

Evaluation Stopgether 2019

Suivi prospectif d'un échantillon de participant·e·s
au programme Stopgether

Max Felder, Gisana Riedo, Coline Kaufmann, Laura Scaperrotta –
collaborateur/trices scientifiques, FORS

Nicolas Pekari – chef du groupe Collecte de données et mandats, FORS

Lausanne, septembre 2020

Table des matières

1	Résumé	2
2	Descriptif de l'enquête	6
2.1	Introduction et objectifs	6
2.2	Recrutement	6
2.3	Déroulement de l'enquête	7
2.3.1	Questionnaire initial (T0)	8
2.3.2	Questionnaire intermédiaire (T1)	8
2.3.3	Questionnaire de suivi (T6)	8
2.4	Participation	9
2.5	Interprétation des résultats	9
3	Résultats	11
3.1	Profil des répondant·e·s	11
3.1.1	Profil sociodémographique	11
3.1.2	Habitudes de consommation de tabac et tentatives d'arrêt	11
3.1.3	Motivation à s'abstenir de fumer	12
3.1.4	Groupe et date d'inscription	13
3.1.5	Engagement dans le programme	13
3.1.6	Participation au programme	14
3.2	Statut tabagique et évaluation du succès du programme	15
3.2.1	Situation tabagique initiale	15
3.2.2	Evolution du statut tabagique	15
3.2.3	Stades de changement	17
3.3	Impact du programme sur les participant·e·s à l'enquête	18
3.3.1	Soutien social	18
3.3.2	Satisfaction vis-à-vis du programme	18
3.4	Perception du programme	20
3.4.1	Evaluation phase de préparation	20
3.4.2	Evaluation du programme par les participant·e·s	21
3.5	Suggestions pour l'avenir du programme	23
4	Conclusion	24

Evaluation Stopgether 2019

Section 1 : Suivi prospectif d'un échantillon de participant·e·s au programme Stopgether

Analyse des données et rapport : Max Felder, Gisana Riedo, Coline Kaufmann,
Laura Scaperrotta – collaborateur/trices scientifiques, FORS
Nicolas Pekari – chef du groupe Collecte de données et mandats, FORS

1 Résumé

Participation

- 139 participant·e·s ont répondu au questionnaire T0 dans son entièreté, 85 à T1, 65 à T6 et 54 aux trois questionnaires.

Profil des répondant·e·s

- 72% des répondant·e·s sont des femmes et les tranches d'âge les plus représentées sont les 30-39 ans (31%), suivi des 40-49 ans (22%) et des moins de 30 ans (21%).
- 40% germanophone, 37% francophones, 9% italophones et 13% ayant utilisé la page Facebook générale.

Habitudes de consommation et tentatives d'arrêt

- La consommation moyenne se situe à 16 cigarettes par jour.
- 86% des répondant·e·s avaient déjà essayé d'arrêter de fumer avant Stopgether.
- La moyenne du nombre de tentatives d'arrêt précédentes se situe légèrement au-dessus de 4.
- Les aides les plus utilisées étaient les substituts nicotiques (26%), la lecture de livres (24%), l'utilisation d'applications (17%) et la cigarette électronique (17%). 30% des participant·e·s n'avaient fait appel à aucune aide lors de leurs tentatives.

Motivation, engagement et participation

- L'attitude et la norme subjective des participant·e·s, puissant prédicteur du succès de l'arrêt tabagique, sont très élevées. Néanmoins, l'auto-efficacité est relativement faible. Ce dernier point pourrait faire l'objet d'une amélioration pour les futures itérations du programme, notamment dans la communication lors de la phase de préparation.
- Le caractère public de l'engagement dans le programme, prédicteur de succès en 2016, est perçu par les participant·e·s. Toutefois, le sentiment de s'être eux/elles-mêmes engagé·e·s publiquement est plus mitigé. Il serait par conséquent pertinent de favoriser ce sentiment lors des prochaines éditions.
- En moyenne, les répondant·e·s ont posté 5 commentaires sur le groupe.

Situation tabagique initiale et évolution du statut tabagique

- La très grande majorité des participant·e·s fumaient tous les jours des cigarettes avant Stopgether (87%), 7% ne fumaient plus depuis peu et 4% ne fumaient pas de cigarettes, mais d'autres produits.
- L'évolution du statut tabagique a été calculé avec le scénario du pire, selon lequel tous les participants n'ayant pas répondu à la question relative au succès de l'arrêt tabagique ont échoué.

- Un mois après la date d'arrêt, 24% des répondant·e·s ont maintenu leur arrêt. Six mois après la fin du programme, 12% des répondant·e·s ont maintenu leur arrêt.

Impact du programme et satisfaction

- La grande majorité des personnes interrogées (78%) se sont senties soutenues émotionnellement par l'équipe de Stopgether et par les autres membres du groupe Facebook (81%). Il en va de même au niveau de l'aide proposée par les autres membres et des conseils proposés par l'équipe.
- La majorité des répondant·e·s ont un haut niveau de satisfaction générale relatif au groupe Facebook Stopgether (81% plutôt ou tout à fait satisfait·e·s).
- La grande majorité des répondant·e·s ont trouvé les publications, commentaires et conseils pertinents et utiles. Un peu plus de deux tiers des répondant·e·s estiment qu'il y a beaucoup d'interactions sur le groupe.
- En moyenne, plus de trois quarts des répondant·e·s sont satisfait·e·s de l'activité des administrateurs/trices du groupe Facebook Stopgether que ce soit au niveau de la rapidité des réponses (84%), la clarté des informations (89%), l'utilité des conseils (80%), la qualité (84%) et quantité (79%) des posts et commentaires ou encore du positionnement vis-à-vis des méthodes d'aide à l'arrêt (69%).

Perception du programme

- Concernant la phase de préparation, les avis sont mitigés, puisque la moitié des répondant·e·s ont eu le sentiment d'être impliqué·e·s (52%) et se sont senti·e·s préparé·e·s à l'arrêt grâce aux posts publiés durant cette phase (53%). Cependant, près d'un tiers (31%) n'a pas remarqué de différences avant et après le jour d'arrêt.
- La notion que Stopgether est un programme d'aide à l'arrêt du tabac est acquise par la majorité des répondant·e·s (85%). En revanche, il est étonnant de constater que 8% des répondant·e·s ne sont pas conscient·e·s qu'une date commune était fixée pour l'arrêt tabagique et que 14% n'étaient pas conscient·e·s qu'il s'agissait d'un programme d'aide à l'arrêt du tabac. Il est intéressant d'observer que le programme est également considéré comme une campagne de sensibilisation globale contre le tabagisme pour les trois quarts des participant·e·s.
- 65% des répondant·e·s estiment que le programme leur a été utile.
- Pour les répondant·e·s, les aspects les plus importants du programme sont (dans l'ordre) : la date d'arrêt commune, les conseils pratiques d'experts, la phase de préparation et la communauté soudée.

Suggestions des participant·e·s pour l'avenir du programme

- La période de l'année la plus propice pour arrêter de fumer serait, selon les répondant·e·s, l'automne ; saison où les festivités sont moins nombreuses et la météo moins clémente.

- Au niveau des suggestions pour l'avenir du programme, le mode du groupe Facebook fermé est de loin la plateforme la plus plébiscitée parmi les répondant·e·s. Seul Instagram rassemble une majorité d'avis positifs chez les moins de 30 ans.
- Davantage de publicité dans les journaux, l'espace public ou les réseaux sociaux est fortement conseillée par les répondant·e·s.

2 Descriptif de l'enquête

2.1 Introduction et objectifs

Ce volet de l'évaluation concerne le suivi prospectif d'un échantillon de personnes ayant participé au programme Stopgether, depuis les jours précédents la date fixée par le programme pour l'arrêt tabagique jusqu'à six mois après la fin du programme. Les objectifs initiaux de l'évaluation étaient (1) d'analyser l'efficacité du programme (arrêt complet, diminution, arrêt temporaire, intention d'arrêt), (2) de tester les facteurs de succès et d'échec de l'arrêt tabagique dans le cadre du programme Stopgether et (3) de fournir des recommandations pour les futures itérations du programme. Les objectifs ont toutefois évolué à la suite du recrutement de Stopgether, en concertation avec les mandants, afin de s'adapter au faible nombre de participant·e·s et de mettre davantage l'accent sur l'analyse de l'efficacité du programme et sur l'évaluation de la perception du programme (visuels, contenus, ...) que sur les facteurs de succès et d'échec.

Dans ce cadre, un échantillon de participant·e·s à Stopgether a été recruté par le biais de « posts » diffusés sur chaque page Facebook du programme (cf. 2.2 *Recrutement*). Les personnes inscrites à l'évaluation ont ensuite été invitées à répondre à trois questionnaires en ligne¹ : le premier avant l'arrêt commun (T0), le second à la fin du programme (T1) et le dernier six mois après la fin du programme (T6). La temporalité et le contenu des questionnaires sont détaillés au point 2.3 *Déroulement de l'enquête*.

2.2 Recrutement

Un élément important consistait à recruter un échantillon qui soit le plus large et le plus représentatif possible des participant·e·s au programme Stopgether. Pour ce faire, des messages (« posts ») ont été diffusés sur chaque page Facebook du programme, afin de recruter un échantillon conséquent et de garantir une représentativité du point de vue linguistique. Ces messages, invitant les personnes à s'inscrire pour participer à l'évaluation du projet, ont été publiés entre le 30 octobre et le 1^{er} novembre, à savoir jusqu'à la date d'arrêt commune.

¹ Il était initialement prévu de sonder les participant·e·s à quatre ou cinq reprises. Toutefois, comme le nombre de personnes atteintes par le programme Stopgether a été plus faible qu'attendu, la décision a été prise, en concertation avec les mandants, de réduire le nombre de questionnaires à trois.

Afin d'éviter un biais de sélection, tel que le fait d'avoir une surreprésentation des participant·e·s les plus motivé·e·s par le programme Stopgether, l'annonce faisait explicitement mention d'un tirage au sort permettant à 30 participant·e·s de gagner 200 CHF. Pour chaque questionnaire, il était réitéré que les chances d'être tiré·e au sort restent identiques, indépendamment du fait que la personne réussisse, ou non, à arrêter de fumer et qu'elle poursuive, ou non, le programme. Ce point est important, car il renforce la probabilité d'obtenir des données sur les facteurs déclencheurs de certains échecs. De même, cela permet d'éviter que la motivation financière n'incite les participant·e·s inscrit·e·s à déclarer un arrêt du tabac qu'ils n'auraient pas réalisé.

Cette méthode de recrutement a permis d'obtenir un échantillon qui ne soit pas biaisé par un processus de sélection basé sur la motivation liée au programme. Toutefois, le nombre de personnes inscrites au programme Stopgether ayant été plus faible qu'attendu, il n'a pas été possible de recruter un échantillon suffisamment large pour réaliser l'ensemble des analyses prévues (cf. 2.5 *Interprétation des résultats*).

2.3 Déroulement de l'enquête

Les personnes décidant de s'inscrire pour l'évaluation s'engageaient à répondre, en ligne, à deux questionnaires approfondis, d'une durée d'environ 10 minutes, durant le programme et à deux ou trois brefs questionnaires de suivi après la fin du programme. Etant donné qu'il n'a pas été possible de recruter un échantillon aussi large qu'attendu (cf. 2.4 *Participation*), le nombre de questionnaires de suivi a finalement été réduit à un seul. Les temps de mesure et le contenu des différents questionnaires sont détaillés ci-après.

À des fins de comparabilité, plusieurs questions ont été reprises, et adaptées si besoin, de l'évaluation du programme *J'arrête de fumer* menée en 2016 (Folly & al. 2016), de même que l'évaluation « Moi(s) sans tabac : anhand einer Null- und Nachmessung Auswertung der Nullmessung » menée en 2018 par le Prof. Schmid (Schmid, 2018) auprès de la population tout venant. Des questions complémentaires ont été ajoutées, notamment concernant la perception du programme.

2.3.1 Questionnaire initial (T0)

Les messages postés, entre le 30 octobre et le 1^{er} novembre, pour le recrutement des participant-e-s contenaient un lien pour s'inscrire à l'évaluation et répondre au premier questionnaire. En cliquant sur ce lien, les participant-e-s avaient la possibilité de remplir directement ce questionnaire ou de recevoir par email le lien pour le compléter plus tard (date limite à minuit le jour de l'arrêt). Ainsi, l'ensemble des réponses à ce questionnaire ont été obtenues entre le 30 octobre et le 1^{er} novembre. Il était important que cette mesure intervienne peu de temps avant l'arrêt pour refléter au mieux la situation des participant-e-s au moment de l'arrêt commun. Ce questionnaire, d'une durée de complétion médiane de 9.7 minutes, commençait par un formulaire de consentement, puis s'intéressait au statut tabagique, à la consommation de tabac, la dépendance nicotinique, plusieurs prédicteurs du changement de comportement, le niveau de participation et d'implication dans le programme, l'identité de fumeur et certaines données sociodémographiques de base.

2.3.2 Questionnaire intermédiaire (T1)

Le lien pour compléter le second questionnaire a été envoyé par email aux participant-e-s le 5 décembre, à savoir environ un mois après le début du programme, et quelques jours après la fin de celui-ci. Deux rappels ont ensuite été envoyés, respectivement le 10 et le 12 décembre. Le délai court entre les rappels a été choisi, afin d'obtenir des données correspondant avec la fin du programme et non des données reflétant l'état plusieurs semaines après la fin de celui-ci. Ce second questionnaire est une version raccourcie du premier, qui reprend les questions centrales présentées à T0, afin d'observer l'évolution des réponses suite à la participation au programme Stopgether et qui contenait également quelques questions relatives à la perception du programme. La durée de passation médiane était de 9.1 minutes.

2.3.3 Questionnaire de suivi (T6)

Le troisième, et dernier, questionnaire a été envoyé aux participant environ 6 mois après la fin du programme, à savoir le 10 juin 2020, suivi de deux rappels, le 16 et le 22 juin. Ce dernier questionnaire est sensiblement différent des deux précédents, puisqu'il s'intéresse quasi exclusivement au suivi du statut tabagique. Quelques questions relatives à la perception du programme et de la phase de préparation ont tout de même été ajoutées. Malgré ces ajouts, ce questionnaire était extrêmement court, puisque la durée médiane de passation est de 4.0 minutes.

2.4 Participation

À la suite des posts publiés sur les groupes Facebook du programme, 242 inscriptions ont été enregistrées. Parmi celles-ci, 63 ne contenaient pas d'adresses email. Cette information étant indispensable pour recontacter les participant·e·s pour la suite de l'évaluation, ces participant·e·s ont été supprimé·e·s de l'échantillon. Ainsi, l'échantillon initial recruté était de 179 participants. Seuls les participant·e·s pour lequel·le·s nous avons obtenu une mesure *baseline* du statut tabagique (T0), au plus tard le jour de l'arrêt, ont été conservés pour les analyses, ce qui correspond à 141 participant·e·s. Sur ces 141 participants, une personne n'a pas donné son consentement pour que ses données soient utilisées à des fins scientifiques ou pédagogiques ; elle a par conséquent été exclues des analyses. Une personne a indiqué, lors du premier questionnaire, n'avoir jamais fumé. Cette personne a donc également été exclues des analyses, puisqu'elle ne correspond pas à la population cible du programme Stopgether.

Ainsi, l'échantillon final retenu pour les analyses est de 139 participant·e·s.

A titre indicatif, parmi les 139 participant·e·s conservé·e·s pour les analyses :

- 85 participant·e·s ont répondu au deuxième questionnaire (T1) ;
- 65 participant·e·s ont répondu au troisième questionnaire (T6) ;
- 54 participant·e·s ont répondu aux trois questionnaires (T0, T1 et T6).

2.5 Interprétation des résultats

Dans le cas de la présente évaluation, l'objectif initial était d'avoir autant, voire plus, de participant·e·s que lors de l'évaluation du programme *J'arrête de fumer*, à savoir 469 participant·e·s ayant complété l'ensemble des questionnaires. Comme dans toute étude longitudinale (à mesures répétées sur une certaine période), il faut prendre en compte l'attrition de l'échantillon, c'est à dire, le nombre de personnes qui « disparaissent » de l'échantillon au fil de l'étude. En prévoyant une perte moyenne de 30% à chaque temps de mesure, l'échantillon initial aurait dû être composé, au minimum, d'environ 1'000 participant·e·s.

Toutefois, comme le nombre de participant·e·s au programme Stopgether était nettement inférieur à ce qui était initialement prévu, il n'a pas été possible de recruter un échantillon aussi large qu'espéré, ceci malgré la mise en place d'un tirage au sort de 30 fois 200 CHF.

L'échantillon final retenu pour les analyses est composé des 139 personnes ayant participé au premier questionnaire (T0) et n'ayant pas été exclues pour les raisons évoquées au point 2.4 *Participation*. La taille de l'échantillon n'est par conséquent pas suffisante pour réaliser l'ensemble des analyses prévues initialement. Les analyses présentées dans ce document sont par conséquent majoritairement des analyses descriptives.

Bien que la méthode de recrutement utilisée limite le biais de sélection, les participant-e-s qui renonçaient à arrêter de fumer ont davantage quitté le dispositif d'évaluation que les candidat-e-s qui sont parvenus à arrêter. Cette attrition non-aléatoire n'est pas inhabituelle dans les études longitudinales. Il est néanmoins crucial d'en tenir compte. Calculer le taux de réussite uniquement sur l'échantillon final produirait un résultat fortement biaisé en faveur du programme. Ainsi, pour estimer un taux de succès plus représentatif de la réalité, celui-ci est calculé sur la base du « scénario du pire ». Cette méthode part du principe que tous les participant-e-s n'ayant pas répondu à la question relative au succès de l'arrêt tabagique ont échoué. Cette méthode permet également d'éviter tout faux positif et d'affirmer qu' « au moins X % des participants au programme ont effectivement arrêté de fumer ».

Finalement, les résultats doivent être considérés avec précaution, puisqu'ils ont été obtenus sur un nombre de participant-e-s limité. C'est particulièrement le cas pour les membres ayant participé au programme à travers la page Facebook italophone de Stopgether.

3 Résultats

3.1 Profil des répondant·e·s

3.1.1 Profil sociodémographique

Près des trois quarts des répondant·e·s sont des femmes (72%). Cette surreprésentation des femmes parmi les participant·e·s s'est également retrouvée dans l'évaluation du programme *J'arrête de fumer*. La tranche d'âge la plus représentée est celle allant de 30 à 39 ans (31%) suivi des personnes âgées de 40 à 49 ans (22%) et des moins de 30 ans (21%). Le niveau de formation le plus représenté est l'apprentissage (34%), suivi de l'université/les hautes écoles (26%) et de la formation professionnelle supérieure (23%).

3.1.2 Habitudes de consommation de tabac et tentatives d'arrêt

Avant le début du programme, les participant·e·s à l'enquête fumaient en moyenne 16 cigarettes par jour (minimum : 3, maximum : 41 ou plus). La catégorie la plus représentée (24% des répondant·e·s) est 20 cigarettes par jour. On peut en déduire que les répondant·e·s étaient pour la plupart des relativement grand·e·s fumeurs/fumeuses.

Lors de l'évaluation externe du programme *J'arrête de fumer* sur Facebook réalisée en 2016, il avait été constaté que les personnes ayant réalisé leur première tentative d'arrêt avec le programme ont mieux réussi à arrêter que celles qui avaient déjà effectué des tentatives par le passé. Plus le nombre de tentatives était élevé plus les chances de succès diminuaient.

Les résultats de notre enquête montrent que 86% des répondant·e·s avaient déjà essayé d'arrêter de fumer avant de participer au programme Stopgether (Figure 1). Environ un quart d'entre eux avaient déjà fait deux tentatives sur l'ensemble de leur vie de fumeur et 18% en avaient fait trois. Sur tous les répondant·e·s, la moyenne du nombre de tentatives se situent légèrement au-dessus de 4.

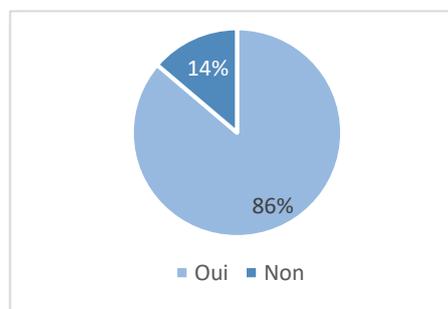


Figure 1: Tentative de sevrage tabagique avant de participer à Stopgether (n=140)

Au cours des 12 mois précédant le début du programme, 39% des répondant·e·s ont essayé sérieusement d'arrêter de fumer une fois, 37% n'ont pas essayé d'arrêter durant cette période et un peu moins d'un quart ont effectué plusieurs tentatives. La proportion de personnes ayant tenté d'arrêter de fumer durant les 12 mois précédents le début du programme Stopgether est plus grande que celle présentée dans l'enquête du Prof. Schmid (Schmid, 2018) sur une période similaire. En effet, dans cette dernière, 25% des participants ont mentionné avoir fait au moins une tentative d'arrêt tabagique durant les 12 mois précédent l'enquête.

Les méthodes les plus courantes sont la prise d'un substitut nicotinique (26%), la lecture de brochures et/ou livres (24%), l'utilisation d'applications sur smartphone ou ordinateur (17%) et le passage à la cigarette électronique (17%). 30% des participant-e-s à l'enquête n'ont pas cherché à obtenir une quelconque aide. A titre de comparaison, l'enquête du Prof. Schmid obtient des résultats similaires. L'utilisation des applications et le passage à la e-cigarette font également partie des méthodes les plus courantes.

Les participant-e-s à un programme tel que Stopgether sont **plus nombreux à avoir déjà effectué une tentative d'arrêt par le passé**. En effet, lorsqu'on compare cet échantillon à celui d'une population de fumeurs/euses tout venant tels que les participant-e-s à l'enquête du Prof. Schmid (Schmid, 2018), 39% des participant-e-s à Stopgether avaient effectué une tentative d'arrêt dans les 12 derniers mois contre 25% parmi l'échantillon du Prof. Schmid. Il semble logique qu'un programme d'aide à l'arrêt du tabac attire des personnes ayant déjà essayé (et donc échoué) d'arrêter de fumer par le passé. Malheureusement, comme l'a montré l'évaluation du programme *J'arrête de fumer* le **nombre de tentatives d'arrêt par le passé est un prédicteur d'échec** dans ce type de programmes. En effet, *J'arrête de fumer* s'est révélé être plus efficace auprès des personnes ayant effectué peu ou pas de tentatives d'arrêt par le passé et étant fortement prédisposées au

3.1.3 Motivation à s'abstenir de fumer

Lors de l'évaluation du programme *J'arrête de fumer* réalisée en 2016, les composants de la théorie de l'action planifiée se sont révélés parmi les prédicteurs les plus robustes du succès de l'arrêt tabagique. La théorie de l'action planifiée postule que l'intention d'effectuer un comportement est prédite par l'attitude envers le comportement, la norme sociale perçue concernant ce comportement, et l'auto-efficacité perçue, c'est-à-dire la perception qu'un individu a de sa capacité à effectuer le comportement. « Le niveau de l'intention initiale d'arrêter de fumer est un prédicteur puissant du succès, et est lui-même prédit de manière très robuste par l'attitude envers l'arrêt, la norme sociale perçue autour de l'arrêt, et l'auto-efficacité perçue. Notons également que chacun des prédicteurs de l'intention prédisent, eux-aussi, directement le succès. » (Folly et al., 2016).

Au vu du nombre de participant·e·s, il est difficile de comparer les indicateurs de la TPB entre 2016 et Stopgether. On observe tout de même que l'attitude, la norme subjective et l'intention exprimées par les répondant·e·s de l'évaluation Stopgether sont très élevés, tout comme celles des participant·e·s à l'évaluation de *J'arrête de fumer*. Il en va de même pour l'auto-efficacité qui elle est

Les facteurs de la théorie de l'action planifiée, **puissants prédicteurs du succès de l'arrêt tabagique**, semblent être **au moins aussi élevés qu'en 2016**. Les participant·e·s à Stopgether semblent donc dans une relativement **bonne prédisposition vis-à-vis de leur intention d'arrêt de fumer**. Tout comme en 2016, c'est surtout sur le sentiment d'auto-efficacité qu'une amélioration peut être apportée. L'attitude, la norme subjective, l'intention et, tout particulièrement, le sentiment d'auto-efficacité devraient être des **points centraux dans la communication du programme**, surtout durant la phase de préparation.

relativement basse dans les deux évaluations.

3.1.4 Groupe et date d'inscription

Les répondant·e·s ont principalement participé au programme Stopgether par le biais des groupes Facebook francophone (37%) et germanophone (40%). Les italophones sont très peu représenté·e·s, puisque seul 9% des répondant·e·s ont répondu avoir participé au programme par le biais du groupe Facebook italophone. Cette répartition linguistique se retrouve également dans la langue de complétion du questionnaire. En outre, pour 13% des répondant·e·s, leur participation s'est principalement faite à travers la page Facebook Stopgether, et non à travers un groupe.

Un quart des répondant·e·s (25%) se sont inscrit·e·s au programme trois à sept jours avant la date d'arrêt commune, 24% se sont inscrits environ deux semaines avant et 22% trois semaines avant.

3.1.5 Engagement dans le programme

Face à l'affirmation « *Selon moi, si quelqu'un s'inscrit au groupe Facebook Stopgether il/elle rend publique sa volonté d'arrêter de fumer* », 70% des participant·e·s à l'enquête ont répondu être plutôt d'accord (32%) ou tout à fait d'accord (38%). Cependant, on peut remarquer sur la figure 2 que cette proportion diminue fortement lorsque les répondant·e·s se sentent personnellement intégré·e·s dans cette notion d'engagement. En effet, un peu moins de la moitié des répondant·e·s (54%) sont plutôt d'accord ou tout à fait d'accord avec l'affirmation : « *Ma participation au groupe Facebook Stopgether signifie que je me suis engagé·e publiquement à arrêter de fumer* ». Par ailleurs, 20% ne sont pas du tout d'accord avec cette affirmation.

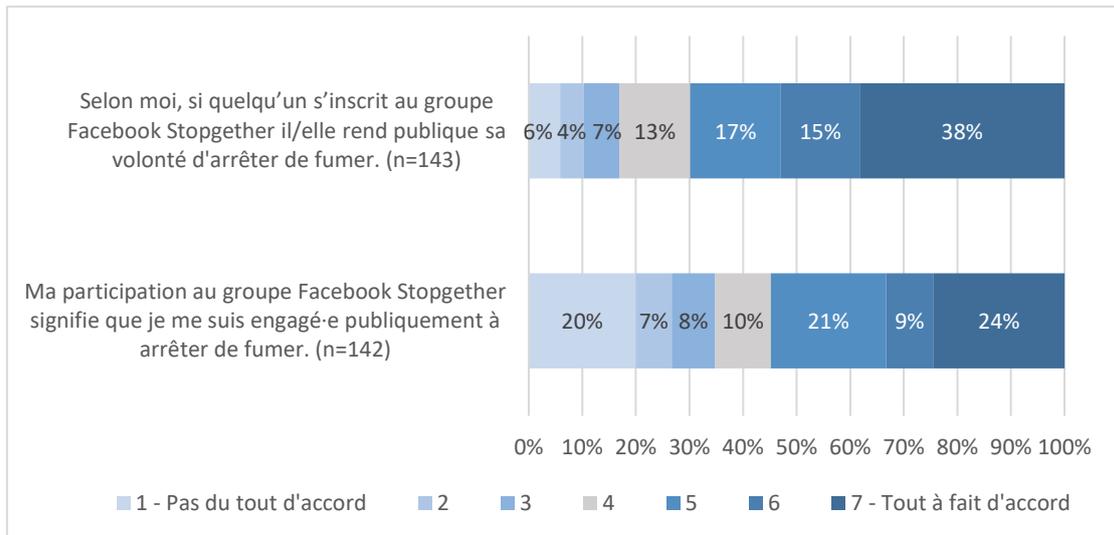


Figure 2 : Sentiment d'engagement

En accord avec la théorie de l'engagement (Joule & Beauvois, 2010), l'évaluation du programme *J'arrête de fumer* avait démontré que la perception **d'engagement dans le programme** et, précisément le **caractère public de cet engagement** était un **facteur de succès** de l'arrêt tabagique. Les résultats de la présente évaluation montrent que le caractère public de l'engagement dans le programme est **effectivement perçu par les participant·e·s**. Toutefois, de manière intéressante, le sentiment de s'être eux/elles-mêmes engagé·e·s publiquement est plus mitigé. Puisque ce dernier s'est révélé être un facteur de succès, théoriquement et empiriquement, il serait pertinent de **favoriser le sentiment d'engagement**

3.1.6 Participation au programme

Avant la date d'arrêt, plus d'un tiers des répondant·e·s (35%) a consulté plusieurs conseils par jour pour arrêter de fumer sur le groupe ou la page Facebook du programme et 24% en ont consulté un par jour. Presque les deux tiers des répondant·e·s ont suivi certains de ces conseils (63%) et ils sont 23% à en avoir suivi la majorité.

Les mêmes questions ont été repostées un mois après la date d'arrêt afin de mesurer l'utilisation des conseils durant le mois d'arrêt. La proportion de participant·e·s consultant plusieurs conseils par jour descend à 17%. Ils/elles sont 30% à en consulter 1 par jour et 49% à en consulter entre 1 et 6 par semaine. 61% des personnes interrogées ont suivi certains des conseils et elles sont 23% à en avoir suivi la majorité.

En moyenne, les répondant·e·s ont posté 5 commentaires sur le groupe Facebook durant le premier mois du programme. Plus d'un tiers des participant·e·s (34%) ont consulté entre deux et dix fois par jour des postes sur le groupe Facebook Stopgether et 30% en ont consulté environ une fois par jour.

La participation au programme consiste essentiellement à consulter le contenu partagé sur le groupe Facebook et à éventuellement y participer. On peut voir que cette **participation passe surtout par la consultation des conseils postés sur le groupe**. Avant la date d'arrêt, **la quasi-totalité des participant·e·s semble les consulter au moins une fois par semaine**, certains jusqu'à plusieurs fois par jour (35%). Le nombre de conseils consultés par semaine diminue fortement un mois **après le début du programme** puis qu'ils/elles ne sont plus de 17% à en consulter plus d'un par jour. En termes de consultation de la page, peu importe le nombre de conseils, **deux tiers des participant·e·s consultaient entre 1 et 10 fois par jour la page Facebook**

3.2 Statut tabagique et évaluation du succès du programme

3.2.1 Situation tabagique initiale

Durant les jours qui ont précédé la date d'arrêt, les participant·e·s ont été interrogé·e·s sur leur situation tabagique. La très grande majorité des participant·e·s (87%) dit fumer tous les jours des cigarettes. 2 répondant·e·s fument occasionnellement des cigarettes mais pas tous les jours (1%), 10 personnes ne fument plus mais ont déjà fumé dans le passé (7%) et 6 répondant·e·s ne fument pas de cigarettes mais uniquement d'autres produits (4%). Un seul participant à l'enquête a mentionné le fait de ne jamais avoir fumé de cigarettes ; comme énoncé précédemment, il a été retiré de l'échantillon pour le reste des analyses.

3.2.2 Evolution du statut tabagique

Le succès de l'abstinence tabagique a été mesuré lors des deux derniers questionnaires. À savoir, un mois après la date d'arrêt (T1) et six mois (T6) après la fin du programme. Les pourcentages ont été calculés sur la base du « scénario du pire ». Cette méthode part du principe que tous les participants n'ayant pas répondu à la question relative au succès de l'arrêt tabagique ont échoué. Ainsi, nous considérons comme échantillon total les 139 participant·e·s à T0. Les personnes n'ayant pas répondu à T1 et ou T6 sont comptabilisées dans la catégorie « *J'ai renoncé à arrêter de fumer et j'ai repris ma consommation d'avant* ». Comme indiqué dans la partie 2.5 *Interprétation des résultats*, cette méthode permet d'affirmer qu'« au moins X % des participant·e·s au programme ont effectivement arrêté de fumer ».

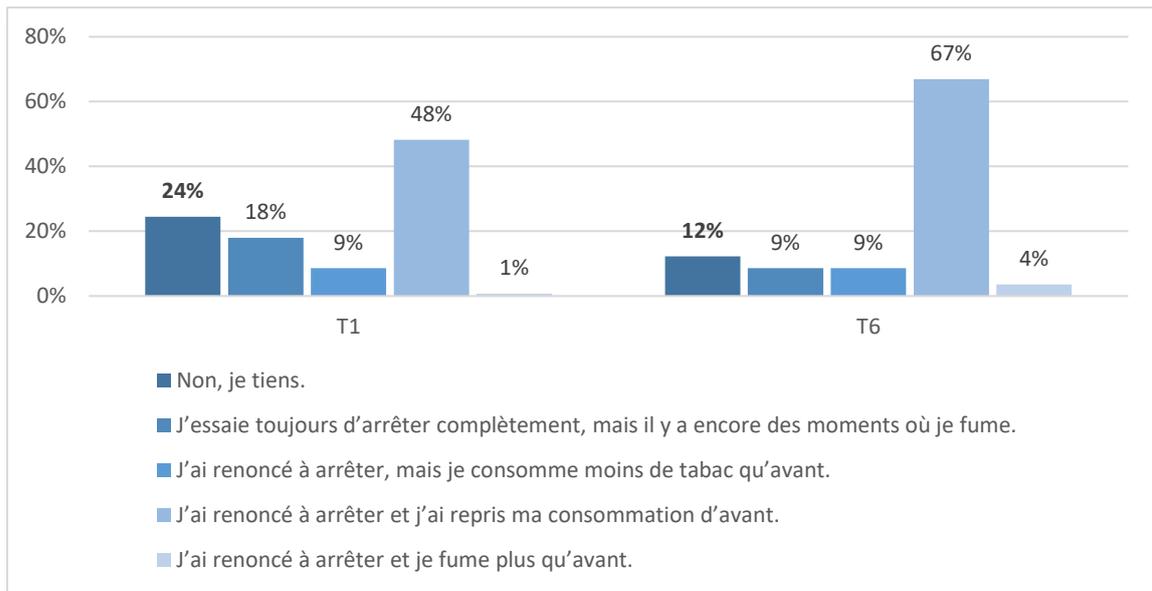


Figure 3: Répartition du statut tabagique depuis le dernier questionnaire, aux deux temps de mesure (n=139)

Un mois après la date d'arrêt, 24% des répondant·e·s ont maintenu leur arrêt. Ce chiffre est comparable au programme de 2016. En effet, l'évaluation du programme *J'arrête de fumer* avait montré un taux de succès de 39% juste après la date d'arrêt et 19% 3 mois après. Stopgether semble donc amener ses participant·e·s à un taux de succès relativement similaire. Comme on peut le voir dans la **Fehler! Verweisquelle konnte nicht gefunden werden**.figure 3, 12% des répondant·e·s ont maintenu leur arrêt à T6. Ce pourcentage est quasiment identique à celui que nous avons observé en 2016 ; ce qui tend à montrer que l'efficacité du programme Stopgether est de la même magnitude que celui du programme *J'arrête de fumer* de 2016.

On peut considérer que le programme a été également bénéfique pour les répondant·e·s qui essaient toujours d'arrêter complètement de fumer (9%) et pour ceux dont la consommation tabagique a diminué (9%).

Malgré un échantillon relativement petit, il est difficile de ne pas comparer le taux de succès du programme Stopgether à celui du programme *J'arrête de fumer*. En effet, la comparaison est frappante. Malgré des différences notables dans son fonctionnement, le **principe du programme** d'aide à l'arrêt du tabac via communauté en ligne paraît bien **stable et robuste**. On retrouve donc un taux de succès un mois après la date d'arrêt commune parfaitement aligné entre les résultats de T0 et T3 observés en 2016. Pour ce qui est du **taux de succès 6 mois après la fin du programme, ce dernier est équivalent à celui observé en 2016**, toute proportion gardée en termes de taille d'échantillon.

3.2.3 Stades de changement

Une question permettant de mesurer le stade du changement dans lequel se trouvent les personnes a été développée sur la base du Modèle Transthéorique du Changement (1998). Cette question permet de voir l'évolution des participant·e·s entre le début du programme et la fin de celui-ci, de même que 6 mois après la fin du programme. Contrairement au statut tabagique, il n'est pas pertinent d'effectuer le scénario du pire pour cette question puisqu'il n'existe pas forcément de catégorie d'échec par défaut. Les résultats du statut tabagique ne sont donc pas comparables avec ceux des stades de changement.

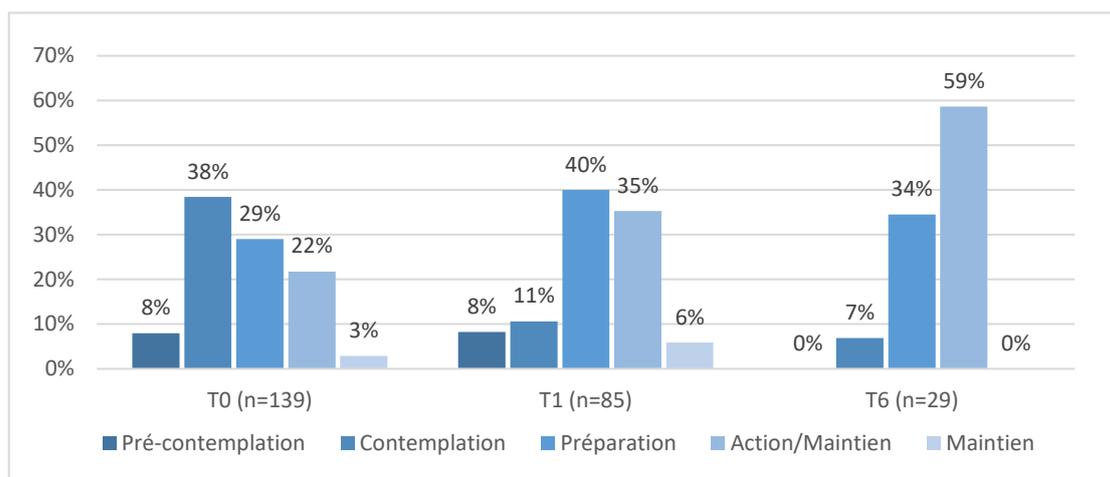


Figure 4: Stades de changement

Avant la date d'arrêt, plus d'un tiers des répondant·e·s (38%) se trouvent au stade de contemplation en répondant « *Je fume comme avant de m'inscrire au programme Stopgether. J'ai l'intention de tenter d'arrêter dans le cadre de Stopgether* ». Ils/elles ont l'intention d'arrêter mais n'ont pas encore réellement commencé à s'y préparer. On trouve tout de même 29% de participant·e·s au stade de préparation « *J'ai commencé à cesser ma consommation de tabac dans le cadre de Stopgether* ». 22% au stade de l'action « *J'ai arrêté de fumer avant de m'inscrire à Stopgether* ». Ces deux stades sont les plus représentés après un mois de programme (T1). Finalement, la quasi-totalité (94%) des répondant·e·s à T6 sont dans l'un de ces deux stades dont presque deux tiers (59%) au stade d'action/maintien. En effet, dès T1, le stade d'action et de maintien se confondent puisqu'il est difficile de savoir depuis combien de temps la personne a « *arrêté de fumer dans le cadre de Stopgether* ».

Ces résultats sont à interpréter avec précaution, du fait qu'ils ne sont pas calculés avec le scénario du pire. En effet, on se rend bien compte que les répondant·e·s les plus assidu·e·s sont celles et ceux qui ont réussi leur arrêt. En outre, le relativement faible nombre de participant·e·s ne permet pas de tirer de conclusion généralisable.

3.3 Impact du programme sur les participant·e·s à l'enquête

3.3.1 Soutien social

La grande majorité des personnes interrogées (78%) se sont senties soutenues émotionnellement par l'équipe derrière le groupe Facebook de Stopgether (soutien social asymétrique) ; 43% se sont senties plutôt soutenues et 35% tout à fait soutenues. La même tendance s'observe quant au niveau d'accord avec le fait que l'équipe derrière le groupe Facebook Stopgether leur a donné des conseils.

Il en va de même pour le soutien social symétrique, à savoir la proportion de personnes se sentant soutenues par les autres membres du groupe Facebook (81%) ; 39% des personnes interrogées sont tout à fait d'accord avec le fait de s'être senties encouragées et 42% sont plutôt d'accord. Presque les trois quarts des répondant·e·s sont plutôt d'accord (41%) ou tout à fait d'accord (33%) avec le fait que les autres membres du groupe Facebook les aient aidés.

Composante essentielle du programme, le **soutien social**, qu'il soit symétrique ou asymétrique, est tout à fait **présent et ressenti** par les participant·e·s. Bien que la taille de l'échantillon ne permette pas de faire le lien entre succès de l'arrêt tabagique et perception du soutien social, l'évaluation de 2016 avait permis de mettre en lumière la robustesse du lien entre soutien social des autres participant·e·s (symétrique) et maintien de l'arrêt. Vu les similarités entre les deux programmes et leurs taux de succès, il n'y a pas de raison de penser que cette relation de ne soit pas à l'œuvre ici.

3.3.2 Satisfaction vis-à-vis du programme

Globalement, la majorité des répondant·e·s ont un haut niveau de satisfaction générale relatif au groupe Facebook Stopgether ; 81% des personnes interrogées ont répondu en être plutôt satisfaites (44%) ou tout à fait satisfaites (37%).

Les répondant·e·s ont dû donner leur degré d'accord vis-à-vis de plusieurs aspects liés aux autres participant·e·s du programme. Plus des trois quarts des répondant·e·s ont trouvé leurs publications et commentaires pertinents. Les conseils des autres participant·e·s ont été plutôt utiles pour 47% des répondant·e·s et 25% les ont trouvés tout à fait utiles. Presque les trois quarts des personnes interrogées (71%) trouvent qu'il n'y a pas eu de commentaires qui n'avaient rien à faire sur le groupe. 32% des répondant·e·s sont tout à fait d'accord avec le fait qu'il y ait beaucoup d'interactions sur le groupe, plus d'un tiers est d'accord et ils sont 21% à avoir un avis neutre à ce sujet.

En moyenne, plus de trois quarts des répondant·e·s sont satisfait·e·s de l'activité des administrateurs/trices du groupe Facebook Stopgether que ce soit au niveau de la rapidité des réponses (84%), la clarté des informations (89%), l'utilité des conseils (80%), la qualité (84%) et quantité (79%) des posts et commentaires ou encore des différents positionnements vis-à-vis des méthodes d'aide à l'arrêt (69%).

Comme le montre la figure 5, la rapidité des réponses est le point sur lequel on retrouve le plus de personnes tout à fait satisfaites (43%). L'aspect sur lequel il y a le moins de personnes tout à fait satisfaites est le positionnement face aux méthodes d'aide (23%).

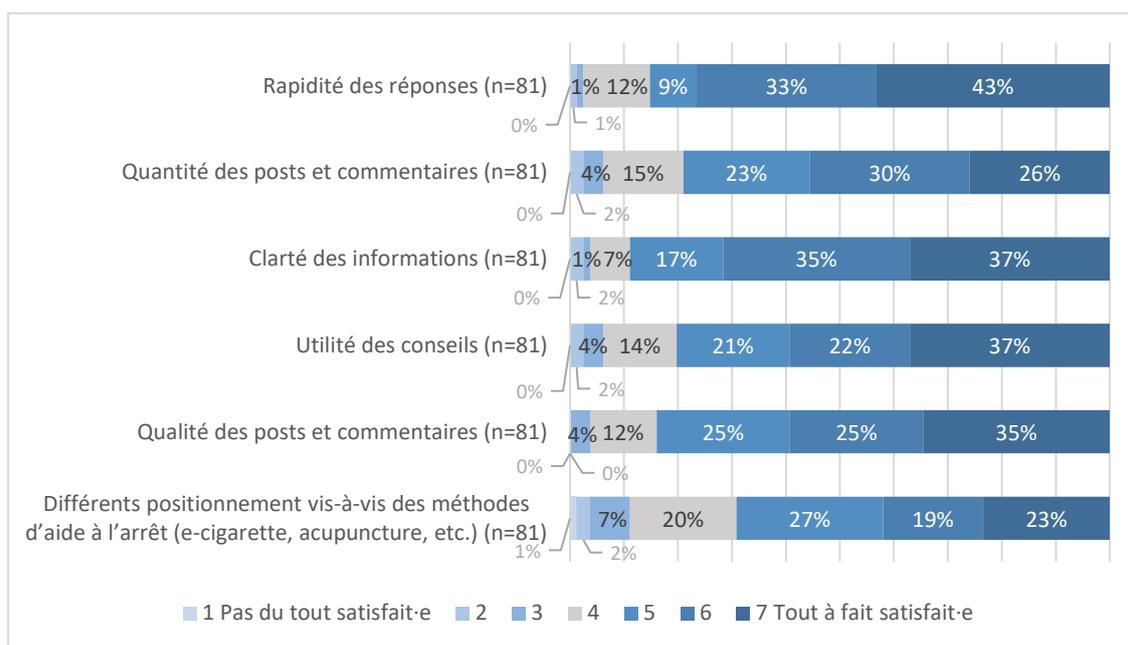


Figure 5 : Satisfactions envers l'activité des administrateurs/trices du groupe Facebook Stopgether

De manière générale, la campagne de communication de Stopgether a été appréciée par les répondant·e·s. En effet, plus de deux tiers des répondant·e·s

Quel que soit l'aspect, les répondant·e·s rapportent un **niveau de satisfaction élevé**. En effet, de **l'utilité des contenus** publiés aux couleurs choisies pour la campagne, en passant par la **clarté de la communication** autour du programme, la très grande majorité des réponses sont positives. Evidemment, il convient de **garder en tête les biais associés à la participation** au programme (et à l'évaluation) en termes de satisfaction. Il va de soi que les personnes ayant participé au programme assez assidument pour être au courant de l'évaluation et y participer sont certainement les plus satisfaites vis-à-vis du programme. Malgré ce potentiel biais de sélection, il est **indéniable que le programme a été jugé positivement** par les répondant·e·s.

ont eu un avis positif, que ce soit au niveau des couleurs, des vidéos, des slogans ou de manière générale. La communication du programme Stopgether a été claire pour la plupart des répondant-e-s.

3.4 Perception du programme

3.4.1 Evaluation phase de préparation

La phase préparatoire du programme Stopgether a été relativement bien vécue par les participant-e-s à l'enquête. De manière générale, la **Fehler! Verweisquelle konnte nicht gefunden werden.** montre qu'un peu plus de la moitié d'entre eux ont eu le sentiment d'être impliqué dans la phase de préparation (52%) et se sont senti préparé à l'arrêt grâce aux posts publiés durant la phase de préparation (53%). Cependant, l'on observe que près d'un tiers des participant-e-s (31%) n'ont pas du tout ou très peu remarqué de différences dans le programme et son contenu avant et après le jour d'arrêt, c'est-à-dire entre la phase de préparation et la phase d'arrêt.

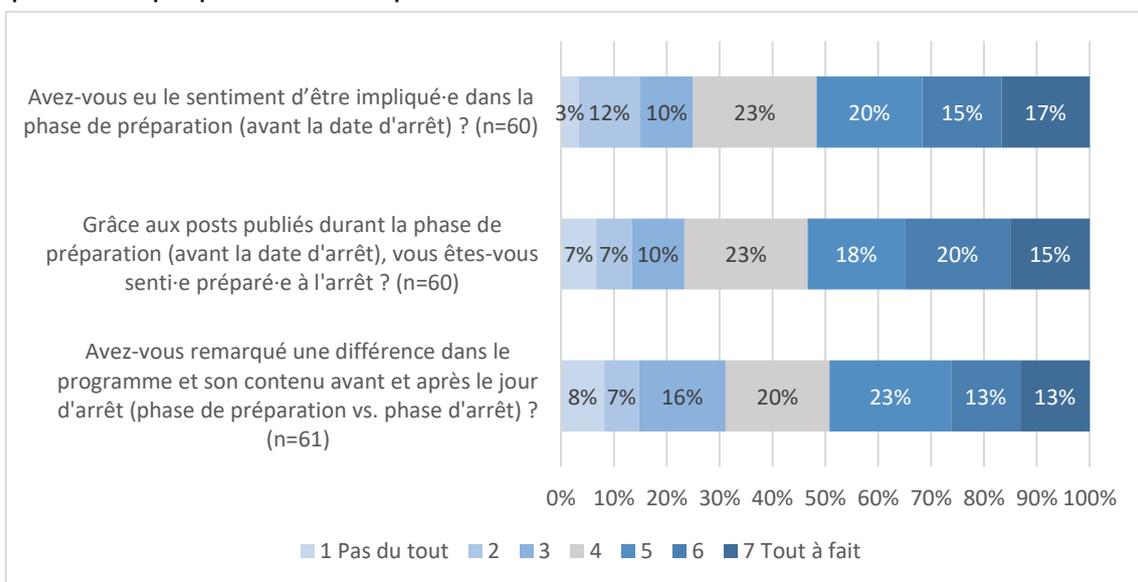


Figure 6: Evaluation de la phase de préparation

Bien qu'elle soit évaluée **relativement positivement**, les **avis** concernant la phase préparatoire **restent mitigés**. A peine plus de la moitié des participant-e-s s'y sont sentis impliqués. Il en va de même pour l'impression d'avoir été préparés à l'arrêt. Ces résultats concordent avec le fait que **plus d'un tiers des répondant-e-s. n'ont pas vu de différence entre la phase préparatoire et le programme à proprement parler.**

3.4.2 Evaluation du programme par les participant·e·s

Dans l'ensemble, la majorité des répondant·e·s à l'enquête s'accorde à dire que Stopgether est bien un programme pour arrêter de fumer (85%), ainsi qu'une communauté de personnes qui s'entraident pour arrêter de fumer ensemble (87%). En outre, le programme Stopgether peut également être décrit comme une campagne de sensibilisation globale contre le tabagisme et comme une page sur laquelle les professionnels de la santé dispensent de conseils pour arrêter de fumer (resp. 76% et 74%). En outre, presque la totalité des personnes interrogées (92%) ont compris qu'il y avait une date d'arrêt commune. 11 personnes sur 78 n'ont pas trouvé que le déroulement du programme était suffisamment clair.

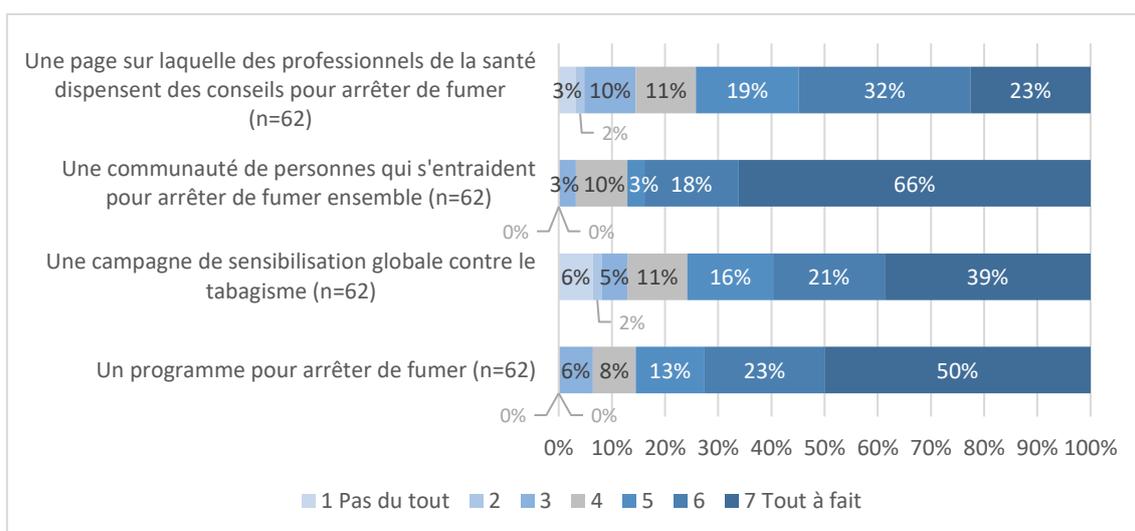


Figure 7: Perception du programme

En ce qui concerne l'évaluation à proprement parler du programme par les utilisateurs/trices, les messages postés par les *Community Managers* ont été évalués comme plutôt pertinents par plus de la moitié des participant·e·s au programme (52%) et comme tout à fait pertinent par un tiers (33%). Au niveau de l'utilité du programme, 11% des répondant·e·s ont indiqué que le programme ne leur avait pas été utile, alors qu'il a été utile pour 65% des répondant·e·s.

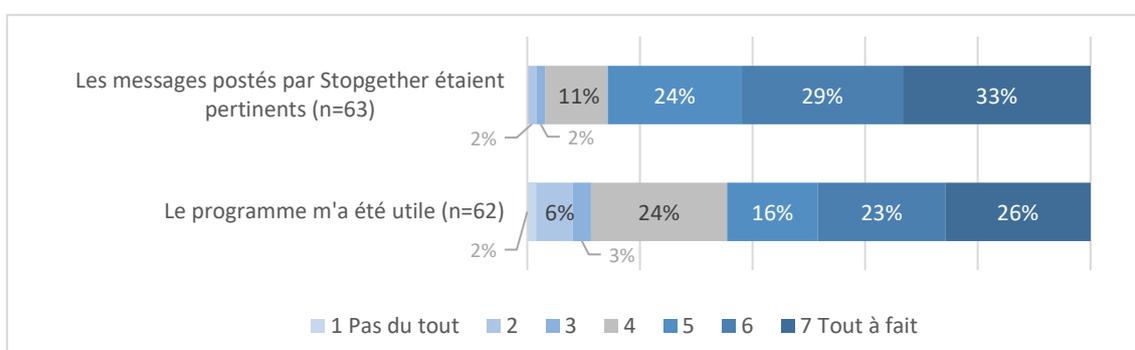


Figure 8: Evaluation de Stopgether

Nous avons également demandé aux participant-e-s de se positionner sur quatre aspects qui peuvent être liés à la réussite d'un programme d'aide à l'arrêt du tabac. Il en ressort que l'aspect le plus important pour eux est le fait d'avoir une date d'arrêt commune (86%), vient ensuite l'obtention de conseils pratiques d'experts (85%), une phase de préparation avant la date d'arrêt (81%) et finalement une communauté soudée (80%). Les notions de convivialité et de motivation liées au groupe sont donc importantes pour aider les participant-e-s à arrêter de fumer. D'ailleurs, les individus qui ne pensent pas qu'une communauté soudée soit importante représentent seulement le 8% des participant-e-s au programme.

Les raisons principales pour lesquelles les participant-e-s ont été attiré par le programme Stopgether sont variées. L'aspect communautaire et le fait de ne pas entreprendre cette démarche seul-e est effectivement une raison importante, mais d'autres points ont également été abordés, tels que des raisons personnelles liées à la santé du/de la participant-e, le fait de pouvoir être soutenu-e sans jugement et finalement la confiance envers un programme officiel reconnu par la Confédération.²

Nous avons également demandé aux participant-e-s à l'enquête, avec un champ de texte « ouvert », s'ils/elles pensent qu'il existe une période de l'année propice pour arrêter de fumer. Pour celles et ceux qui étaient d'accord, la plupart a indiqué que l'automne était la période idéale notamment dû au fait qu'il y a moins de tentations au niveau des festivités et le fait que la météo soit moins clémente.

En outre, il est indéniable que **les répondant-e-s à T6 ont certainement un niveau de connaissance du programme bien plus élevé que le/la participant-e lambda**. Reste à savoir comment le programme a été perçu, compris, dans la population générale des fumeurs. Le nombre de personnes en ayant entendu parler de Stopgether dans l'enquête réalisée par le Prof. Schmid est malheureusement trop faible pour pouvoir répondre à cette question. Quoi qu'il en soit, les répondant-e-s rapportent un **niveau de compréhension élevé, doublé d'un sentiment d'utilité et de pertinence envers le programme et son contenu**

principale du programme est donc bien comprise mais semble **relativement large**, sensiblement plus que la « réelle » définition du programme.

² Les réponses obtenues proviennent d'un champ de texte où le/la répondant-e avait la possibilité de répondre ouvertement à la question. Seul une petite proportion d'entre eux y ont répondu, c'est pourquoi les réponses ne doivent être utilisées qu'à titre indicatif.

3.5 Suggestions pour l'avenir du programme

Dans l'optique d'agrandir la communauté Stopgether, nous avons suggéré plusieurs actions aux répondant·e·s à l'enquête et leur avons demandé dans quelle mesure elles pourraient, selon eux/elles, permettre d'attirer plus de participant·e·s dans le programme. La majorité des répondant·e·s s'accorde à dire qu'il faudrait davantage de publicité dans l'espace public (rue, bus, gares, etc.) (85%), suivi par davantage de publicité sur Facebook (84%), d'articles dans les médias (journaux, radio, télévision) (79%) et de publicité dans les médias (journaux, radios, télévision) (78%). Plus de la moitié indique tout de même qu'il faudrait fournir des informations plus claires et plus compréhensibles (58%). D'autres suggestions ont été mentionnées tel que le fait de promouvoir davantage le bouche à oreille ou de s'associer à des influenceurs.

Parmi les participant·e·s à l'enquête, l'on peut observer une certaine réticence face à l'utilisation potentielle de nouvelles plateformes (Figure 9). En effet, aucune des alternatives proposées n'a été plébiscitée, que ce soit l'utilisation d'Instagram (27% d'accord) ; de Snapchat (5%) ; d'un site web anonyme ne permettant aucunes interactions sociales (24%) ou encore d'un groupe Facebook ouvert permettant de partager les publications (25%). Ainsi c'est le *statu quo*, à savoir l'utilisation d'un groupe Facebook fermé qui obtient la majorité favorable des répondant·e·s (81%). Toutefois, si on prend en compte l'âge des participant·e·s, bien que les moins de 30 ans ne soient pas le groupe le plus représenté au sein de l'échantillon, plus de la moitié d'entre eux (53%) seraient fortement favorables à une déclinaison du programme sur Instagram³.

³ Cette observation ne doit être utilisée qu'à titre indicatif et ne peut être statistiquement significative à cause du nombre insuffisamment élevé de participant·e·s par catégories d'âge dans l'échantillon.

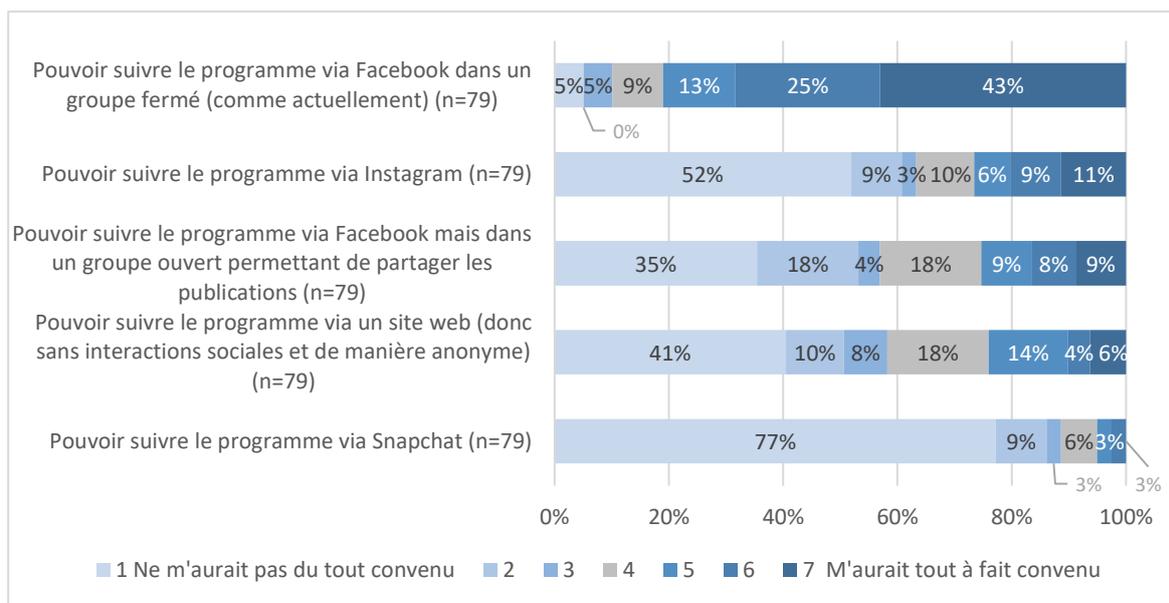


Figure 9: Convenance de l'utilisation des différentes plateformes pour le programme Stopgether

Au niveau des suggestions pour l'avenir du programme, le mode **du groupe Facebook fermé est de loin la plateforme la plus plébiscitée** parmi les répondant·e·s. Seul **Instagram** rassemble une majorité d'avis positifs, ceci essentiellement **chez les jeunes de moins de 30 ans**.

Pour ce qui est de toucher plus de personnes, tous les moyens semblent bons. **La présence dans les journaux, l'espace public ou les réseaux sociaux est fortement conseillée** par la grande majorité des répondant·e·s. Ce qui semble indiquer qu'ils n'ont pas l'impression qu'ils/elles ont beaucoup entendu parler de Stopgether dans l'espace public, médiatique et virtuel.

4 Conclusion

Avec un taux de maintien de l'arrêt tabagique six mois après la fin du programme de 12%, Stopgether répond tout à fait aux attentes pour un programme de ce type. Avec un taux de succès quasi identique à 2016, nous pouvons à nouveau dire que : « *puisque le taux de succès pour un arrêt tabagique sans aucune aide est estimé entre 2 et 5% nous pouvons conclure que le programme a eu un impact significatif sur le maintien de l'abstinence tabagique* ».

En termes de satisfaction des répondant·e·s également, le bilan est positif. Deux tiers d'entre eux/elles y voient une utilité et les messages postés ont été évalués

comme pertinents par la majorité des répondant·e·s à l'enquête. Bien que jugée relativement utile, un tiers des participant·e·s n'ont pas du tout ou très peu remarqué de différences entre la phase de préparation et la phase qui a suivi la date d'arrêt commune.

L'analyse des facteurs psychosociaux reconnus et éprouvés à plusieurs reprises comme étant de robustes prédicteurs du succès de l'arrêt tabagique a montré, encore une fois, l'importance de les prendre en compte à toutes les étapes du projet. La communication autour de la phase de préparation ainsi que le contenu y étant dispensé devrait mettre l'accent sur le sentiment d'auto-efficacité et l'engagement public. Un travail sur l'identité d'ex-fumeur/euse, la norme subjective et l'attitude serait très bénéfique également.

Dans l'optique d'agrandir la communauté Stopgether, les participant·e·s s'accordent à dire qu'il faudrait effectuer davantage de publicité, en particulier dans l'espace public. En revanche, la plateforme choisie semble bien faire l'unanimité. Seul Instagram, surtout parmi les moins de 30 ans, apparaît comme une solution attirante à considérer.