



## Projets et programmes de prévention du tabagisme : rapport final

(Ne pas remplir à la main SVP)

|  |  |  |
|--|--|--|
| <b>Nom du projet</b>                   | J'arrête de fumer, mais j'ai peur de grossir ! |  |
| <b>Début du projet</b>                 | Septembre 2008                                 |  |
| <b>Fin du projet</b>                   | Juin 2010                                      |  |
| <b>Bénéficiaire de la contribution</b> | Nom<br>Rue / n°<br>NPA / Lieu                  | Antenne des Diététiciens Genevois (ADiGe)<br>Rue Henri-Christiné 5<br>CP 567<br>CH-1211 Genève 4<br>022 321 00 11<br><a href="mailto:info@adige.ch">info@adige.ch</a> <a href="mailto:tabac@adige.ch">tabac@adige.ch</a><br><a href="http://www.adige.ch">www.adige.ch</a> |
| <b>Personnes à contacter</b>           | Joan Germann, Fanny Merminod                   |  |
| <b>N° de la décision</b>               | 08.001905                                      |  |
| <b>Montant de la décision</b>          | 31547.35 CHF                                   |  |

Lieu, date

Signature

Genève, le 30 juin 2010

## **SOMMAIRE**

### **Partie A**

|          |   |          |
|----------|---|----------|
| <b>1</b> | <b>Résumé du rapport final.....</b>               | <b>2</b> |
| <b>2</b> | <b>Evaluation des résultats.....</b>              | <b>2</b> |
| <b>3</b> | <b>Durabilité et valorisation (utilité) .....</b> | <b>4</b> |
| <b>4</b> | <b>Egalité des chances .....</b>                  | <b>4</b> |
| <b>5</b> | <b>Divers.....</b>                                | <b>4</b> |

# 1 Résumé du rapport final

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

Entre septembre 2008 et juin 2009, dix-neuf cours d'une heure ont été proposés à la population genevoise grâce au soutien financier du Fonds de prévention du tabagisme et de la Loterie Romande. Les cours « J'arrête de fumer, mais j'ai peur de grossir ! », animés par un diététicien, abordaient la problématique de la prise de poids possible lors de l'arrêt du tabac. Les thèmes principaux abordés étaient l'alimentation équilibrée et les astuces afin de limiter les grignotages. Ce projet s'est positionné comme une nouvelle prestation d'aide de sevrage au tabac venant compléter celles déjà existantes dans le canton de Genève. Une fréquentation de cinq personnes en moyenne par cours était attendue. La fréquentation moyenne, 2.8 participants/cours, a significativement augmenté lors des cinq derniers cours suite à une campagne de communication plus intensive en 2009. Par ailleurs, un questionnaire de satisfaction rempli à l'issue du cours par les participants a montré qu'ils étaient très satisfaits.

En outre, ce projet a permis la création d'un réseau étroit avec différents organismes tels que l'espace prévention du tabagisme de Genève (CIPRET), les consultations ambulatoires et hospitalières de tabacologie des Hôpitaux Universitaires de Genève (HUG), le Département Général de la Santé (DGS), le groupe de travail du site « stop-tabac.ch » de l'Institut de Médecine Sociale et Préventive (IMSP, Université de Genève) ainsi qu'avec les pharmacies.

Nous avons communiqué de différentes façons sur les cours proposés. Afin d'informer le public genevois de l'existence de ces ateliers, nous avons tout d'abord tenu une conférence de presse en septembre 2008 avec pour résultats la parution de huit articles dans la presse romande et genevoise ainsi que la diffusion d'un reportage sur Léman Bleu, la télévision régionale genevoise. Quatre encarts publicitaires ont également paru dans les journaux (GHI, 20 Minutes) pendant toute la durée du projet. Nous avons aussi distribué nos flyers auprès des médecins genevois, des diététiciens et des pharmaciens ainsi que dans divers endroits publics ciblés. Nous avons encore effectué une campagne publicitaire d'un mois (janvier 2009) dans les Transport Publique Genevois (TPG), en partenariat avec le CIPRET. Par ailleurs, les collaborateurs de « stop-tabac » de l'IMSP nous ont offert la possibilité de créer un test « Arrêt du tabac et prise de poids » qui a été mis en ligne en mars 2009 (<http://www.stop-tabac.ch/cgi-bin/adige.pl>).

La campagne de communication plus intensive de 2009 a conduit à l'augmentation de la fréquentation des cours. Cette corrélation nous permet de considérer que ce projet répond à une demande de la population fumeuse et des différents organismes de prévention du tabagisme sur Genève. Afin d'améliorer l'efficacité de ces interventions dans le futur, il semble ainsi essentiel d'augmenter la visibilité du projet auprès de la population genevoise mais aussi d'instaurer un suivi auprès des personnes intéressées afin de les soutenir tout au long de leur sevrage tabagique.

## 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.

### Objectif de la stratégie nationale de prévention du tabagisme n° 4 :

« Les fumeurs sont motivés à arrêter de fumer et des moyens adéquats sont mis à leur disposition »

| Objectif (objectifs détaillés / étapes selon les données inscrites aux points 4 / 4.1 de la demande) | atteint | partiellement atteint | pas atteint | Commentaire  |
|--|---------|-----------------------|-------------|--|
| <b>Participation moyenne de cinq personnes par cours</b>   |         |                       |             | Le nombre moyen de participants s'élève à 2.8 par cours, l'objectif minimal de 5 personnes par cours n'a pas été atteint. Toutefois, nous avons pu remarquer une augmentation significative de la participation suite à l'amélioration de la communication médiatique depuis janvier 2009 (cf. tableau 1). |
| <b>Bilan semestriel positif avec les HUG, le CI-</b>   |         |                       |             | L'objectif est considéré comme atteint en regard de l'élargissement du réseau initial  |

|  |  |  |  |  |
|--|--|--|--|--|
| <b>PRET, l'Association pour la Prévention du Tabagisme (APRET) et l'Association des Pharmacies de Genève (APG)</b> |  |  |  | (CIPRET, HUG, Carrefour Prévention) aux principaux acteurs dans le domaine du sevrage tabagique qui nous ont rejoints (DGS, la Ligue Genevoise contre le Cancer, l'IMSP et les Pharmacies Populaires) .  |
| <b>Questionnaires de satisfaction majoritairement positifs, remplis par les participants à la fin du cours</b>     |  |  |  | A l'issue du cours, un questionnaire d'évaluation a été distribué à chaque participant. Il permet de conclure que les participants sont largement satisfaits de cette offre (cf. tableau 2).   |
| <b>Evaluation positive, auprès des participants, de l'impact du cours après 1 an</b>                               |  |  |  | Lors du suivi à un an, nous avons pu contacter par téléphone 32/53 participants (60%) : Les variables suivantes ont été mesurées : évolution face au sevrage tabagique, évolution du poids, évolution des habitudes alimentaires. 15% sont ex-fumeurs et 15% disent avoir amélioré leur alimentation. 15 % n'envisagent pas pour le moment l'arrêt du tabac. La tentative d'arrêt a été non concluante pour 60 %, la majorité envisage néanmoins toujours d'arrêter de fumer. Pour la moitié d'entre eux, la cause de leur échec était en lien avec la prise de poids. |

**Tableau 1**

|              | Nb de participants | Nb de cours | Nb de participants/cours |
|--------------|--------------------|-------------|--------------------------|
| 2008         | 12                 | 7           | 1.7                      |
| 2009         | 41                 | 12          | 3.4                      |
| <b>Total</b> | <b>53</b>          | <b>19</b>   | <b>2.8</b>               |

**Tableau 2**

|  | ☹                 | ☺   | 😊               | 😄   |
|--|-------------------|-----|-----------------|-----|
| <b>Ce cours a-t-il correspondu à vos attentes personnelles ?</b>                                   | 2%                | 8%  | 55%             | 36% |
| <b>Avez-vous acquis de nouvelles connaissances ?</b>   | 2%                | 23% | 47%             | 28% |
| <b>Quel est votre degré de satisfaction global ?</b>   | 0%                | 4%  | 53%             | 43% |
| <b>Pensez-vous pouvoir appliquer ces nouvelles connaissances dans votre pratique quotidienne ?</b> | <b>OUI = 100%</b> |     | <b>NON = 0%</b> |     |

*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](http://www.prevention-tabagisme.ch) / rubrique Gestion de l'efficacité).*

La désaccoutumance au tabac est un processus complexe, non seulement en raison des dépendances physique et psychique induites par la nicotine mais également par la crainte et/ou la survenue d'une prise de poids qui peuvent inciter le maintien ou la reprise du tabac. Ce projet novateur répond à un réel besoin de la population cible et des organismes de prévention puisqu'il complète les prestations d'aide au sevrage tabagique déjà disponibles sur Genève en abordant un point non négligeable sur les chances de réussite de celui-ci.

L'intérêt et le soutien de la part des différentes institutions du domaine de la tabacologie sur Genève face au projet: CIPRET, HUG, IMSP, Ligue Genevoise Contre le Cancer (LCC), Pharmacie Populaire, Association des Pharmacies Genevoises, AMG, etc... ont permis de mieux atteindre notre public cible.

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

Non

---

### **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 ?*

L'impact du projet reste concret un an après la fin des cours. Il apparaît que notre projet ait eu un impact favorable sur la sensibilisation des autres professionnels de la santé en regard des nombreuses prises de contact pour obtenir des informations sur notre projet et les interventions qui en ont découlé. Il s'agit notamment d'une présentation à la Direction Générale de la Santé (DGS), d'une conférence pour les patients de l'« Espace Médiane » (LCC), la participation au 24e forum addiction « Etat du réseau genevois : bilan de la politique des quatre piliers et perspectives d'avenir ». Parmi ces partenaires, certains souhaitent faire perdurer cette collaboration en 2010. En effet, les professionnels du réseau nous soutiennent toujours et souhaitent voir perdurer ce projet, notamment en laissant le quizz « alimentation-Tabac » disponible sur le site [www.stop-tabac.ch](http://www.stop-tabac.ch).

En complétant l'offre d'encadrement pour les fumeurs ou ex-fumeurs proposée par les autres professionnels, ce projet répond à une réelle demande. Pour y répondre, nous souhaitons programmer des cours d'ici janvier 2011. En se basant sur notre expérience et notre réseau, nous espérons obtenir d'autres soutiens financiers. L'Association des Pharmacies de Genève renouvelle son soutien en jouant le rôle d'intermédiaire pour la distribution des flyers et des affiches A4 dans les 150 pharmacies membres. Les Pharmacies Populaires ont intégré une formation sur la prise de poids lors de l'arrêt de la cigarette auprès de leurs employés.

---

### **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 ?*

Afin de promouvoir l'égalité des chances, la campagne de communication a été menée auprès de l'ensemble de la population genevoise (maisons de quartier, cité sénior, fsasd, communes,...). De plus, les cours étaient gratuits, l'aspect financier n'étant ainsi plus un frein, suivant ici la même philosophie que notre principal partenaire le CIPRET.

Selon notre sondage initiale, la thématique du projet intéresserait davantage les femmes, (80% femmes / 20% hommes), Toutefois, nous avons souhaité que notre stratégie de communication reste neutre afin de pouvoir également sensibiliser la population masculine.

---

### **5 Divers**