



MOIS SANS TABAC BILAN MEDIA

Jeudi 18 février

Justine Avenel-Roux & Félicie David

Ce diaporama est mis à la disposition des acteurs Mois sans tabac de la région Provence-Alpes-Côte d'Azur par Santé publique France.

RAPPEL DU DISPOSITIF

RECRUTEMENT

SOUTIEN

CLOTURE

TV - VOL

TV - OPERATION SPECIALE

AFFICHAGE PHARMACIE

DISPLAY

SOCIAL MEDIA

GARE

RADIO

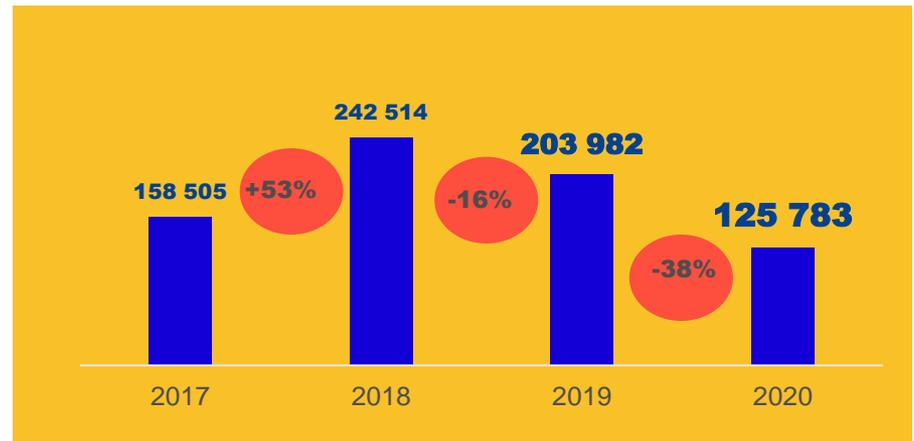
OPERATION SPECIALE

DISPLAY

2020

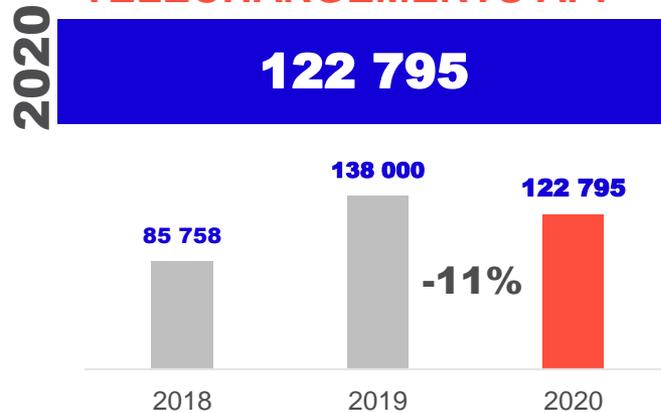
126 568
Inscrits au Mois Sans Tabac

-38% d'inscrits VS 2019

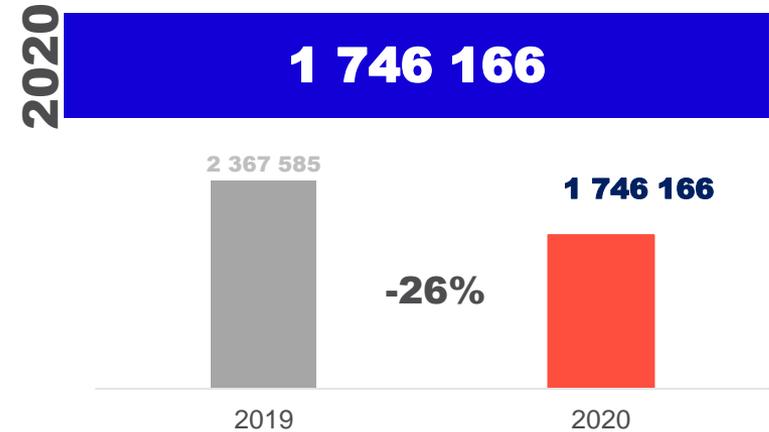


- Une édition 2020 qui se démarque par un nombre d'inscrits en baisse.
- Soit plus de **725 000 inscrits** sur les 4 dernières éditions

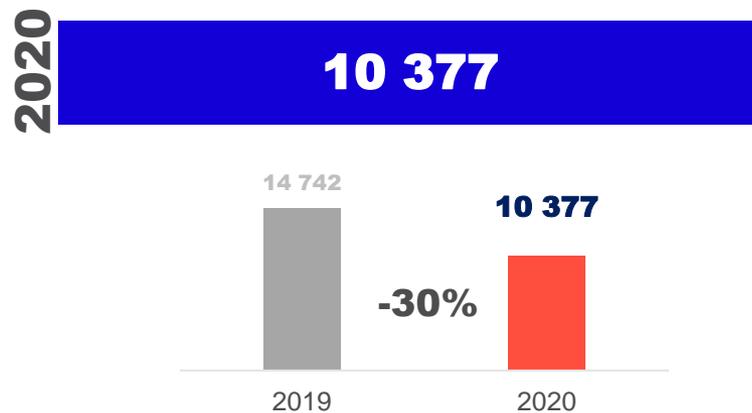
TELECHARGEMENTS APP



VISITES SUR TIS



APPELS ENTRANTS



- Des chiffres en baisse
- Mais une baisse moins importante que celle de l'inscription.
- Un contexte sanitaire difficile où l'opération peine à émerger

PHASE DE RECRUTEMENT

BILAN PAR LEVIER MEDIA

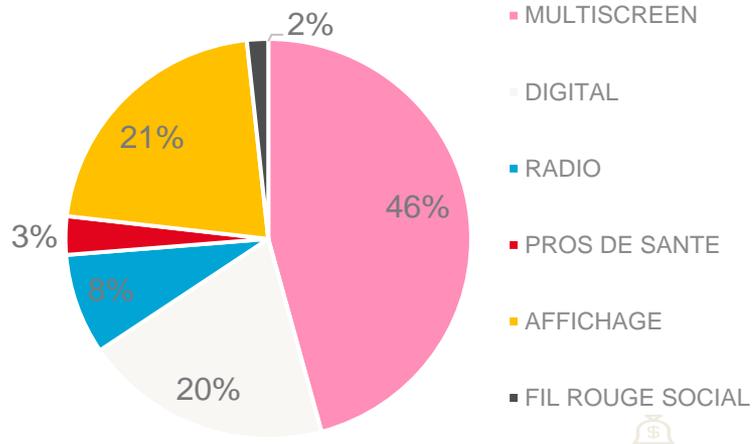
15

Période:
Du 1^{er} octobre au
31 octobre 2020
(Phase 1)



Objectifs :
Recrutement & Visibilité

ENJEU:
→ Assurer un fort niveau de visibilité
autour de l'événement ET générer des
flux sur l'espace dédié pour donner la
possibilité de s'inscrire à l'événement



Cible:
Site Mois
Sans Tabac

Formats:

- ✓ 5 spots TV: Amélie, Armelle, Ernest, Marie, Xavier
- ✓ Déclinaisons VOL
- ✓ Bannières display : kit, accompagnement, témoignage, retardataire
- ✓ Spots radio

LE RECRUTEMENT

FOCUS
GRAND PUBLIC

MULTISCREEN

TV DROM

DIGITAL

AFFICHAGE
(PHARMACIES
+ DOOH)

Cible:
Objectif:

25 – 59 ans
Visibilité

25 – 59 ans
Visibilité

18 – 64 ans / CSP-
Inscription

18 – 64 ans fumeurs
Visibilité

**Performances
Estimées (reco)**

565 GRP
87% Couverture

690 spots
5 103 594 contacts

890k clics
175k visites*
CPC : 0,71€

Pharmacies:
18k PDV visitées
DOOH: 1 828 145 logs

**Performances
réalisées**

604 GRP
93% Couverture

690 spots
4 893 392 contacts

1,1M clics
194k visites*
CPC : 0,53€

Pharmacies:
18 650 visitées,
18 000 équipées
(625 550 kits)
DOOH: 1 980 756 logs



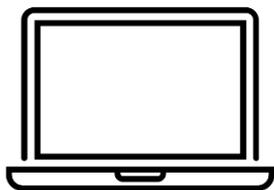
TV

3 spots de 30 secondes

Résultats

- Une campagne puissante qui a permis d'exposer **93%** des 25-49 ans
- **88%** des 25-49 ans ont été exposés au film en TV
Ils ont vu le message **6,1 fois** en moyenne
- La campagne a généré plus de **99 Millions de contacts 25-49 ans**
- Des pics d'audience sur les moments de grandes audiences (allocution du Président, match de rugby...)





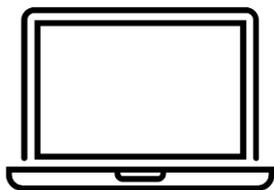
VOL

5 spots de 30 secondes

Résultats

- **42%** de la population 25-49 ans a été touchée au moins une fois par la campagne vidéo.
- **64%** des vidéos ont été vues à 100%
- Au total plus de **20 millions** d'impressions générées





DISPLAY

4 bannières



Impressions

309 833 428



Clics

1 193 080

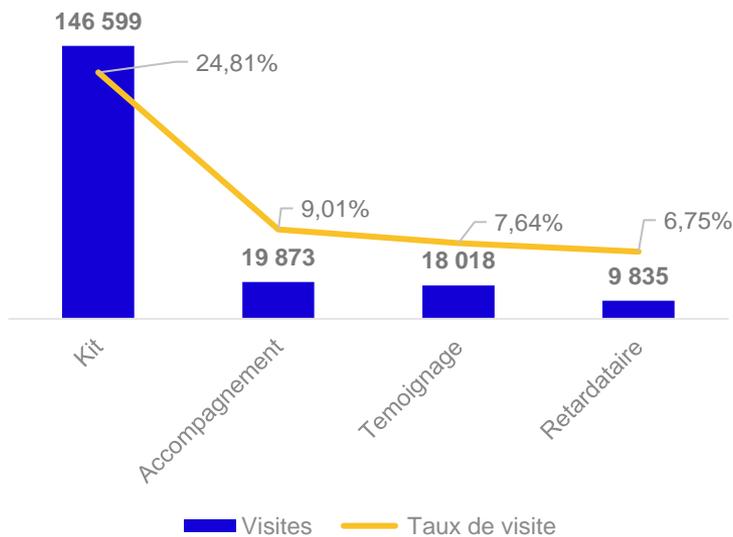


Visites*

194 325



Top acteur
générant 50% des visites



Avez-vous votre kit
#MoisSansTabac ?



Novembre, c'est le
mois pour arrêter
de fumer !



Hyléana Squelart-Duroeux @HyléanaD • 1 déc

Réussite de l'année : Avoir arrêté de fumer
après 7 ans ! #MoisSansTabac



AFFICHAGE

18 000 pharmacies



Région	# Pdv Equipés	# Pdv 40*60	# Pdv 60*170	# Pdv 80*120	# Pdv Coverin g	# Kits de sevrage
Auvergne-Rhône-Alpes	1 828	1 029	304	488	7	59 925
Bourgogne-Franche-Comté	856	310	126	417	3	30 725
Bretagne	832	377	153	302	0	25 050
Centre-Val de Loire	678	263	149	256	10	27 250
Corse	130	69	23	38	0	4 700
Grand Est	1 405	640	267	493	5	48 650
Guadeloupe	95	75	8	12	0	4 750
Hauts-de-France	1 606	698	345	563	0	55 450
Ile-de-France	3 404	1 750	500	1 046	108	114 600
La Réunion	221	163	16	42	0	10 800
Martinique	113	95	11	7	0	5 300
Monaco	15	15	0	0	0	375
Normandie	919	366	146	406	1	34 300
Nouvelle-Aquitaine	1 911	693	375	833	10	70 125
Occitanie	1 594	756	256	574	8	57 675
Pays de la Loire	663	414	85	162	2	19 275
Provence-Alpes-Côte d'Azur	1 730	1 008	266	450	6	56 600
	18 000	8 721	3 030	6 089	160	625 550

➤ Sur les 18 000 PDV équipés

17 840 Pharmacies ont accepté un vinyle

49% ont accepté le format 40*60, soit 8 721 PDV

34% ont accepté le format 80*120, soit 6 089 PDV

17% ont accepté le format 60*170, soit 3 030 PDV

160 Pharmacies ont accepté le Covering sur-mesure

8% des pharmacies avaient le visuel 2019 à notre arrivée.

Dépollution réalisée, soit 1 427 PDV

625 550 kits de sevrage ont été remis en mains propres aux pharmaciens



AFFICHAGE

Gares

Logs Garantis	Logs Délivrés
1 828 145	1 980 756

GARE - SITES	SOLO		DUO	TRIO	QUATRO	Total général
	9/16ème	16/9ème	compacte	compacte	compacte	
AMIENS	3					3
ANGERS - SAINT LAUD	1					1
ANGOULEME	5					5
ANNECY	1					1
AVIGNON - TGV	1					1
BORDEAUX - SAINT JEAN	8			6		14
BREST	5					5
CHAMBERY	5					5
BELFORT MONTBELIARD - TGV	5					5
DIJON	6					6
GRENOBLE	3					3
LA ROCHELLE	2					2
LE HAVRE	6					6
LE MANS	3					3
LILLE - EUROPE	3					3
LILLE - FLANDRES	4			3	4	11
LYON - PART DIEU	5		2			7
LYON - PERRACHE				3		3
NIMES PONT DU GARD	1					1
AIX EN PROVENCE - TGV	1					1
MARSEILLE - SAINT CHARLES	5			6		11
MONACO MONTE CARLO	2		2	3		7
METZ	5					5
MONTPELLIER	7					7
NANCY	7					7
NANTES	5			3		8
CANNES	6					6
NICE	4			3		7
ORLEANS	4					4
POITIERS	4					4
REIMS	2					2
RENNES	8			3		11
ROUEN - RIVE DROITE	4					4
STRASBOURG - TGV	11					11
TOULOUSE - MATABIAU	10					10
SAINTE PIERRE DES CORPS	2			3		5
TOURS	6					6
Total Région	160		4	33	4	201
Total sites Région : 37						



AFFICHAGE

Gares

GARE - SITES	SOLO		DUO	TRIO	QUATRO	Total général
	9/16ème	16/9ème	compacte	compacte	compacte	
CHESSY - MARNE LA VALLEE	2			3		5
PARIS - AEROPORT C.DE GAULLE TGV	2					2
PARIS - AVENUE DU PDT KENNEDY				3		3
PARIS - AVENUE HENRI MARTIN	2					2
PARIS - BIBLIOTHEQUE FRANCOIS MITTERRAND	1					1
PARIS - BOULAINVILLIERS	2					2
PARIS - CHAMP DE MARS TOUR EIFFEL			2			2
PARIS - GARE D'AUSTERLITZ	3					3
PARIS - GARE DE L'EST	22		2			24
PARIS - GARE DE LYON	34		4	3	4	45
PARIS - GARE DU NORD	23		4	27		54
PARIS - GARE MONTPARNASSE	9		2			11
PARIS - GARE SAINT LAZARE	33		4	3		40
PARIS - INVALIDES			2			2
PARIS - MUSEE D ORSAY	5					5
PARIS - PEREIRE	1					1
PARIS - PONT CARDINET	4					4
PARIS - PONT DU GARIGLIANO	1					1
PARIS - PORTE DE CLICHY				3		3
PARIS - PORTE MAILLOT			2			2
PARIS - SAINT MICHEL	1					1
PUTEAUX - LA DEFENSE	1					1
VERSAILLES - CHANTIERS	2					2
VILLEPINTE - PARC DES EXPOSITIONS				3		3
Total Paris	148		22	45	4	219
Total sites Paris : 24						

PHASE DE SOUTIEN

BILAN PAR LEVIER MEDIA

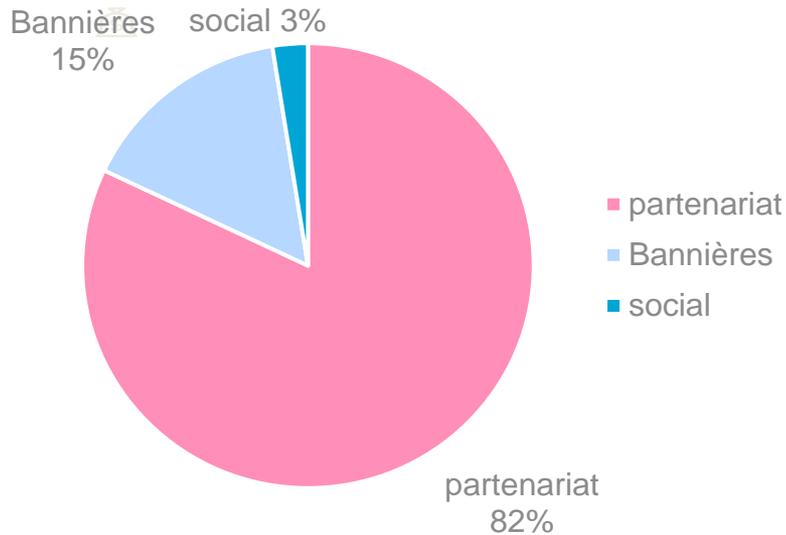
15

Période :
Du 1^{er} au 30
novembre 2020



Objectifs :
Visibilité & Recrutement

Enjeu :
→ Maintenir un accompagnement
au mois de novembre pour
soutenir le plus grand nombre en
faisant le lien avec les outils TIS



Promotion :
Outils TIS

- Formats :**
- ✓ Spots partenariat
+ Déclinaisons VOL
 - ✓ Campagne Bannières
 - ✓ Fil rouge Social

PARTENARIAT

DIGITAL

Cible :
Objectif :

25 – 49 ans
Visibilité

18 – 64 ans, CSP-
Visibilité, inscription

**Performances
Estimées (reco)**

630 GRP
85% Couverture

57M impressions

**Performances
réalisées**

703 GRP
90,3% Couverture

72M impressions
304k clics



OPERATION SPECIALE

11 spots de 30 secondes

Résultats

Une campagne puissante qui a permis d'exposer 90,3% des 25-49 ans. Nous étions présents sur 3 groupes de chaînes (TF1, M6 et France TV)

TV

- **87,5%** des 25-49 ans ont été exposés au film en TV
- Ils ont vu le message **7,4 fois** en moyenne
- **649** GRP





OPERATION SPECIALE

11 spots de 30 secondes

Résultats

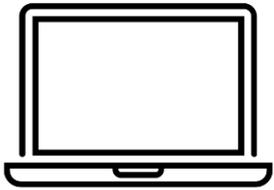
Une campagne puissante qui a permis d'exposer 90,3% des 25-49 ans. Nous étions présents sur 3 groupes de chaînes (TF1, M6 et France TV)

VOL

- **22%** des 25-49 ans ont été exposés à la VOL
- La VOL a apporté **2,8 pts de couverture** additionnelle à la TV
- **93%** des vidéos ont été vues intégralement (7M)
- **54** GRP

TV + VOL : 703 GRP





DISPLAY

4 bannières

3989 / Appli / Recours Pro / Retardataire



Impressions

72 433 027



Clics

304 979



Visites*

30 201

Objectif : Visibilité

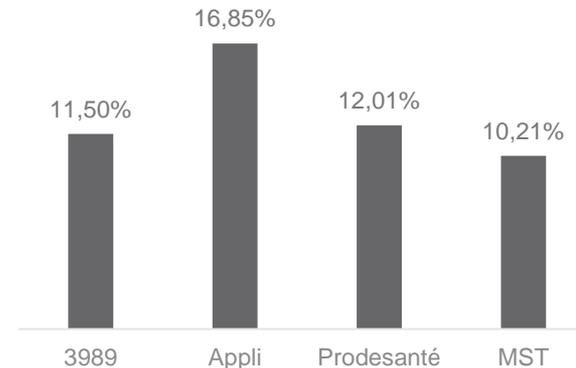
Taux de visibilité

80%

- 80% des créations ont été visibles auprès de notre cible

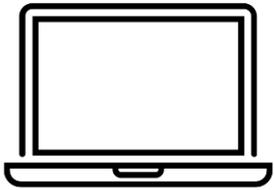
Objectif : TRAFIC

- Des niveaux de visites performants grâce au format Sondage et à Facebook/Instagram
- 4 messages bien performés (>10%)
Message Appli a le plus interpellé notre cible



PHASE DE CLOTURE

BILAN PAR LEVIER MEDIA



DISPLAY

1 bannière + renvoi 3989



Impressions

34 990 237



Clics

104 974



Visites*

4 612

Taux de visibilité

85%

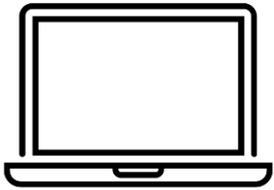


Plus de 4 millions
de contacts uniques



**Le défi est
terminé mais...**

LE FIL ROUGE SOCIAL MEDIA



SOCIAL MEDIA

10 posts et 1 live et son replay



Impressions

70 641 843



Cible atteinte

11 988 957*



Vues à 100%

55 158

*soit 100% de la cible

12 M

8,6 M

7,8 M

Potentiel sur
notre cible

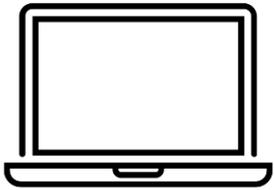


7,3 M
(85%)

7,4 M
(95%)

Cible atteinte



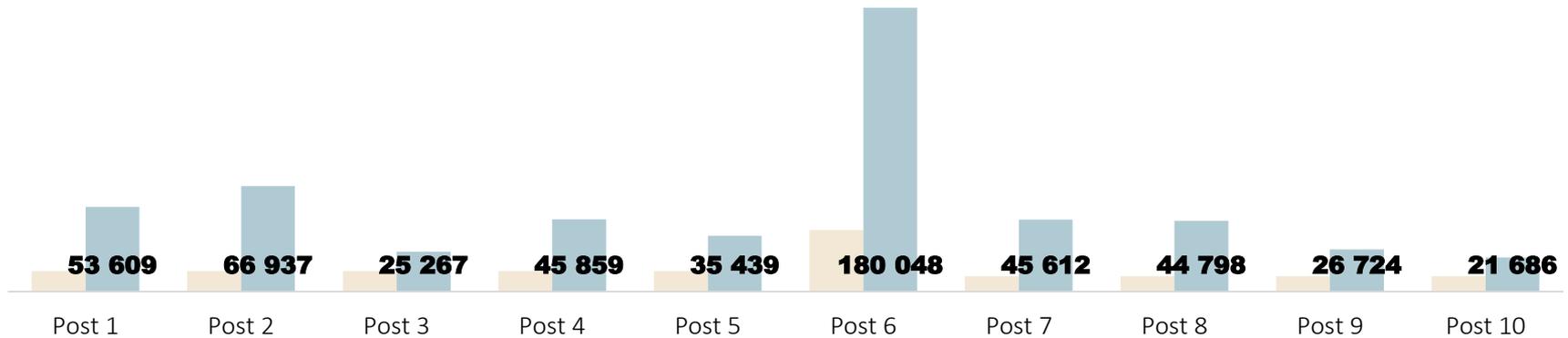


SOCIAL MEDIA

10 posts et 1 live et son replay

Budget

Vues 100%



LES PROFESSIONNELS DE SANTÉ



RADIO

5 spots

Objectif : Visibilité

Mettre en lumière l'apport des Professionnels
de santé dans le sevrage tabagique

- 2 spots Médecin généraliste
- 1 spot Pharmacien
- 1 spot Dentiste
- 1 spot Sage-femme

DIFFUSION



Bilan performances :

417 GRP
70,5% couverture
5,9 répétition

Source Médiamétrie 126 000 Janvier-mars 2020

OPERATION SPECIALE



Pour chacun des acteurs un espace dédié au tabac sur leur écosystème web avec du contenu produit
Et un plan de médiatisation pour renvoyer vers ces contenus.

JIM.fr

31 416 visites sur l'espace tabacologique
Temps moyen par visite : 4 min 53
55 525 pages vues

259 701 pap délivrées
(page vue avec publicité = dans le cadre de la médiatisation)

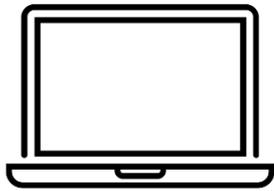
**Le Quotidien
du pharmacien.fr**

**LE QUOTIDIEN
DU MEDECIN.fr**

infirmiers.com

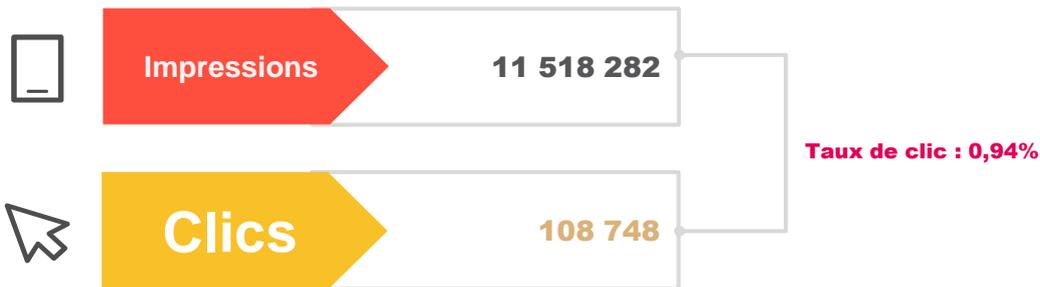
2 620 visites sur l'espace dédié
Temps moyen par visite: 4 min
En tout 5 084 pages vues

3,5 M PAP DELIVRÉES



DISPLAY

4 bannières



- Le ciblage le plus performant est Médecins généralistes suivi des infirmiers et sages-femmes. Ce sont les trois métiers professionnels de santé qui ont été le plus exposés et réactifs face aux messages adressés.
- Les Médecins Généralistes génèrent à eux seuls plus de la moitié (54%) des clics générés.

Comment accompagner vos patients vers l'arrêt du tabac ?

Aider vos patients à arrêter de fumer augmente de 70% leurs chances de réussite.

Comment parler du tabac avec vos patients ?