

Résumé du rapport final

«Stopgether»

Stopgether est une offre nationale qui propose une démarche d'arrêt du tabac collective durant une période limitée d'un mois. Les Ligues pulmonaires de Berne et du Tessin ainsi que Promotion santé Valais (PSV), porteurs du projet, ont invité les personnes fumeuses à rejoindre un groupe Facebook fermé (un par langue en allemand, français et italien). Sur ces pages, les participantes et les participants ont bénéficié de plusieurs offres et conseils basés sur l'état des connaissances scientifiques pour les préparer et les aider dans leur démarche d'arrêt tabagique, ainsi que de l'entraide générée par la dynamique communautaire.

2'300 personnes se sont inscrites. Un mois après le lancement du programme, 23% d'entre eux ont attesté avoir arrêté de fumer depuis le début de celui-ci. Parmi celles qui n'ont pas arrêté au début du programme 69% sont encore dans la tentative d'arrêt et 16% avaient diminué leur consommation.

La coopération entre les participantes et participants confirme la pertinence des groupes Facebook pour la dynamique communautaire et l'entraide. Cette démarche d'arrêt constitue une offre complémentaire collective aux aides individuelles déjà existantes.

Le résultat de la campagne 2019 s'est avéré en dessous des attentes, notamment concernant le nombre d'inscription (10'000 personnes attendues). La campagne a notamment été confrontée aux défis suivants :

- Les partenaires de terrain ont reçu tardivement les informations sur le projet qui, de plus, n'étaient pas toujours adaptées : le programme était présenté davantage comme une campagne de communication et non comme un programme d'arrêt digital composé de plusieurs étapes (préparation, démarche d'arrêt, consolidation).
- Concernant la synergie avec les offres d'arrêt existantes, l'application stop-tabac.ch n'était pas disponible à temps et la ligne téléphonique n'a pas enregistré un pic d'appels durant la période.

Malgré ces défis, de nombreuses idées ont été acquises et des leçons ont été tirées pour une éventuelle poursuite du projet. Il s'agit entre autres des précisions suivantes :

- Implication précoce des partenaires pour une implémentation au niveau national.
- Identification du public-cible visé et/ou adaptation des messages pour davantage de personnalisation.
- Communication explicite de la date d'arrêt et explication claire des trois phases (préparation, arrêt et consolidation) pour tous les participants (avec davantage d'insistance sur les 3 semaines de préparation qui sont importantes dans la démarche).
- Utilisation optimisées des réseaux sociaux selon leur évolution et étude d'autres canaux de communication et d'une complémentarité des offres.