



**DOSSIER  
DE PRESSE**

# **MOI(S) SANS TABAC**

2ème édition

Pour arrêter de fumer ensemble et en équipe

OCTOBRE 2017

## Sommaire

<b>1. #MoisSansTabac 2016, une première édition couronnée de succès</b>	<b>3</b>
<b>2. Le collectif au cœur du dispositif 2017</b>	<b>4</b>
<b>3. Un fort soutien médiatique de la campagne</b>	<b>6</b>
<b>4. Les outils pour supporters et participants</b>	<b>8</b>
<b>5. Tous acteurs de #MoisSansTabac</b>	<b>10</b>

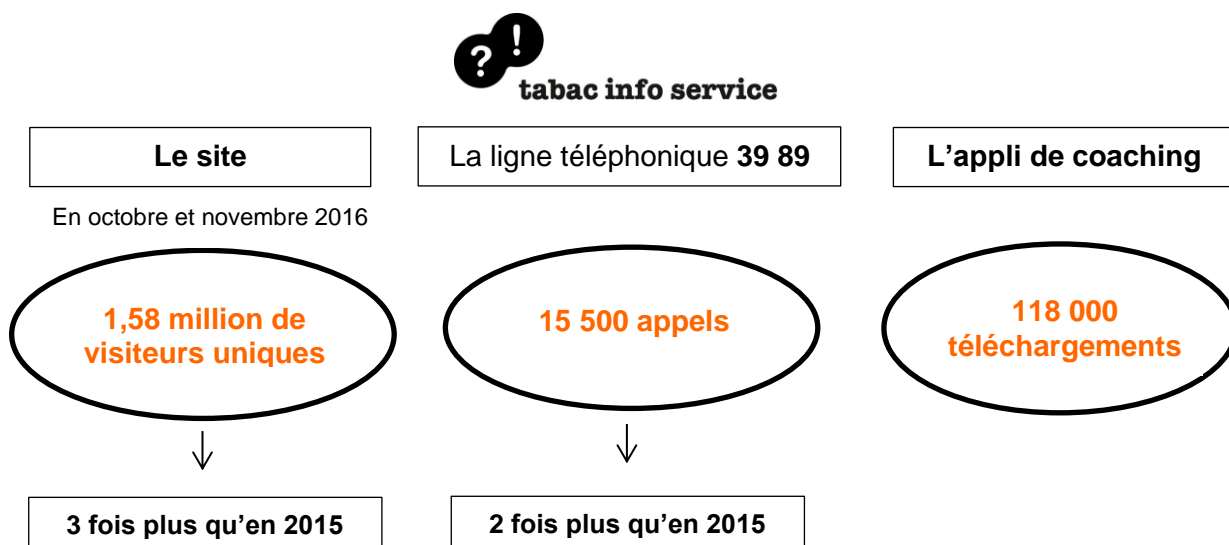
## 1. #MoisSansTabac 2016, une première édition couronnée de succès

#MoisSansTabac, la première opération de marketing social, lancée en novembre 2016 par le Ministère des Solidarités et de la Santé et Santé publique France, en partenariat avec l'Assurance Maladie, a connu un large succès :



**180 000 inscrits à l'opération et 637 000 kits d'aide à l'arrêt distribués**

Le dispositif, inspiré de l'opération anglaise « Stoptober », a fortement mobilisé les participants et leur entourage qui ont consulté et utilisé l'ensemble des services mis à leur disposition.



La page Facebook de Tabac info service a compté jusqu'à **10.000 interactions par semaine** et a bénéficié de **69 483 likes**, montrant l'engouement des internautes pour cette opération.

### ▪ Des partenaires très engagés

La mobilisation des partenaires nationaux (100) et régionaux (3 000) ont pleinement contribué au succès de cette édition.

### ▪ Une augmentation des tentatives d'arrêt médicamenteuses

Au dernier trimestre 2016, 600 000 traitements d'aide à l'arrêt ont été délivrés en pharmacie soit près de 100 000 de plus qu'au dernier trimestre 2015. Ce sont 80 000 personnes qui ont bénéficié du forfait de remboursement des traitements nicotiques de substitution (TNS) par l'Assurance Maladie contre 48 000 bénéficiaires sur la même période en 2015, soit une augmentation de 64%. Cette progression peut s'expliquer par la hausse du forfait TNS à 150 euros par an et par personne en novembre 2016, couplée à l'opération #MoisSansTabac

« Le succès de la première édition nous a montré que les Français étaient réceptifs à l'incitation positive dans l'arrêt du tabac. #MoisSansTabac agit comme un déclic dans l'esprit des fumeurs et doit s'imposer à l'avenir comme le rendez-vous qui les incite à passer à l'acte » souligne François Bourdillon, directeur général de Santé publique France.

« Tenter d'arrêter de fumer, c'est faire un grand pas. Pour y parvenir, il faut être accompagné et soutenu. L'Assurance Maladie est présente. Elle est auprès de tous ceux qui s'engagent dans

cette démarche, en mobilisant ses équipes sur le terrain au travers d'actions d'information et d'accompagnement durant #MoisSansTabac et en assurant aussi le remboursement des substituts nicotiniques. Un mois sans tabac, ce peut être le début d'une vie sans tabac. » Annelore Coury, Directrice déléguée à la gestion et à l'organisation des soins de l'Assurance Maladie.

## 2. Le collectif au cœur du dispositif 2017

#MoisSansTabac est **une campagne nationale d'aide à l'arrêt du tabac**, misant sur un élan collectif. Elle incite les fumeurs à arrêter tous ensemble pendant 30 jours, au mois de novembre. Un mois sans tabac multiplie par 5 les chances d'arrêter de fumer définitivement, car après 30 jours d'abstinence, la dépendance est bien moins forte et les symptômes de manque (nervosité, irritabilité) sont moins présents.

### Des équipes pour mieux partager ce défi

La deuxième édition de #MoisSansTabac **renforce sa dimension collective grâce à la constitution d'équipes thématiques ou géographiques**. Lors de leur inscription, les participants pourront rejoindre une ou plusieurs équipes directement depuis le site [tabac-info-service.fr](http://tabac-info-service.fr). Ces équipes prennent la forme de groupes sur Facebook.



**16 équipes thématiques** ont été créées par Santé publique France. Elles qualifient avec humour les modes de vie des participants (fétard, pantouflard) ou les définissent par rapport aux types d'aide à l'arrêt choisis (patché, coaché, vapoteur,...). Les participants pourront également choisir une équipe qui correspond à leur région.

Ces 33 équipes constituées par Santé publique France, s'inscrivent dans **une logique de forum de discussion**. Elles permettent aux participants et à leurs supporters d'échanger, de partager leurs expériences, d'exprimer leur ressenti et de bénéficier d'encouragements et de conseils adaptés.

Enfin, il sera également possible de créer sa propre équipe en famille, entre amis ou au sein d'une même entreprise... directement sur les réseaux sociaux (Facebook, Whatsapp, etc.).



### Des Fan zones Moi(s) sans tabac dans 12 grandes villes françaises

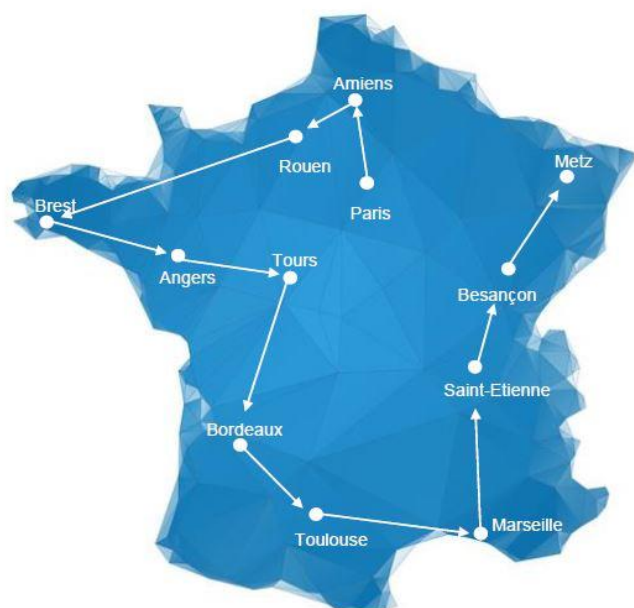
Dans la continuité de l'esprit d'équipe, véritable fil rouge de l'opération, Santé publique France déploie en partenariat avec les Agences régionales de santé, **un dispositif de terrain ludique et interactif**, conçu sur le modèle des Fan zones des supporters et dont l'objectif est de faciliter la rencontre avec un professionnel de santé et le soutien des participants.

Pour structurer l'expérience, le parcours à l'intérieur de ces Fan zones se divisera en 3 espaces, avec un objectif prioritaire, celui de transformer l'essai en incitant les visiteurs à s'inscrire à l'opération :

- 1) **Un espace d'information**, accueillera « l'équipe » de partenaires régionaux. Tous activement investis dans la lutte contre le tabagisme, ils délivreront des informations aux participants.
- 2) **Un espace de consultation pour faciliter l'échange et le dialogue avec des professionnels de santé** hors les murs d'un cabinet médical. Les participants pourront ainsi bénéficier de conseils sur-mesure délivrés par des spécialistes du sevrage tabagique qui les guideront dans leur démarche d'arrêt.
- 3) **Un espace ludique** doté d'un « photobooth » permettra aux visiteurs de faire la une d'un journal régional parodique #MoisSansTabac avec un parterre de supporters en arrière-plan. Ils pourront également répondre à un quizz humoristique autour de l'arrêt du tabac et s'inscrire à l'opération depuis les bornes prévues à cet effet.

Ces espaces seront installés dans **12 grandes villes**, pour sensibiliser le plus grand nombre :

<b>24/10/2017 Paris</b>	Place de la République
<b>26/10/2017 Amiens</b>	Parvis de l'hôtel de ville d'Amiens
<b>28/10/2017 Rouen</b>	Espl. Marcel Duchamp
<b>31/10/2017 Brest</b>	Place de la Liberté
<b>02/11/2017 Angers</b>	Place du Ralliement
<b>04/11/2017 Tours</b>	Terre-plein Heurteloup
<b>07/11/2017 Bordeaux</b>	Place de la Victoire
<b>09/11/2017 Toulouse</b>	Place du Capitol
<b>14/11/2017 Marseille</b>	Place Villeneuve Bargeron
<b>16/11/2017 Saint Etienne</b>	Place Jean Jaurès
<b>18/11/2017 Besançon</b>	L'esplanade des droits de l'homme sur le parvis des bâtiments administratifs de la Mairie
<b>21/11/2017 Metz</b>	Place de la comédie



- Paris – 24 octobre
- Amiens – 26 octobre
- Rouen – 28 octobre
- Brest – 31 octobre
- Angers – 2 novembre
- Tours – 4 novembre
- Bordeaux – 7 novembre
- Toulouse – 9 novembre
- Marseille – 14 novembre
- Saint-Étienne – 16 novembre
- Besançon – 18 novembre
- Metz – 21 novembre

### 3. Un fort soutien médiatique de la campagne

---

#### Des ambassadeurs de renom

Pour apporter à l'opération #MoisSansTabac une forte visibilité, **Santé publique France renouvelle son partenariat avec France Télévisions en relevant le défi, cette année avec deux ambassadeurs médiatiques** : Laurent Romejko et Michel Cymes. L'animateur Laurent Romejko, fumeur, fera une tentative d'arrêt avec #MoisSansTabac. Il sera coaché au quotidien par Michel Cymes, le très populaire médecin/animateur qui lui apportera des conseils et fera également la promotion des outils de l'opération.

Ce partenariat, sera accompagné d'un vaste dispositif médiatique : un spot de recrutement mettant en scène les deux ambassadeurs sera diffusé à partir du 10 octobre au 5 novembre sur les chaînes du Groupe France Télévisions. L'opération #MoisSansTabac sera intégrée dans les émissions des ambassadeurs et plus largement dans les émissions du Groupe.

En parallèle, pour partager la démarche d'arrêt de Laurent Romejko et suivre les différentes étapes du coaching réalisé par Michel Cymes, une web série de 6 épisodes sera mise en ligne au mois de novembre sur les sites francetelevisions.fr, tabac-info-service.fr, la page facebook #MoisSansTabac, celle du Magazine de la santé,...



#### Questions à Laurent Romejko

- **Depuis combien de temps fumez-vous ?**

« Depuis trop longtemps... Premières cigarettes à l'âge de 18 ans. De temps à autres tout d'abord puis de façon régulière ensuite à partir de 25 ans...et sans relâche jusqu'à aujourd'hui, excepté deux ou trois périodes d'arrêt qui n'ont jamais excédé six mois... »

- **Qu'est-ce qui vous motive aujourd'hui à relever le défi de #MoisSansTabac ?**

Avant tout: préserver ma santé ! Mais surtout me libérer d'une dépendance ! J'en ai marre du tabac...

- **Qu'attendez-vous de votre coach ?**

Qu'il me donne des astuces pour réussir mon arrêt du tabac et surtout qu'il m'aide à franchir les moments difficiles !

- **A quelques semaines de votre arrêt, dans quel état d'esprit êtes-vous ?**

J'ai hâte ! Hâte d'arrêter la cigarette, hâte de commencer #MoisSansTabac...

Même si je suis confiant, j'ai tout de même une appréhension : celle d'échouer...mais je compte sur Michel Cymes !



#### Questions à Michel Cymes

- **Pourquoi avez-vous décidé de faire #MoisSansTabac ?**

« Je suis très impliqué dans la lutte contre le tabac, je suis un vrai militant. Tout ce qui me permet de m'impliquer dans la lutte contre le tabac surtout pour les jeunes me motive. Le défi #MoisSansTabac est une très bonne initiative, cela va dans le sens de tout ce qui doit être mis en place pour lutter contre le tabac. C'est un angle novateur pour inciter les fumeurs à arrêter. Et cette web série « coaching d'un fumeur » m'a séduite par son originalité par rapport à tout ce qu'on avait vu pour l'instant. »

- **Comment envisagez-vous votre rôle de coach ?**

« Mon rôle de coach est double. A la fois ami et médecin, j'accompagne, j'aide, j'entoure. Le médecin doit tout faire pour que les fumeurs prennent conscience des risques du tabac. En tant qu'ami, mon rôle est d'accompagner Laurent parce que je sais qu'il va passer par des moments difficiles. Je dois être très présent car il faut se préparer à d'éventuels risques de rechute qui peuvent faire partie du sevrage. »

- **Quelles sont, selon vous, les clés pour réussir ce défi avec Laurent Romejko ?**

« La première chose est que Laurent ait envie d'arrêter. Ensuite c'est d'agir pour éviter les effets secondaires qui sont la plupart du temps une cause de rechute, comme la prise de poids ou les troubles du sommeil. »

- **Les proches de Laurent peuvent-ils aussi l'aider ? Comment ?**

« Arrêter de fumer est un vrai défi, on a besoin de soutien. On devient irritable, on change de caractère. Le manque rend irascible et difficile à supporter pour les autres. Il faut prévenir ses proches qu'on arrête de fumer. Leur rôle de supporter est capital pour relever le défi. »

### Un large dispositif médiatique en amont et pendant le défi collectif

Ce dispositif médiatique qui s'appuie sur le message phare de l'opération « *En novembre, on arrête ensemble et en équipe !* » est construit en deux temps.

**Dès le 10 octobre**, des messages de sensibilisation inciteront les fumeurs à participer au #MoisSansTabac via le site [tabac-info-service.fr](http://tabac-info-service.fr), l'application mobile ou la ligne 3989. Pour cela, 4 spots télé seront diffusés jusqu'au 5 novembre :

- un spot de 30 secondes qui intégrera la notion d'équipe et présentera au travers de plusieurs personnages la mécanique de #MoisSansTabac : de la prise de décision, au soutien des proches, jusqu'à la fierté d'arriver au bout des 30 jours sans avoir repris la cigarette.
- 3 autres spots de 8 secondes, présenteront quant à eux, les différentes ressources mises à disposition des fumeurs pour participer au défi : l'application mobile Tabac Info Service, le 39 89, et la commande du kit sur le site internet [tabac-info-service.fr](http://tabac-info-service.fr).



La signature des spots « *En novembre, on arrête ensemble et en équipe !* », souligne la dynamique et l'esprit d'équipe de l'événement.

En parallèle, une nouvelle affiche reprenant le slogan de l'opération sera visible du 25/10 au 31/10. Elle présente quelques équipes à rejoindre et encourage ainsi les participants à en choisir une. Cette campagne bénéficiera également d'un relai web et mobile.

Au mois de novembre, l'objectif de la campagne média est de soutenir les participants dans leur tentative d'arrêt. De nouveaux spots radio de 25 secondes seront diffusés sur les ondes durant tout le mois de novembre. Ils incarneront le soutien des participants à #MoisSansTabac. Avec toujours un relai sur le web et les mobiles.

## 4. Les outils pour supporteurs et participants

---

### Un kit pour arrêter de fumer, à la disposition du public, des partenaires, et des professionnels de santé

Pour cette 2<sup>ème</sup> édition, le kit #MoisSansTabac a été renouvelé et simplifié. Il intègre :

- **Le livret « je me prépare »** qui permet à chaque participant d'identifier ses forces et ses faiblesses, d'apprendre à décoder la cigarette et ses pièges, d'obtenir des réponses face à ses inquiétudes et de choisir la stratégie qui lui correspond pour réussir son arrêt du tabac ;
- **L'agenda**, « 30 jours pour arrêter de fumer » qui dispense chaque jour encouragements, conseils et activités pour oublier la cigarette ;
- **La roue**, « je calcule mes économies », en fonction du nombre de cigarettes fumées par jour, la roue permet de calculer les économies réalisées après un jour, quelques semaines, quelques mois et jusqu'à 1 et 10 ans d'abstinence ;
- **La carte anti-stress** qui livre 7 exercices pour se détendre et oublier son envie de cigarette.



Ce kit destiné aux participants à #MoisSansTabac, peut être commandé gratuitement sur le site [tabac-info-service.fr](http://tabac-info-service.fr) dans l'onglet #MoisSansTabac ou depuis le site : <http://partenaires-mois-sans-tabac.tabac-info-service.fr/> pour une commande en nombre.

Dans le cadre d'un partenariat, 6 Ordres professionnels de santé (médecins, pharmaciens, sages-femmes, chirurgiens-dentistes, infirmiers, masseur/kinésithérapeutes) seront à même de distribuer ce kit. Ces professionnels de santé, à l'exception des pharmaciens, sont habilités depuis le 1<sup>er</sup> janvier 2016 à établir une ordonnance permettant le remboursement de 150 € par personne et par an pour des traitements de substitution nicotinique.

### Une opération accessible depuis [www.tabac-info-service.fr](http://www.tabac-info-service.fr)

Le site internet [Tabac-info-service.fr](http://Tabac-info-service.fr) est le point d'entrée de l'opération #MoisSansTabac qui bénéficie d'une page d'accueil entièrement dédiée. On peut s'inscrire à l'opération et créer son profil, soutenir un proche ou encore rejoindre une équipe, la grande nouveauté de cette seconde édition. Deux types d'équipes sont alors accessibles :

- **les équipes thématiques** qui définissent le participant. Exemple : les « fêtard/pantouflard », « cigale/fourmi », « burger-frites/quinoa-salade », etc.
- **les équipes géographiques** qui reflètent l'appartenance géographique du participant. Exemple : Hauts-de-France, Normandie, Ile-de-France, Grand Est, Bretagne etc.

Par ailleurs, pour motiver les personnes à s'inscrire, un compteur sera visible sur le site, il indiquera en temps réel le nombre de participants ayant rejoint l'opération.

Enfin, un espace est réservé aux partenaires, ils peuvent ainsi s'inscrire, commander et/ou télécharger tous les supports #MoisSansTabac.



## L'appli Tabac info service relaiera l'opération #MoisSansTabac

A compter de ce début octobre, l'appli **Tabac info service** envoie des messages à ses utilisateurs pour les inciter à s'inscrire à Mois(s) sans tabac.

Disponible dans le Play Store et l'Apple Store depuis septembre 2016, l'appli est un programme complet de coaching pour optimiser ses chances d'arrêt définitif du tabac. Elle s'adresse à tout fumeur, quel que soit son âge. L'appli compte 151 000 utilisateurs ; ceux-ci ont en moyenne 33 ans, 61% d'entre eux sont des femmes.

Pour la moitié des utilisateurs, il s'agit de la première tentative d'arrêt du tabac. Seulement 16% d'entre eux ont déclaré avoir rechuté.

Ce coaching est également disponible depuis un ordinateur via le site : [coaching.tabac-info-service.fr](http://coaching.tabac-info-service.fr).

## La fanpage Tabac info service accueille une communauté active et solidaire

L'objectif de cette fanpage est triple :

- Recruter des fumeurs souhaitant arrêter le tabac.
- Les fidéliser, les accompagner et les inciter à utiliser l'appli de coaching.
- Les inciter à se soutenir mutuellement et à partager leurs avancées sur la *fanpage*.

La *fanpage* Tabac info Service adopte une posture bienveillante avec un ton léger et décalé en écho aux codes des réseaux sociaux.

Défis, vidéos pédagogiques, gifs animés, infographies sont régulièrement postés pour encourager les fumeurs.

La page Tabac info service compte près de 80 000 fans ; elle constitue un véritable lieu d'échanges où se retrouve une communauté engagée, active et en demande de conseils. Les fumeurs y trouvent des réponses à leurs questions et un soutien de la communauté (fumeurs, ex-fumeurs et entourage). Au cours des 6 premiers mois de l'année 2017, ce sont près de 487 000 interactions (commentaires, partages, clics sur des photos ou sur des liens, etc.) qui ont été enregistrées et 140 000 vidéos qui ont été visionnées.



## 5. Tous acteurs de #MoisSansTabac

### Un réseau de partenaires de plus en plus dense

Le mouvement #MoisSansTabac réunit de nombreux acteurs publics, privés, nationaux et régionaux qui s'impliquent sur le terrain, auprès de leurs salariés ou de leurs patients. De nouveaux partenaires nationaux rejoignent cette année le mouvement #MoisSansTabac. C'est le cas notamment de Fédérations hospitalières, de sports, d'assureurs, de la grande distribution... Les liens avec des partenaires institutionnels comme le Ministère de l'Education Nationale, la Caisse nationale des allocations familiales, l'association des maires de France, sont renforcés. En région, de nombreux partenariats ont été noués, grâce au pilotage des Agences régionales de santé, avec par exemple, la Fédération des associations étudiantes de Créteil, la Préfecture de Police de Paris, le Service de médecine universitaire de Toulouse, celui de Montpellier, le CHU de Caen, le CHU de Martinique, la Métropole de Grenoble...

### L'implication des professionnels de santé

L'opération mobilise l'ensemble des professionnels de santé. A travers l'engagement de leur Ordre, médecins généralistes et spécialistes, dentistes, pharmaciens, sages-femmes, infirmiers, masseurs-kinésithérapeutes, sensibilisés en amont grâce à un emailing cosigné, prendront une part active à #MoisSansTabac. Santé publique France a mis à leur disposition une plateforme partenaire qui permet de commander ou de télécharger l'ensemble des outils de sensibilisation (affiches, flyers...) et de distribuer à leurs patients des « kits de participant » à #MoisSansTabac.

Pour accompagner au mieux leurs patients dans le sevrage tabagique, les médecins, sages-femmes, chirurgiens-dentistes, infirmier(e)s et masseurs-kinésithérapeutes peuvent prescrire des substituts nicotiques (patches, gommes, inhalateur...), traitements qui sont remboursés par l'Assurance Maladie sur prescription à hauteur de 150 € par an et par personne.



### Des relais auprès des populations en difficulté

Lutter efficacement contre le tabagisme implique de prendre en compte les inégalités sociales de santé et ainsi d'aller au plus près des populations les plus vulnérables. Santé publique France a conçu pour ces publics une brochure et un flyer en accessibilité universelle disponibles à la commande. Pour diffuser efficacement les messages #MoisSansTabac, Santé publique France s'appuie sur des organismes et des acteurs de terrain : Pôle emploi et la CNAF au niveau national, et au niveau régional, Emmaüs Paris, Epicerie sociale et solidaire de Melun, précarité santé Isère, Fédération des acteurs de la solidarité, secours populaire français, Maisons pour tous et CCAS de Montpellier, CHRS Vernon, les CSAPA de Trinité, de Fort de France...

### Un soutien fort de l'Assurance Maladie aux actions de proximité

En complément du dispositif de communication, l'Assurance Maladie a renouvelé cette année son appel à projets via les caisses d'assurance maladie qui a permis de financer plus de 200 initiatives locales en métropole et dans les DOM.

L'objectif : financer des actions locales des caisses et de leurs partenaires, et renforcer ainsi les actions de proximité, en **privilégiant celles qui accompagnent des fumeurs dans leur démarche de sevrage.**

L'accent est mis en particulier sur les **publics prioritaires**, à savoir **les jeunes, les femmes enceintes et les patients atteints de pathologies chroniques...**

Au total, 88 Caisses Primaires d'Assurance Maladie (CPAM) sur 102, ainsi que la Caisse Générale de Sécurité Sociale (CGSS) de La Réunion ont mobilisé leurs partenaires.

**210 projets ont ainsi été retenus et financés par l'Assurance Maladie**, contre 145 en 2016. Ces projets associent souvent les Centres d'examen de santé de l'Assurance Maladie ainsi que des partenaires associatifs et institutionnels locaux.

### La liste des partenaires à date

Agence Centrale des Organismes de Sécurité Sociale, Association Nationale des Etudiants en Pharmacie de France, Association Nationale des Etudiants Sages-Femmes, Auchan, Caisse d'Assurance Maladie des Industries Electriques et Gazières, Caisse Nationale de l'Assurance Maladie des Travailleurs Salariés, Caisse Nationale des Allocations Familiales, Caisse Nationale Militaire de Sécurité Sociale, Caisse Nationale de Solidarité pour l'Autonomie, Collège National des Chirugiens-Dentistes Universitaires en Santé Publique, Collège National des Généralistes Enseignants, Conseil National de l'Ordre des Médecins, Conseil National de l'Ordre des Sages-Femmes, Consommation, Logement et Cadre de Vie, Familles de France, Fédération de l'Hospitalisation Privée, Fédération de l'Hospitalisation Privée, Fédération des établissements hospitaliers et d'aide à la personne, Fédération Française de Basket-Ball, Fédération Française de handball, la Fédération Française des Clubs Omnisports, Fédération Française Sports pour tous, Fédération Hospitalière de France, Fédération Interprofessionnelle de la Vape, Fédération Nationale de la Mutualité Française, Fondation Ramsay Générale de Santé, Groupe PSA, Institut National du Cancer, IRP auto, La Vape du cœur, Ligue de Football professionnelle, Ligue Nationale Contre le Cancer, Ligue Nationale de Rugby, Ligue Nationale de Volley, MBK Industries, MGEN, Ministère de l'Education Nationale, de l'Enseignement Supérieur et de la Recherche, Ministère de la Défense Nationale, Ministère de la Jeunesse et des Sports, Ministère de la Solidarité et de la Santé, Mission Interministérielle de Lutte contre les Drogues et les Conduites Addictives, Mutualité Sociale Agricole, Alliance Contre le Tabac, Ordre des Masseurs-Kinésithérapeutes, Ordre National des Chirugiens-Dentistes, Ordre National des Infirmiers, Ordre National des Pharmaciens, Pôle Emploi, Rio Tinto Aluminium Dunkerque, Secrétariat Général des Ministères Chargés des Affaires Sociales, Société Francophone de Tabacologie.