

Réunion de bilan Mois sans tabac 2021
04 mars 2021

[Télécharger le programme](#)

[Télécharger la sélection bibliographique](#)

Participants : ACCM ; Addiction 06 ; ANPAA 13 ; CESAM 13 ; Assurance maladie ; Avenir santé ; Cabinet Shiloh ; Centre hospitalier Buëch Laragne ; Centre hospitalier de Martigues ; centre hospitalier Princesse Grace Monaco ; Clinique Saint Barnabé ; CNMSS ; CoDEPS13 ; CoDES04 ; CoDES05 ; CoDES83 ; Conseil départemental du Var ; DICAdd13 ; ELSA La Ciotat ; ESJ Aubagne ; Fondation de Nice ; Groupe SOS ; Le Souffle 84 / CMDR du Vaucluse ; Maison de santé de Sénas ; Misiafideees ; MSA Provence Azur ; Resad84 ; Unicancer, Nice ; URPS Infirmiers

Présentations :

L'ensemble des présentations est disponible aux liens suivants :

Comité régional d'éducation pour la santé Provence-Alpes-Côte d'Azur :

- [Réunion bilan Mois sans tabac 2020, CRES PACA, 2021-03, 62p](#)

Santé publique France :

- [Mois sans tabac 2020, bilan média, Santé publique France, 2021-02, 28p](#)
- [Mois sans tabac 2020, éléments d'évaluation, Santé publique France, 2021-02, 32p](#)
- [Campagne de dénormalisation du tabac \(journée mondiale sans tabac\), Santé publique France, 2021-02, 9p](#)
- [Dispositif Les employeurs pour la santé, un nouveau dispositif à destination des employeurs, Santé publique France, 2021-02, 6p](#)

Assurance maladie :

- [Les actions contre le tabagisme : Plan d'action global, Mois sans tabac en région PACA, Remboursement des substituts nicotiques, Assurance maladie, 2021-04, 18p](#)

Table des matières

Eléments d'introduction.....	2
Présentation de l'Assurance maladie :.....	3
Actualités tabac.....	4
Bilan national Mois sans tabac.....	4
Bilan média.....	5
Eléments d'évaluation post tests.....	5
Conclusion générale.....	7
Bilan régional.....	8
Campagnes 2021 mises en place par Santé publique France.....	9
Campagne de dénormalisation du tabac.....	9
Dispositif les employeurs pour la santé.....	9
Perspectives.....	9

Eléments d'introduction

Depuis son lancement en 2016, l'opération de marketing social Mois sans tabac mise en place par Santé publique France avec des partenaires comme l'Assurance maladie au niveau national, a enregistré plus de 900 000 inscriptions au niveau national et 68 170 en région Provence-Alpes-Côte d'Azur. Pour rappel, les inscriptions mettent en lumière les personnes qui se sont inscrites via l'un des services de Tabac info service : appli, site, numéro 3989. Cette donnée ne reflète pas l'ensemble des fumeurs qui est entré dans une démarche d'arrêt grâce au Mois sans tabac.

L'efficacité de la campagne sur les tentatives d'arrêt a été démontrée et a contribué à la baisse historique de la proportion de fumeurs en France, dans le cadre du Programme national de Lutte contre le tabac (PNLT). Ainsi, de 2014 à 2019, le nombre de fumeurs quotidiens a diminué de 1,9 millions. Cela a été possible grâce à la forte campagne de communication au niveau national et son relais en région, à la forte mobilisation des acteurs de terrain et à la mise à disposition d'outils, notamment les outils de Tabac info service. Mais également grâce à d'autres actions menées au niveau national comme le paquet neutre ou encore l'augmentation du prix du tabac.

Cette 5^{ème} édition du Mois sans tabac est rendue possible grâce au soutien financier de Santé publique France, de l'Agence régionale de santé Provence-Alpes-Côte d'Azur et de l'Assurance maladie.

Selon la stratégie décennale de lutte contre les cancers 2021 - 2030 parue dernièrement, la réduction du tabagisme reste une priorité du fait de son impact sur la santé, sur l'environnement et en termes financier.

D'ores et déjà mobilisés autour de l'objectif du programme national de lutte contre le tabac (PNLT) d'une première génération sans tabac en 2032, l'objectif de la stratégie décennale est celui, à terme, d'une société sans tabac, plus protectrice de la santé des publics et de l'environnement.

La stratégie mentionne dans son axe 1 « Améliorer la prévention » et dans sa fiche action 1.3. « Appeler à la mobilisation de tous pour en finir avec le tabac » la volonté de travailler sur les objectifs suivants :

- Étendre les espaces sans tabac et faire respecter les interdictions de fumer et de vente aux mineurs (action I.3.2)
- Impliquer l'ensemble des professionnels de santé, sociaux et médico-sociaux à l'accompagnement de l'arrêt du tabac (action I.3.6)
- Renforcer l'accompagnement des fumeurs en développant la communication et le marketing social (action I.3.7)
- Favoriser la prise en charge des personnes qui fument dans l'arrêt du tabac (action I.3.8)

Au niveau régional, dans le cadre du Programme régional de réduction du tabagisme, version 2, 2018-2022, l'ARS PACA propose de travailler sur :

- Développer les compétences psychosociales des jeunes en milieu scolaire et hors milieu scolaire
- Développer les compétences parentales et des professionnels de premier recours exerçant dans les milieux de vie où se trouvent les jeunes
- Décliner l'action lieux sans tabac, en lien avec le Respadd
- Mobiliser les municipalités et plus largement les collectivités pour des espaces sans tabac
- Amplifier le Mois sans tabac en ciblant les femmes enceintes et champs de la petite enfance, les détenus et les personnes en situation de précarité

- Poursuivre la structuration de l'offre de repérage précoce et d'aide au sevrage en CSAPA, CJC, ELSA en articulation avec les autres services
- Proposer une formation TSN pour les professionnels habilités à prescrire
- Promouvoir une administration sans tabac

En complément des informations relayées ce jour, le DICAdd13 et le CRES mettent à disposition une sélection bibliographique : [Télécharger le document](#) (contact DICAdd13 : contact@dicadd13.fr)

Présentation de l'Assurance maladie :

Diaporama : [Les actions contre le tabagisme : Plan d'action global, Mois sans tabac en région PACA, Remboursement des substituts nicotiques](#)

Les actions de l'Assurance maladie dans la lutte contre le tabagisme

L'action de l'Assurance maladie dans la lutte contre le tabac s'articule autour des mesures suivantes :

- La prise en charge directe et intégrale par l'AM des traitements nicotiques de substitution, reposant sur la conviction que cela en faciliterait l'accès auprès de tous les fumeurs et une prise en charge plus adaptée ;
- L'incitation directe des professionnels de santé visant à les mobiliser et à les conforter dans leur rôle en prévention dans l'accompagnement du sevrage tabagique, via l'inscription d'indicateurs dans la ROSP
- La mise à disposition du public d'une nouvelle application d'aide au sevrage tabagique, l'appli tabac info service
- La volonté de soutenir et développer la recherche sur le tabac permettant d'identifier des actions efficaces pour réduire les inégalités sociales de santé existant sur ce facteur de risque.

Soutien des acteurs à la mise en place d'actions via :

- l'appel à projets « mobilisation de la société civile »
- l'appel à projet dans le cadre du Mois sans tabac

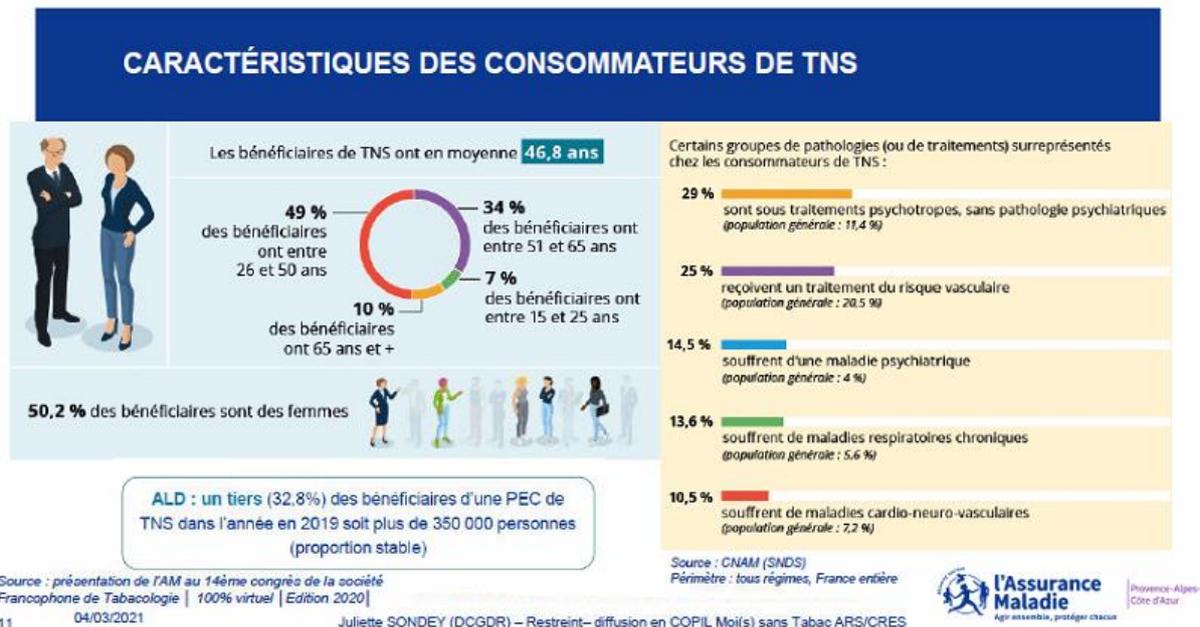
Point sur les remboursements des traitements de substitution nicotique

Aujourd'hui, plus de 70 spécialités de TSN sont remboursées.

Concernant l'évolution des effectifs mensuels de bénéficiaires d'un remboursement de TSN :

- 2019 : effectifs mensuels 2 à 3 fois plus importants qu'en 2018,
- 2020 : effet « confinement » avec baisse de 30% des effectifs en avril 2020 par rapport au mois précédent, hausse en juin puis baisse estivale avec des effectifs superposables à ceux de 2019
- Effet « Mois sans tabac » constaté chaque année depuis 2016 les trois derniers mois (hausse dès octobre)

Le profil des bénéficiaires est le suivant :



Les prescripteurs de TNS en 219 :

- Près de 100 000 prescripteurs différents en 2019 (+40 000 en 2 ans)
- Les médecins généralistes représentent 64% des prescripteurs en 2019 (vs 72% en 218)
- Les cardiologues, psychiatres, gynécologues et pneumologues sont les spécialités médicales les plus prescriptrices de TNS après les généralistes.

Les formes de TNS remboursés sont :

- Dispositifs transdermiques (patches) en volume seulement 47% des TNS remboursés, mais concerne 84 % des consommateurs de TNS dans l'année
- Formes orales montée en charge du recours aux pastilles (28% des consommateurs en 2019 versus 17% en 2018) et aux gommes (24% vs 17%)

Actualités tabac

Présentation de deux articles [Réunion bilan Mois sans tabac 2020](#) (diapo 6 à 29)

Bilan national Mois sans tabac

Diaporamas de Santé publique France :

- [Mois sans tabac 2020, bilan média, février 2021 Santé publique France](#)
- [Mois sans tabac 2020, éléments d'évaluation, février 2021 Santé publique France](#)

Cette année : un contexte sanitaire difficile où l'opération peine à émerger

Bilan média

Phases / Types de communication	Communication TV	Communication VOL	Communication Display
Phase de recrutement	3 spots de 30 sec 93% des 25-49 ans exposés Message vu 6,1 fois en moyenne* Pics d'audience opportunistes (alloc. Président, match...)	5 spots de 30 sec 42% des 25-49 ans touchés 64% des vidéos vues intégralement	4 bannières (kit, accompagnement, témoignages, retardataires) > 300 millions d'impressions > 1 million de clics Près de 200 000 visites du site grâce à ces bannières
Phase de soutien	11 spots de 30 sec 87,5% des 25-49 ans exposés Message vu 7,4 fois en moyenne	11 spots de 30 sec 22% des 25-49 ans exposés 93% des vidéos vues intégralement	4 bannières (3989, appli, recours aux professionnels, retardataires) > 72 millions d'impression > 300 000 clics > 30 000 visites Message qui a le plus interpellé : Application
Phase de clôture	//	//	Près de 35 millions d'impressions > 100 000 clics Environ 4 500 visites

* Pour être enregistré, un message doit être vu 3 fois

Autres communications :

- Pharmacies : couverture de 18 000 pharmacies sur 20 000
- Gare : Avignon TGV, Aix TGV, Marseille Saint Charles, Cannes et Nice
- Social média : 10 posts et 1 live
 - o Instagram : 95% de la cible attendue atteinte
 - o Facebook : 85% de la cible attendue atteinte
- Focus professionnels de santé :
 - o Courriers aux ordres et spots dans les établissements de santé
 - o Communication radio : 5 spots mettant en avant l'apport des professionnels de santé (médecin généraliste, pharmacien, dentiste, sage-femme)
 - o Opération sur Jim.fr et le Quotidien
 - Jim.fr : temps de visite moyen 4 min 53 et 31 416 visites
 - Le Quotidien : temps de visite moyen 4 min et 2 620 visites
 - o Display : 4 bannières sur les professionnels de santé : > 11 500 000 impressions, et 100 000 clics

Éléments d'évaluation post tests

En 2020, au vu de la méthode de recueil, les résultats ne sont pas comparables aux années précédentes (modification des profils des répondants et de la façon de répondre dû à l'absence de présentiel).

Nouveauté 2020 : intégration de la **notion de littératie en santé** pour l'évaluation et plus précisément la gestion active de sa santé.

Objectif : Etudier le lien entre les indicateurs évalués et la dimension littératie en santé, plus particulièrement la gestion active de sa santé

Rappel de la définition de la littératie en santé selon Rootman 2008 : « *Capacité d'accéder à l'information, de la comprendre, de l'évaluer et de la communiquer de manière à promouvoir, maintenir et améliorer sa santé dans divers milieux au cours de la vie* »

Selon l'échelle HLQ utilisée, 54% des répondants ont une bonne gestion active de leur santé (cf diapo Eléments d'évaluation pour le profil des participants).

Evaluation de :

- Mémorisation spontanée de la campagne
- Notoriété de la campagne
- Source d'exposition
- Reconnaissance de la campagne par support
- Reconnaissance de l'affichage selon le type et le lien
- Efficacité perçue de la campagne

Lien avec la Covid 19 :

- Impact de la Covid 19 sur la motivation à arrêter :
 - o Augmentation de la motivation à arrêter : 18%
 - Représentent 22% des 25-49 ans
 - < ou 10 cigarettes par jour pour 21%
 - Intention préparation à l'arrêt pour 23%
 - Intérêt pour des consultations à l'arrêt gratuites : 26%
 - o Diminution de la motivation à arrêter : 14%
 - o Absence d'impact sur la motivation : 68%
 - Absence d'intérêt pour les consultations à l'arrêt gratuites : 81%
- Utilité de la diffusion de la campagne dans ce contexte actuel
 - o Très utile : 34%
 - o Plutôt utile : 41%
 - o Plutôt pas utile : 14%
 - o Pas du tout utile : 11%

Intérêt pour les consultations gratuites

- *Auriez-vous recours aux consultations si mises à disposition gratuitement ?*

<i>En pourcentage</i>	Certainement	Probablement	Probablement pas	Certainement pas
Fumeurs	25	40	25	10
Fumeurs avec intention d'arrêt dans les 6 mois	31 (bon niveau de littératie pour 44%)	44	19	6
Fumeurs sans intention d'arrêt dans les 6 mois	17	34	33	16

- Lieux privilégiés pour des consultations : Médecin traitant > centres de soins spécialisés > hôpital / clinique > lieu de travail ou universités > téléphone avec un spécialiste > stand de l'espace public > dentiste
- Temps de trajet acceptable : 33 minutes

Post tests qualitatifs auprès des fumeurs :

Motivations et craintes à l'arrêt

Motivations	Craintes
Représentations liées au tabac qui se dégradent	Associations positives persistent : plaisir et convivialité
Coût du tabac	Peur des effets immédiats du sevrage, perte de lien social et d'identité
Bénéfices à l'arrêt de plus en plus mentionnés / risques	Mise à distance de tout soutien
Campagne de prévention jugée utile même en temps de Covid	Impact du 1 ^{er} confinement sur la santé mentale avec augmentation de la consommation

Mois sans tabac, un rendez-vous qui s'installe

- Notoriété progresse
- Entrée dans le dispositif différente cette année, pas assez de lien avec la campagne notamment pour les témoignages
- Campagne qui ne suscite pas l'adhésion de toutes les cibles notamment les jeunes : ton qui intimide les plus éloignés de l'arrêt avec occultation de la réalité du sevrage
- Vidéo accessible très appréciée

Evaluation des outils auprès des inscrits au Mois sans tabac

- Phase de préparation (10 premiers jours du programme) mal identifié
- Site internet : pour tous, apprécié pour sa simplicité, ton bienveillant et sa personnalisation suite à l'inscription mais peu utilisé ensuite
- Application mobile : intuitif, personnalisé, pour les personnes autonomes et à l'aise avec smartphone
- Kit : symbole de la participation mai peu utilisé
- Mails : pas tous lus, actent la participation avec un soutien au quotidien, augmente la motivation, pour les personnes autonomes avec l'outil
- Réseaux sociaux : très valorisés, modernes et dynamiques pour les personnes maîtrisant et en recherche de collectif
- 3989 : outil jugé le plus solide, 1^{er} pas difficile, pour les fumeurs ayant besoin d'un fort accompagnement

Conclusion générale

- Le dispositif Mois sans tabac séduit, et semble avoir un pouvoir incitatif certain quand il est connu. Il a gagné au fil des éditions en modernité et en proximité.
- Le parti-pris des témoignages permet un ancrage dans la réalité et une identification. Cependant, il y a un risque d'exclusion de certains profils de fumeurs à communiquer uniquement sur les bénéfices de l'arrêt, et à ne pas montrer les difficultés.
- L'accent mis sur l'accompagnement nécessaire par les professionnels de santé a permis de crédibiliser l'opération, en l'inscrivant dans une démarche sérieuse et pérenne.

- Même les profils les plus réfractaires ont manifesté un intérêt, qui, s'il n'est pas encore déclencheur d'un passage à l'acte, a le mérite d'inciter à une réflexion.
- Les outils proposés sont complémentaires et permettent de répondre aux besoins des différents profils.
- Si certains outils pourraient encore être améliorés, l'enjeu principal relève bien de la communication et de la pédagogie : il semble en effet primordial de mieux faire connaître l'aide qu'ils peuvent apporter aux fumeurs qui décident d'arrêter le tabac.

Bilan régional

Diaporama du CRES :

- [Réunion bilan Mois sans tabac 2020](#)

Actions menées par le CRES :

- Communication auprès des professionnels
 - o Relais des communiqués de presse régionaux
 - o Relais des informations sur Twitter
 - o Animation de la communauté de pratiques Mois sans tabac en région PACA (Talkspirit)
 - o Site Mois sans tabac en région PACA : <http://www.cres-paca.org/r/154/>
 - o Lettres d'information régulières
 - o Proposition de 8 webinaires thématiques : Programme et [lien d'inscription](#)

En 2020

- Le marketing social : principes théoriques et illustration avec Mois sans tabac par Pr Karine Gallopel-Morvan EHESP et Viêt Nguyen Thanh, Santé publique France
- Tabac et Covid-19 : ce qu'il faut retenir par Pr François Alla, CHU Nice
- Sensibilisation à l'entretien motivationnel par Benoit Saugeron, CRES

En 2021

- Le repérage précoce et l'intervention brève : principes et adaptation à la prise en charge des fumeurs, Dr Thierry Ventre, DICAdd13
- Tabac et gestion du poids par Audrey Thomassin, diététicienne et Sandra Brun-Zaragoza, tabacologue
- Sevrage tabagique et approches complémentaires par Dr Isabelle Weinberg-Ricard, CH Montfavet et Avignon
- Objectif génération sans tabac, sensibilisation aux politiques publiques de prévention du tabagisme par Clémence Cagnat du Souffle84/CDMR 84
- Présentation d'outils pédagogiques sur la thématique tabac par Martyna Ziolkowska, CoDES 83 et Stéphanie Morin, CoDES 84

Tous les webinaires sont accessibles sur la chaîne YouTube du CRES : <https://www.youtube.com/channel/UCletq4cGHPLZZPt72Gsci0w/playlists>, dans la playlist Mois sans tabac.

- o Actions en lien avec les partenaires départementaux
- Communication auprès des publics
 - o Affichages urbains : Marseille, Avignon, La Ciotat, Vitrolles

- Facebook : Animation par le CRES et un partenaire tabacologue Sandra Brun Zaragoza
- Instagram Moissanstabac_PACA

Campagnes 2021 mises en place par Santé publique France

Campagne de dénormalisation du tabac

[Campagne de dénormalisation du tabac \(journée mondiale sans tabac\), février 2021 Santé publique France](#)

Le tabac se dénormalise, ce qui peut représenter un levier de motivation efficace.

Objectifs de la campagne :

- Accentuer la nouvelle norme sociale d'une vie sans tabac
- Faire de Tabac info services une référence de l'arrêt du tabac

Calendrier : communication du 31 mai au 30 juin 2021

Outils de communication : TV, bannières web, dispositifs de proximité et opérations spéciales (réseaux, presse, affiches)

Dispositif les employeurs pour la santé

[Dispositif Les employeurs pour la santé, un nouveau dispositif à destination des employeurs, février 2021 Santé publique France](#)

Ce dispositif est un prolongement de la démarche de marketing social

Accès à une plateforme contenant Expertise et outils thématiques, sans log in et tout au long de l'année

- Temps 1 : Eléments sur la thématique tabac
- Temps 2 : autres thématiques travaillées par Santé publique France

Calendrier :

- Ouverture 1^{er} semestre 2021 sur tabac
- 2022 : Intégration de la thématique globale addiction
- 2023 : Ensemble des thématiques de Santé publique France

Contact : jennifer.davies@santepubliquefrance.fr

Perspectives

La campagne Mois sans tabac sera déployée en 2021.

Une rencontre régionale sera organisée fin juin / début juillet.