

#MoisSansTabac 2020 Nouvelle-Aquitaine

Adaptation et bilan du dispositif



Colloque régional RESPADD - Lieu de santé sans tabac

Vendredi 17 septembre 2021

Bilan National

Eléments d'évaluation du dispositif

Bilan régional Nouvelle-Aquitaine

Inscriptions

Outils et formations réalisés

Actions des partenaires

Perspectives

Actualités

Dispositif « Employeurs pour la santé »

Campagne « Dénormalisation du tabac » - 31 mai 2021



Le Mois sans tabac

QU'EST-CE QUE C'EST?

- Campagne de marketing social
- C'est un **défi collectif et positif** qui propose aux fumeurs de **tenter l'arrêt du tabac pendant les 30 jours du mois de novembre.**
- Plus de 800 000 inscrits depuis 2016 sur tabac-info-service.fr



POUR QUI ?

- Aux **fumeurs** et aux **non-fumeurs.**
- À **toutes les structures, publiques** comme **privées**, et aux **professionnels libéraux** qui veulent soutenir le Mois sans tabac
- Attention particulière pour les publics : **jeunes, femmes** et **personnes vulnérables**



Comment ça se déroule ?



Septembre

On prépare l'édition !

Commande gratuite des **outils de communication** (flyers, affiches, kits, brochures) auprès de SpF en créant un compte sur le site partenaires-mois-sans-tabac.tabac-info-service.fr.

Novembre

On soutient les fumeurs!

Pendant les 30 jours du challenge, **on reste présent et on continue d'encourager les fumeurs** dans leur défi : consultations, ateliers, jeux...

Octobre

On recrute des fumeurs pour relever le défi

On **prépare les fumeurs** pour augmenter leurs chances :

- Communiquer sur la campagne Mois sans tabac
- Inviter les fumeurs à participer au défi
- Inciter les fumeurs à s'inscrire sur tabac-info-service.fr
- Aider les fumeurs à se préparer au défi

Décembre

On félicite et on encourage !

C'est la fin du #MoisSansTabac !

On **encourage** tous les participants à poursuivre leur arrêt !



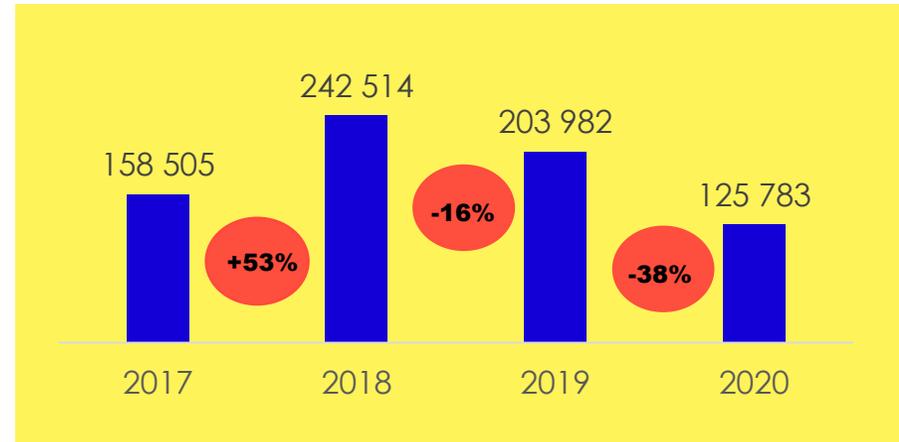
Bilan #MoisSansTabac 2020

2020

126 568

Inscrits au Mois Sans Tabac

-38% d'inscrits VS 2019



Quelques chiffres

- **-11% de téléchargements d'appli*** (122 795 téléch)
- **-26% de visites sur TIS*** (1 746 166 visites)
- **-30% d'appels entrants*** (10 377 appels)
- **451 000 kits commandés sur site partenaires** (322 160)
- **2 058 906 documents commandés** (1 839 292)

Contexte sanitaire inédit et difficile où l'opération peine à émerger

*entre 2019-2020



EVALUATION - Post-test quantitatif

#MoisSansTabac 2020



OBJECTIFS principaux

- Evaluer la campagne de recrutement d'octobre Mesurer d'éventuelles différences selon le niveau socio-économique
- Comparer l'impact de cette édition par rapport aux éditions précédentes.

OBJECTIFS exploratoires

- Impact de l'épidémie de Covid-19 sur la motivation à arrêter de fumer
- Etudier l'opportunité de consultations gratuites d'aide à l'arrêt du tabac.

METHODE

- Enquête réalisée du 5 au 20 novembre 2020
- Echantillon de 2006 personnes de 15 ans et plus résidant en France métropolitaine (dont 491 fumeurs)
- Sélection selon la méthode des quotas selon le sexe, l'âge, la profession de la personne de référence du ménage, la région et la taille d'agglomération
- Mode de recueil différent en raison du 2nd confinement : internet en 2020 vs face-à-face → entraîne des différences sur :
 - Le profil des répondants (+ à l'aise avec internet, peut-être mieux informés...)
 - La façon de répondre aux questions

Les résultats de cette édition ne sont pas comparables avec ceux des éditions précédentes.

1. Notoriété de la campagne 2020 et sources d'exposition

Résultats

Où avez-vous entendu parler de Mois sans tabac ?

A la télévision : 57%

A la radio : 32%

Sur une affiche dans la rue ou sur la **vitrine d'une pharmacie : 24%**

Sur **les réseaux sociaux : 24%**

Sur internet, hors réseaux sociaux : 23%

Chez un **professionnel de santé : 23%**

Dans les journaux, la presse : 21%

Sur votre lieu de travail : 8%

Dans une gare : 5%

Sur un stand d'information ou une animation près de chez vous : 5%

Sur quels réseaux sociaux ?

Facebook 20% (CSP- 25%)

Instagram 7%

YouTube 6% (ouvriers 10%)

Twitter 3%

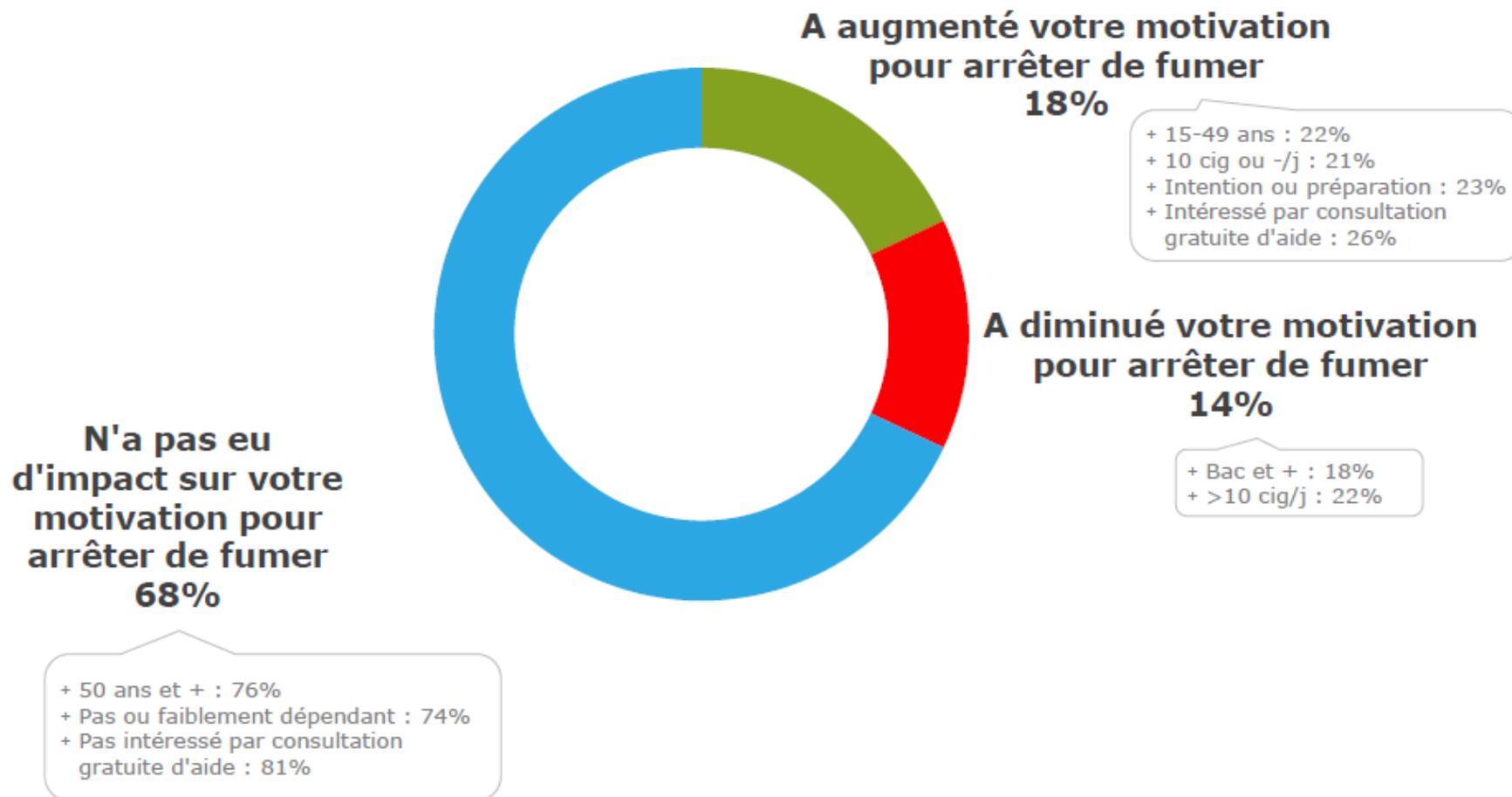
Les supports les plus associés à l'efficacité perçue du dispositif sont : l'affiche digitale (vidéo tweet), les spots radios, les bannières internet et les spots TV classiques (témoignages).

L'efficacité perçue est aussi fortement associée à une « gestion active de sa santé ».

2. Impact de la COVID-19 Résultats

Q30. Diriez-vous que l'épidémie de Covid-19...

Base : Fumeurs de cigarettes (425)



3. Impact de la COVID-19 Résultats

Q25. Dans le contexte actuel d'épidémie de COVID-19, selon vous, est-il utile de diffuser des campagnes de prévention pour inciter à arrêter de fumer ?

Base : A tous (Métropole : 1000 / TOTAL DROM : 800 / Martinique : 200 / Guadeloupe : 200 / Guyane : 200 / Réunion : 200)

■ Très utile ■ Plutôt utile ■ Plutôt pas utile ■ Pas du tout utile



ST UTILE

75%

+ 65 ans et + : 80%
- Moyenne, grande ville : 71%

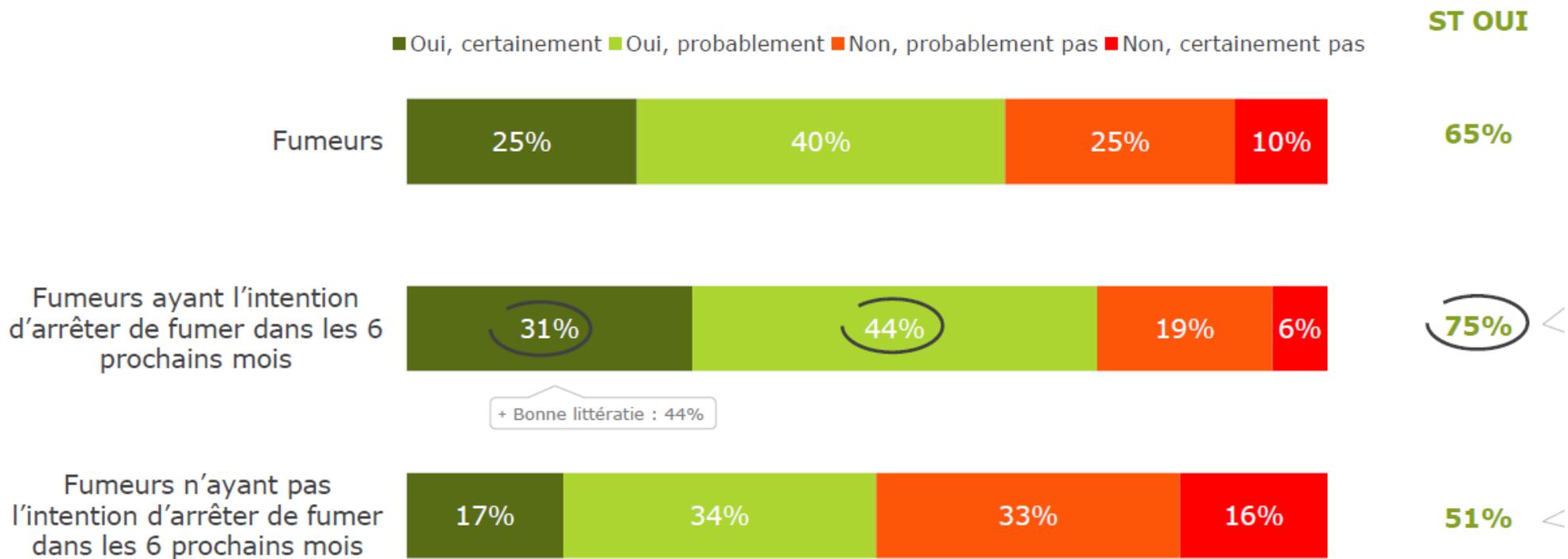
Question posée dans
le cadre du post-test
de la campagne
Alcool 2020 dont le
terrain d'enquête a
eu lieu en face-à-face
du 4 au 22 décembre
2020

4. Intérêt pour des consultations gratuites d'aide à l'arrêt du tabac

Résultats

Q27. Si des consultations GRATUITES d'aide à l'arrêt du tabac étaient proposées fumeurs/aux fumeurs souhaitant arrêter de fumer, auriez-vous recours à ces consultations ?

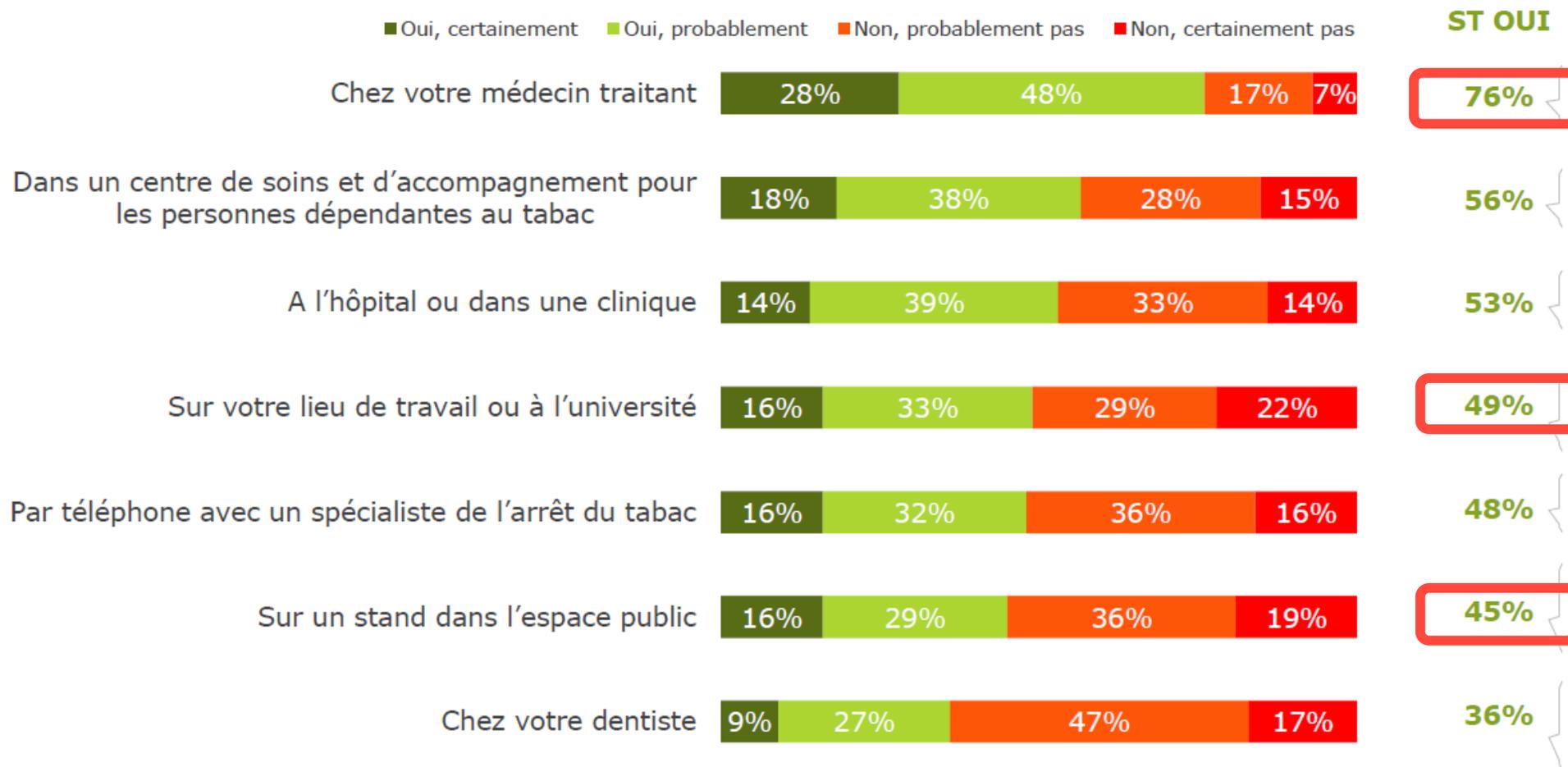
Base : Fumeurs (425) / Fumeurs ayant l'intention d'arrêter de fumer dans les 6 prochains mois (244) / Fumeurs n'ayant pas l'intention d'arrêter de fumer dans les 6 prochains mois (181)



5. Lieux privilégiés pour des consultations gratuites

Résultats

Q28. Et si ces consultations GRATUITES d'aide à l'arrêt du tabac avaient lieu dans les endroits suivants, auriez-vous recours à ces consultations ?
Base : Fumeurs ayant l'intention d'arrêter de fumer dans les 6 prochains mois (244)



EVALUATION - Post-tests qualitatifs auprès des fumeurs

#MoisSansTabac 2020

OBJECTIFS

- En fin d'année 2020, quels freins et leviers à la réalisation d'une tentative d'arrêt ? À la participation à Mois sans tabac ? Quel impact de la crise sanitaire ?
- Parmi les fumeurs : quelle perception des nouveaux éléments de communication ?
- Parmi les inscrits à Mois sans tabac : quelle perception et satisfaction des outils du dispositif ?



Post test de communication
Campagne MST 2020

Auprès de fumeurs en tentative d'arrêt effective ou désirée, majoritairement non-inscrits à l'opération

- **7 mini-groupes** auprès de CSP – et moyennes, découpage selon l'âge et le fait d'avoir fait une tentative d'arrêt ou non
- **8 entretiens individuels** auprès de personnes précaires.
- Mix des âges et de la zone d'habitation

METHODES



Post test de satisfaction
Outils dispositif MST 2020

Auprès de fumeurs inscrits à l'opération

- **3 mini-groupes** auprès de CSP – et moyennes, découpage selon l'âge
- **24 entretiens individuels** auprès de personnes précaires, à niveau de littératie faible ou moyen. Diversité des âges.
- Mix zones urbaines, périurbaines et rurales. Ayant fait ou non une tentative d'arrêt

→ Terrain d'enquête : décembre 2020

1. Motivations et craintes à sortir du tabac en 2020

Résultats

Des représentations liées au tabac qui continuent à se dégrader

- **Des représentations négatives de plus en plus présentes** : la dépendance, un statut excluant socialement, une image de fumeur plus âgé difficile à porter.
- **Mais des associations positives persistent** : le plaisir, la convivialité

Les motivations et freins à l'arrêt



- **Un coût du tabac de plus en plus déterminant**
- **La santé** : les bénéfices sont de plus en plus mentionnés plutôt que les risques



- La peur des effets immédiats du sevrage, de perte du lien social et de perte d'identité
- Une mise à distance de tout soutien

L'impact de la crise sanitaire parmi les personnes interrogées

- **Un premier confinement** impactant la santé mentale, avec une hausse de la consommation.
- **Un second confinement** avec des situations plus variables
- Une campagne de prévention du tabagisme trouvée pertinente et utile, même en temps de Covid

2. Evaluation des outils auprès des inscrits à #MoisSansTabac

Résultats



Site internet



Programme 40j
Mailing
App mobile

Autonomes

Collectifs

Réseaux sociaux



Dépendants



Tabac info service

BILAN #MoisSansTabac
2020
Nouvelle-Aquitaine



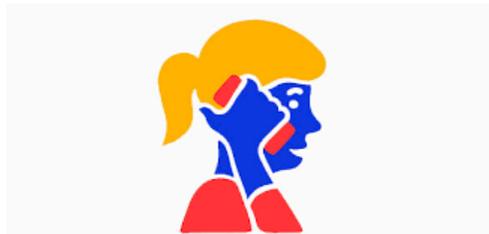


BILAN #MoisSansTabac 2020 Nouvelle-Aquitaine

Quelques chiffres



TIS	Nombre d'inscrits 2020		Comparaison 2019		Comparaison 2018		Comparaison 2017		Comparaison 2016		Total inscriptions 2016-2020	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%		
Nouvelle-Aquitaine	11832	9,5%	19 185	9,6%	23591	9,8%	15 394	9,8%	17 782	10,0%	87 784	9,8%
Total	126 568		203 892		242 579		158 290		180 113		911 442	



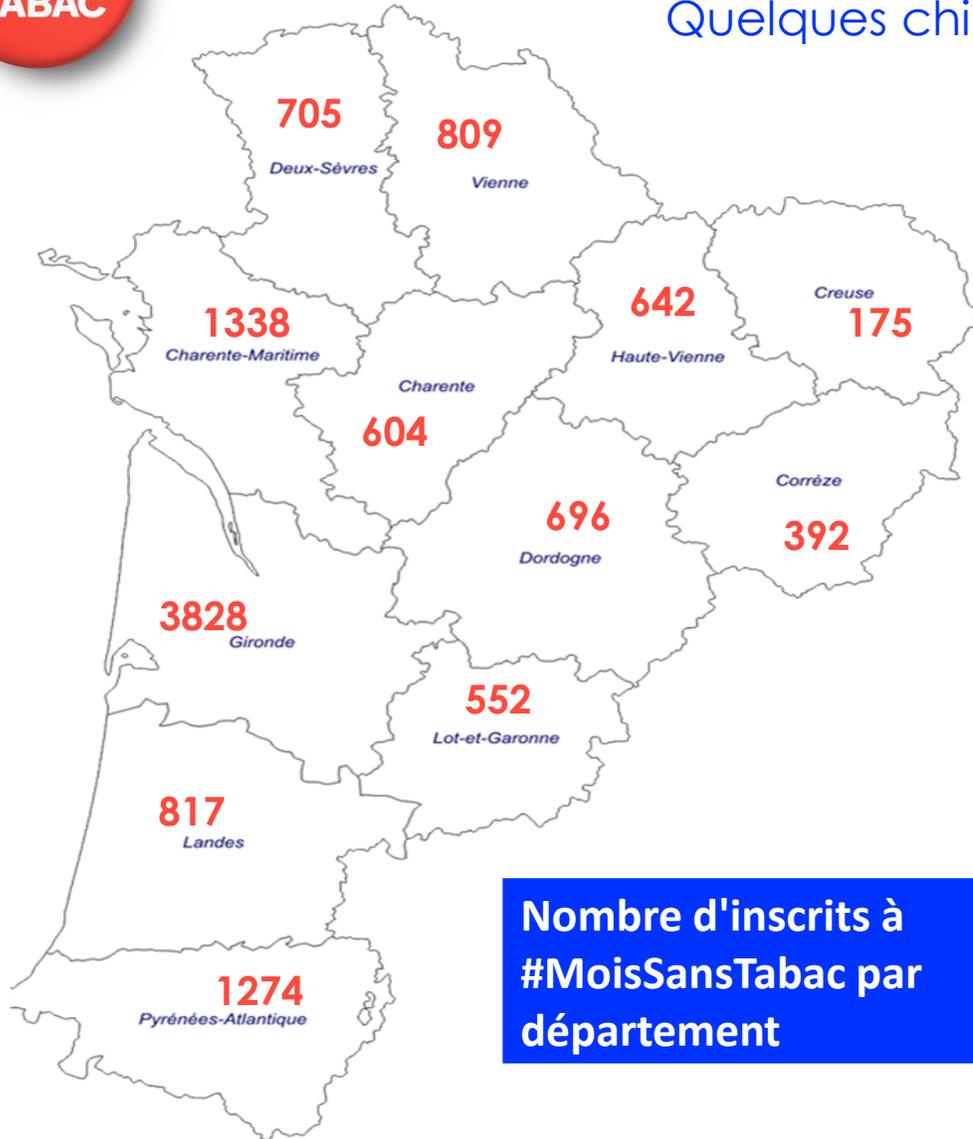
Nombre d'appels traités par le 3989
entre le 29/09/2020 et le 30/11/2020
1078 appels en NA

Age	Chiffres 2020		Comparaison 2019	
Non renseigné	3591	25,1%	4664	29,4%
Renseigné	10734		11210	
Moins de 15 ans	9	0,1%	16	0,1%
15-24 ans	988	9,2%	891	7,9%
25-34 ans	2137	19,9%	1809	16,1%
35-44 ans	2366	22,0%	2360	21,1%
45-54 ans	2726	25,4%	3059	27,3%
55-64 ans	1755	16,3%	2089	18,6%
65 ans et plus	753	7,0%	986	8,8%



BILAN #MoisSansTabac 2020 Nouvelle-Aquitaine

Quelques chiffres



Nombre d'inscrits à #MoisSansTabac par département

Nombre d'inscrits à #MoisSansTabac par âge, sexe et fait d'avoir déjà participé à une édition antérieure

Age	Au 01/12/2020	Au 01/12/2019	Evolution 2019-2020
Moins de 15 ans	53	129	-58,9%
15-24 ans	23478	37728	-37,8%
25-34 ans	36107	59014	-38,8%
35-44 ans	28367	52023	-45,5%
45-54 ans	22884	35918	-36,3%
55-64 ans	12972	15137	-14,3%
65 ans et plus	2707	3943	-31,3%
Total	126568	203892	-37,9%

	Au 01/12/2020	%	Rappel % 2019
Sexe			
Homme	45677	36,1%	35,4%
Femme	80609	63,7%	64,3%
Autre	282	0,2%	0,3%
Déjà participé			Rappel % 2019
Non	99669	78,7%	82,1%
Oui	11820	9,3%	7,4%
NSP	15079	11,9%	10,6%

BILAN #MoisSansTabac 2020 Nouvelle-Aquitaine

Contexte

2020, un contexte sanitaire inédit qui a contraint les actions #MoisSansTabac
Stands et évènements fortement déconseillés par les organismes pilotes de la campagne
Consultations individuelles en présentiel ou en visio encouragées

Objectifs réajustés

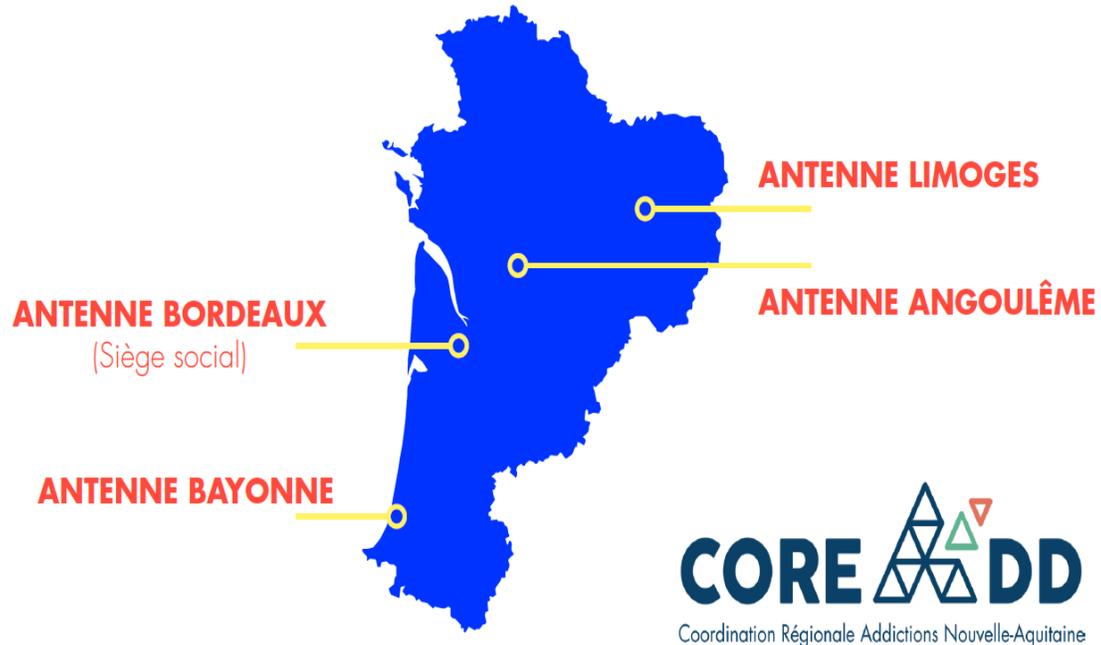
Développer des outils numériques
Communication digitale sur la région
Actualisation des sites et ressources régionales
Relais de la campagne via sites et réseaux sociaux des partenaires
Poursuivre l'appui méthodologique auprès des partenaires
Formation autour de l'accompagnement du fumeur vers l'arrêt du tabac



Mise en place d'une stratégie digitale par l'Ambassade



Stratégie digitale de l'Ambassade NA



Accompagnement 100% digital en 2020

- Recrutement d'une assistante **chargée de communication** dédiée au #MsST sur 3 mois
- **Appui méthodologique** des partenaires
- **24 réunions territoriales** en visio-conférence
- Création **d'une mallette digitale** à destination des partenaires NA et grand public
- **Accompagnement des participants en ligne** via les réseaux sociaux
- **Série vidéos** « Tabac, pas tabou ! »
- Formation en ligne les **rdv « Tabac-thématiques »**



La mallette des néo-aquitains

Conçue pour les néo-aquitains. Outils complémentaires à ceux de TIS.

Pour les pros

- **bannières** pour les réseaux sociaux
- **visuels** pour les sites internet
- **article clé** en main
- **signatures** mails

Pour les fumeurs

- **2 cocottes à imprimer** et monter soi-même
- **2 coloriages** pour gérer son stress
- **des signatures** pour participer ou soutenir le #MoisSansTabac
- **mots croisés** à imprimer
- **calendrier de novembre** à imprimer pour débiter le #MoisSansTabac
- **1 calendrier pour continuer** après le #MoisSansTabac
- **Guide de consultations** : annuaire des lieux référents de consultation de tabacologie par territoire.





Stratégie digitale Les réseaux sociaux



- Le groupe Facebook national de soutien « **Les habitants de la Nouvelle-Aquitaine #MoisSansTabac** » permet aux participants de la région de s'exprimer, de partager leurs expériences et de recevoir des conseils, aussi bien de professionnels que de fumeurs.

- La page régionale **Mois Sans Tabac Nouvelle-Aquitaine** anime toujours la communauté des partenaires engagés et des Néo-Aquitains qui ont déjà arrêté ou qui le souhaitent.

Ouvert en sept 2017
2040 membres

	Jours sans fumer	30
	Cigarettes évitées	662
	Argent économisé	338 €
20 JANV 2021 Votre jour A	Temps récupéré	2 j 18 h



Vous et 24 autres personnes 21 commentaires

Ouvert en 2016
2840 abonnés



Vous et 76 autres personnes 37 commentaires





Stratégie digitale Les réseaux sociaux

▪ @moissanstabac_na

Créée en 2019, permet aux membres de réagir aux publications et de commenter en fonction de leurs vécus et expériences.

▪ Les aventures de Manon & Tristan : Ambassadeurs digitaux

- 2 protagonistes : Manon, fumeuse souhaitant arrêter accompagnée de Tristan, un ami, qui a réussi à arrêter grâce au #MoisSansTabac 2019.
- Objectif : suivre le parcours réel d'une fumeuse, le #MoisSansTabac de Manon. Attirer un public plus jeune et être au plus proche des abonnés.
- Format vidéo story « en face caméra » pour que ce soit plus familier. 2 stories par semaine, une en début et en fin de semaine.
- Période : 16 octobre au 1^{er} décembre 2020.



MANON
FUMEUSE SOUHAITANT ARRÊTER



TRISTAN
EX-FUMEUR



220 abonnés au 01/09/20 à 800 en déc 2020

Audience 61% Hommes - 39% Femmes

Tranche d'âge 18-24 ans = 73% 25-34 ans : 20%





Une série « Tabac, pas tabou ! »

Série de 10 vidéos

Format court, coloré et actuel

Objectif : délivrer des messages clefs sur le tabac et tenter de « balayer » quelques fausses croyances et idées reçues.

Intervenants : professionnels dans le secteur de l'addictologie et de la santé publique en Nouvelle-Aquitaine et témoignages de fumeur et ex-fumeur.

Vidéos sous-titrées, sur différentes thématiques, sont à destination du grand public mais aussi des professionnels.

Diffusion : sites, réseaux sociaux, les lieux d'attente, interventions scolaires, formations...

<https://www.coreadd.com/serie-tabac-pas-tabou>



Collectif
Kloudbox





Série « Tabac, pas tabou ! » en 10 épisodes



ÉPISODE 1 - 20 octobre 2020

- 42 812 Personnes touchées
- 1 120 Interactions
- 45 j'aime
- 16 commentaires - 26 partages



ÉPISODE 6 - 9 novembre 2020

- 29 967 Personnes touchées
- 3 545 Interactions
- 39 j'aime
- 9 commentaires - 38 partages



ÉPISODE 2 - 26 octobre 2020

- 36 945 Personnes touchées
- 3 276 Interactions
- 37 j'aime
- 3 commentaires - 27 partages



ÉPISODE 7 - 12 novembre 2020

- 32 872 Personnes touchées
- 1 223 Interactions
- 66 j'aime
- 10 commentaires - 36 partages



ÉPISODE 3 - 29 octobre 2020

- 33 838 Personnes touchées
- 2 031 Interactions
- 26 j'aime
- 11 commentaires - 30 partages



ÉPISODE 8 - 16 novembre 2020

- 18 597 Personnes touchées
- 476 Interactions
- 26 j'aime
- 6 commentaires - 13 partages



ÉPISODE 4 - 2 novembre 2020

- 76 371 Personnes touchées
- 4 181 Interactions
- 62 j'aime
- 19 commentaires - 27 partages



ÉPISODE 9 - 20 novembre 2020

- 25 313 Personnes touchées
- 662 Interactions
- 24 j'aime
- 12 commentaires - 12 partages



ÉPISODE 5 - 6 novembre 2020

- 23 302 Personnes touchées
- 1 578 Interactions
- 51 j'aime
- 14 commentaires - 32 partages



ÉPISODE 10 - 25 novembre 2020

- 2 855 Personnes touchées
- 142 Interactions
- 16 j'aime
- 0 commentaires - 6 partages

5000 à 10 000 vues /vidéo

Formations : culture commune régionale



- Journées de formation « Accompagner le patient fumeur vers l'arrêt du tabac »
 - A Bordeaux le 4 février 2020 : 16 participants
 - A Limoges le 15 septembre 2020 : 10 participants

- 9 formations webinaires « rdv tabac-thématiques » animés par des professionnels experts sur la thématique concernée :

1^{er} semestre 2020

- Tabac & E-cigarette** : Dr SOEN B
- Tabac & Public en situation de vulnérabilité** : Dr UNDERNER M
- Tabac & Prise de poids** : Mme BERTHE A
- Tabac & COVID-19** : Pr ALLA F

2^{ème} semestre 2020

- Tabac & Cannabis** : Dr DELILE J-M
- Tabac & Jeunes** : M. MASSELIN Julien
- Tabac & Précarité : découverte de l'outil TAPREOSI** : Equipe du CSAPA La Ferme Merlet – CEID
- Tabac & Femmes** : Mme MEIER Cathy
- Addictions & Jeunes** : Mmes CARRERE C et ALBIGES I

TOTAL : **1005 inscrits** Vs **747 participants en ligne**

<https://www.coreadd.com/webinaire-tabac-thematiques>





Plateforme OSCAR - Nouvelle-Aquitaine

225 fiches actions saisies en 2020 (Vs 580 en 2019)

Types d'actions

- Actions de communication et d'affichage
- Consultations individuelles et quelques ateliers collectifs
- Réunion d'informations auprès de groupes captifs, de collègues

Publics

Salariés et agents – patients – jeunes

Porteurs

84 établissements de santé

55 assos dans le secteur de la santé

4 établissements d'action sociale

1 service déconcentré de l'état (CD 19)

15 Assurance Maladie

1 Collectivité territoriale (Mairie de St Junien)

Répartition du nb d'actions saisies par dept

Charente (9)	Charente-Maritime (18)
Corrèze (18)	Creuse (18)
Deux-Sèvres (9)	Dordogne (14)
Gironde (51)	Haute-Vienne (22)
Landes (3)	Lot-et-Garonne (15)
Pyrénées-Atlantiques (11)	Vienne (31)



Quelques actions innovantes en NA

- Un court métrage « Au café des poumons » réalisé avec les jeunes (13/18 ans)
- Création d'outils interactif « Jeu de l'oie grandeur nature » sur des ateliers collectifs
- Programme d'accompagnement du fumeur « TAB'AGIR »
- Stands dé clic téléphonique
- Partenariat Centre Hospitalier/MSP pour la mise à disposition d'un tabacologue sur le mois
- Atelier pour le personnel de l'établissement: "Arrêt du tabac: comment gérer son stress par l'auto-hypnose »



PLANIFICATION DES CONSULTATIONS DE LA LITE CORREZE PENDANT LE #MoisSansTabac

DATE	MATIN	APRÈS-MIDI
Lundi 02/11		
Mardi 03/11	Sornac (IDE)	Sornac (Dr B)/Egletons (IDE)
Mercredi 4/11	Bugeat (Dr B)	Peyprefade (Dr B)
Jeudi 05/11	Neuvic (Dr B)	Bort les Orgues (Dr A)
Vendredi 06/11	Ussel (Dr B)	Meignac (IDE)
	Mertines (Dr A)	CMP USSEL (Dr A) / La Courtine (Dr B)

* Horaires : matin 9h-12h, après-midi 13h30/16h30
 * Numéro de téléphone pour joindre les professionnels : - 07 28 04 02 05 / - 07 28 04 02 60 / - 06 28 41 44 22
 * Le Dr. Abou assurera une permanence de tabacologue au CMP d'Ussel les 13,20,27 novembre de 09h à 12h.





Retours sur le 31 mai 2021



Journée mondiale sans tabac : engagement citoyen et écologique

Plusieurs collectes de mégots et de déchets en NA

La cigarette est la 1^{ère} substance responsable de la pollution des océans : 1 mégot de cigarette peut polluer jusqu'à 500L d'eau.

Objectif : inscrire la problématique du tabagisme, dans une démarche environnementale.

- Le 29 mai à Bordeaux avec Le Lions Club de Bordeaux Caudéran -(Gironde)
- Le 30 mai sur l'île de Ré avec L'Apporte Bonheur - (Charente-Maritime)
- Le 31 mai, 2 & 5 juin sur Saintes et Saintonge avec Environat - (Charente-Maritime)
- Le 31 mai sur La Rochelle avec Écho-Mer - (Charente-Maritime)
- Le 30 mai à Biarritz avec Tree6clope - (Pyrénées-Atlantiques)

Perspectives Mois sans tabac 2021

Volonté de poursuivre sur 2021 la stratégie digitale

Peu ou pas d'actions en présentiel

Renforcement de l'appui méthodologique à distance des partenaires

Travailler sur accompagnement à distance des publics les + vulnérables : réduire les ISS

RENFORCER LES CONTENUS DES RESEAUX SOCIAUX

- Veille sur l'actualité autour du tabac
- Informations et projets des partenaires
- Aides possibles sur la région
- Accompagnement et soutien en ligne
- Faciliter le lien entre professionnels de santé et public fumeur
- Toucher les publics cibles : jeunes, femmes et personnes en situation de précarité

DEVELOPPER DE NOUVEAUX PROJETS

- Challenge inter-structures sur la région : engager les fumeurs et non-fumeurs dans un défi collectif
- Vidéos prescripteurs + pharmacien (x6)
- Vidéos initiatives locales partenaires : CHU, CEID, entreprise...

WEBINAIRES

- Formations, ateliers en ligne
- Echanges de pratique : 14/10 et 09/11



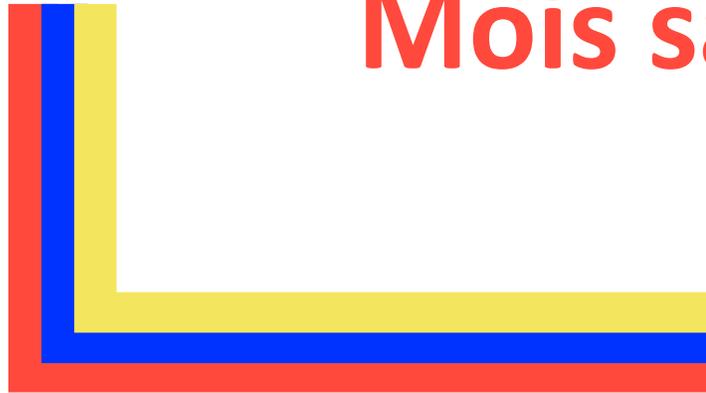
OUTILS DE COMMUNICATION

Pédagogiques et utiles tout au long de l'année



Prêts pour la 6^e édition ?

Mois sans tabac 2021



Pour rejoindre le réseau de partenaires engagés en Nouvelle-Aquitaine

- Contactez vos ambassadrices Alicia Desvilles et Shona Barbette
- Retrouvez toutes les informations sur <https://www.moisanstabac-na.com/>
- Suivez l'actualité de la campagne sur <https://www.tabac-info-service.fr/>



DE NOUVEAUX DISPOSITIFS EN 2021



1. Campagne de dénormalisation du tabac



Contexte

- **Prévalence tabagique : 15 millions de fumeurs quotidiens et occasionnels en France**
(sources : OFDT, Santé publique France)
- La prévalence tabagique a baissé en France, entre 2014 et 2019 : **1,9 million de fumeurs quotidiens en moins**
- Evolution du statut du fumeur et de la norme sociale liée au tabac :
le tabac se dénormalise → levier de motivation efficace.
- **Tabac info service** : non reconnue comme la marque étendard de l'arrêt du tabac, image institutionnelle, loin du quotidien des Français, image non moderne et attrayante → **Nécessité de créer une nouvelle image, + moderne, - institutionnelle, cohérence entre l'image et l'efficacité**

Il s'agit donc d'accentuer la nouvelle norme sociale d'une vie sans tabac.

1. Campagne de dénormalisation du tabac



bienvenue dans une vie
sans tabac.

Objectifs et stratégie

Cette campagne accompagne l'évolution de la norme.

Rendre plus accessible une vie sans tabac en accélérant le mouvement de dénormalisation, auprès de tous nos publics

- Un changement de posture qui célèbre la vie sans tabac comme norme sociale
- Une invitation à rejoindre les 50 millions de non-fumeurs en France

Faire de Tabac info service la marque référente de l'arrêt du tabac, proche des fumeurs, intégrée dans leur quotidien.

- Un positionnement qui rend accessible le passage vers une vie sans tabac
- Une promesse forte et visible (*Bienvenue dans une vie sans tabac*) qui met en avant les bénéfices d'une vie sans tabac

Dispositif envisagé

Campagne TV et digitale avec 3 versions de spots – promotion de TIS (+ moderne et attractif)

Diffusion du 31 mai (Journée mondiale sans tabac) au 30 juin 2021

2. Les Employeurs pour la santé

ETAT DES LIEUX

- Milieu du travail favorable au développement d'actions au bénéfice de la santé des salariés : temps passé, moments propices, éventail de comportements à promouvoir (tabac, activité physique, alimentation, alcool, sédentarité, ...)
- Cadre favorable : Stratégie Nationale de Santé 2017 et Plan santé travail 2016-2021 avec renforcement d'une politique de prévention et promotion de la santé

CONCEPT

- Structurer et pérenniser une offre de service de SPF auprès des employeurs : expertise et outils tout au long de l'année sur diverses thématiques de prévention
- Favoriser la responsabilisation de l'employeur face à la santé de ses salariés : accroître et valoriser l'engagement, mieux outiller les employeurs



2. Les Employeurs pour la santé

CALENDRIER

2022 : Evolution

Une plateforme d'échanges sur les addictions :
bonnes pratiques et adjonction des autres
thématiques addictions

2021 : Lancement

1^{ère} thématique : prévention du tabagisme
Espace internet avec outils TIS, accès libre
Partenaires de tout secteur valorisés sur site

2023 : Elargissement

Accompagnement des employeurs dans la mise
en place d'une stratégie globale de PPS
Intégration de toutes les thématiques de PPS



**MOIS
SANS
TABAC**

UN GRAND MERCI pour votre attention

Shona BARBETTE

shona.barbette@coreadd.com

07 89 92 08 31

Alicia DESVILLES

[alicia.desvilles@coreadd.c](mailto:alicia.desvilles@coreadd.com)

[om](mailto:alicia.desvilles@coreadd.com)

07 87 24 55 25

CORE  DD

Coordination Régionale Addictions Nouvelle-Aquitaine