



Projets et programmes de prévention du tabagisme : rapport final

(Ne pas remplir à la main SVP)

Nom du projet	Promotion d'une vie sans tabac	
Début du projet	01.02.2012	
Fin du projet	30.09.2012	
Bénéficiaire de la contribution	Nom Rue / n° NPA / Lieu	Association A la Vista Place Neuve 1 1009 Pully
Personne à contacter	Patricia Marin	
N° de la décision	12.000182. OFSP - FPT	
Montant de la décision	119'396 CHF	

Lieu, date

Pully, le 04 février 2013

Signature

PATRICIA MARIN

Responsable du projet

Productrice / Réalisatrice CARREFOURSTV.CH

SOMMAIRE

Partie A

1	Résumé du rapport final.....	2
2	Evaluation des résultats.....	2
3	Durabilité et valorisation (utilité)	5
4	Egalité des chances	5
5	Divers.....	6

Partie A

1 Résumé du rapport final

Présentez succinctement le déroulement du projet, les principaux enseignements afférents aux résultats et vos recommandations.

Le projet *Promotion d'une vie sans tabac* auprès des personnes migrantes a été composé des deux émissions télévisées: *Pour une vie sans tabac* et *Arrêter de fumer... Mission possible!* a eu pour but de sensibiliser la population par rapport aux effets négatifs du tabagisme sur la santé, donner des informations compréhensibles et pratiques sur les programmes de prévention existantes en Suisse romande et encourager les fumeurs à arrêter de fumer.

La durabilité et valorisation du projet est assurée grâce à plusieurs mesures:

- La pérennisation des émissions télévisées sur Media multiculturel www.carrefourstv.ch et Youtube permette une diffusion gratuite, permanente et illimitée dans le temps.
- L'édition des émissions télévisées sur DVD libres de droits permette aux institutions publiques concernées par la problématique du tabagisme et aux associations de migrants de poursuivre la diffusion et d'en améliorer ainsi l'impact. Notamment l'utilisation des émissions télévisées sur DVD dans un cadre pédagogique.

Par rapport aux recommandations sur de nouvelles émissions, deux thématiques ont été proposées par les institutions, associations et spécialistes qui ont participé à l'évaluation du projet: la prévention du tabagisme auprès des jeunes et la fumée passive.

Les recommandations ont aussi tourné autour des canaux de communication les plus adéquats pour diffuser l'information et sensibiliser le public cible. Est-ce que la télévision est le canal de communication le plus pertinent pour changer le comportement des fumeurs et prévenir le tabagisme? Est-ce qu'internet est devenu le moyen de communication les plus efficace pour communiquer et changer le comportement des fumeurs, notamment des jeunes? Voilà des questions ouvertes qui méritent une réflexion plus approfondie.

2 Evaluation des résultats

Si votre projet a été évalué en externe, veuillez joindre le rapport d'évaluation.

Quels étaient les objectifs détaillés et les résultats escomptés (étapes) et comment évaluez-vous la réalisation des objectifs ? Veuillez remplir le tableau ci-dessous.

	atteint	partiellement atteint	pas atteint	Commentaire
Etape1. Préproduction - Minimum 30 contacts avec des associations des migrant-e-s et institutions. - Choix des 10-15 personnes qui apparaîtront dans les émissions. - Choix des 6-10 insti-	X			

<p>tutions qui apparaîtront dans les émissions.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Planification du tournage et de la logistique. 				
<p>Etape 2. Tournage</p> <ul style="list-style-type: none"> - Elaboration du scénario des émissions. - Prise des vue en Suisse romande. - 20 Interviews réalisées. 	X			
<p>Etape 3. Postproduction</p> <ul style="list-style-type: none"> - Dérushage, pré montage - Montage des émissions. -Graphisme musicalisation, - Mixage et étalonnage 	X			
<p>Etape 4.Promotion et diffusion</p> <ul style="list-style-type: none"> - Envoi de deux masters aux chaînes de télévision régionales et locales de la suisse romande: Léman Bleu Télévision (région genevoise), La télé (région fribourgeoise et vaudoise), Canal 9 (région valaisanne), NRTV (télévision locale de Nyon) et TV Bourdonnette (télévision de proximité du quartier de la Bourdonnette à Lausanne). - 600 newsletters de promotion des émissions envoyées aux associations des migrants et aux institutions. - Mise en ligne des émissions sur les sites www.alavistatv.net et sur la Plateforme CARREFOURS: 	X			

www.carrefourstv.ch - Mis des émissions sur You Tube				
Etape 5. Distribution - Edition du DVD - Commande de 400 copies DVD des émissions télévisées - Distribution aux institutions et aux associations des migrant-e-s	X			
Etape 6. Evaluation du projet	X			

Mentionnez des exemples qui mettent en évidence le changement que le projet apporte au sein du groupe cible (relation income-outcome) en vous référant au modèle d'efficacité si vous en avez établi un pour votre projet (www.prevention-tabagisme.ch / rubrique Gestion de l'efficacité).

Les rubriques des émissions télévisées se sont développées en fonction des informations fournies par le groupe cible et les institutions du domaine du tabagisme.

Les Interviews ont recueilli le témoignage du parcours d'une personne migrante ayant souffert d'une dépendance au tabac et qui a arrêté de fumer suite à l'intervention d'un service actif dans le domaine du tabagisme. Il s'agissait d'un témoignage de première main sur la trajectoire d'une personne migrante ayant fait l'expérience du suivi par des professionnels du traitement du tabagisme. On a montré, à partir de ce témoignage, les spécificités du traitement et de la prévention du tabagisme par rapport à la population migrante.

La présentation de recherches récentes menées dans le domaine du tabagisme, avec un accent sur la prévention des addictions, a mis en évidence le contexte social, les statistiques existantes et les liens existants entre la recherche scientifique et les applications concrètes sur le terrain.

Le micro-trottoir d'autochtones et des migrants a été axé autour de leurs perceptions ou expériences liées aux dépendances et/ou les addictions en lien avec la migration ou les aspects multiculturels.

La présentation d'un service professionnel actif dans le domaine de la prévention et le traitement du tabagisme a renseigné les téléspectateurs sur les différents services actifs en Suisse Romande dans le domaine concerné. Cette présentation a été accompagnée des crédits en bas de l'écran l'offre existante, les conditions d'accès et les modalités de contacts.

L'information diffusée a sensibilisé les téléspectateurs et les internautes de www.carrefourstv.ch sur les dangers du tabagisme, a contribué à élargir leurs connaissances sur le thème et à donner des informations utiles pour arrêter de fumer.

L'efficacité et le rapport coûts/utilité ont-ils fait l'objet d'une analyse ? Si oui, quels en sont les résultats ?

3 Durabilité et valorisation (utilité)

Comment évaluez-vous la durabilité de votre projet ? Par exemple :

- *L'impact du projet perdurera-t-il une fois ce dernier terminé ?*
- *Le projet aura-t-il d'autres impacts (mimétisme, effet boule de neige) ?*
- *Les processus nés de votre projet perdureront-ils ? Ont-ils un impact sur d'autres groupes que le groupe cible défini ?*

Avez-vous évalué les possibilités de multiplication du projet ? Quelles sont-elles ?

Comment comptez-vous exploiter le savoir-faire acquis et les expériences réalisées pour d'autres projets et thématiques ? Via quels canaux spécifiques (présentation, article et publications, Internet, radio / TV) les résultats sont-ils / ont-ils été diffusés ?

La durabilité et valorisation du projet au terme de son financement par le FPT est assurée grâce à plusieurs mesures:

- La pérennisation des émissions télévisées sur Media multiculturel www.carrefourstv.ch permette une diffusion gratuite, permanente et illimitée dans le temps. Ainsi, elles peuvent être consultées en permanence et leurs contenus peuvent être analysés par les biais des technologies de l'information et de la communication (TIC).
- La divulgation gratuite, permanente et illimitée dans le temps, des émissions, sur Youtube.
- L'édition des émissions télévisées sur DVD libres de droits permette aux institutions publiques concernées par la problématique du tabagisme et aux associations de migrants de poursuivre la diffusion et d'en améliorer ainsi l'impact.
- L'utilisation des émissions télévisées sur DVD dans un cadre pédagogique. Il s'agit de l'utilisation des DVDs dans le cours de français et les séances d'information en faveur de l'intégration des migrants. Exemples :
 - L'université Ouvrière de Genève (UOG), des 2010, par le biais des séances d'information présente les émissions CARREFOURSTV aux professeurs et aux enseignants et les encourage à utiliser les DVDs dans leurs cours de français pour les migrants
 - Le Forum d'étrangères et étrangers à Lausanne (FEEL) utilise les DVDs dans le cours de français et dans leur formation pour les migrants.

4 Egalité des chances

Avez-vous pris des mesures particulières pour promouvoir l'égalité des chances (sexe, origine sociale et appartenance ethnique) ? Oui / Non

Si oui, quelle a été votre expérience dans ce domaine ?

Si non, de telles mesures auraient-elles permis, d'après vous, d'obtenir de meilleurs résultats ?

Le Magazine télévisé multiculturel Carrefours promu toute bonne pratique en matière d'égalité de chances, dans ce sens il a pour but de donner des informations à toute la population en Suisse romande. Cet accès à l'information constitue clairement un encouragement à l'égalité des chances en permettant l'accès aux services et programmes sociaux à toute la population, migrante et autochtone.

Dans le cas du projet *Promotion d'une vie sans tabac*, cet accès à l'information se donne sur plusieurs axes:

- L'information concernant la prévention du tabagisme montre les programmes et services d'institutions publiques et privés existants.
- L'information montre aussi les bénéfices individuels et collectifs d'arrêter de fumer ainsi que les programmes de prévention.

- Les contenus des émissions sont adressés tant aux femmes qu'aux hommes, tant aux immigrés qu'aux autochtones, tant aux institutions publiques qu'aux associations sans but lucrative.

Le *Magazine télévisé multiculturel Carrefours* dans le contenu des émissions (interviews, informations, images), a mise en pratique une participation équilibrée des femmes et des hommes, des autochtones et de migrantes.

Toutes les étapes du projet (production, diffusion, pérennisation, évaluation et transfert de savoirs) sont mis en oeuvre par une équipe de travail pluridisciplinaire et multiculturelle.

5 Divers

Visibilité des partenaires des émissions télévisées

Nos partenaires financiers et de contenus ont une visibilité sur les émissions télévisées ainsi que sur tous les visuels utilisés pour la promotion des émissions:

- Crédits au générique des émissions sur 6 chaînes de télévision régionales et locales de Suisse romande et en permanence sur le *Média multiculturel* www.carrefourstv.ch et sur www.youtube.com
- Nos partenaires financiers bénéficient également de manière permanente d'une citation et d'un lien vers leur propre site sur la *Page information* du *Média multiculturel* www.carrefourstv.ch
- Jaquette et label des DVD
- Annonces télévisées
- Newsletter envoyée à 1900 contacts du Magazine télévisé carrefours
- Communiqués de presse et brochures publicitaires