



Bundesaamt
für Gesundheit

Office fédéral
de la santé publique

Ufficio federale
della sanità pubblica

Uffizi federal
da sanadad publica

Unité principale Dépendances et sida

Ihr Zeichen
Ihre Nachricht vom
Unser Zeichen REU
Telefon direkt 031 323 54 59
Telefax direkt 031 322 24 54
E-Mail ursula.reinhard@bag.admin.ch

Destinataires :
OPSP interne : équipe PNPT
CCE
Commission fédérale sur le tabagisme
Publication sur les sites
www.rauchenschadet.ch et
www.health-evaluation.admin.ch

Berne, novembre 2002

Prise de position sur le résumé de l'évaluation 2002 de la campagne nationale d'information « Fumer ça fait du mal.._ »

La campagne « Fumer ça fait du mal.._ » a été lancée en 2001, dans le cadre du Programme national pour la prévention du tabagisme 2001-2005.

Partant du constat que les risques liés à la consommation de tabac sont banalisés et que la population est peu consciente du problème que représente le tabagisme, la campagne d'information s'était fixé les objectifs suivants pour 2001 et 2002 :

- informer le public, preuves scientifiques à l'appui, des risques pour la santé liés à la consommation de tabac ;
- montrer à la population que l'Office fédéral de la santé publique fournit des informations fiables et qu'il n'entretient pas de polémique par rapport au thème de la fumée ;
- susciter une discussion publique ;
- faire en sorte que la majorité de la population considère la prévention du tabagisme comme nécessaire et bénéfique pour la santé.

Quatre spots télévisés et quatre affiches publicitaires ont été diffusés en 2001, puis deux spots télévisés et trois affiches publicitaires en 2002.

L'Institut Erasm de Genève, mandaté pour évaluer la campagne, a interrogé plus de 800 personnes entre juin et juillet 2002, dans l'ensemble du pays. En nous fondant sur le résumé de cette évaluation (cf. www.health-evaluation.admin.ch), nous tirons les conclusions suivantes :

Bonne acceptation de la campagne „Fumer ça fait du mal.._“

La campagne a été bien acceptée par la population : les informations diffusées ont été comprises sans difficulté et considérées comme objectives et fiables. La campagne a donc rempli sa tâche première, à savoir préparer le terrain pour le thème du tabagisme en fournissant des informations objectives à la population suisse.

Postadresse: 3003 Bern
Telefon 031 323 87 11
Telefax 031 323 87 89

Büros: Hess-Strasse 27e, 3097 Liebefeld

Au cours des prochaines années, la continuité ainsi qu'une plus grande présence publicitaire de la campagne contribueront à ce que la population garde cette thématique à l'esprit et reste consciente du problème.

L'évaluation a montré que seule une petite majorité (51 %) pense avoir appris des éléments nouveaux sur les risques liés à la consommation de tabac, et que l'intérêt pour la diffusion de nouvelles informations est limité. Nous touchons là le fond du problème : la population tend à atténuer les risques pour la santé liés à la consommation de tabac et à ne pas les prendre assez au sérieux.

Au vu des résultats de l'évaluation, et dans l'optique de changer cette attitude face à la consommation du tabac, nous allons prendre en considération les aspects suivants :

- renforcer l'aspect émotionnel afin que, malgré le désintérêt pour le thème, la population saisisse la portée du tabagisme en tant que problème ;
- aborder de nouveaux sujets qui s'éloignent des messages exclusivement centrés sur la santé.

Particularités de la campagne

Nous avons constaté que l'attention du public se concentre avant tout sur les thèmes relatifs au tabagisme passif (asthme, foetus) et que ces derniers suscitent la discussion. Les sujets relatifs au fait que le tabagisme met en danger la santé des enfants ont fortement sensibilisé l'opinion. L'Office fédéral de la santé publique continuera donc d'inclure cette thématique dans sa campagne, sans pour autant s'y limiter. En effet, les fumeurs se mettent d'abord eux-mêmes en danger et sont victimes de leur dépendance. La campagne ne doit donc pas les désigner comme étant coupables.

Le slogan « Fumer ça fait du mal.._ »

La majorité des personnes interrogées (67%) dit être interpellée par ce slogan.

« Fumer ça fait du mal.._ » est le message clé de la campagne. Dans la perspective de garantir la continuité et la reconnaissance de la campagne, ce message doit être conservé.

Leaders d'opinion

Les dirigeants des milieux politique et économique, ainsi que les médias, n'acceptent pas le rôle de médiateurs que la campagne souhaitait leur donner. Concernant cette question, la campagne devra réfléchir à de nouvelles stratégies.

Section Campagnes et marketing

Centre de compétences en évaluation CCE

Ursula Reinhard

Marlène Läubli Loud