

Mois sans Tabac 2022
3^{ème} réunion régionale du 7 mars 2023

Ordre du jour

1. Eléments introductifs
2. Présentation du Baromètre Cancer 2021
3. Campagne Mois sans Tabac : bilan national et régional
 - 3.1. Bilan du dispositif de communication national
 - 3.2. Résultats du post-test quantitatif et qualitatif Mois sans Tabac 2022
 - 3.3. Bilan du dispositif de commandes
 - 3.4. Actions déployées par le CRES
 - 3.5. Actions mises en place par les acteurs de terrain
 - 3.6. Actions financées par l'ARS Paca
 - 3.7. Actions financées par l'Assurance maladie
4. Perspectives Mois sans Tabac 2023

Contenu des échanges

1. Eléments introductifs

Cette réunion fait suite à la troisième réunion des ambassadeurs organisée par Santé publique France pour présenter les résultats du bilan de la campagne Mois sans Tabac 2022.

La campagne 2022 a enregistré 162 012 inscrits, contre 112 933 inscrits lors de la campagne de 2021, soit une hausse de plus de 40%, et la première depuis 2018.

La région Paca totalise 13327 inscriptions, contre 8756 inscriptions l'année dernière.

2. Présentation du baromètre Cancer 2021

Présenté par M. Jean-Luc LASALLE, Epidémiologiste à la cellule Provence-Alpes-Côte d'Azur et Corse, Santé publique France (Cire Paca). Cette présentation porte sur la thématique tabac et aborde deux points :

- Tabac et cancer : perception des risques en 2021 et évolutions depuis 2015
- Cigarette électronique : quelles perceptions en France ?

Les baromètres cancers sont des enquêtes menées par l'Institut national du cancer (INCA) et Santé publique France (SpF), de manière régulière (tous les 5 ans), auprès de la population française. Leurs objectifs sont d'analyser l'évolution de leurs connaissances, perceptions et habitudes de vie en lien avec le cancer et ses principaux facteurs de risques.

Les principales conclusions de cette enquête sur l'évolution de la perception du tabac sont les suivantes :

- Perception globalement correcte (et en progression) mais encore imparfaite des risques liés au tabac.
- Minimisation de la dangerosité de sa propre consommation qui subsiste, même si on note une amélioration.
- Les idées fausses perdurent.
- Inégalités sociales marquées en matière de perception des risques (perception du risque d'avoir un cancer, seuils de dangerosité les plus élevés). Mêmes inégalités en termes de prévalence du tabagisme (prévalence en hausse entre 2019 et 2021).
- Place insuffisante des professionnels de santé : indicateur en baisse par rapport au précédent baromètre.

Pour découvrir l'intégralité de la présentation [Cliquez ici](#)

3. Campagne Mois sans Tabac 2022

Le bilan de la campagne Mois sans Tabac 2022 et les résultats des post-tests quantitatif et qualitatif permettent de mieux comprendre l'impact de la campagne 2022, de voir quels sont les éléments négatifs ou positifs pour permettre une analyse sur les ajustements à faire pour la campagne suivante.

3.1. Bilan du dispositif de communication national

Rappel sur le message de la campagne de cette année qui remet la notion du collectif au centre, avec le message « vous n'étiez pas seul quand vous avez commencé, vous ne serez pas seul pour arrêter ».

Le dispositif média a comme chaque année concerné différents supports :

- La télévision
- Les vidéos on line (VOL)
- La radio
- L'affichage en pharmacie
- Le digital
- L'affichage en centre commerciaux commerces de proximité et gares

L'année 2022 a vu par ailleurs le retour des actions de terrain qui ont été suspendues avec la crise sanitaire.

Et pour la première fois, SpF a innové avec une émission de télévision autour du Mois sans Tabac, avec de nombreuses célébrités pour animer la soirée.

Au total près de 930 millions de contacts ont été délivrés tout au long de l'opération. Un contact signifie le nombre de fois où une personne a été touchée par un message.

Les principales conclusions pour le dispositif média sont :

- Une campagne avec une dynamique positive qui a vu une hausse des inscriptions et utilisation des outils
- Un bilan média positif avec une augmentation du nombre de personnes touchées par un message avec un budget moins important

Pour 2023 :

- Reconduite de la campagne avec des optimisations
- Un travail sera mené pour toucher davantage les public cibles
- Réflexion autour de l'émission de télévision et sur la suite des stands

Pour retrouver l'ensemble des résultats média par média [cliquez ici](#)

3.2. Résultats des post-tests quantitatif et qualitatif

L'enquête s'est déroulée du 7 au 30 novembre 2022, en face à face, auprès de 2006 personnes âgées de 15 ans et plus, dont 691 fumeurs.

Les principales conclusions de cette enquête :

- Un dispositif toujours jugé utile et pertinent par les personnes interrogées
- Une campagne qui repose sur de bonnes intuitions, mais qui n'atteint que partiellement ses objectifs
 - ⇒ L'évocation de la première cigarette n'a entraîné que peu de mobilisation dans une perspective d'arrêt
 - ⇒ Les outils vidéo on line (VOL) ont été les plus pédagogiques
 - ⇒ La personnalisation de l'accompagnement jugé décevant

⇒ Difficultés de s'identifier à une communauté de soutien

- Une campagne mois performante parmi les CSP ouvriers et employés :
 - ⇒ Des personnes encore plus fragilisées par rapport aux autres années
 - ⇒ Peu d'identification et de compréhension par rapport à la campagne, dont le ton a été jugé un peu trop léger.

Pour retrouver l'intégralité des résultats et de la présentation [cliquez ici](#)

3.3. Bilan du dispositif de commande

Une hausse de 36% en 2022, par rapport à la campagne de 2021 du nombre de commandes sur le site partenaires par les acteurs de terrain.

Les commandes sur le site particuliers ont connu également une hausse de 27% par rapport à la campagne de 2021.

La région PACA se classe en 7^{ème} position des régions en nombre de commandes sur le site partenaire.

La typologie des organismes qui passent commande montre que se sont principalement les établissements de santé qui commandent, puis viennent les associations et les entreprises.

Pour ce qui est des particuliers, en 2022, le nombre de kits commandés a dépassé le précédent record de 2018.

Pour retrouver l'intégralité des données [cliquez ici](#)

3.4. Actions déployées par le CRES

- ✓ **Activité de communication**
 - Personnalisation du communiqué de presse national avec des données spécifiques à la région PACA.
 - Partenariat reconduit avec la RTM, avec la mise à disposition, à titre gratuit de ½ parc de bus pour un affichage de la campagne Mois sans Tabac, pendant la semaine du 7 novembre 2022.
 - Réalisation de 3 goodies aux couleurs de Mois sans Tabac : stylos, magnets et balles antistress.
 - Réseaux sociaux : Animation du compte Facebook, en partenariat avec Sandra Brun-Zaragoza, tabacologue. Elle a notamment diffusé quotidiennement le calendrier du Mois sans Tabac, apporté son soutien aux personnes et répondu à leurs différentes questions. Elle a également réalisé 3 vidéos : sur la thématique des traitements de substitution nicotinique, la motivation et la volonté, et sur le besoin de fumer.
 - Animation de la page Instagram, avec diffusion des messages de SpF et des événements locaux organisés par des acteurs en direction du grand public. Le compte Instagram a enregistré cette année 100 nouveaux abonnés par rapport à 2021.

- Animation de 2 stands dans deux centres commerciaux : carrefour Vitrolles et Carrefour Nice Lingostière. Actions financées par SpF.

Le stand de Vitrolles : animé en partenariat avec Addictions France et l'association Avenir Santé. Des consultations et échanges avec des tabacologues ont été proposés.

Cette journée a connu un succès mitigé avec seulement une quinzaine de personnes qui se sont arrêtées au stand.

Cette faible participation peut s'expliquer par le contexte social de cette période, avec le blocage des raffineries et la pénurie d'essence qui a conduit à une forte baisse de la fréquentation des centres commerciaux.

Le stand de Nice Lingostière : la journée a été organisée en partenariat avec le CoDES 06 qui a mobilisé ses partenaires locaux : Addictions France et le service de santé au travail AMETRA06.

Cette journée a été plus fructueuse avec une quarantaine de personnes qui se sont arrêtées au stand et qui ont pu bénéficier de renseignements et de conseils par les tabacologues présents.

La veille de la journée stand, une tournée des commerçants a été faite par le CoDES 06 pour permettre un affichage pour communiquer sur l'évènement.

Une liste des différents lieux de consultations avec tabacologue sur le 06 a été élaborée et proposée sous forme d'un QR code à flasher.

✓ **Communication et action en direction de professionnels**

- Communication via différents supports : le site Mois sans Tabac Paca, les lettres et Flash info Mois sans Tabac, la communauté de pratiques Talk spirit avec diffusion régulière d'articles sur le tabac.
- Accompagnement des professionnels : Ce travail s'est fait en collaboration avec les comités départementaux d'éducation pour la santé des 6 départements de la région et l'association le Souffle 84. Cet accompagnement se traduit par :
Des sessions d'information et de sensibilisation à la campagne Mois sans Tabac auprès des acteurs de terrain.

Accompagnement méthodologique pour la réalisation des actions de terrain et les réponses à appels à projet de l'ARS Paca ou de l'Assurance maladie

Des temps de sensibilisation et de formation :

- A l'entretien motivationnel
- Au repérage précoce et l'intervention brève
- Aux traitements de substitution nicotiques
- Au sevrage tabagique et alimentation.

Programmation de 6 webinaires de décembre 2022 à mai 2023 : 3 webinaires réalisés (tabac en entreprise, tabac et maladies chroniques, tabac et santé mentale), avec un total de 94 participants

3 webinaires sont à venir :

Sevrage tabagique en situation de co-addictions
Mettre en place une action Mois sans Tabac
Tabac et compétences psychosociales
Tabac et santé mentale

Les vidéos sont mises en ligne sur la chaîne YouTube du CRES :
<https://www.youtube.com/@crespaca7823/videos>

Apports bibliographiques

Un partenariat avec [ARCA-Sud](#) nous permet de proposer aux participants aux réunions régionales et aux webinaires, une bibliographie thématique.

Pour retrouver l'ensemble de la présentation [cliquez ici](#)

3.5. Actions mises en place par les acteurs de terrain

Comme chaque année, les acteurs sont invités à renseigner les actions mises en place durant la campagne, dans la base de données Oscars. Cette base de données permet d'avoir des données et une analyse des actions mises en place au niveau régional, mais également au niveau national dans le cadre de la campagne Mois sans Tabac.

A ce jour 331 actions ont été renseignées.

Pour retrouver l'ensemble des données [cliquez ici](#)

3.6. Actions financées par l'ARS Paca

L'ARS Paca a présenté le bilan des actions qui ont été financées dans le cadre de l'appel à projets Mois sans Tabac 2022.

Pour lire l'intégralité de la présentation [cliquez ici](#)

3.7. Actions financées par l'Assurance maladie

L'Assurance Maladie a présenté le bilan des actions financées dans le cadre de l'appel à projet Mois sans Tabac 2022.

Pour lire l'intégralité de la présentation [cliquez ici](#)

Pour plus de détails sur les projets des différents porteurs [cliquez ici](#)

4. Perspective 2023

4.1. ARS Paca

L'appel à projet pour le financement des actions de terrain pour le Mois sans Tabac 2023 sera reconduit. L'ARS PACA poursuit ainsi son soutien à la lutte contre le tabagisme, car au niveau national, une hausse du tabagisme quotidien est observée entre 2019 et 2021 parmi les femmes et parmi les personnes n'ayant aucun diplôme ou un diplôme inférieur au baccalauréat et que la région connaît toujours une des plus fortes prévalences.

Le programme régional de réduction du tabagisme (P2RT) devra être réécrit dans le courant du deuxième semestre 2023. Les acteurs seront conviés à y participer.

Le financement des ambassadeurs Mois sans Tabac sera désormais confié aux ARS et non plus à Santé publique France. L'ARS Paca a donc lancé un appel à projet pour la désignation du prochain ambassadeur pour la campagne 2023. Cet appel sera clôturé le 20 mars. Les résultats seront communiqués fin avril.

4.2. Assurance Maladie

Maintien et renforcement de la communication auprès des prescripteurs de traitements substitutifs nicotiques (envoi prévisionnel d'un osmose national en novembre 2023 pour informer tous les professionnels de santé concernés). L'appel à projet Mois sans tabac est également maintenu, avec une possible évolution du cahier des charges.

Rappel sur le fait que les deux appels à projets Mois sans tabac de l'ARS Paca et de l'Assurance Maladie ne sont pas concurrentiels, mais qu'ils ont vocation à être complémentaires. Un acteur peut répondre aux deux appels à projet en fonction des financements possibles selon les cahiers des charges.

Informations à venir :

- ⇒ À la suite de la sortie du [BEH sur la prévalence du tabagisme national et régional en France en 2021](#), une prochaine publication est prévue avec une déclinaison des données au niveau régional
- ⇒ Une mise à jour des données sur la mortalité due au tabac est prévue pour la fin de l'année 2023
- ⇒ Un BEH sur la thématique alcool devrait paraître à la fin du premier semestre 2023