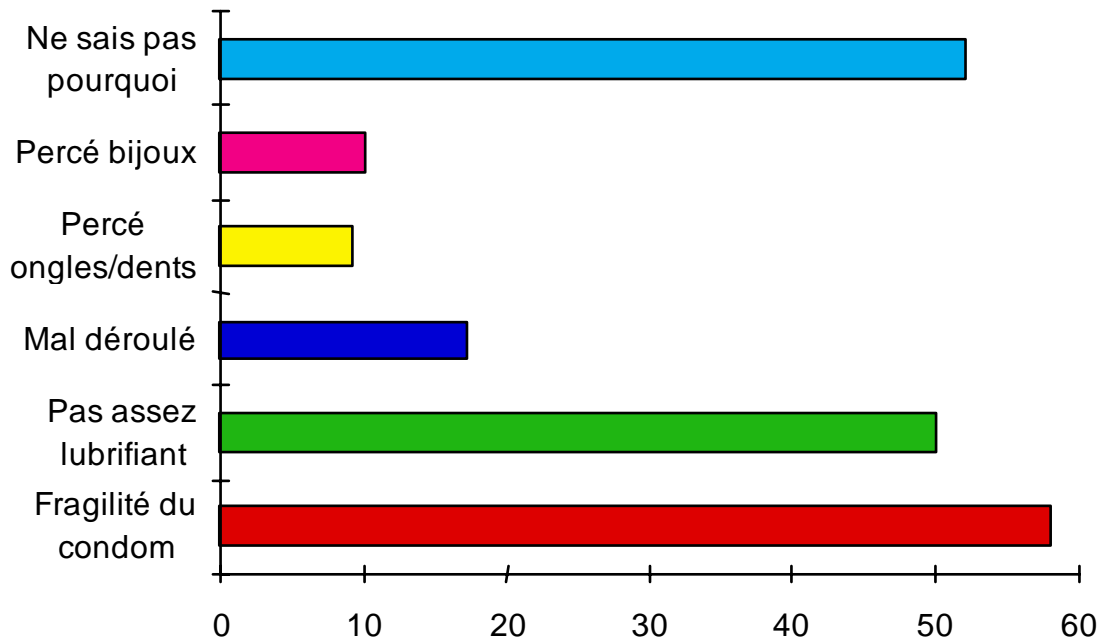


Figure 11 = Nombre de répondants indiquant les causes de bris de condom.



3.4.1.3 Perception des répondants vis-à-vis de leur sexualité

- Perception du risque d'infection selon les activités sexuelles pratiquées

Peu de répondants croient qu'on peut contracter le VIH en masturbant, embrassant ou suçant un partenaire avec un condom: 4%, en pratiquant la masturbation avec un partenaire; 6%, en embrassant son partenaire (French kiss).

Relativement peu de répondants croient qu'on peut contracter le VIH à l'occasion de la pénétration anale en utilisant un condom mais les proportions sont, néanmoins, significatives: 10%, en pénétrant son partenaire avec un condom; 12%, en se faisant pénétrer avec un condom.

La minorité des répondants croient que le sexe oral sans éjaculation dans la bouche comporte des risques d'infection par le VIH: 14%, en suçant le pénis du partenaire sans éjaculation dans la bouche; 22%, en se faisant sucer sans condom.

Pour une minorité de répondants, lécher l'anus représente également une activité qui comporte des risques d'infection par le VIH: 19%, se faire lécher l'anus; 28%, lécher l'anus.

La majorité des répondants croient que le fait de sucer un pénis avec éjaculation dans la bouche représente un risque d'infection par le VIH (60%).

La grande majorité des répondants croient que la pénétration anale sans condom représente un risque d'infection par le VIH: 84%, pénétrer un partenaire sans condom; 86%, être pénétré sans condom.

- Perception des raisons pouvant empêcher la pratique du sécurisexe

Les répondants ont indiqué plusieurs raisons qui peuvent empêcher la pratique du sécurisexe et ce, sur une échelle de 5 niveaux variant de *pas du tout important* à *très important*.

La consommation de drogue ou d'alcool était une raison importante pour le tiers des répondants.

L'excitation peut également empêcher la pratique du sécurisexe pour 29% des répondants de même qu'un partenaire ayant l'air en santé (21%), la difficulté d'accès au condom (20%), un manque d'accès aux outils de sécurisexe ou à de l'information (20%), la difficulté d'accès au lubrifiant (19%), le manque d'information sur les voies de transmission (19%), le fait que le condom les fait débander (17%), le manque d'affiches sur le sécurisexe (16%), la timidité (16%) et la confiance (14%).

L'attitude générale des répondants face au sécurisexe reste un facteur d'influence du comportement: les raisons les plus importantes sont de ne pas croire au sécurisexe (22%) ou de s'en foutre (13%).

Par ailleurs, l'absence de condom de marque connue ou l'absence d'intervenant-conseil sur place sont des raisons importantes pouvant empêcher la pratique du sécurisexe pour un répondant sur 10.

3.4.2 Apprécier le processus

3.4.2.1 Visibilité et connaissance de Séro-Zéro

Les répondants connaissent bien Séro-Zéro, puisque 84% ont bien identifié la vocation de Séro-Zéro comme étant un groupe de prévention de la transmission du VIH. Par contre, d'autres ont de la difficulté à préciser la vocation réelle de Séro-Zéro: 27% le voient comme un groupe de soutien aux personnes vivant avec le VIH; 9%, comme un groupe social gai et 1%, comme une agence de rencontre.

Les produits de Séro-Zéro sont assez bien reconnus: 47% reconnaissent le programme *Au sauna... on s'emballe!*; 64% ont vu le dépliant *Sexe oral*; 62%, le dépliant *Sexe anal*; 33%, l'affiche *Chaleur en ville* et 28%, l'affiche *Mouillez-vous, Couvrez-vous*.

Les analyses bivariées démontrent que, parmi les hommes reconnaissant le nom du programme *Au sauna... on s'emballe!*, une plus forte proportion est de langue française, réside au Québec, particulièrement à Montréal, et est âgée de moins de 35 ans (tableau 2).

En revanche, le fait de reconnaître ou non le nom du programme semble indépendant du niveau de scolarité et de revenu des hommes ayant des relations sexuelles avec d'autres hommes (HARSAH) recrutés dans les saunas, tout comme de la fréquence plus ou moins élevée à aller dans ces lieux. Autrement dit, *Au sauna... on s'emballe!* aurait davantage rejoint les francophones et les plus jeunes, mais de façon égale, des HARSAH de statut socio-économique variable (revenu et scolarité). De plus, la visibilité du programme semble telle que les HARSAH en ont entendu parler ou le reconnaissent, malgré un nombre moins élevé de visites au sauna.

TABLEAU 2 = PROPORTION DE HARSAH RECONNAISSANT AU SAUNA... ON S'EMBALLE ! SELON CERTAINES DONNÉES SOCIO-DÉMOGRAPHIQUES

| Proportion de HARSAH reconnaissant <i>Au sauna ... on s'emballe !</i> selon certaines données socio-démographiques | | | | | | | |
|---|-------|------|-------|------|-------|------|-----------------|
| | 1 | | 2 | | 3 | | valeur <i>p</i> |
| | (n) | % | (n) | % | (n) | % | |
| langue (1 : français / 2 : autre) | (234) | 81,0 | (45) | 51,7 | | | <,00000 |
| résidence (1 : Mtl / 2 : Qué / 3 : autre) | (205) | 75,9 | (66) | 82,5 | (8) | 32,0 | <,00000 |
| scolarité (1 : sec / 2 : cégep / 3 : univ) | (55) | 74,3 | (64) | 70,3 | (158) | 76,0 | NS |
| âge 1 (1 : -35 / 2 : 36+) | (154) | 79,8 | (109) | 68,1 | | | ,01228 |
| âge 2 (1 : -25 / 2 : 26-35 / 3 : 36+) | (30) | 71,4 | (124) | 82,1 | (109) | 68,1 | ,01619 |
| revenu (1 : -19 m\$ / 2 : 20-39 m\$ / 3 : 40 m\$ +) | (75) | 69,4 | (123) | 75,9 | (79) | 77,5 | NS |

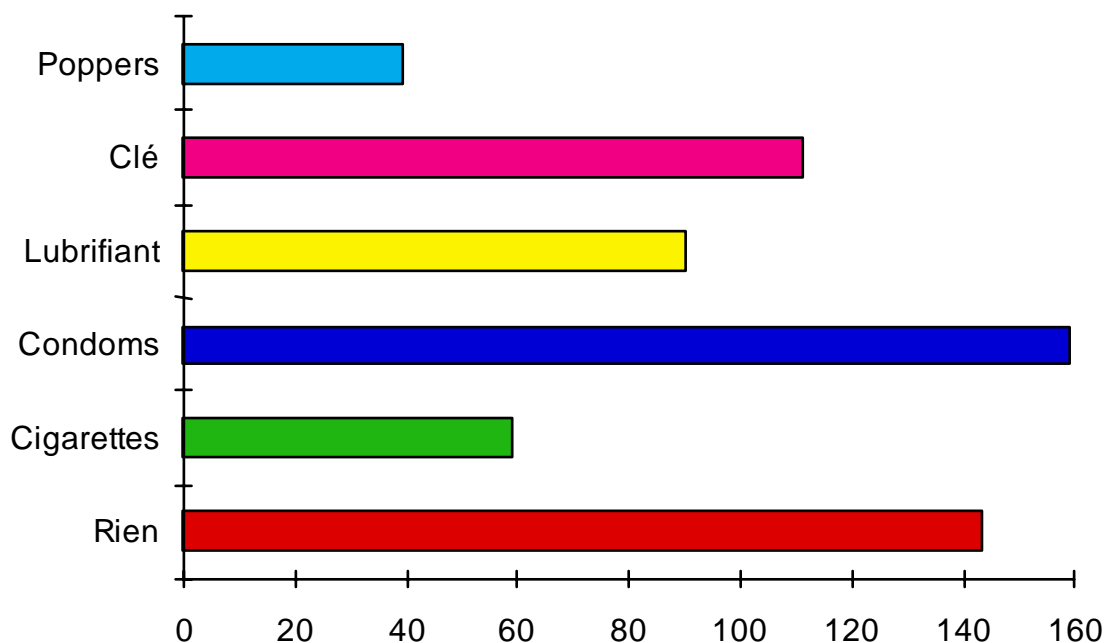
3.4.2.2 Utilisation des services produits par Séro-Zéro

Bien que le premier condom soit normalement donné au client à son arrivée au sauna, 25% disent avoir acheté des condoms dans un sauna; 25% disent également avoir acheté du lubrifiant dans un sauna dans les deux dernières années.

Vingt-quatre pour cent (24%) des répondants disent avoir déjà utilisé les accroche-porte (8% souvent); seulement 10% avoir téléphoné à la ligne Info-sida; 6%, avoir utilisé une carte-mémo. Ces données sont conformes à celles des employés mentionnées plus haut.

Les répondants ont indiqué ce qu'ils mettent habituellement dans leur pochette de serviette au sauna: 42%, des condoms; 24%, du lubrifiant; 29%, leur clé de chambrette ou de casier; 15% leurs cigarettes; 10%, leurs «poppers», et 38%, rien. (Les répondants pouvaient répondre à plus d'un item) (figure 12).

Figure 12 = Les items que les répondants mettent dans leur pochette de serviette.



Soixante-quinze pour cent (75%) des répondants ont déjà pris des dépliants dans les présentoirs depuis 2 ans. Pour 68%, ce n'était pas la première fois (figure 13).

Figure 13 = % des répondants qui ont déjà pris des dépliants dans les présentoirs depuis deux ans.

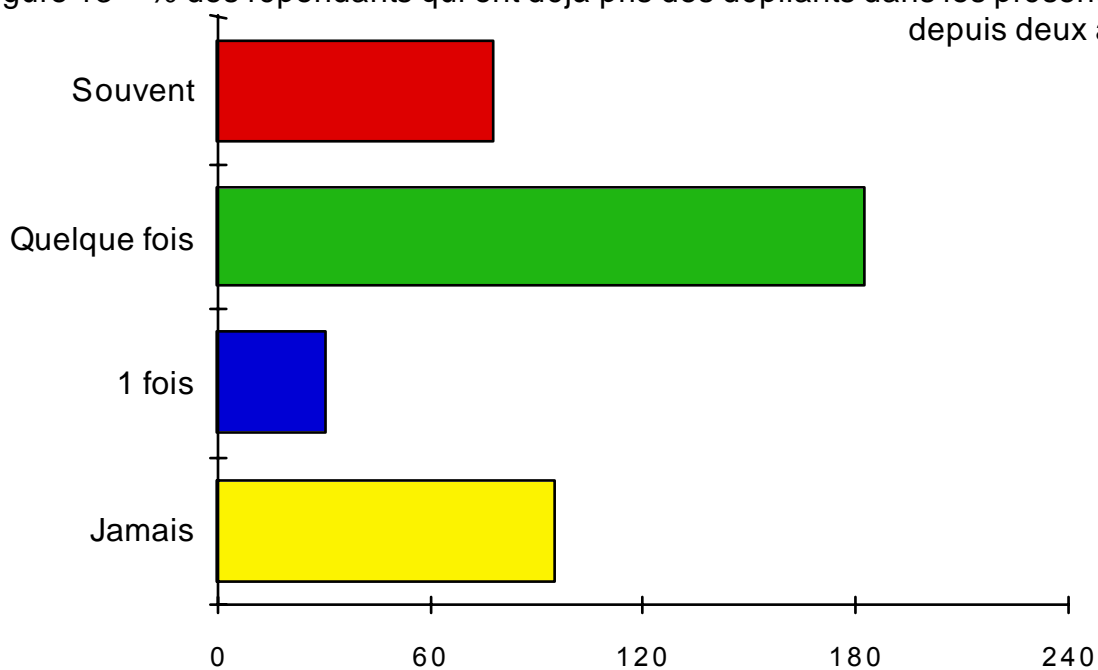


TABLEAU 3 = PROPORTION DE HARSAH AYANT DÉJÀ PRIS DES DÉPLIANTS DANS LES PRÉSENTOIRS DEPUIS 2 ANS EN FONCTION DE CE QU'ILS ONT DANS LEUR POCHEtte DE SERVIETTE

| Proportion de HARSAH ayant déjà pris des dépliants dans les présentoirs depuis 2 ans en fonction de ce qu'ils ont dans leur pochette de serviette | | | | | |
|---|-------|------|-------|------|-----------------|
| | NON | | OUI | | valeur <i>p</i> |
| | (n) | % | (n) | % | |
| condoms | (154) | 70,6 | (130) | 81,8 | ,01339 |

Les analyses bivariées démontrent que le comportement préventif qui consiste à garder des condoms dans la pochette de serviette est directement lié au fait d'avoir pris des dépliants portant sur le sécurisexe, au cours des deux dernières années. En revanche, la fréquence des visites au sauna n'a aucune incidence sur le fait de se procurer un dépliant sur le sécurisexe dans les présentoirs (tableau 3).

La disponibilité des renseignements sur le sécurisexe de même que son caractère continu, susciteraient donc un comportement préventif préalable à l'utilisation du condom, c'est-à-dire avoir le condom à sa disposition. De plus, il faut constater que ce n'est pas le nombre de visites au sauna qui influence la consultation des dépliants; il suffit que ce matériel informatif soit là pour qu'on s'en serve, que ce soit la première visite au sauna ou la douzième. La disponibilité continue de ces documents s'avère nécessaire pour rejoindre les clients à tous moments.

TABLEAU 4 = PROPORTION DE HARSAH AYANT DÉJÀ PRIS DES DÉPLIANTS DANS LES PRÉSENTOIRS DEPUIS 2 ANS EN FONCTION DE LA LANGUE

| Proportion de HARSAH ayant déjà pris des dépliants dans les présentoirs depuis 2 ans en fonction de langue | | | | | |
|--|----------|------|-------|------|-----------------|
| | français | | autre | | valeur <i>p</i> |
| | (n) | % | (n) | % | |
| langue | (229) | 79,2 | (54) | 62,1 | ,00422 |

Le fait d'avoir déjà pris des dépliants dans les présentoirs des saunas depuis deux ans n'est pas lié aux facteurs socio-économiques et personnels autres que la langue. On peut donc conclure que ces dépliants semblent avoir rejoint plusieurs sous-groupes d'hommes ayant des relations sexuelles avec d'autres hommes, notamment en termes d'âge, de classe sociale et de facteurs de risque (tableau 4).

3.4.2.3 Appréciation des interventions réalisées par Séro-Zéro

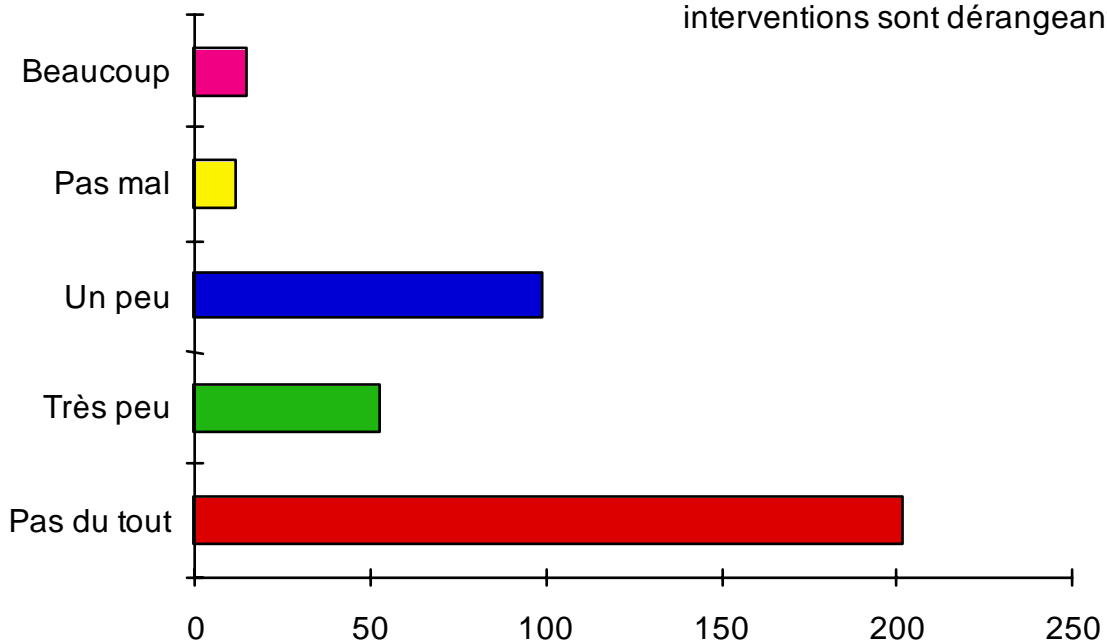
Les répondants ont donné leur appréciation vis-à-vis des interventions sur le sécurisexe dans les saunas sur l'échelle à cinq suivantes: pas du tout, très peu, peu, pas mal, beaucoup.

Les interventions sont souhaitables pour 74% des répondants; peu ou très peu souhaitables pour 23% et pas du tout souhaitables pour 2%.

Soixante-dix pour cent (70%) des répondants disent que les interventions sur le sécurisexe dans les saunas sont bien pensées; 55%, qu'elles sont plaisantes; 42%, peu ou très peu plaisantes et 3%, pas plaisantes du tout. Quarante-neuf pour cent (49%) disent que les interventions sur le sécurisexe dans les saunas ne sont pas du tout trop présentes; 46%, qu'elles le sont peu ou très peu et 5% qu'elles sont trop présentes.

Les interventions dans les saunas ne sont pas du tout gênantes pour 64% des répondants; 32% les trouvent peu ou très peu gênantes et 4% gênantes. Huit (8%) des répondants trouvent les interventions culpabilisantes et 7%, dérangeantes (figure 14).

Figure 14 = % des répondants qui trouvent que les interventions sont dérangeantes.



TABEAU 5 = PROPORTION DE HARSAH CROYANT QUE LES INTERVENTIONS SUR LE SÉCURISEXE NE SONT PAS DÉRANGEANTES EN FONCTION DE CE QU'ILS ONT DANS LEUR POCLETTE DE SERVIETTE

| Proportion de HARSAH croyant que les interventions sur le sécurisexe ne sont pas dérangeantes en fonction de ce qu'ils ont dans leur pochette de serviette | | | | | |
|--|-------|------|-------|------|-----------------|
| | NON | | OUI | | valeur <i>p</i> |
| | (n) | % | (n) | % | |
| condoms | (135) | 61,9 | (118) | 74,2 | ,01215 |
| lubrifiant | (185) | 64,5 | (68) | 75,6 | ,05060 |

TABLEAU 6 = PROPORTION DE HARSAH CROYANT QUE LES INTERVENTIONS SUR LE SÉCURISEXE NE SONT PAS DÉRANGEANTES EN FONCTION DE LEUR PERCEPTION DES RISQUES POUR LES ACTES SEXUELS

| Proportion de HARSAH croyant que les interventions sur le sécurisexe ne sont pas dérangeantes en fonction de leur perception des risques pour les actes sexuels | | | | | |
|---|-------|------|-------|------|-----------------|
| | NON | | OUI | | valeur <i>p</i> |
| | (n) | % | (n) | % | |
| se faire pénétrer sans condom | (29) | 53,7 | (224) | 69,3 | ,02350 |
| se faire pénétrer avec condom | (226) | 68,3 | (27) | 58,7 | NS |
| pénétrer sans condom | (38) | 62,3 | (215) | 68,0 | NS |
| pénétrer avec condom | (229) | 67,4 | (24) | 64,9 | NS |

Les analyses bivariées indiquent que parmi les hommes ayant des relations sexuelles avec d'autres hommes (HARSAH) interrogés rapportant que les interventions sur le sécurisexe dans les saunas ne sont pas ou peu dérangeantes (83%), une plus forte proportion déclarent porter des condoms ou du lubrifiant dans leur pochette de serviette et reconnaît un risque plus élevé en ce qui concerne la transmission de l'infection au VIH à l'occasion de pénétrations anales passives sans condom (tableaux 5 et 6). Cette appréciation favorable des interventions de Séro-Zéro est indépendante de tout autre caractéristique socio-démographique, psychosociale ou comportementale. Autrement dit, l'ensemble des activités de Séro-Zéro semble être accepté par les HARSAH de tous milieux, de toute culture, à risque ou non. Ceux-ci ne voient pas d'incompatibilité entre la vocation des saunas et la présence de messages concernant le sécurisexe.

Figure 15 = % des répondants qui trouvent que les interventions sont utiles.

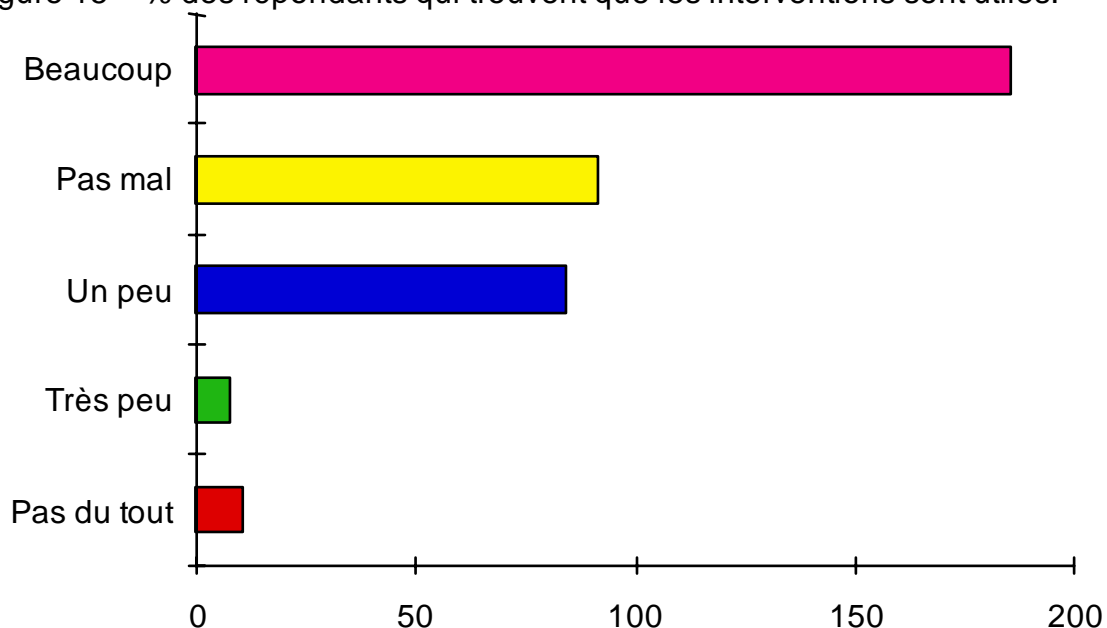
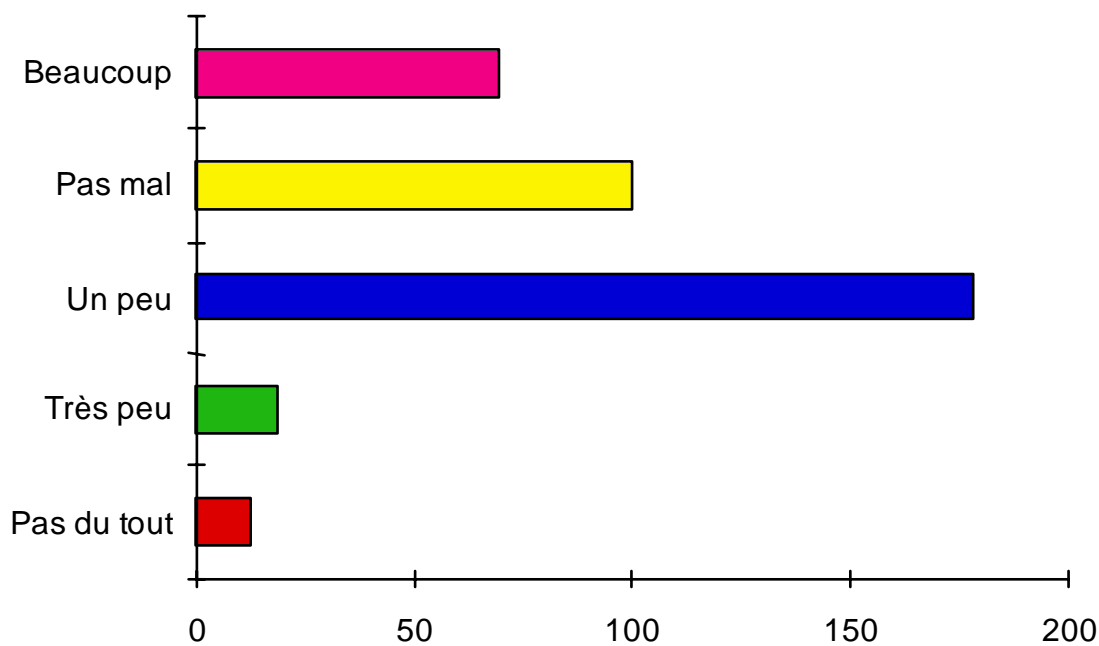


Figure 16 = % des répondants qui trouvent que les interventions sont efficaces.



Soixante-treize pour cent (73%) des répondants disent que les interventions sur le sécurisexe dans les saunas sont utiles (figure 15); 45%, qu'elles sont efficaces (figure 16).

Les analyses bivariées indiquent que cette appréciation favorable semble totalement indépendante des caractéristiques socio-démographiques des répondants (langue, lieu de

résidence, âge, niveau de scolarité ou revenu), de leur perception du risque ou de leurs habitudes sexuelles.

Finalement, à la question: «Est-ce une bonne chose que les saunas participent aux campagnes de lutte contre le sida», 97% ont répondu par l'affirmative; 2,5%, par la négative; 0,5%, ne savaient pas.

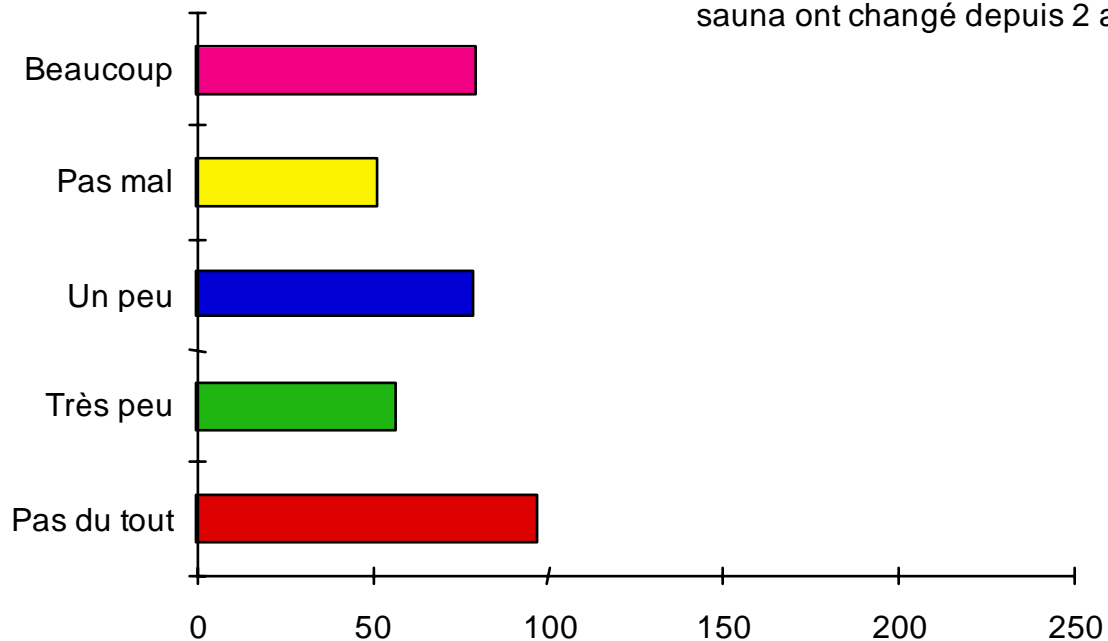
3.4.3 Apprécier l'impact

3.4.3.1 Changements auto-rapportés depuis 2 ans

Les activités sexuelles de 41% des répondants semblent avoir changé depuis 2 ans; 36%, peu ou très peu; 24%, pas du tout. Les activités sexuelles dans les saunas semblent avoir changé pour 36% des répondants; peu ou très peu pour 37%; pas du tout pour 27%. Il s'agit de leur perception de ces changements (figure 17).

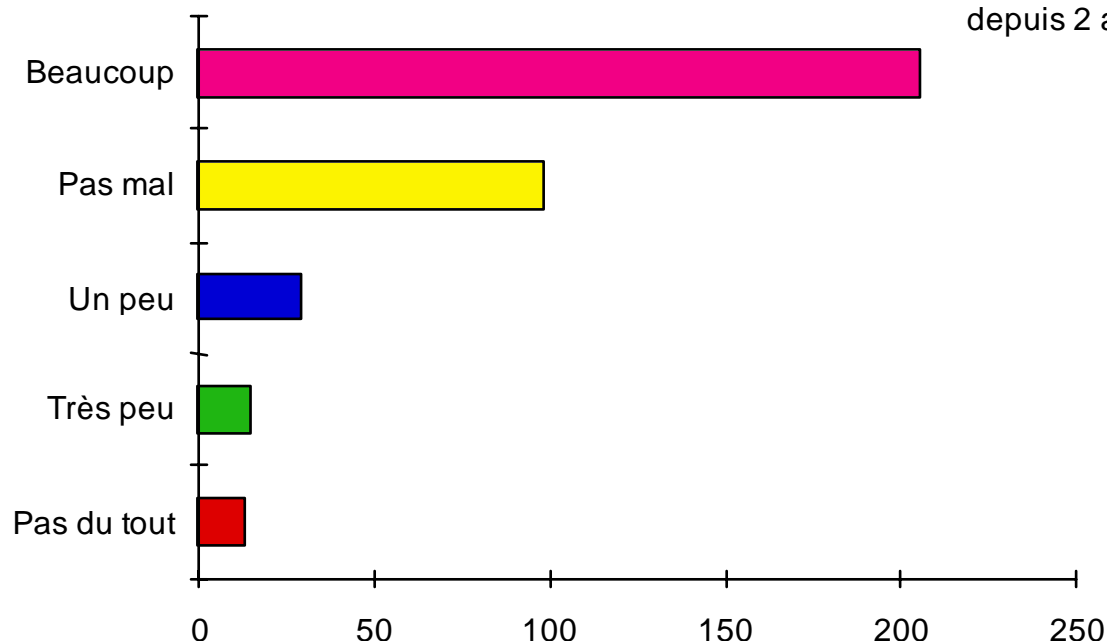
Soixante-dix-neuf pour cent (79%) des répondants disent qu'ils se sentent plus informés sur les voies de transmission du VIH depuis 2 ans; 14%, peu ou très peu et 7%, pas du tout.

Figure 17 = % des répondants qui trouvent que leurs comportement sexuelle au sauna ont changé depuis 2 ans.



Quatre-vingt-deux pour cent (82%) des répondants disent qu'ils se sentent plus confiants à parler de sécurisexe depuis 2 ans; 84%, qu'ils se sentent plus confiants à pratiquer le sécurisexe depuis 2 ans; 64%, qu'il leur est plus facile de négocier le sécurisexe (sans nécessairement en parler) depuis 2 ans (figure 18).

Figure 18 = % des répondants qui sont plus confiants de pratiquer le sécurisexe depuis 2 ans.



3.4.3.2 Liens entre la visibilité du projet et les changements auto-rapportés

Parmi les clients qui ont vu le dépliant *Sexe oral*, 48% disent qu'il a eu de l'influence sur leurs comportements sexuels. Parmi ceux qui avaient vu le dépliant *Sexe anal*, 52% disent qu'il a eu de l'influence sur leurs comportements sexuels.

Parmi ceux qui ont vu l'affiche *Chaleur en ville*, 21% disent qu'elle a eu de l'influence sur leurs comportements sexuels. Parmi ceux qui ont vu l'affiche *Mouillez-vous, Couvrez-vous*, 39% disent qu'elle a eu de l'influence sur leurs comportements sexuels.

Parmi ceux qui reconnaissent le programme *Au sauna... on s'emballe!*, 42% disent qu'il a eu de l'influence sur leurs comportements sexuels; peu ou très peu pour 31% et pas du tout pour 27%.

TABLEAU 7 = PROPORTION DE HARSAH RECONNAISSANT AU SAUNA... ON S'EMBALLE ! EN FONCTION DE LEUR PERCEPTION DE CHANGEMENT DE COMPORTEMENTS DEPUIS 2 ANS

| Proportion de HARSAH reconnaissant <i>Au sauna ... on s'emballe !</i> en fonction de leur perception de changement depuis 2 ans | | | | | |
|--|------------|------|--------------------|------|-----------------|
| | peu ou pas | | pas mal - beaucoup | | valeur <i>p</i> |
| | (n) | % | (n) | % | |
| se sentent plus informés | (51) | 68,0 | (219) | 76,0 | NS |
| se sentent plus confiants de parler SS | (42) | 66,7 | (224) | 75,9 | NS |
| plus confiants de pratiquer SS | (35) | 62,5 | (234) | 77,2 | ,01948 |
| plus facile de négocier SS | (82) | 71,9 | (183) | 76,3 | NS |

TABLEAU 8 = PROPORTION DE HARSAH AYANT DÉJÀ ENTENDU PARLER D'AU SAUNA... ON S'EMBALLE ! EN FONCTION DE LA PÉNÉTRATION ANALE PRATIQUÉE DANS UN SAUNA DEPUIS 3 MOIS

| Proportion de HARSAH ayant déjà entendu parler d' <i>Au sauna ...on s'emballe !</i> en fonction de la pénétration anale pratiquée dans un sauna depuis 3 mois | | | | | |
|--|-------|------|-------|------|-----------------|
| | NON | | OUI | | valeur <i>p</i> |
| | (n) | % | (n) | % | |
| pénétration active | (150) | 71,8 | (124) | 78,5 | NS |
| condom avec pénétration active | (27) | 71,1 | (97) | 81,5 | NS |
| pénétration passive | (182) | 71,7 | (92) | 80,7 | NS |
| condom avec pénétration passive | (12) | 66,7 | (78) | 83,9 | NS |

Les analyses bivariées révèlent que les hommes ayant des relations sexuelles avec d'autres hommes (HARSAH) reconnaissant davantage le programme *Au Sauna... on s'emballe!* perçoivent de façon plus tangible un changement depuis deux ans vis-à-vis de leur confiance à pratiquer le sexe sécuritaire. Cette association entre une plus grande exposition au programme et un sentiment de confiance plus élevé quant à la pratique du sexe sécuritaire est la seule qui soit significative (tableaux 7 et 8).

En revanche, bien que non significatives, certaines tendances méritent d'être relevées. Parmi les HARSAH rapportant reconnaître davantage le programme, une plus forte proportion semble se sentir plus informée (76,0% / 68,0%), plus confiants en leur capacité de parler du sexe sécuritaire (75,9% / 66,7%) et de négocier le sexe sécuritaire (76,3% / 71,9%). De plus, ils déclarent en plus forte proportion avoir utilisé le condom à l'occasion de pénétrations anales actives (81,5% / 71,1%) ou passives (83,9% / 66,7%) pendant leurs visites au sauna.

Le devis utilisé présente des limites. Il ne permet pas d'associer les résultats présentés à des effets directs du programme *Au sauna... on s'emballe!* Toutefois, ces résultats décrivent assez bien la visibilité du programme. La moitié des hommes ayant des relations sexuelles avec d'autres hommes (HARSAH) fréquentant les saunas l'ont clairement reconnu, alors que seulement le tiers d'entre eux semblaient avoir entendu parler d'autres interventions de Séro-

Zéro telles les campagnes *Chaleur en ville* ou *Mouillez-vous, Couvrez-vous*. En revanche, la visibilité du programme *Au sauna... on s'emballe!* est moindre que celle obtenue par les dépliants distribués par Séro-Zéro (dépliants *Sexe oral* et *Sexe anal*).

Malgré tout, le programme *Au sauna... on s'emballe!* semble avoir rejoint plusieurs sous-groupes de HARSAH, notamment en termes de classes sociales et de facteurs de risque. De plus, le programme est davantage reconnu par des HARSAH rapportant des changements depuis deux ans dans leur sentiment de confiance quant à la pratique du sexe sécuritaire.

3.4.3.3 L'appréciation du programme en termes d'efficacité et de changements rapportés par les clients participants.

Plus les HARSAH reconnaissent l'efficacité de ces interventions, plus ils rapportent des changements depuis deux ans au niveau de leurs connaissances et de leur sentiment de compétence (confiance) concernant la discussion et la pratique du sexe sécuritaire (tableau 9).

De plus, ils seraient proportionnellement plus nombreux à porter des condoms dans leur pochette de serviette au sauna (tableau 10). Ce sont aussi ces hommes qui accordent davantage d'importance à certains facteurs pouvant interférer avec la pratique du sécurisexe, soit le manque d'affiches sur ce thème, l'absence de condom de marque connue, l'absence d'intervenant. Ces trois facteurs sont d'ailleurs des éléments auxquels Séro-Zéro accorde une importance (tableau 11).

TABLEAU 9 = PROPORTION DE HARSAH CROYANT QUE LES INTERVENTIONS SUR LE SÉCURISEXE SONT EFFICACES EN FONCTION DE LEUR PERCEPTION DE CHANGEMENT DE COMPORTEMENTS DEPUIS 2 ANS

| Proportion de HARSAH croyant que les interventions sur le sécurisexe sont efficaces en fonction de leur perception de changement de comportements depuis 2 ans | | | | | |
|--|------------|------|--------------------|------|-----------------|
| | peu ou pas | | pas mal - beaucoup | | valeur <i>p</i> |
| | (n) | % | (n) | % | |
| se sentent plus informés | (22) | 29,3 | (143) | 49,7 | ,00164 |
| se sentent plus confiants de parler SS | (21) | 33,3 | (144) | 48,8 | ,02525 |
| plus confiants de pratiquer SS | (18) | 32,1 | (148) | 48,8 | ,02128 |
| plus facile de négocier SS | (45) | 39,5 | (117) | 48,8 | NS |

TABLEAU 10 = PROPORTION DE HARSAH CROYANT QUE LES INTERVENTIONS SUR LE SÉCURISEXE SONT EFFICACES EN FONCTION DE CE QU'ILS ONT DANS LEUR POCLETTE DE SERVIETTE

| Proportion de HARSAH croyant que les interventions sur le sécurisexe sont efficaces en fonction de ce qu'ils ont dans leur pochette de serviette | | | | | |
|--|-------|------|------|------|-----------------|
| | NON | | OUI | | valeur <i>p</i> |
| | (n) | % | (n) | % | |
| condoms | (88) | 40,4 | (81) | 50,9 | ,04143 |
| lubrifiant | (124) | 43,2 | (45) | 50,5 | NS |

TABLEAU 11 = PROPORTION DE HARSAH CROYANT QUE LES INTERVENTIONS SUR LE SÉCURISEXE SONT EFFICACES EN FONCTION DES RAISONS QUI PEUVENT LES EMPÊCHER DE PRATIQUER LE SÉCURISEXE

| Proportion de HARSAH croyant que les interventions sur le sécurisexe sont efficaces en fonction des raisons qui peuvent les empêcher de pratiquer le sécurisexe | | | | | |
|---|-----------------|------|----------------|------|-----------------|
| | moins important | | plus important | | valeur <i>p</i> |
| | (n) | % | (n) | % | |
| drogue | (94) | 41,4 | (75) | 50,0 | NS |
| alcool | (93) | 41,7 | (76) | 49,4 | NS |
| timidité | (121) | 43,8 | (48) | 47,5 | NS |
| manque d'affiche | (117) | 40,9 | (52) | 57,1 | ,00668 |
| confiance en soi | (123) | 43,0 | (46) | 50,5 | NS |
| excitation du moment | (96) | 44,2 | (73) | 45,6 | NS |
| absence de condom connu | (133) | 42,4 | (36) | 57,1 | ,03126 |
| absence d'intervenant | (131) | 41,6 | (38) | 61,3 | ,00435 |

Ces résultats peuvent renseigner sur les faits suivants. Pour une certaine proportion d'hommes ayant des relations sexuelles avec d'autres hommes (HARSAH), les interventions dans les saunas ont contribué à une plus forte sensibilisation de l'importance du sécurisexe. Ces hommes, par leur reconnaissance de l'efficacité de Séro-Zéro, se montrent «dépendants» de ce rappel constant à se protéger. Ceci renforce une norme sociale qui permet de soutenir la négociation avec l'autre partenaire. Dans ce sens, Séro-Zéro atteint son objectif en matière de norme sociale et d'environnement.

3.4.4 Comprendre les besoins

3.4.4.1 Informations désirées

Les répondants ont nommé les thèmes sur lesquels ils aimeraient avoir plus d'information. Les deux thèmes prédominants concernent la transmission du VIH: 71% des répondants

veulent plus d'information sur le risque de transmission du VIH par le sexe oral et 65% sur les voies de transmission du VIH.

Les questions de sécurisexe et de lutte contre le sida sont des thèmes sur lesquels environ la moitié des répondants veulent plus d'information: 56% sur le sécurisexe; 58% sur les activités de Séro-Zéro; 55% sur la façon de s'impliquer dans la lutte contre le sida et 49% sur la négociation du sécurisexe, en particulier chez les hommes de 35 ans et moins (tableaux 12 et 13).

Les thèmes qui touchent au fait de vivre avec le VIH sont aussi indiqués: 53% veulent des informations sur la séropositivité; 52% sur le test de dépistage du VIH et 51% sur les services offerts aux personnes vivant avec le VIH.

Les répondants désirent aussi plus d'informations sur les moyens à utiliser pour contrer les facteurs personnels (timidité, confiance en soi), les facteurs contextuels (le partenaire «a l'air en santé», l'excitation du moment, l'effet de l'alcool ou de la drogue), les facteurs matériels (accès au lubrifiant, à la documentation, etc.). La présence d'intervenants constitue un facteur-clé quant à la diffusion d'information relative au sécurisexe.

TABLEAU 12 = PROPORTION DE HARSAH QUI VEULENT PLUS D'INFORMATION SUR LES NÉGOCIATIONS SÉCURISEXE EN FONCTION DE CERTAINES DONNÉES SOCIO-DÉMOGRAPHIQUES

| Proportion de HARSAH qui veulent plus d'information sur les négociations sécurisexe en fonction de certaines données socio-démographiques | | | | | | | |
|---|------|------|-------|------|------|------|-----------------|
| | 1 | | 2 | | 3 | | valeur <i>p</i> |
| | (n) | % | (n) | % | (n) | % | |
| âge 1 (2 : -35, 3 : 35+) | | | (110) | 57,0 | (66) | 41,3 | ,00323 |
| âge 2 (1 : -25, 2 : 26-35, 3 : 36+) | (27) | 64,3 | (83) | 55,0 | (66) | 41,3 | ,00739 |
| revenu (1 : -19 m\$, 2 : 20-39 m\$, 3 : 40 m\$ +) | (61) | 56,5 | (80) | 49,4 | (42) | 41,2 | NS |

Il semble acquis que le condom est perçu comme le meilleur moyen de pratiquer le sécurisexe.

TABLEAU 13 = PROPORTION DE HARSAH QUI VEULENT PLUS D'INFORMATION SUR LES NÉGOCIATIONS SÉCURISEXE EN FONCTION DES RAISONS QUI PEUVENT LES EMPÊCHER DE PRATIQUER LE SÉCURISEXE

| Proportion de HARSAH qui veulent plus d'information sur les négociations sécurisexe en fonction des raisons qui peuvent les empêcher de pratiquer le sécurisexe | | | | | |
|---|-----------------|------|----------------|------|-----------------|
| | moins important | | plus important | | valeur <i>p</i> |
| | (n) | % | (n) | % | |
| drogue | (97) | 42,7 | (89) | 59,3 | ,00160 |
| alcool | (100) | 44,8 | (86) | 55,8 | ,03572 |
| timidité | (116) | 42,0 | (70) | 69,3 | <,00000 |
| manque d'information | (114) | 42,2 | (72) | 67,3 | ,00001 |
| accès aux condoms | (126) | 46,3 | (60) | 57,1 | NS |
| accès au lubrifiant | (125) | 45,5 | (61) | 59,8 | ,01330 |
| partenaire en santé | (118) | 44,0 | (68) | 62,4 | ,00123 |
| manque d'affiche | (130) | 45,5 | (56) | 61,5 | ,00752 |
| confiance en soi | (122) | 42,7 | (64) | 70,3 | <,00000 |
| excitation du moment | (90) | 41,5 | (96) | 60,0 | ,00038 |
| je-m'en-foutisme | (140) | 46,2 | (46) | 62,2 | ,01384 |
| ne croit pas au sécurisexe | (130) | 45,9 | (56) | 59,6 | ,02194 |
| condoms font débander | (131) | 47,1 | (55) | 55,6 | NS |
| absence de condom connu | (149) | 47,5 | (37) | 58,7 | NS |
| absence d'intervenant | (145) | 46,0 | (41) | 66,1 | ,00381 |

3.4.4.2 Liens entre le fait de toujours porter un condom et certains facteurs socio-comportementaux

Des analyses bivariées ont été effectuées, entre autres, selon le fait de porter ou non le condom, pour étudier les activités de pénétrations anales (active et passive). Le tableau 14 montre que le fait d'avoir toujours porté un condom à l'occasion de relations anales actives au sauna est directement lié à la perception de se sentir plus confiant pour parler de sexe sécuritaire. Bien que ce ne soit pas, en soi, significatif, le fait de se sentir davantage informé indique également une tendance à toujours porter un condom.

Les analyses bivariées du tableau 15 montrent le lien entre le fait d'avoir toujours porté un condom lors de relations actives et certaines perceptions des raisons qui peuvent empêcher la pratique du sécurisexe. Par exemple, ceux qui croient que le fait de consommer de l'alcool est un facteur important sont moins aptes à toujours porter un condom. Les analyses

démontrent aussi que les répondants qui croient que l'excitation du moment et l'idée que les condoms font débânder sont des facteurs importants pour empêcher de pratiquer le sécurisexe sont aussi les répondants qui sont moins aptes à toujours porter le condom lors de relations anales actives.

TABLEAU 14 = PROPORTION DE HARSAH AYANT TOUJOURS PORTÉ UN CONDOM LORS DE RELATIONS ANALES ACTIVES AU SAUNA EN FONCTION DE LEUR PERCEPTION DE CHANGEMENT DE COMPORTEMENTS DEPUIS 2 ANS

| Proportion de HARSAH ayant toujours porté un condom lors de relations anales actives au sauna en fonction de leur perception de changement depuis 2 ans | | | | | |
|---|------------|------|--------------------|------|-----------------|
| | peu ou pas | | pas mal - beaucoup | | valeur <i>p</i> |
| | (n) | % | (n) | % | |
| se sentent plus informés | (30) | 66,7 | (86) | 79,6 | NS |
| se sentent plus confiants de parler SS | (18) | 58,1 | (96) | 80,0 | ,01136 |

TABLEAU 15 = PROPORTION DE HARSAH AYANT TOUJOURS PORTÉ UN CONDOM A L'OCCASION DE RELATIONS ANALES ACTIVES AU SAUNA EN FONCTION DES RAISONS QUI PEUVENT LES EMPÊCHER DE PRATIQUER LE SÉCURISEXE

| Proportion de HARSAH ayant toujours porté un condom à l'occasion de relations anales actives au sauna en fonction des raisons qui peuvent les empêcher de pratiquer le sécurisexe | | | | | |
|---|-----------------|------|----------------|------|-----------------|
| | moins important | | plus important | | valeur <i>p</i> |
| | (n) | % | (n) | % | |
| drogue | (79) | 80,6 | (40) | 67,8 | NS |
| alcool | (78) | 81,3 | (41) | 67,2 | ,04534 |
| excitation du moment | (80) | 86,0 | (39) | 60,9 | ,00031 |
| condoms font débânder | (96) | 82,1 | (23) | 57,5 | ,00175 |

TABLEAU 16 = PROPORTION DE HARSAH AYANT TOUJOURS PORTÉ UN CONDOM LORS DE RELATIONS ANALES PASSIVES AU SAUNA EN FONCTION DE LA CONSOMMATION DE DROGUE OU D'ALCOOL AVANT CES RELATIONS

| Proportion de HARSAH ayant toujours porté un condom lors de relations anales passives au sauna en fonction de la consommation de drogue ou d'alcool avant ces relations | | | | | |
|---|------|------|------|------|-----------------|
| | NON | | OUI | | valeur <i>p</i> |
| | (n) | % | (n) | % | |
| alcool ou drogue une heure avant | (55) | 90,2 | (38) | 76,0 | ,04398 |

Les analyses bivariées du tableau 16 montrent le lien entre le fait d'avoir consommé de l'alcool ou de la drogue une heure avant d'avoir eu des relations sexuelles dans les saunas et

le fait d'avoir toujours porté un condom à l'occasion de relations anales passives au sauna. Les répondants disant avoir consommé sont plus aptes à porter un condom lors de relations anales passives.

Tel qu'indiqué au tableau 17, il est intéressant de noter que le fait de percevoir la consommation d'alcool ou de drogue comme une raison pouvant empêcher de pratiquer le sécurisexe n'est pas associé de façon significative au port du condom à l'occasion de relations anales passives au sauna (comme c'est le cas lors de relations actives). En revanche, il semble y avoir un lien entre l'excitation du moment et la confiance en soi comme facteurs importants pouvant empêcher de pratiquer le sécurisexe, et le fait de ne pas faire porter un condom au partenaire à l'occasion de relations anales passives.

TABLEAU 17 = PROPORTION DE HARSAH AYANT TOUJOURS PORTÉ UN CONDOM LORS DE RELATIONS ANALES PASSIVES AU SAUNA EN FONCTION DES RAISONS QUI PEUVENT LES EMPÊCHER DE PRATIQUER LE SÉCURISEXE

| Proportion de HARSAH ayant toujours porté un condom lors de relations anales passives au sauna en fonction des raisons qui peuvent les empêcher de pratiquer le sécurisexe | | | | | |
|--|-----------------|------|----------------|------|-----------------|
| | moins important | | plus important | | valeur <i>p</i> |
| | (n) | % | (n) | % | |
| timidité | (69) | 87,3 | (24) | 75,0 | NS |
| confiance en soi | (76) | 87,4 | (17) | 70,8 | ,05187 |
| excitation du moment | (53) | 93,0 | (40) | 74,1 | ,00691 |
| je-m'en-foutisme | (78) | 85,7 | (15) | 75,0 | NS |
| condoms font débander | (72) | 86,7 | (21) | 75,0 | NS |

Les analyses bivariées du Tableau 18 montrent le lien entre le fait de porter du lubrifiant dans les pochettes de serviette et le fait de toujours faire porter un condom au partenaire à l'occasion de relations anales passives.

TABLEAU 18 = PROPORTION DE HARSAH AYANT TOUJOURS PORTÉ UN CONDOM LORS DE RELATIONS ANALES PASSIVES AU SAUNA EN FONCTION DE CE QU'ILS ONT DANS LEUR POCLETTE DE SERVIETTE

| Proportion de HARSAH ayant toujours porté un condom lors de relations anales passives au sauna en fonction de ce qu'ils ont dans leur pochette de serviette | | | | | |
|---|------|------|------|------|-----------------|
| | NON | | OUI | | valeur <i>p</i> |
| | (n) | % | (n) | % | |
| lubrifiant | (60) | 78,9 | (33) | 94,3 | ,04164 |

3.4.4.3 Commentaires écrits par les clients participants

Cent vingt-huit (128) participants ont rédigé des commentaires à la fin du questionnaire. En décomposant ces commentaires, on peut énumérer 151 énoncés.

a) 69 énoncés sur le programme *Au sauna... on s'emballe!*

Les commentaires soulignent tous le bien-fondé d'un tel programme et se veulent un encouragement à poursuivre de telles interventions. En termes de «félicitations», de «bravo pour le travail accompli», de «ne lâchez pas», les participants expriment à la fois leur support, leur réceptivité et l'importance qu'ils accordent à toute initiative de promotion du sécurisexe.

b) 34 énoncés sur le questionnaire

Les deux tiers des énoncés relèvent quelques critiques quant à la longueur du questionnaire, la précision de certaines questions et des réponses à cocher. En revanche, les autres commentaires soulignent la très bonne qualité du questionnaire et le fait que ce sondage fasse également partie des efforts de sensibilisation à la prévention.

c) 26 énoncés mentionnent des améliorations souhaitées

La très grande majorité des commentaires demande explicitement de fournir plus de renseignements et ce, dans tous les lieux accessibles: école, cégep, université, lieux de travail, bars, saunas. Les renseignements sur le sécurisexe devraient être constamment disponibles, explicites et mis à jour. Ce sujet revient de façon prépondérante.

d) 7 énoncés commentent le matériel utilisé au cours du programme

Une majorité apprécie la qualité du matériel informatif mis à leur disposition. Quelques commentaires suggèrent de rendre les condoms accessibles et gratuits en tout temps, et qu'il en soit de même pour le lubrifiant. Plusieurs suggèrent de rendre le lubrifiant plus accessible, facilitant en cela l'utilisation du condom.

e) 15 énoncés portent sur des aspects très variés et pas nécessairement pertinents pour la portée de cette étude.

CONCLUSION

Cette étude évaluative tend à démontrer clairement la pertinence d'intervenir dans les saunas ainsi que le niveau d'acceptabilité des interventions du programme *Au sauna... on s'emballe!* entre 1992 et 1994. L'évaluation démontre donc, dans la mesure du possible, le bien-fondé du programme.

Cette étude présente, néanmoins, plusieurs limites. Compte tenu des ressources disponibles, l'étude n'a pu utiliser un groupe témoin expérimental (control group) qui aurait montré plus précisément les différences entre les saunas participant activement au programme et ceux qui n'y participent pas. De plus, elle a été réalisée de façon rétrospective et se base uniquement sur l'auto-rapport des participants.

En revanche, le fait d'utiliser une méthodologie mixte (clients et employés des saunas) indique des nuances. Par exemple, si un client change régulièrement de sauna, il peut être influencé par le programme dans un sauna participant, mais il peut aussi aller, à l'occasion, dans des saunas non participants.

L'étroite collaboration entre les intervenants du programme et les chercheurs communautaires et universitaires a également permis de contrer quelques limites de l'étude. Cette collaboration a eu un effet mobilisateur et a contribué à l'acquisition de connaissances pour chaque collaborateur.

Il est aussi difficile de faire une distinction claire entre l'influence des éléments du programme *Au sauna... on s'emballe!* et celle des campagnes externes aux saunas, l'influence des médias ou celle du vécu individuel des clients (leur proximité de personnes malades, par exemple). Malgré tout, l'étude peut donner des indices à propos de la qualité des services du programme, des comportements préventifs des clients des saunas et du lien entre ces deux éléments.

Apprécier le processus

- Le programme *Au sauna... on s'emballe!* a entrepris de nombreuses interventions de plusieurs sortes:
 - Distribution d'outils sécurisexe: - serviettes avec pochettes
- condoms
- lubrifiant
 - Diffusion d'information: - dépliant
- affiches
 - Rencontres, échanges
 - Recrutement de bénévoles
 - Interventions ponctuelles
- Les employés (100%) comme les clients (84%) identifient correctement la vocation de Séro-Zéro.
- Les relations de collaboration avec les administrateurs et le personnel des saunas sont clairement établies avec au moins quatre des saunas participant activement au programme. Les gérants ont tous reconnu la crédibilité et l'utilité du programme.

- Les personnes rejointes par les interventions du programme *Au sauna... on s'emballe!* semblent être très diversifiées. En revanche, il y a, selon les employés, un besoin d'interventions touchant les diverses sous-populations de clients.
- Le matériel produit ou distribué par le programme *Au sauna... on s'emballe!* semble répondre au premier objectif du programme, à savoir faire reconnaître les modes de transmission et la prévention du VIH. On souligne, par exemple, l'importance des dépliants à cet égard. Soixante-quinze pour cent (75%) des répondants ont déjà pris des dépliants dans les présentoirs.
- Le matériel produit ou distribué par le programme *Au sauna... on s'emballe!* semble répondre au second objectif du programme «en rendant l'environnement plus favorable au maintien et à l'adoption de comportements plus sécuritaires». Sont soulignés l'accès aux condoms et au lubrifiant, les serviettes avec pochette pour transporter les condoms ainsi que les affiches.
- Bien qu'il ne soit pas clairement établi que le programme ait stimulé la création d'activités autonomes reliées à la prévention de la transmission du VIH, il est toutefois évident, par l'intérêt démontré dans la prévention et par la participation active des clients, du personnel et des administrateurs des saunas - ne serait-ce la participation financière - que ces personnes présentent une volonté de s'impliquer. La prise en charge du milieu est évidente, surtout dans la collaboration de la production d'une affiche, la distribution de condoms gratuits et l'utilisation des serviettes avec pochette.
- La grande majorité des clients ainsi que des employés pensent que les interventions sur le sécurisexe sont non seulement souhaitables, mais bien faites. En général, très peu de personnes, issues de tous les milieux, se trouvent importunées par le programme. La réaction générale vis-à-vis des interventions de Séro-Zéro a été très positive à la fois de la part des gérants des saunas participant à l'évaluation, des employés et de la majorité des clients.
- Chaque groupe a souligné le bien-fondé d'un tel programme. En fait, 70% des clients trouvent les interventions bien pensées et 73% disent qu'elles sont utiles.
- Malgré la satisfaction générale face aux produits du programme *Au sauna... on s'emballe!*, certaines interventions sont moins appréciées par les employés et les clients, notamment, les accroche-porte, l'affiche *Mouillez-vous, couvrez-vous*. Les employés ont surtout souligné quelques slogans et images moins cohérents et peu clairs. Le Bulletin de Séro-Zéro est peu connu mais apprécié.
- Malgré la bonne réceptivité des outils de sécurisexe tels que condoms, lubrifiant et pochettes de serviette, il semble qu'un effort d'accessibilité soutenu soit souhaitable.
- La vaste majorité des employés et des clients pensent que le fait que les saunas participent aux campagnes de lutte contre le sida est une bonne chose.

Apprécier l'impact

- Trente-six pour cent (36%) des clients interrogés indiquent que leurs activités sexuelles aux saunas ont changé depuis deux ans, soit depuis la mise en oeuvre du programme.
- Près de 80% des répondants disent se sentir plus informés sur le sida depuis deux ans.

- Quatre-vingt quatre pour cent (84%) des clients interrogés disent se sentir plus confiants à pratiquer le sécurisexe depuis deux ans.
- Les hommes qui reconnaissent les slogans du programme *Au sauna... on s'emballe!* semblent se sentir plus confiants de parler de sécurisexe ainsi que de le pratiquer.
- Les clients qui croient que les interventions dans les saunas sont efficaces se sentent plus informés, plus confiants de parler de sécurisexe et plus confiants de pratiquer le sécurisexe.
- L'accessibilité aux outils de sécurisexe semblent correspondre à la perception de l'efficacité du programme, soit de réduire la transmission du VIH.
- Quatre-vingt-huit pour cent (88%) des employés pensent que le fait de donner des condoms à l'entrée des saunas a un effet positif sur le sécurisexe pratiqué au sauna.

Comprendre les besoins

- Les gérants, tout comme les employés et les clients, croient fermement que les saunas sont un endroit d'intervention privilégié dans la lutte contre le sida et contre la transmission du VIH.
- Les employés semblent prêts à intervenir plus intensément dans la lutte contre le sida.
- Il semble qu'une diversité de moyens soit souhaitable pour intervenir dans les saunas. Les employés croient en la clarté du message dans les interventions.
- Les interventions doivent cibler certaines sous-populations des saunas. Les plus jeunes (35 ans et moins) semblent vouloir plus d'information sur les négociations du sécurisexe. Les messages doivent s'adresser aux personnes de langue anglaise et française.
- Parmi les thèmes sur lesquels les clients interrogés aimeraient avoir plus d'information se trouvent: la transmission du VIH (surtout le sexe oral), vivre avec le VIH, les questions sur le sécurisexe et la lutte contre le sida. Les employés, comme les gérants, croient que les interventions doivent aller au-delà du simple transfert d'information et doivent s'orienter sur le transfert d'habiletés dans la mesure du possible et traiter des thèmes comme les situations à risque de possibilité de transmission du VIH.
- Pour beaucoup de personnes certaines questions peuvent empêcher la pratique du sécurisexe:
 - la question de l'alcool ou des drogues;
 - l'excitation du moment et l'apparence;
 - le manque de confiance en soi ainsi que la timidité;
 - le manque d'accès aux outils de sécurisexe.
- Lors de la pénétration anale active et passive au sauna, la confiance à parler du sécurisexe, l'alcool ainsi que l'excitation du moment semblent liées au fait de porter / de faire porter ou non un condom.

ANNEXE 1

QUESTIONNAIRE pour les employés des saunas

ANONYME ET CONFIDENTIEL

Ce questionnaire fait partie d'une évaluation des interventions concernant la prévention du VIH/sida dans les saunas à Montréal. Il est fait en collaboration avec les chercheurs de l'Université du Québec à Montréal.

Votre aide nous est essentielle. Répondez aux questions honnêtement et complètement. Cela ne vous prendra que quelques minutes. Ce questionnaire est absolument anonyme et nous ne possédons aucun moyen de vous identifier. N'écrivez nulle part votre nom. Après avoir complété le questionnaire, retournez-le dans l'enveloppe pré-affranchie et pré-adressée ci-jointe.

Merci de votre collaboration!

Évaluation
Séro-Zéro

1. Depuis combien de temps travaillez-vous au sauna?
 moins de trois mois []
 3 mois à 6 mois []
 6 mois à un an []
 un an à 2 ans []
 plus de 2 ans..... []
2. Quel genre de travail y faites-vous? (vous pouvez cochez plusieurs réponses)
 accueil..... []
 service au comptoir []
 entretien []
 comptabilité []
 autre
 (précisez) _____
3. Quel _____ âge _____ avez-vous? _____
4. Quel est votre horaire de travail habituel?

| | | |
|-------------------|----------------|-----------------|
| | <i>partiel</i> | <i>régulier</i> |
| le jour..... [] | [] | [] |
| le soir [] | [] | [] |
| la nuit..... [] | [] | [] |
5. Selon vous, l'organisation Séro-Zéro est...

| | | |
|---|------------|------------|
| | <i>non</i> | <i>oui</i> |
| un groupe de soutien aux personnes vivant avec le VIH [] | [] | [] |
| un groupe de prévention de la transmission du VIH..... [] | [] | [] |
| une agence de rencontre personnalisée [] | [] | [] |
| un groupe gai social [] | [] | [] |
| autre (précisez) _____ | | |
6. Avez-vous déjà entendu parler de:

| | | | |
|---|------------|------------|-------------------------------|
| | <i>non</i> | <i>oui</i> | <i>je ne suis pas certain</i> |
| «Au sauna... on s'emballe»?..... [] | [] | [] | [] |
| «Mouillez-vous, couvrez-vous»?..... [] | [] | [] | [] |
| «Le droit d'aimer»? [] | [] | [] | [] |
| «Chaleur en ville»? [] | [] | [] | [] |
| Dépliant «Sexe oral»? [] | [] | [] | [] |
| Dépliant «Sexe anal»?..... [] | [] | [] | [] |
7. Depuis 2 ans, pensez-vous que les interventions suivantes ont eu un effet positif sur le sécurisexe dans les saunas? (Répondez à tous les énoncés.)

| | | | | | |
|--|------------|------------|--------------|-----------------|-------------------------------|
| | <i>pas</i> | <i>peu</i> | <i>assez</i> | <i>beaucoup</i> | <i>je ne sais pas du tout</i> |
| les condoms donnés à l'entrée..... [] | [] | [] | [] | [] | [] |
| la vente de lubrifiants [] | [] | [] | [] | [] | [] |
| les présentoirs de dépliant [] | [] | [] | [] | [] | [] |
| les accroche-porte..... [] | [] | [] | [] | [] | [] |
| les cartes-mémos [] | [] | [] | [] | [] | [] |

les pochettes de serviette [] [] [] [] []
 l'affiche
 «Mouillez-vous, couvrez-vous»..... [] [] [] [] []
 l'affiche «Le droit d'aimer»..... [] [] [] [] []
 l'affiche «Chaleur en ville»..... [] [] [] [] []
 le dépliant «Sexe oral» [] [] [] [] []
 le dépliant «Sexe anal»..... [] [] [] [] []

8. Avez-vous déjà reçu des plaintes concernant

pas du tout peu assez beaucoup

l'idée d'aborder le sujet du sida
 au sauna?..... [] [] [] []
 les sortes de condoms offerts? [] [] [] []
 la sorte de lubrifiant?..... [] [] [] []
 le coût des condoms? [] [] [] []
 le coût du lubrifiant? [] [] [] []
 l'accessibilité des condoms? [] [] [] []
 l'accessibilité du lubrifiant? [] [] [] []
 les affiches?..... [] [] [] []
 les dépliants?..... [] [] [] []
 les présentoirs de dépliants? [] [] [] []
 les accroche-porte?..... [] [] [] []
 les cartes-mémos? [] [] [] []
 les pochettes de serviette?..... [] [] [] []
 autre
 (précisez)_____

9. Avez-vous reçu des commentaires positifs concernant

pas du tout peu assez beaucoup

l'idée d'aborder le sujet du sida
 au sauna?..... [] [] [] []
 les sortes de condoms offerts? [] [] [] []
 la sorte de lubrifiant?..... [] [] [] []
 l'accessibilité des condoms? [] [] [] []
 l'accessibilité du lubrifiant? [] [] [] []
 les affiches?..... [] [] [] []
 les dépliants?..... [] [] [] []
 les présentoirs de dépliants? [] [] [] []
 les accroche-porte?..... [] [] [] []
 les cartes-mémos? [] [] [] []
 les pochettes de serviette?..... [] [] [] []
 autre
 (précisez)_____

10. Le bulletin «Projets-actions» de Séro-Zéro vous semble-t-il utile?

pas du tout peu assez beaucoup []
 [] [] []

11. Les activités de Séro-Zéro créent-elles plus de travail pour vous?

pas du tout *peu* *assez* *beaucoup*

12. Rencontrez-vous des problèmes tels

pas du tout *peu* *assez* *beaucoup*

des graffitis sur les affiches?.....

des dépliant par terre?

des affiches/dépliants déchirés?

autre
 (précisez)_____

13. Selon vous, est-il nécessaire de faire de l'éducation concernant la transmission du VIH auprès de la clientèle du sauna?

pas du tout *peu* *assez* *beaucoup*

14. Le sauna est-il un lieu approprié de faire de l'éducation et l'intervention concernant la transmission du VIH et le sida?

pas du tout *peu* *assez* *beaucoup* []
[] [] []

15. Est-ce une bonne chose que les saunas participent aux campagnes de lutte contre le sida?

oui non je ne suis pas certain
[] [] []

16. Avez-vous des commentaires sur les activités de prévention de la transmission du VIH dans les saunas? Sur Séro-Zéro? Sur le questionnaire?

Pour toute information, vous pouvez communiquer avec le chercheur au 287-1739.

ANNEXE 2

QUESTIONNAIRE ANONYME ET CONFIDENTIEL

Ce questionnaire fait partie d'une évaluation du travail de prévention de l'infection au VIH dans les saunas à Montréal. L'évaluation se fait en collaboration avec des chercheurs de l'Université du Québec à Montréal (UQAM).

Votre aide nous est essentielle. Nous vous prions de répondre aux questions honnêtement et complètement. Cela ne vous prendra que quelques minutes. Ce questionnaire est strictement anonyme et personne ne pourra vous identifier. N'écrivez nulle part votre nom. Après avoir rempli le questionnaire, placez-le dans l'enveloppe et remettez-le à la personne responsable.

Merci de votre collaboration!

Évaluation
Séro-Zéro

QUESTIONS SOCIO-DÉMOGRAPHIQUES

1. Quelle langue avez-vous apprise en premier?
Français []
Anglais []
Autre (précisez) _____
2. Où habitez-vous?
Montréal []
En banlieue de Montréal []
Ailleurs au Québec..... []
Ailleurs au Canada..... []
Aux États-Unis..... []
Ailleurs (précisez) _____
3. Quel est votre niveau de scolarité le plus élevé?
Primaire []
Secondaire non complété []
Secondaire complété []
Collégial complété ou non (CÉGEP)..... []
Universitaire 1^{er} cycle (baccalauréat) complété ou non..... []
Universitaire 2^{ième}, 3^{ième} cycle []
(maîtrise, doctorat) complété ou non []
4. Quel âge avez-vous? _____
5. L'année dernière, quel était votre revenu brut (avant l'impôt) de toutes provenances?
Moins de 10 000 \$ []
De 10 000 \$ à 19 999 \$ []
De 20 000 \$ à 29 999 \$ []
De 30 000 \$ à 39 999 \$ []
De 40 000 \$ à 49 999 \$ []
Plus de 50 000 \$..... []
6. À l'heure actuelle, avez-vous une relation sexuelle stable avec quelqu'un?
Oui, avec un homme []
Oui, avec une femme []
Non, je n'ai pas de relation stable (passez à la question 7) []
Si oui, depuis combien de temps?
Moins d'un mois..... []
1 à 6 mois []
6 mois à un an..... []
1 à 5 ans..... []
Plus de 5 ans []
7. Préférez-vous vous décrire comme un...
gai ou homosexuel?..... []
bisexuel?..... []
hétérosexuel? []
autre (précisez) _____

8. Avez-vous déjà passé un test de dépistage du VIH (virus du sida)?
- Oui..... []
- Non (passez à la question 9)..... []

Si oui, d'après le dernier test vous êtes...

- séropositif []
séronégatif []
je ne sais pas []

9. Depuis 2 ans, croyez-vous que... (cochez une case par question)

- | | <i>pas
du tout</i> | <i>très
peu</i> | <i>un
peu</i> | <i>pas
beaucoup
mal</i> |
|---|------------------------|---------------------|-------------------|---------------------------------|
| vos activités sexuelles en général ont changé? | [] | [] | [] | [] |
| vos activités sexuelles dans les saunas ont changé?..... | [] | [] | [] | [] |
| vous vous sentez plus informé sur les voies de transmission du VIH? | [] | [] | [] | [] |
| vous vous sentez plus confiant de parler de sécurisexe («safer sex»)? | [] | [] | [] | [] |
| vous vous sentez plus confiant de pratiquer le sécurisexe? | [] | [] | [] | [] |
| il est plus facile de négocier le sécurisexe (sans nécessairement en parler)?..... | [] | [] | [] | [] |
| autre (précisez) _____ | | | | |

QUESTIONS SUR LES INTERVENTIONS DANS LES SAUNAS

10. Selon vous, l'organisation Séro-Zéro est...

- | | <i>non</i> | <i>oui</i> |
|--|------------|------------|
| un groupe de soutien aux personnes vivant avec le VIH? | [] | [] |
| un groupe de prévention de la transmission du VIH?..... | [] | [] |
| une agence de rencontres personnalisées?..... | [] | [] |
| un groupe social gai?..... | [] | [] |
| autre (précisez) _____ | | |

11. Avez-vous déjà entendu parler de...

- | | <i>non</i> | <i>oui</i> | <i>je ne suis
pas certain</i> |
|-------------------------------------|------------|------------|-----------------------------------|
| «Au sauna... on s'emballe»? | [] | [] | [] |
| «Mouillez-vous, couvrez-vous»?..... | [] | [] | [] |
| «Le droit d'aimer»? | [] | [] | [] |
| «Chaleur en ville»? | [] | [] | [] |
| Dépliant «Sexe oral»? | [] | [] | [] |
| Dépliant «Sexe anal»?..... | [] | [] | [] |

Si oui, dites pour chacune de ces activités si elle a influencé votre comportement sexuel?

- | | <i>pas
du tout</i> | <i>très
peu</i> | <i>un
peu</i> | <i>pas
beaucoup
mal</i> |
|--|------------------------|---------------------|-------------------|---------------------------------|
|--|------------------------|---------------------|-------------------|---------------------------------|

«Au sauna... on s'emballa» [] [] [] [] []
 «Mouillez-vous, couvrez-vous» [] [] [] [] []
 «Le droit d'aimer» [] [] [] [] []
 «Chaleur en ville» [] [] [] [] []
 Dépliant «Sexe oral» [] [] [] [] []
 Dépliant «Sexe anal» [] [] [] [] []

12. Depuis 2 ans avez-vous... (cochez une case par question)

*jamais 1 fois quelques souvent
fois*

acheté du lubrifiant dans un sauna? [] [] [] []
 acheté des condoms dans un sauna? [] [] [] []
 pris des dépliants dans les présentoirs? [] [] [] []
 utilisé les accroche-porte («je préserve
mon plaisir, le plaisir du latex»)? [] [] [] []
 utilisé la ligne Info- sida? [] [] [] []
 utilisé une carte-mémo
(«tu me plais en latex»)? [] [] [] []

13. Qu'est-ce que vous portez habituellement dans votre pochette de serviette, au sauna?
(répondez à tous les énoncés)

non oui

rien [] []
 vos cigarettes [] []
 des condoms [] []
 du lubrifiant [] []
 votre clé de chambrette ou de casier [] []
 des poppers [] []
 autre (précisez) _____

14. Dans quelle mesure les interventions sur le sécurisexe dans les saunas sont-elles:

*pas très un pas beaucoup
du tout peu peu mal*

plaisantes? [] [] [] [] []
 utiles? [] [] [] [] []
 culpabilisantes? [] [] [] [] []
 souhaitables? [] [] [] [] []
 efficaces? [] [] [] [] []
 trop présentes? [] [] [] [] []
 bien pensées? [] [] [] [] []
 dérangeantes? [] [] [] [] []
 gênantes? [] [] [] [] []

QUESTIONS SUR VOS ACTIVITÉS AU SAUNA

15. À quelle fréquence allez-vous au sauna ?
- 3 fois ou plus par semaine []
- 1-2 fois par semaine []
- 1-3 fois par mois []
- moins d'une fois par mois..... []
16. Au cours des trois derniers mois, avez-vous consommé de l'alcool ou des drogues une heure ou moins avant d'avoir une relation sexuelle dans un sauna?
- Toujours []
- Souvent..... []
- Parfois []
- Rarement []
- Jamais..... []
17. Durant les trois derniers mois, lesquels des actes suivants avez-vous accomplis dans un sauna?
- jamais 1 fois quelques souvent*
fois
- Embrasser un partenaire (French kiss)..... []..... []..... []..... []
- Se masturber avec un partenaire []..... []..... []..... []
- Lécher l'anus d'un partenaire []..... []..... []..... []
- Vous faire lécher l'anus []..... []..... []..... []
- Sucer le pénis d'un partenaire,
sans éjaculation dans votre bouche []..... []..... []..... []
- Sucer le pénis d'un partenaire,
avec éjaculation dans votre bouche..... []..... []..... []..... []
- Sucer le pénis d'un partenaire
avec un condom []..... []..... []..... []
- Vous faire sucer, sans condom []..... []..... []..... []
- Vous faire sucer, avec un condom..... []..... []..... []..... []
- Autre (précisez)
-
18. Durant les trois derniers mois avez vous enculé un (des) homme(s) au sauna?
- Non (passez à la question 19) []
- Oui..... []
- Durant les trois derniers mois portiez-vous un condom quand vous avez enculé ces hommes au sauna?
- Toujours []
- Souvent..... []
- Parfois []
- Rarement []
- Jamais []
19. Durant les trois derniers mois avez-vous été enculé par un (des) homme(s) au sauna?
- Non (passez à la question 20) []
- Oui..... []

Durant les trois derniers mois les hommes qui vous ont enculé portaient-ils un condom au sauna?

- Toujours []
 Souvent..... []
 Parfois []
 Rarement []
 Jamais []

20. Avec qui avez-vous utilisé des condoms au sauna? (cochez une case par ligne)

- | | | | | | |
|--|---------------|----------------------|----------------|-----------------|------------------|
| | <i>jamais</i> | <i>quelques fois</i> | <i>souvent</i> | <i>toujours</i> | <i>ça dépend</i> |
| avec mon partenaire régulier | [] | [] | [] | [] | [] |
| avec mes partenaires occasionnels..... | [] | [] | [] | [] | [] |
| avec mes partenaires que je croyais séropositif..... | [] | [] | [] | [] | [] |
| autre (précisez) _____ | | | | | |

Les condoms utilisés provenaient-ils du sauna?

- | | | | | |
|---------------|----------------------|----------------|-----------------|------------------|
| <i>jamais</i> | <i>quelques fois</i> | <i>souvent</i> | <i>toujours</i> | <i>ça dépend</i> |
| [] | [] | [] | [] | [] |

21. Lorsque vous êtes au sauna, plusieurs raisons peuvent vous empêcher de pratiquer le sécurisexe. Évaluez l'importance de chacune de ces raisons:

- | | | | | | |
|--|------------------------------|-----|-----|-----|-----------------------|
| | <i>pas du tout important</i> | | | | <i>très important</i> |
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| la consommation de drogues | [] | [] | [] | [] | [] |
| la consommation d'alcool | [] | [] | [] | [] | [] |
| ma timidité..... | [] | [] | [] | [] | [] |
| manque d'information sur les voies de transmission | [] | [] | [] | [] | [] |
| manque d'accès aux condoms | [] | [] | [] | [] | [] |
| manque d'accès au lubrifiant | [] | [] | [] | [] | [] |
| mes partenaires ont l'air en santé | [] | [] | [] | [] | [] |
| manque d'affiches sur le sécurisexe | [] | [] | [] | [] | [] |
| manque de confiance en moi | [] | [] | [] | [] | [] |
| excitation du moment | [] | [] | [] | [] | [] |
| je m'en fous..... | [] | [] | [] | [] | [] |
| je ne crois pas au sécurisexe..... | [] | [] | [] | [] | [] |
| les condoms me font débânder | [] | [] | [] | [] | [] |
| absence de condom de marque connue [] .. | [] | [] | [] | [] | [] |
| absence d'intervenant-conseil sur place..... | [] | [] | [] | [] | [] |
| autre (précisez) _____ | | | | | |

- Se faire enculer, sans condom [] [] []
 Se faire enculer, avec un condom [] [] []
 Enculer son partenaire, sans condom [] [] []
 Enculer son partenaire, avec un condom [] [] []

25. Où (comment) rencontrez-vous vos partenaires sexuels? (cochez une case par ligne)

- | | <i>3 fois
par
semaine</i> | <i>1-2
fois par
semaine</i> | <i>1-3 fois
fois par
par mois</i> | <i>moins
1 fois par
par mois</i> | <i>jamais</i> |
|---|-----------------------------------|-------------------------------------|---|--|---------------|
| dans les bars..... | [] | [] | [] | [] | [] |
| dans les discothèques | [] | [] | [] | [] | [] |
| dans les autres saunas..... | [] | [] | [] | [] | [] |
| dans les parcs publics | [] | [] | [] | [] | [] |
| dans la rue..... | [] | [] | [] | [] | [] |
| sur la piste cyclable..... | [] | [] | [] | [] | [] |
| sur la montagne..... | [] | [] | [] | [] | [] |
| dans les toilettes publiques | [] | [] | [] | [] | [] |
| par l'entremise des agences de rencontre | [] | [] | [] | [] | [] |
| par les petites annonces | [] | [] | [] | [] | [] |
| dans les organismes gais..... | [] | [] | [] | [] | [] |
| au théâtre ou au cinéma..... | [] | [] | [] | [] | [] |
| au travail ou à l'école..... | [] | [] | [] | [] | [] |
| au gym ou à la piscine..... | [] | [] | [] | [] | [] |
| chez des amis | [] | [] | [] | [] | [] |
| avec des prostitués | [] | [] | [] | [] | [] |
| par les télérendez-vous..... | [] | [] | [] | [] | [] |
| autre (précisez) _____ | | | | | |

26. Apportez-vous des condoms et du lubrifiant...

- | | <i>jamais</i> | <i>rarement</i> | <i>quelques
fois</i> | <i>souvent</i> | <i>toujours</i> |
|---|---------------|-----------------|--------------------------|----------------|-----------------|
| dans les bars? | [] | [] | [] | [] | [] |
| dans les discothèques?..... | [] | [] | [] | [] | [] |
| dans les autres saunas? | [] | [] | [] | [] | [] |
| dans les parcs publics? | [] | [] | [] | [] | [] |
| sur la rue? | [] | [] | [] | [] | [] |
| en vélo? | [] | [] | [] | [] | [] |
| sur la montagne? | [] | [] | [] | [] | [] |
| dans les toilettes publiques? | [] | [] | [] | [] | [] |
| dans les activités sociales gaies?..... | [] | [] | [] | [] | [] |
| au théâtre ou au cinéma?..... | [] | [] | [] | [] | [] |
| au travail ou à l'école?..... | [] | [] | [] | [] | [] |
| au gym ou à la piscine? | [] | [] | [] | [] | [] |
| chez vos amis? | [] | [] | [] | [] | [] |

chez un prostitué?[]..... []..... []..... []..... []
 autre (précisez) _____

27. Avez-vous déjà utilisé un condom qui a brisé?
- | | | |
|------------|------------|-------------------------------|
| <i>Non</i> | <i>Oui</i> | <i>Je ne suis pas certain</i> |
| [] | [] | [] |

Si oui, pourquoi a-t-il brisé? (cochez une case par ligne)

| | <i>Non</i> | <i>Oui</i> |
|--|------------|------------|
| Fragilité du condom | [] | [] |
| Pas assez de lubrifiant | [] | [] |
| Mal déroulé..... | [] | [] |
| Percé avec les ongles ou les dents | [] | [] |
| Percé par les bijoux..... | [] | [] |
| Je ne sais pas..... | [] | [] |
| Autres (précisez) _____ | | |

28. Quelle est votre marque de condom préférée?
- | | |
|------------------------|-----|
| Lifestyle..... | [] |
| Fourex | [] |
| Trojan..... | [] |
| Sheik..... | [] |
| Schild..... | [] |
| Ramses..... | [] |
| Autre (précisez) _____ | |

29. Sur quels thèmes aimeriez-vous avoir plus d'informations? (Répondez à tous les énoncés.)

| | <i>Non</i> | <i>Oui</i> |
|---|------------|------------|
| Les voies de transmission du VIH? | [] | [] |
| Le test de dépistage du VIH? | [] | [] |
| La séropositivité (VIH)? | [] | [] |
| Le sécurisexe («safer sex»)?..... | [] | [] |
| Les services offerts aux personnes vivant avec le VIH?..... | [] | [] |
| Comment s'impliquer dans la lutte contre le sida? | [] | [] |
| Les activités de Séro-Zéro? | [] | [] |
| Le risque de transmission du VIH par sexe oral?..... | [] | [] |
| Les négociations sécurisexe?..... | [] | [] |
| Autre (précisez) _____ | | |

Où ces informations devraient-elles être disponibles ? (Répondez à tous les énoncés.)

| | <i>Non</i> | <i>Oui</i> |
|------------------------------------|------------|------------|
| Dans les bars | [] | [] |
| Dans les discothèques..... | [] | [] |
| Dans les saunas | [] | [] |
| Dans les organismes gais..... | [] | [] |
| Dans la presse gaie..... | [] | [] |
| Dans les médias | [] | [] |
| Sur les affiches dans la rue | [] | [] |
| Dans les restaurants..... | [] | [] |
| Dans les toilettes publiques | [] | [] |

Au théâtre ou au cinéma.....[]..... []
Au travail ou à l'école[]..... []
Au gym ou à la piscine.....[]..... []
Autre (précisez) _____

RÉFLEXIONS SUR LES INTERVENTIONS DANS LES SAUNAS

30. Est-ce une bonne chose que les saunas participent aux campagnes de lutte contre le sida?

| | | |
|------------|------------|-------------------------------|
| <i>Non</i> | <i>Oui</i> | <i>Je ne suis pas certain</i> |
| [] | [] | [] |

31. Avez-vous des commentaires sur la prévention du VIH au sauna?

Ou sur ce questionnaire?
