



BILAN RÉGIONAL

MOIS SANS TABAC 2023

en Bourgogne-Franche-Comté

Fanny COURTI
Ambassadrice régionale
Chargée de projets | Promotion Santé BFC

Mars 2024

Action réalisée avec le financement de l'Agence régionale de santé de Bourgogne – Franche-Comté



**l'Assurance
Maladie**



**Promotion
Santé**
Bourgogne
Franche-Comté

Tabagir
Pour votre santé



SOMMAIRE

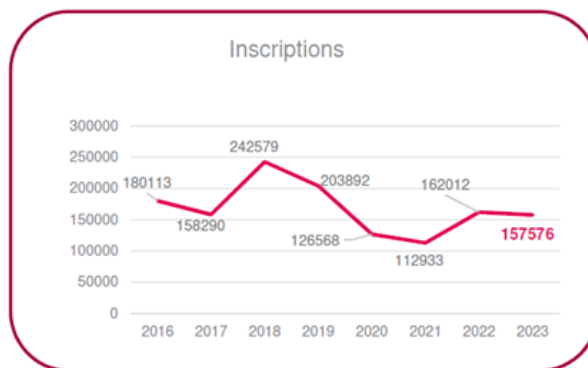
EN QUELQUES CHIFFRES	3
Nombre d'inscrits sur Tabac Info Service (TIS)	3
JOURNÉES DÉPARTEMENTALES DE SENSIBILISATION DES PROFESSIONNELS	3
1. Nombre de journées réalisées et de professionnels formés	3
2. Secteurs d'activités représentés	4
3. Satisfaction générale	5
4. Points positifs et points à améliorer	5
VALORISATION ET ANIMATION	6
1. Bilan du fil rouge de communication et d'attractivité	6
2. Bilan des animations de terrain	7
ACTIONS	9
1. Répartition géographique.....	9
2. Répartition des actions par types de lieux	9
3. Typologie des actions	10
4. Répartition des actions par publics bénéficiaires	11
5. Financeurs des actions	12
CONCLUSION	12

EN QUELQUES CHIFFRES

Nombre d'inscrits sur Tabac Info Service (TIS)

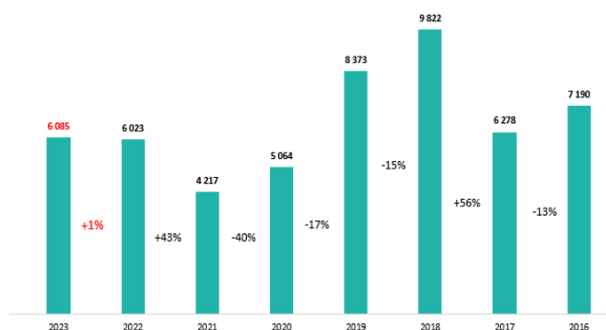
À l'échelle nationale : L'édition 2023 totalise **157 576 inscrits**, soit une baisse de 2,7% par rapport à 2022 (162 012) mais un résultat estimé stable par Santé publique France (SpF).

- Plus de **1,3 million d'inscriptions depuis 2016**.
- La majorité des inscrits a **moins de 45 ans** (59%).
- Hausse des inscrits de plus de 45 ans (41% contre 33% l'an dernier).
- La **part d'hommes augmente légèrement** (36% contre 34% en 2022).



En région : la mobilisation des acteurs et des fumeurs a de nouveau été au rendez-vous :

- **6 085 personnes inscrites** à l'opération, soit une participation en très légère hausse par rapport à 2022 (6 023 inscrits)
- On dénombre **plus de 50 000 participants depuis la 1^{ère} édition** en 2016. Ces résultats témoignent du maintien de l'intérêt et d'un engagement autour du dispositif.



Source : données Santé publique France ; 30/11/2023

JOURNÉES DÉPARTEMENTALES DE SENSIBILISATION DES PROFESSIONNELS

Cette année, Promotion Santé BFC a organisé des journées départementales de sensibilisation autour des leviers d'actions en prévention et promotion de la santé et appliqués à la prévention du tabagisme. Elles se sont déroulées en présentiel, du 25 septembre au 5 octobre 2023. Elles s'adressaient à l'ensemble des professionnels des champs sanitaires, sociaux, médico-sociaux, éducatifs, associatifs, collectivités et des entreprises souhaitant s'engager autour de l'opération.

L'objectif visait à échanger collectivement sur les leviers pour sensibiliser et accompagner un fumeur dans une démarche d'arrêt du tabac ou prévenir l'initiation au tabac.

Un bilan de ces journées est présenté ci-après.

1. Nombre de journées réalisées et de professionnels rejoints

7 journées départementales réalisées sur les 8 initialement prévues. **Soit un taux de réalisation de 88%**.

- 7 journées en présentiel
- 1 annulée en raison d'un nombre insuffisant de participants. Les personnes qui s'y étaient inscrites ont été invitées à se positionner sur l'une des journées se déroulant dans les autres départements ou ont pu bénéficier d'un temps d'échange et d'accompagnement personnalisé, en présentiel ou en distanciel.

63 professionnels sensibilisés. Avec une moyenne de **9 participants par journée**.

SENSIBILISATION DES PROFESSIONNELS	
PROGRAMME	BILAN
<p>FORMAT</p> <p>1 journée départementale de sensibilisation autour des leviers d'actions positifs en prévention et promotion de la santé et appliqués à la prévention du tabagisme</p> <p>En présentiel.</p> <p>PUBLICS</p> <p>Acteurs des champs sanitaires, sociaux, médico-sociaux, éducatifs et associatifs, collectivités et entreprises.</p> <p>OBJECTIF</p> <p>Échanger collectivement sur les leviers d'actions positifs pour sensibiliser et accompagner un fumeur dans une démarche d'arrêt du tabac ou prévenir l'initiation au tabac.</p> <p>PÉRIODE</p> <p>Septembre – Octobre 2023</p>	<p>7 JOURNÉES RÉALISÉES SUR 8</p> <ul style="list-style-type: none"> • 7 en présentiel • 1 annulée (Jura) <p>63 PROFESSIONNELS FORMÉS</p> <ul style="list-style-type: none"> • 9 participants en moyenne par journée <p>SECTEURS REPRÉSENTÉS</p> <p>Secteurs Médical (36), Associations et opérateurs prévention (9), Collectivités (8), Entreprise (7) et Éducation (3)</p> <p>RETOURS POSITIFS</p> <ul style="list-style-type: none"> • Richesse des échanges et dynamiques de groupes • Qualité du contenu et des méthodes pédagogiques employées • Richesse et variété des outils présentés et appréciation de leur découverte • Diversité des structures et profils des participants • De nombreux projets et actions déjà en perspectives par les acteurs <p>ÉVALUATION</p> <ul style="list-style-type: none"> • Taux de retour au questionnaire : 97% • Satisfaction générale : 94% • Acquisition de connaissances : 78% • Transfert des connaissances : 72%

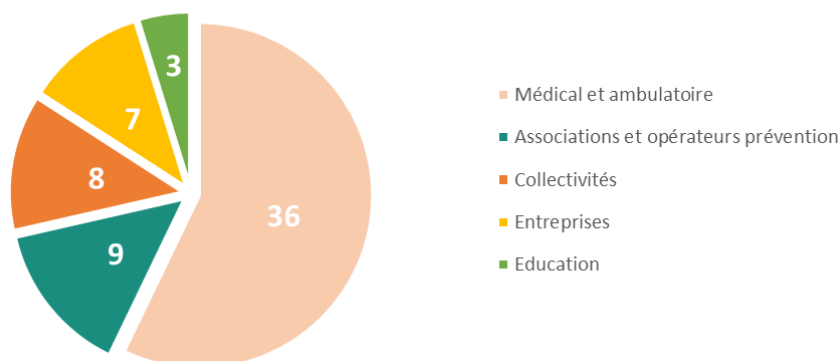
2. Secteurs d'activités représentés

Le secteur médical et ambulatoire majoritairement représenté. 36 professionnels dont 26 exerçant en maisons de santé pluriprofessionnelles et centres hospitaliers.

Viennent ensuite les professionnels du secteur associatif et opérateurs de prévention (9). Puis, les collectivités territoriales (8) et les entreprises (7).

On note une faible mobilisation du secteur de l'éducation (3). Un constat déjà observé l'an dernier.

Répartition des participants par secteurs d'activités (Effectif)



Source : Exploitation Promotion Santé BFC au 07/02/2024

3. Satisfaction générale

60 professionnels ont répondu au questionnaire de satisfaction. **Soit un taux de retour de 97%**.

- **Appréciation générale**

Sur une échelle de 0 à 10, 0 correspondant à « pas du tout satisfait » et 10 à « très satisfait » : **94%** des participants ont répondu entre **7 et 10**.

- **Ce qui a été le plus apprécié**

Le



Apprécié

- Les échanges avec les autres acteurs (15)
- La dynamique de groupe (10)
- La richesse et variété des outils proposés (9) ainsi que leur découverte (9)
- La qualité des contenus (7)
- Les méthodes pédagogiques employées (5)

- **Efficacité de la sensibilisation**

78% des participants ont déclaré que cette sensibilisation leur avait permis de **renforcer leurs connaissances**

- *Découverte d'outils pédagogiques autour du tabac, de la nutrition et des CPS (10)*
- *Découverte de nouvelles techniques d'animation*
- *Concevoir une action selon une méthodologie conforme à la démarche projet, adaptée au public et au regard de besoins préalablement définis*
- *Intervention dans une approche globale et positive*

99% des participants ont indiqué pouvoir **remobiliser ces compétences dans le cadre de leur pratique professionnelle** :

- **Totalement** pour **72%** d'entre eux
- **Partiellement** pour **27%** d'entre eux

- **Besoins complémentaires**

27% des participants ont exprimé des **besoins complémentaires** à l'issue de ces sensibilisations :

- Appui méthodologique en vue d'une montée en compétences
- Approfondissement des connaissances autour des sujets abordés
- Pouvoir bénéficier des ressources documentaires et outils pédagogiques mis à disposition par Promotion Santé.

4. Points positifs et points à améliorer

POINTS POSITIFS

- Richesse des échanges et des dynamiques de groupes
- Qualité du contenu et des méthodes pédagogiques employées
- Richesse et variété des outils présentés et appréciation de leur découverte
- Diversité des structures et profils des participants
- De nombreux projets et actions déjà en perspectives par les acteurs

POINTS A AMÉLIORER

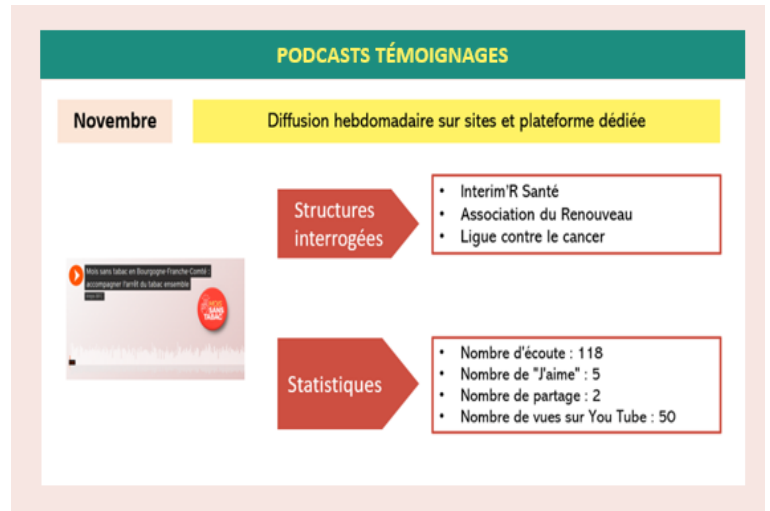
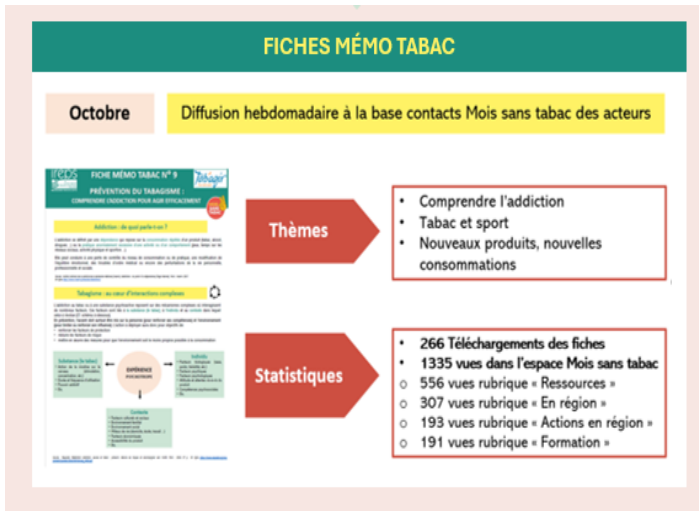
- Un besoin exprimé des acteurs de pouvoir expérimenter davantage les outils pédagogiques présentés et d'autres disponibles au sein des antennes
- Une mobilisation autour de ces journées qui pourrait être plus importante

VALORISATION ET ANIMATION

1. Bilan du fil rouge de communication et d'attractivité

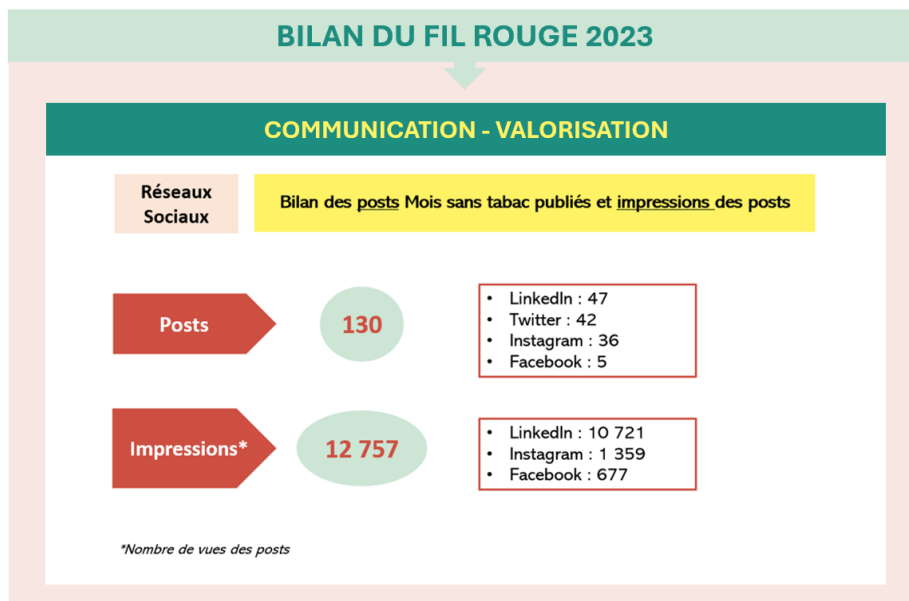
Depuis 2021, Promotion Santé, en partenariat avec l'ARS et Tab'agir, propose un fil rouge afin de maintenir le lien, la dynamique et la mobilisation des acteurs. Il s'agit de susciter l'intérêt, informer, accompagner et encourager les acteurs et les fumeurs engagés dans l'opération.

En 2023 ce fil rouge s'est poursuivi par la diffusion hebdomadaire de **3 nouvelles « fiches mémo tabac »** thématiques en octobre, puis de **3 nouveaux podcasts « témoignages »** en novembre. L'ensemble est disponible en ligne dans la [rubrique "Ressources" de l'espace Mois sans tabac](#).



Une communication régulière a également été effectuée sur les **réseaux sociaux** au travers de posts d'informations, de conseils, d'encouragements et de félicitations.

Des messages de soutien et de partage d'idées et d'expériences ont également été régulièrement postés sur le [groupe régional Facebook Mois sans tabac les Bourguignons et les Francs-Comtois](#)



2. Bilan des animations de terrain

Dans le cadre de cette 8^e édition, Santé publique France a de nouveau mis à disposition des structures ambassadrices, un stand équipé de supports numériques intégrés (ordinateur, tablette, écran) pour l'organisation de **2 journées d'animation**.

En région, Promotion Santé, en concertation avec l'ARS et Tab'agir, a souhaité réitérer le déploiement de ce type d'actions locales afin d'être au plus près des fumeurs et de leurs proches. Elles se sont déroulées :

- Le **13 novembre au Decathlon de Quetigny** (Côte-d'Or)
- Le **16 novembre au Groupe hospitalier de Gray** (Haute-Saône)

Ces temps forts, menés en partenariat avec des partenaires locaux, avaient pour objectifs **d'aller à la rencontre du public, de communiquer autour de l'opération et de l'informer des dispositifs d'accompagnement en région**.

L'occasion également offerte aux passants d'échanger avec un spécialiste en tabacologie et d'obtenir des réponses à leurs questions.



- **En quelques chiffres**

140 personnes sensibilisées

35 tests au monoxyde de carbone (CO) réalisés

13 intervenants mobilisés sur les 2 journées

2 hôtesse d'accueil missionnées par SpF pour renseigner le public, orienter vers le stand et réaliser une enquête de satisfaction en fin de journée.

TYPOLOGIE

- Familles
- Couples
- Personnes seules
- Jeunes et Étudiants
- Parents
- Salariés du Decathlon
- Professionnels du centre hospitalier
- Patients

CATÉGORIES

- Très variés en âge
- Très variés en sexe
- Fumeurs et non-fumeurs
- Personnes actives
- Personnes retraitées

ATTENTES ET BESOINS

Attentes et besoins des fumeurs

- S'informer sur les structures et professionnels existant pour arrêter de fumer
- Obtenir des outils et de la documentation
- Échanger avec un tabacologue
- Discuter autour de leurs perspectives d'arrêt du tabac
- Partager leurs expériences et leur « victoire » d'arrêt du tabac

Attentes et besoins des non-fumeurs

- S'informer pour un ami/proche fumeur
- Obtenir des outils et de la documentation
- Échanger avec un tabacologue

RETOURS INSOLITES

- « J'ai arrêté de fumer il y a quelques années mais j'ai l'intention de recommencer... à 80 ans ! »
- « J'envisage d'arrêter de fumer mais pas pour des raisons de santé car je n'ai pas l'intention de mourir vieille ».
- 2 non-fumeurs ont présenté des résultats anormalement élevés d'un test au CO pour les raisons suivantes : exposition du logement au CO / Exposition à un enfumage d'abeilles

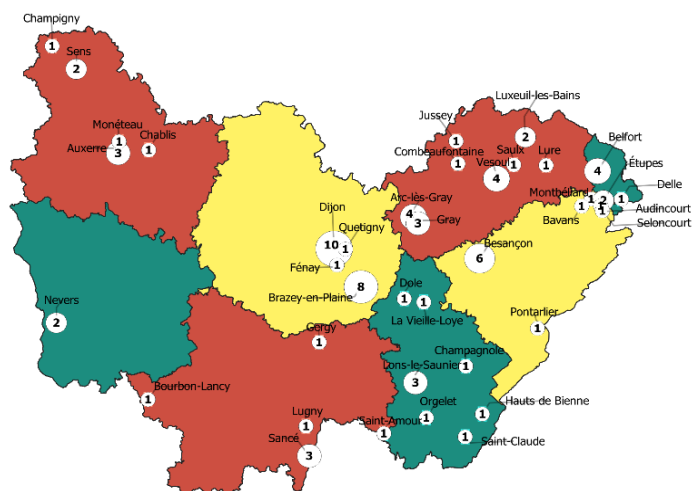
RETOURS D'EXPÉRIENCES

- Une personne venue par curiosité a pu verbaliser un besoin de s'engager dans une démarche de sevrage et est repartie avec la motivation d'initier un arrêt du tabac.
- Des lycéens sont venus dialoguer et échanger à propos du rôle de soutien important que peuvent avoir les non-fumeurs dans le cadre d'une démarche d'arrêt du tabac.

RETOUR EN IMAGES



1. Répartition géographique



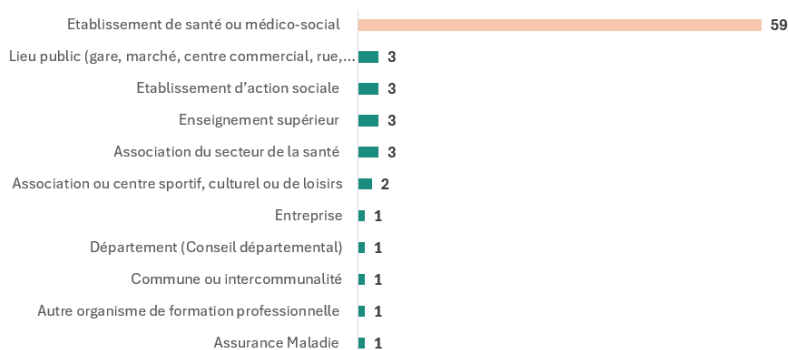
Auteur : Promotion Santé BFC
Sources : Data.gouv.fr ; Promotion Santé BFC
Réalisée avec Qgis 3.16.4

Cette année est marquée par une diminution très importante du nombre d'actions enregistrées dans la base de données Oscars : 81¹ actions saisies en 2023 contre 127 l'an dernier. Une baisse significative également observée au niveau national et qui est le reflet d'un constat partagé par la majorité des ambassadeurs régionaux qui expriment leurs difficultés à motiver les porteurs dans la saisie de leurs projets/actions et rapportent les difficultés et remarques évoquées par ces derniers : une plateforme jugée « *complexe, peu intuitive et chronophage* », des acteurs volontaires mais qui abandonnent en raison d'une procédure trop longue et complexe, non-pertinence pour certains acteurs à saisir leurs actions en raison d'une ouverture de la base de données trop éloignée (mi-fin décembre) par rapport à la réalisation des actions ayant eu lieu 2 mois auparavant, etc.

L'ensemble de ces constats conduit à une sous-représentation des actions réalisées et des acteurs engagés en région. Cette baisse significative interpelle et questionne également sur la pertinence de l'outil Oscars comme indicateur de référence en termes de recensement des actions déployées. Ce manque d'exhaustivité ne permet pas d'en effectuer une analyse objectivement représentative, tant en termes de nombre d'actions réalisées qu'au niveau de leur répartition départementale et communale.

2. Répartition des actions par types de lieux

Répartition des actions par types de lieux (Effectif)



Source : Extraction OSCARS, exploitation Promotion Santé BFC. 06/03/2023

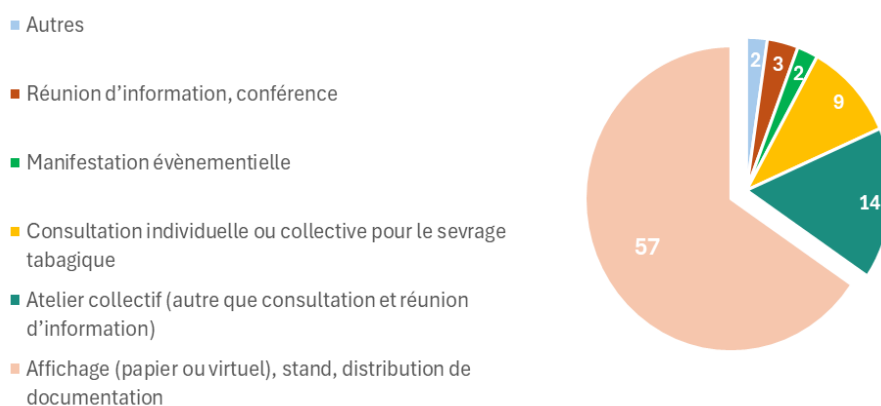
¹ Résultat non exhaustif car il repose sur une saisie volontaire et active des promoteurs sur la base.

Sur les 81 actions répertoriées, **42%** se sont déroulées au sein des **structures sanitaires et médico-sociales (59)**. Ce secteur enregistre le plus grand nombre d'actions déployées en région chaque année.

Viennent ensuite les lieux publics, les établissements d'action sociale et de l'enseignement supérieur ainsi que les associations du secteur de la santé avec respectivement 3 actions référencées. Bien que cet effectif ne soit pas représentatif, les domaines publics comme l'un des principaux lieux d'interventions renseignés laissent penser qu'il existe une véritable prise de conscience de l'impact du tabac sur la santé globale (physique mais également environnementale) et invitent à poursuivre des actions de sensibilisation et de prévention du tabagisme auprès de l'ensemble de la population dans des espaces publics.

3. Typologie des actions

Répartition des actions par typologie (Effectif)



Source : Extraction OSCARS, exploitation Promotion Santé BFC. 06/03/2023

Comme chaque année, la communication par **affichage et/ou stand de sensibilisation (57)** reste le type d'action majoritairement mis en œuvre par les acteurs.



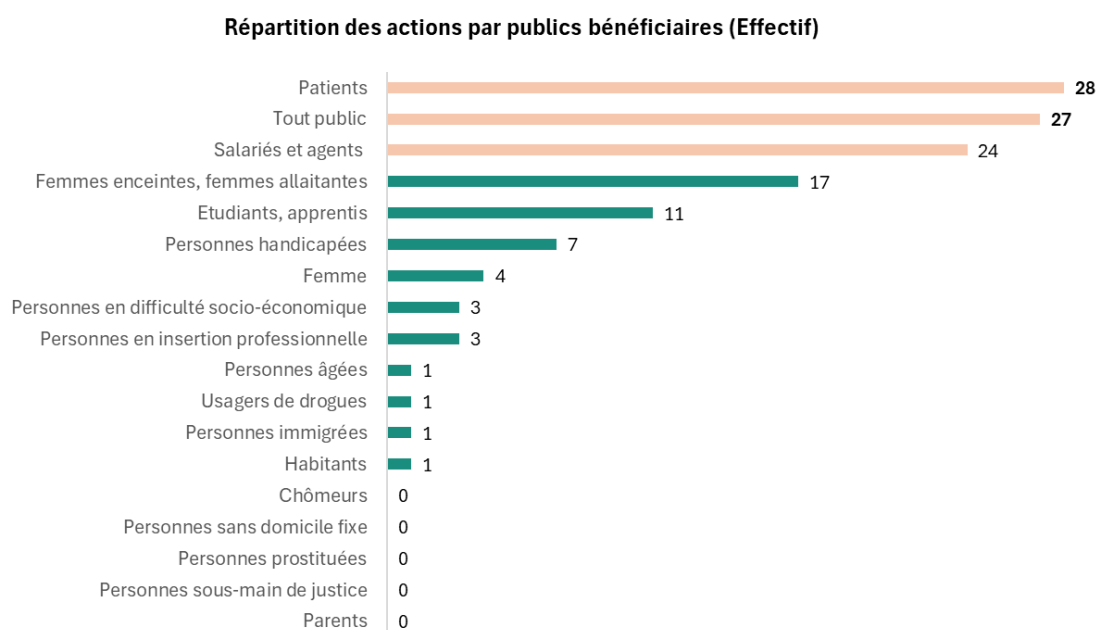
Les actions de type **ateliers collectifs (14)** restent également privilégiées. Cette démarche est en adéquation avec les axes stratégiques de la charte d'Ottawa. En effet elle associe le renforcement de l'action communautaire et le développement des aptitudes individuelles via des actions participatives (acquisition de connaissances et renforcement du pouvoir d'agir).

Les **2 manifestations évènementielles** déployées font référence à l'une des **animations de terrain Mois sans tabac** réalisée au sein du Groupe hospitalier de Gray et la **reconduction de la journée bien-être en forêt d'accompagnement à l'arrêt du tabac** auprès de patients du Centre Hospitalier Spécialisé de Saint-Yllie du Jura.



Les **2 actions** répertoriées dans la catégorie « **Autres** » correspondent quant à elles à des **initiatives menées par le service de tabacologie du centre hospitalier de Mâcon** : la diffusion d'une vidéo autour du tabac et du Mois sans tabac sur son site internet à destination des femmes enceintes et la réalisation d'une interview du médecin addictologue dans le Journal télévisé de France 3 en région.

4. Répartition des actions par publics bénéficiaires

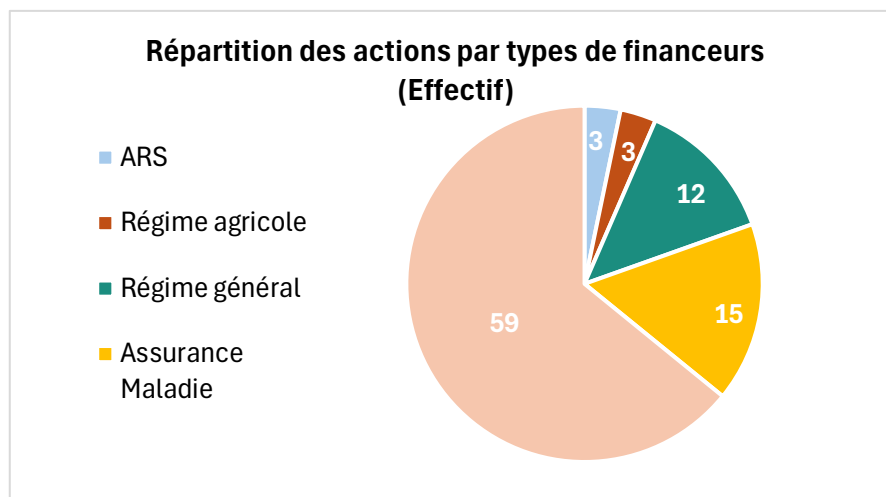


Source : Extraction OSCARS, exploitation Promotion Santé BFC. 06/03/2023

Les patients (28) et le **tout public (27)** représentent les principales catégories de population sensibilisées dans le cadre de l'opération. Ce constat est similaire à celui observé l'an dernier et qui est cohérent avec la répartition du nombre d'actions réalisées par type de lieux puisqu'elles se sont majoritairement déroulées en établissements de santé.

La forte hausse d'actions à destination des **femmes enceintes** est à souligner : **17** enregistrées cette année contre 1 seule en 2022. Un résultat satisfaisant car il s'agit d'un public prioritaire à sensibiliser et accompagner en matière de prévention et d'arrêt du tabac.

5. Financeurs des actions



Source : Extraction OSCARS, exploitation Promotion Santé BFC. 06/03/2023

Plus de la moitié des actions sont déclarées comme financées sur les **fonds propres** des structures (**58**). Viennent ensuite les projets relevant d'un financement de **l'assurance maladie (15)** et faisant référence aux acteurs ayant répondu à l'appel à projet Mois sans tabac annuel de la Caisse nationale de l'Assurance Maladie (CNAM).

CONCLUSION

Malgré le faible nombre d'actions enregistrées cette année dans la base Oscars, l'édition 2023 du Mois sans tabac reste une année satisfaisante par le maintien d'une mobilisation et implication d'acteurs issus de secteurs différents, avec la mise en œuvre d'actions diversifiées en termes de communication et de sensibilisation de la population générale, y compris les professionnels, mais également de valorisation et d'animation autour de l'opération.

Cette mobilisation des acteurs et des fumeurs en région transparait également au travers du nombre d'inscrits sur le site TIS qui se maintient à la hausse par rapport à l'édition 2022 (6 085 inscrits contre 6 023 l'an dernier).

Le Mois sans tabac reste également un dispositif qui, chaque année, permet de développer et de renforcer des partenariats avec des acteurs et structures plurisectorielles et qui contribue au déploiement d'un des axes de la stratégie régionale et du Programme Régional de Réduction du Tabagisme (P2RT).