



CH-3003 Bern, BAG

Destinataires :  
OFSP interne : sections A&T, FEB, KOM  
cR Kommunikation Bern AG  
By Heart Zürich  
Association suisse pour la prévention du  
tabagisme  
Ligue pulmonaire suisse

Ligue suisse contre le cancer  
Commission fédérale pour la prévention du  
tabagisme  
Fonds de prévention du tabagisme

En vue de la publication sur [www.bravo.ch](http://www.bravo.ch)

Référence du document:  
Votre référence:  
Notre référence: GEA  
Liebefeld, mai 2009

## **Prise de position concernant l'évaluation de la campagne de prévention du tabagisme 2008 organisée par l'Office fédéral de la santé publique (OFSP) « La fumée en moins, la vie en plus »**

### **La campagne a pleinement atteint ses objectifs**

**Evaluation de la campagne 2008 contre le tabagisme.** Pour un nombre toujours croissant de personnes, ne pas fumer est une évidence. La campagne 2008 contre le tabagisme « La fumée en moins, la vie en plus » a donc pleinement atteint son objectif principal. Elle n'a cependant suscité que peu d'émotions, ce que la campagne 2009 devrait corriger.

L'institut de recherche Dichter Research SA a été chargé par l'Office fédéral de la santé publique (OFSP) d'évaluer la campagne de l'année dernière « La fumée en moins, la vie en plus ». Pour résumer le rapport final, la campagne était très efficace en ce qui concerne l'acceptation rationnelle, la transmission de l'information et la conscience du problème. Par contre, le succès était mitigé pour ce qui est de la perception, l'acceptation émotionnelle, la motivation et le changement de comportement.

### **Voici, de l'avis de la section Campagnes, les résultats les plus importants :**

#### **Présence marquée et acceptation de la prévention du tabagisme**

Office fédéral de la santé publique  
Albert Gemperle  
Schwarzenburgstrasse 165, CH-3097 Liebefeld  
Adresse postale: CH-3003 Berne  
Tél. +41 31 323 54 59, fax +41 31 324 90 33  
[Albert.Gemperle@bag.admin.ch](mailto:Albert.Gemperle@bag.admin.ch)  
[www.bag.admin.ch](http://www.bag.admin.ch)

Nous constatons qu'avec le VIH/sida le thème de la prévention du tabagisme est l'un des plus présents dans l'esprit de la population suisse (44 % l'ont nommé spontanément). Sur les 500 personnes interrogées, 68 % considèrent qu'elle est réussie et 85 % trouvent que la protection contre le tabagisme passif est nécessaire.

L'OFSP est bien noté en ce qui concerne la communication sur le tabagisme : 80 % pensent que l'office informe de manière crédible sur les dangers du tabagisme. Nous nous apercevons que la campagne 2008 à proprement parler n'explique pas ce taux exceptionnel. En effet, 54 % seulement des personnes interrogées ont vu au moins une annonce ou une affiche sur « La fumée en moins, la vie en plus ».

### **Le message se comprend, mais ne suscite pas d'émotion**

Le fait que la campagne atteigne des valeurs très élevées sur les aspects rationnels est satisfaisant. Ainsi, pour au moins 80 % des sondés, elle est claire, aisément compréhensible, nécessaire et marquante. La plupart des personnes interrogées pouvaient se remémorer l'image-clé : la cigarette brisée ainsi que le message principal. Les bons résultats sur ces facteurs ne sont pas surprenants. Comme campagne de rappel, elle était fortement axée sur le consensus et véhiculait surtout des messages informatifs qui sensibilisaient le public et faisaient l'unanimité car ils ne blessaient pratiquement personne. Force est néanmoins de constater que la médaille a son revers : « La fumée en moins, la vie en plus » laisse froide la majorité du public. Seulement la moitié des personnes interrogées se sent motivée et concernée. Pour 29 à 40 %, la campagne manque de mordant, est invisible et ne change rien à la situation. Le facteur de la sympathie est avec 68 % plutôt faible comparativement aux autres campagnes. Cela pourrait provenir du fait que celle-ci n'est pas personnalisée.

### **La campagne 2009 doit être plus émotionnelle**

Fumer est de moins en moins perçu comme faisant partie intégrante de la vie en société. Beaucoup de raisons poussent à ne pas fumer ou à ne pas s'exposer au tabagisme des autres. Pour la campagne 2009, différentes personnes disent, dans des annonces et des spots télévisés, pourquoi le slogan « La fumée en moins, la vie en plus » est judicieux à leur avis. Des données scientifiques complètent ensuite ces différents témoignages tirés du quotidien.

Un rappel du numéro de la ligne stop-tabac 0848 000 181 accompagne les annonces. Si les fumeurs profitent de cette aide, leur chance d'arrêter de fumer triple. Ce service est géré par l'Association suisse pour la prévention du tabagisme et la Ligue suisse contre le cancer.

Par cette optimisation de la campagne, nous voulons non seulement faire comprendre l'enjeu au public, mais encore faire vibrer la corde sensible. La nouvelle campagne montre donc des individus qui éveillent la sympathie en parlant en toute sincérité de leurs expériences avec le tabac. Les spots à la télévision et au cinéma font appel aux émotions et rappellent notre campagne.

Personne de référence : Alberto Gemperle, section Campagnes, [alberto.gemperle@bag.admin.ch](mailto:alberto.gemperle@bag.admin.ch)

Sur 500 Suisses interrogés sur la campagne Tabac 2008,

85 % savaient que le tabagisme passif met fortement en danger les non-fumeurs (objectif : 80 %) ;

83 % considéraient que la campagne était crédible ;

68 % la trouvaient sympathique ;

54% la trouvaient motivante ;

54 % se souvenaient de la campagne lorsqu'on leur soumettait une illustration (objectif : 75 à 80 % parmi les bourgeois modernes).