

#MoisSansTabac 2019



Présentation Réseau Santé et Vulnérabilité
27/09/2019

Andréa MICHEL, Déléguée Territoriale
Frédérique QUETIN, référente MoisSansTabac Savoie, IREPS ARA

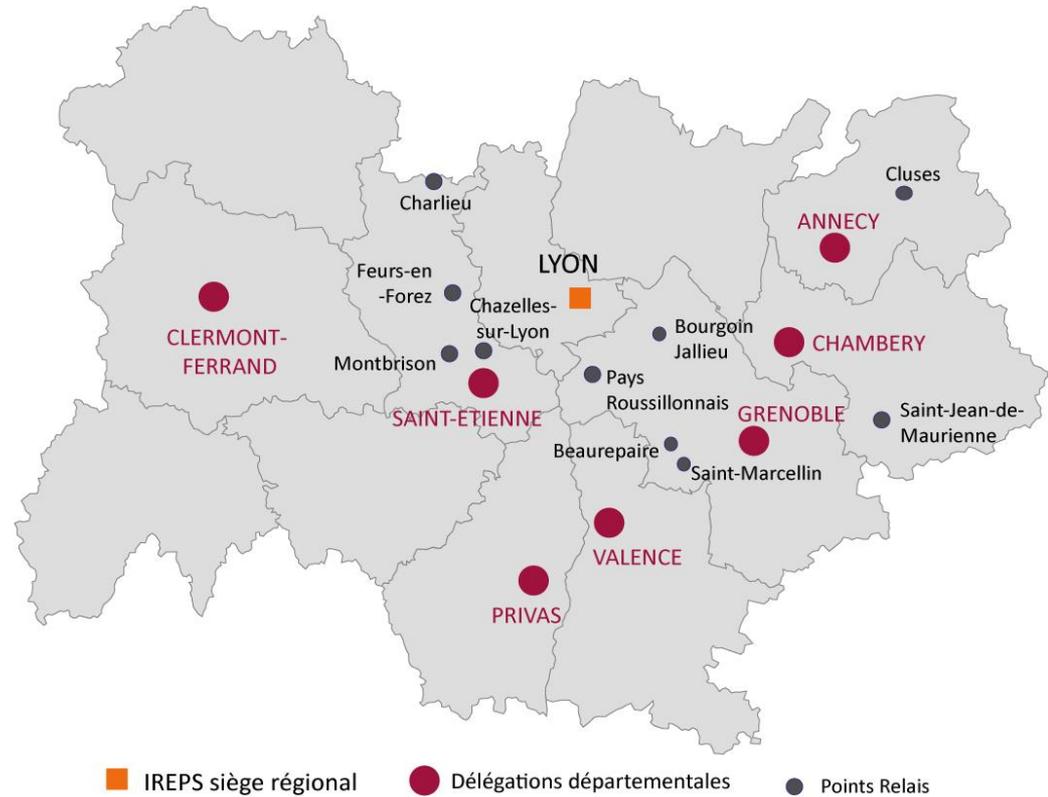
L'IREPS

INSTANCE RÉGIONALE D'ÉDUCATION ET DE
PROMOTION DE LA SANTÉ

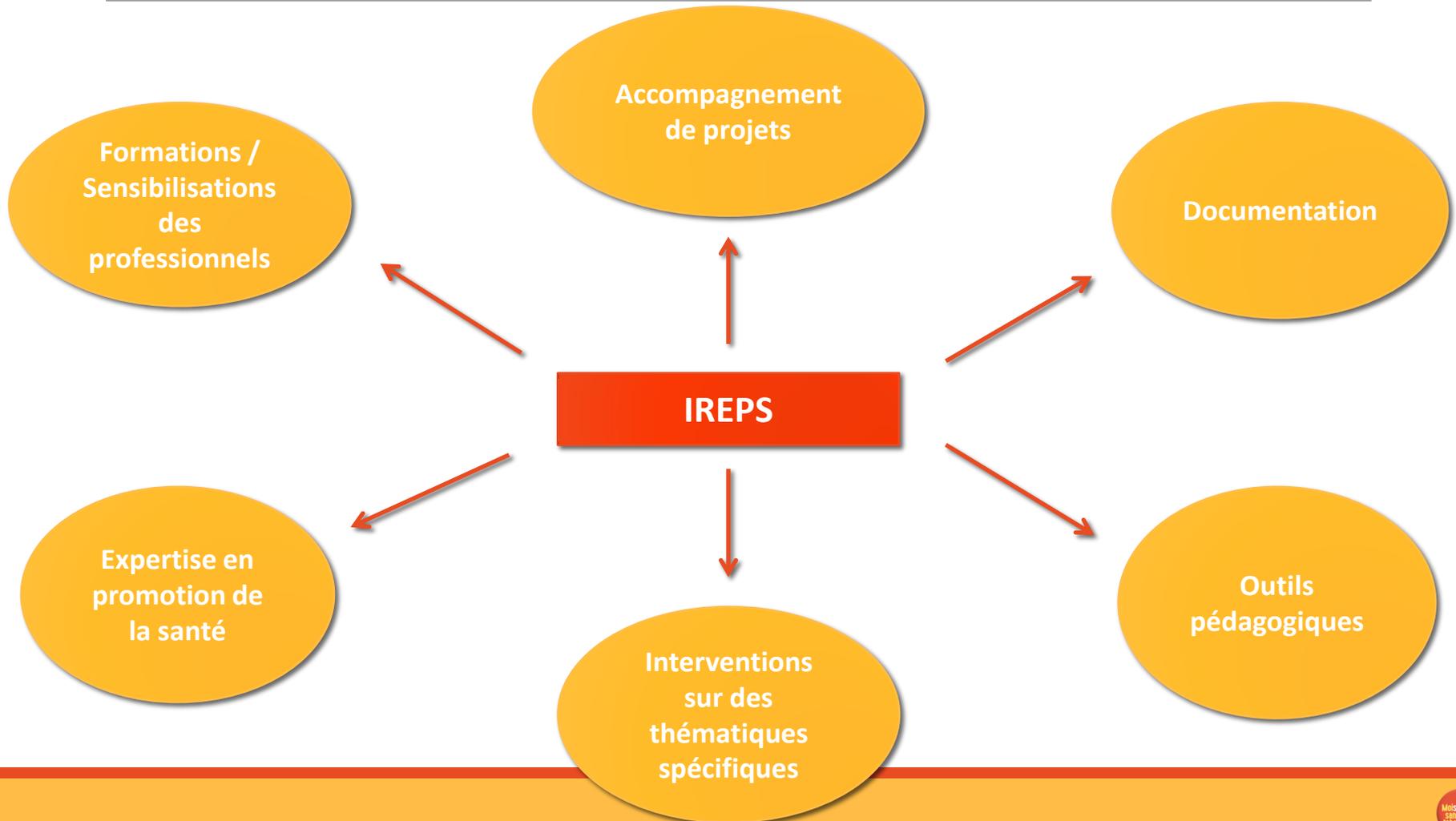


L'IREPS Rhône-Alpes

- Un siège situé à Lyon
- 6 délégations départementales
- Une délégation territoriale en Auvergne
- 80 salariés



Les missions de l'IREPS



Quelques données chiffrées

Quelques données nationales et régionales

➤ **Données épidémiologiques nationales**

- La consommation quotidienne de tabac a diminué en 2018:
 - 26,9% en 2017 à 25,4% en 2018 (population adulte)
- Le tabac reste un produit fortement consommé en France:
 - 33% de fumeurs quotidiens de 15 ans et plus en France, contre 24% dans les autres pays européens (2017)
- Mortalité due au tabagisme:
 - En 2015: plus de 75000 décès étaient attribuables au tabagisme (soit 13% des décès survenus en France métropolitaine)
- Environ 56,5% des fumeurs souhaitent arrêter (2018).

➤ **Données épidémiologiques en Auvergne-Rhône-Alpes** (*données Baromètre Santé 2017**)

- Fumeurs quotidiens en population adulte
 - 26,3% des 18-75 ans (équivalent à la moyenne nationale 26,9%).
 - Tendence à la baisse
- Fumeurs quotidiens parmi les jeunes de 17 ans
 - 27,0% des 17 ans (> moyenne nationale 25,1%).
 - Tendence à la baisse

Spécificités du public en situation de précarité

➤ La « Double-peine » ...

✧ La prévalence tabagique des populations en situation de précarité fait du tabac un marqueur social: tabagisme plus élevé que dans toutes les autres CPS.

- ✧ La prévalence du tabagisme quotidien est maximal parmi les personnes au chômage (39,9% en France en 2018)
- ✧ Proportion de fumeurs quotidiens plus élevée chez les personnes ayant un faible niveau de revenu (35,6% dans le 1er tercile, contre 17,5% dans le 3ème tercile - ARA en 2017).

✧ La part du budget imputée au tabac diminue la part du budget consacrée aux soins, à l'éducation, à l'alimentation (budget tabac des 10% des fumeurs les plus pauvres= 31% de leurs revenus en 2005 VS 25% en 2000...)

➤ ... Mais, première année où l'on observe une diminution du tabagisme chez les personnes en situation de précarité (depuis 2000)

38,8% en 2016 à 34,0% en 2017 parmi les personnes aux revenus les plus faibles (France).

49,7% à 43,5% parmi les personnes au chômage (France)



=> Stabilisation des inégalités sociales de santé concernant la consommation de tabac.

Spécificités du public en situation de précarité

Pourquoi la prévention a t-elle un impact différent selon les catégories sociales?

Pistes de réflexions

✧ Les campagnes de prévention délivrent des messages concernant l'état de santé à long terme (espérance de vie, etc.). Les personnes en situation de précarité se préoccupent de leur santé mais seraient davantage ancrées dans le présent, la santé à long terme ne serait pas leur première préoccupation

-> Partir de leurs besoins, de ce qui les concerne

✧ Perméabilité des messages et des normes entre les classes sociales

✧ Défiance éventuelle envers les institutions et donc leurs messages

Spécificités du public en situation de précarité

Pourquoi la prévention a t-elle un impact différent selon les catégories sociales?

✧ Moins d'impact des réglementations (exemple: milieux de travail ne va pas toucher les personnes en situation de chômage)

✧ La hausse du prix contribue à paupériser une partie des fumeurs: bien que les fumeurs reconnaissent leur dépendance au tabac et sa nuisance, ils expriment que c'est un besoin. En cas d'augmentation du prix du tabac, les plus précaires essayent de réduire le coût sans diminuer leur consommation en passant par exemple au tabac à rouler, ou en achetant leurs cigarettes sur le marché noir

Spécificités du public en situation de précarité

Pourquoi observons-nous moins de « réussite » d'arrêt du tabac chez les publics en situation de précarité?

Compréhension du tabagisme des groupes sociaux précarisés:

- Âge d'entrée dans la consommation plus précoce
- Davantage de fumeurs quotidiens
- Consommation plus importante
- Croyance en son sentiment d'efficacité personnelle* peu élevée
- Dépendance plus forte
- Accès aux aides à l'arrêt réduits (ex.: freins de l'avance de frais pour les TSN)

-> **Besoin d'un accompagnement plus fort dans le cas d'une démarche d'arrêt, qui soutient le sentiment d'auto capacité des personnes, et d'un accès renforcé aux aides à l'arrêt**

* Sentiment d'efficacité personnelle: croyance d'un individu quant à sa capacité de réaliser une tâche, un apprentissage, un changement avec succès. Il sous-tend la motivation à s'engager dans l'action et la persévérance pour atteindre l'objectif.

Le tabac chez les jeunes

➤ **EXPERIMENTATION TABAC 2017** ↘ 9 points (/ 2014 (59,0 % vs 68,4 %))

6 adolescents sur dix disent avoir déjà essayé un produit du tabac : cigarettes en paquet ou à rouler, de cigarillos ou de cigares.

Les filles demeurent légèrement + nombreuses à avoir expérimenté le tabac 59,9 % vs 58,1 % parmi les garçons.

➤ **Age moyen d'expérimentation du tabac** ↗ 14,4 ans en moyenne

➤ **TABAGISME QUOTIDIEN** ↘ 7 points (/ 2014 -recul un peu moins marqué)

1/4 des adolescents disent fumer tous les jours, contre 1/3 en 2014 (25,1 % vs 32,4 %).

➤ **Ces évolutions positives sont cependant contrebalancées par un passage plus rapide au tabagisme quotidien.**

⇓ Délai pour un fumeur quotidien entre sa 1^{ère} cigarette et son passage à une consommation quotidienne: 13 mois en moyenne contre 22 mois en 2007.

Femmes et tabac

- Dès le début des années 70, la prévalence du tabagisme féminin a augmenté.
- En 2017, elle se rapprochait de celle observée chez les hommes: **24% des femmes de 15 à 75 ans fumaient quotidiennement pour 30% des hommes.**
- Malgré la chute importante du tabagisme quotidien avec un million de fumeurs en moins entre 2016 et 2017, **le tabagisme n'a pas diminué chez les femmes de 45-54 ans.**
- L'augmentation du tabagisme féminin s'est traduite par une augmentation de la morbi-mortalité liée au tabac

Les sites d'aide à l'arrêt en Savoie

Liste non exhaustive

- Hôpitaux, cliniques et SSR
- CSAPA – Centres de Soins, d'Accompagnement et de Prévention en Addictologie

3 CSAPA dans le département de la Savoie

- CSAPA ANPAA 73 - SAINT JEAN DE MAURIENNE (73300)
- C.S.A.P.A. LE PELICAN - CHAMBERY (73000)
- ANPAA 73 - LA RAVOIRE (73490)

#MoisSansTabac

LA CAMPAGNE



Cadre de la campagne

- « Moi(s) sans tabac » s'inspire d'un dispositif anglais appelé « Stoptober » mis en œuvre annuellement par Public Health England depuis 2012
- Une campagne lancée pour la première année en 2016
- Dans le cadre de:
 - L'axe 2 du Programme national de réduction du tabagisme : « Aides les fumeurs à s'arrêter » (PNRT 2014-2019)
 - Le Plan cancer 2014-2019
 - Le plan d'action de la MILDECA
- La campagne s'inscrit dans le nouveau Programme National de Lutte contre le Tabac 2018-2022, décliné en programmes régionaux portés par les Agences Régionales de Santé
 - **Objectif en 2032: que les enfants nés depuis 2014 deviennent la première génération d'adultes non fumeurs (<5%)**

Objectifs

Rappel de l'objectif de la campagne nationale

Augmenter la proportion de fumeurs s'engageant dans une tentative d'arrêt
(5 fois plus de chances d'arrêter après 28 jours)

Impact secondaire

Contribuer à dénormaliser le tabagisme



Les actions locales peuvent diversifier les objectifs

Un changement de paradigme

Messages
préventifs positifs
et encourageants

= qui s'appuient sur le soutien des motivations de l'individu, lors de deux phases: soutenir la préparation à l'arrêt et soutenir l'arrêt

Approche
collective

= qui mise sur le changement de comportements de plusieurs individus d'un même groupe social/contexte de vie pour en renforcer la pérennité, et le soutien par les pairs

Un arrêt de 28 jours multiplie par 5 les chances d'arrêter de fumer définitivement

Exemple d'affiche

#MoisSansTabac



#MoisSansTabac
En novembre,
on arrête ensemble.

Mois sans tabac 

Rejoignez votre équipe sur :
tabac-info-service.fr

© 2018 Tous droits réservés

Déclinaison de la campagne

Octobre: sensibilisation des fumeurs

- Actions pour susciter l'intérêt des fumeurs, de préparer l'arrêt du tabac à venir et les inviter à s'inscrire à Moi(s) sans tabac
- Actions de communication mises en œuvre par Santé publique France.
- Actions de proximité déployées par les partenaires de Moi(s) sans tabac, avec, si besoin, le soutien méthodologique des ambassadeurs.

Novembre: accompagnement et soutien des fumeurs dans leur démarche d'arrêt

- Actions de proximité qui permettront de maintenir la mobilisation des ex-fumeurs et de leur entourage dans l'arrêt du tabac.

Comment?

Campagne de communication nationale (forte utilisation des outils numériques)

Actions de prévention et de soutien de proximité

Que fait L'IREPS? 1/2

Accompagner les acteurs de terrain à mettre en œuvre des actions de proximité

- Maison de santé Saint Genix
- Réseau Asalée, Collège, Centre de Loisirs sur Yenne

Formation des acteurs : sur la campagne Mois Sans Tabac (24 septembre 2019- formation complète)

Sensibiliser les professionnels de santé : mardi 5 novembre 2019 – Salle du Conseil Municipal, Mairie de Saint Genix sur Guiers

- Identifier les clés pour aborder la question du tabac avec ses patients.
- Connaître les ressources locales en addictologie et le rôle des acteurs.
- Identifier les enjeux de la campagne Moi(s) sans tabac dans une démarche promotion de la santé.

Que fait L'IREPS? 2/2

Outiller les acteurs relais départementaux de la campagne, communication et supports numériques

Exemple avec les outils de communication

Envoi de mails d'information sur l'opération aux salariés de votre structure - Ajout d'une signature de mail spécialisée #Mois Sans Tabac - Envoi d'une newsletter / lettre d'information à vos abonnés concernant le #Mois Sans Tabac - Rédaction d'articles sur votre site internet ou intranet - Diffusion des spots publicitaires de la campagne ou de vidéos liées au tabagisme sur votre site internet ou intranet (accord de l'Ambassadeur nécessaire avant diffusion)

Exemples de manifestations :

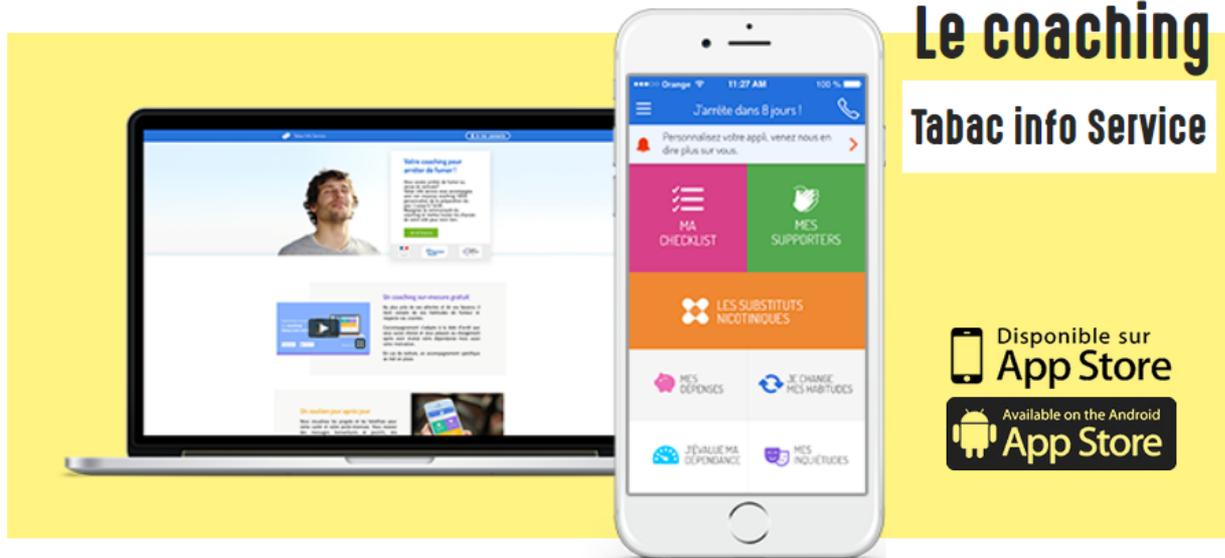
Stands d'informations • Expositions sur le tabac • Collectes de mégots • Conférences et débats • Cinés-débats • Manifestations sportives (cross, rallye, course d'orientation, randonnée) • Séances de relaxation (yoga, sophrologie, massages) • Manifestations culturelles (théâtre) • Soirées à thème (cérémonie de récompense) • « Pause café sans clope » et discussion avec un professionnel de santé

Les outils

Communication Santé publique France

- Affiches
- Flyers
- Banderoles
- Dépliants
- Badges
- Coupe-vent
- Tee-shirt
- Logo
- Vidéos
- Bannières
- Signature mail





Le coaching Tabac info Service

Application mobile
à télécharger gratuitement
& coaching en ligne

Caractéristiques :

- un programme d'e-coaching 100% personnalisé
- des conseils de tabacologues
- des astuces et des mini-jeux
- des vidéos de soutien
- suivi des bénéfices de l'arrêt au quotidien (économies et santé)

Le coaching tabac info Service

Groupe de soutien Facebook

Santé Publique France propose plusieurs groupes thématiques géographiques sur Facebook.

Groupe spécifique Auvergne-Rhône-Alpes pour:

- Proposer un espace où chacun peut poser ses questions et apporter des solutions: soutenir et se sentir soutenu
- Mieux informer sur les évènements locaux

Tout le monde peut devenir membre

Le groupe ne se substitue pas à la page officielle du #MoisSansTabac, du site Tabac Info Service, concernant les recommandations officielles en tabacologie.



Devenez membre dès maintenant en nous rejoignant sur Facebook :
Les Auvergnats et Rhônalpins #MoisSansTabac

#Village Sans Tabac

- § Permettre un accompagnement avec des consultations de spécialistes
- § Déclinaison locale de la campagne

Rendez-vous à Chambéry

Place du Palais de Justice

Mardi 29 octobre 2019

9h00-17h00



Les impacts (1/2)

Rappel de l'objectif général: augmenter la proportion de fumeurs s'inscrivant dans une tentative d'arrêt

Le dispositif a montré son **impact favorable sur la proportion de fumeurs ayant fait une tentative d'arrêt** (+50 % entre octobre 2012 et la moyenne des autres mois de l'année alors que le mois d'octobre était celui pour lequel la proportion de tentatives d'arrêt était la plus faible sur les 5 années antérieures).

En France:

- 2016: **180 113 personnes inscrites sur le site Tabac info service**
- 2017: **158 290 personnes inscrites sur le site Tabac info service**
- 2018: **238 891 personnes inscrites sur le site Tabac info service au 16/11/18**

Evaluation 2016: les tentatives d'arrêt en lien avec Mois sans tabac se répartissent **de façon relativement homogène selon le niveau socio-économique** (diplôme, revenu, CSP hors agriculteurs), en comparaison avec les tentatives d'arrêt sans lien avec Mois sans tabac

Les impacts (2/2)

Evaluation 2017:

■ Notoriété de la campagne :

- Meilleure connaissance de la campagne
- Meilleure reconnaissance des divers éléments médias: spots TV/Affiches/bannières de site Internet

■ **Pouvoir incitatif à l'arrêt du tabac:** 52% des fumeurs interrogés déclarent que la campagne les incite à réfléchir à leur consommation et 36% déclarent qu'elle les incite à arrêter (données les plus élevées observées depuis 2004)

■ Mais sentiment que cet évènement est davantage un dispositif de communication qu'un programme d'arrêt:

- Manque d'accompagnement et de visibilité des outils
- Souhait de mieux prendre en compte la dimension individuelle de l'arrêt: pouvoir choisir entre plusieurs méthodes
- Souhait d'améliorer la personnalisation, notamment dans les équipes
- Souhait d'améliorer l'ancrage dans le réel, avec des actions de proximité de partage d'expériences.

Vos retours sur #MoisSansTabac

Avez-vous entendu parler de la campagne #MoisSansTabac?

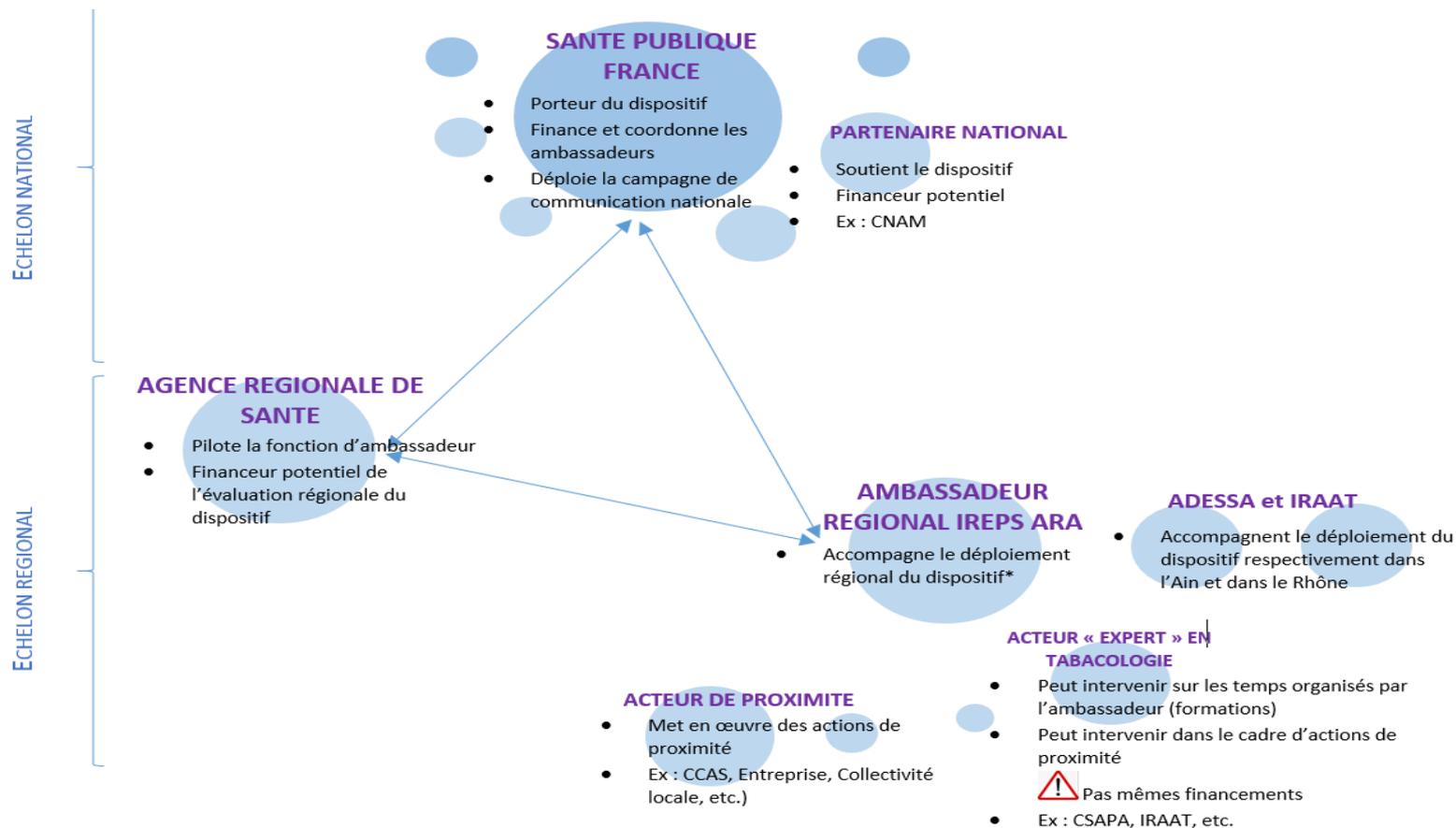
Slogans, visuels, etc.?

➤ Qu'en pensez-vous? (vécu personnel et professionnel)

Merci de votre
attention



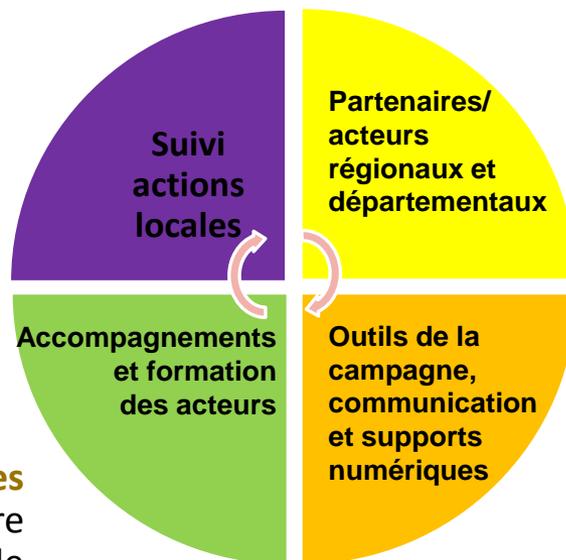
Les acteurs



Que fait l'ambassadeur régional?

Axe 4: Suivi des actions locales et évaluation du processus de l'activité

Axe 3: Accompagner les acteurs de terrain à mettre en œuvre des actions de proximité



Axe 1: Renforcer et structurer le réseau :

- de structures de proximité,
- de structures ressources spécialisées dans les addictions
 - prévention et réduction du tabagisme des femmes
 - prévention et réduction du tabagisme des personnes en situation de précarité

Axe 2: Valoriser et animer le dispositif à l'échelon régional et départemental