

# Réduire les comportements tabagiques chez les personnes à faible niveau de littératie: le rôle du marketing social

15<sup>e</sup> Congrès Société Francophone de Tabacologie - Reims (novembre 2021)

François Durivage, doctorant en marketing social EHESP

Arènes - UMR 6051



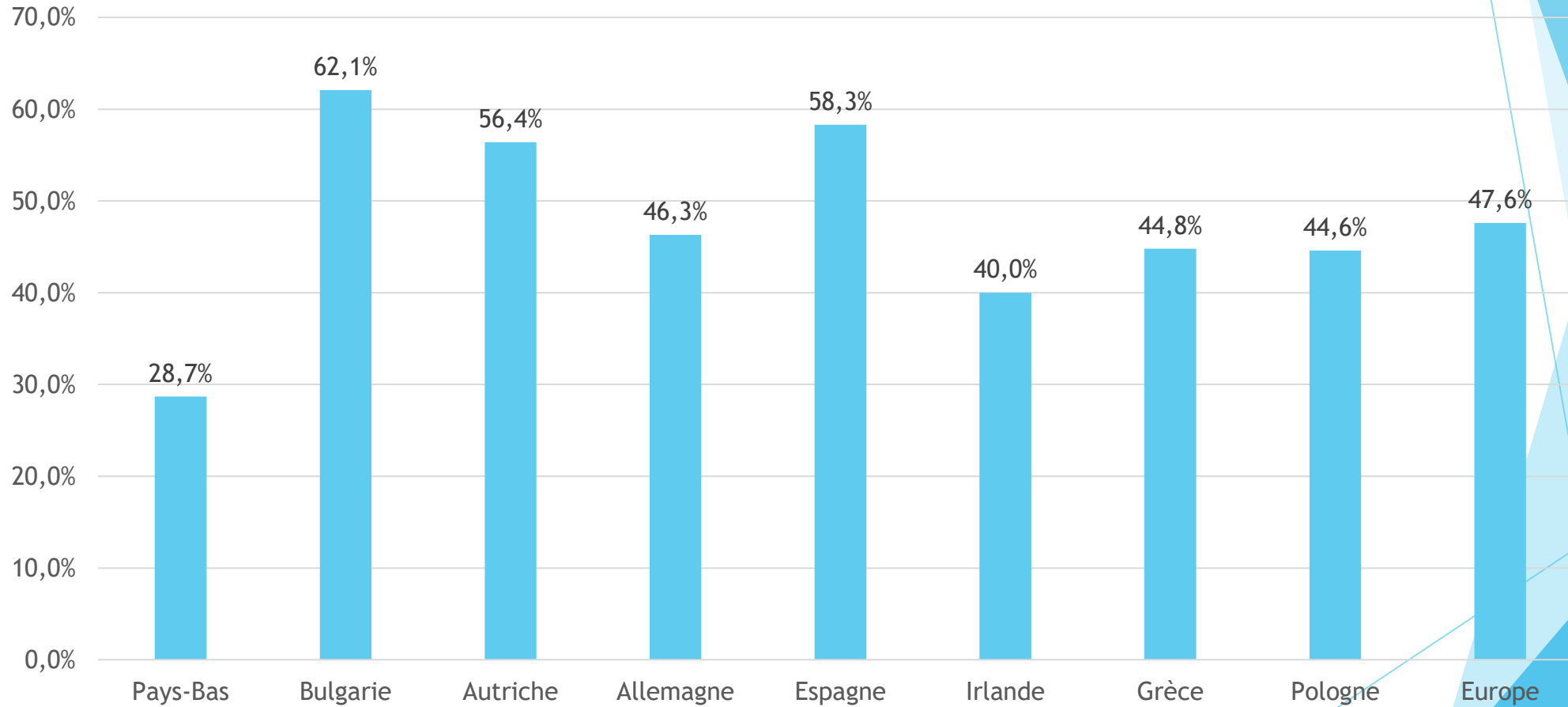
L'auteur n'a pas de lien d'intérêt.

# Littératie en santé?

« L'ensemble des connaissances, des compétences et de la motivation qui poussent un individu à accéder, comprendre, évaluer et appliquer de l'information dans le domaine de la santé »

Sorenson et al. 2012

## Proportion de la population ayant un niveau insuffisant de littératie en santé en Europe (2015)



# Littératie en santé et tabagisme

Ce que dit la littérature:

- ▶ Les personnes à niveau limité de littératie (PNLLS) :
  - ▶ Ont moins de connaissances sur les risques liés au tabagisme et sur l'impact de ce comportement sur leur santé
  - ▶ Ont une plus grande dépendance à la nicotine
  - ▶ Perçoivent davantage les bénéfices liés au tabagisme (détente, convivialité...) que les inconvénients
  - ▶ Ne se considèrent généralement pas à risque de développer des problèmes de santé liés au tabagisme
  - ▶ Ressentent moins l'intérêt d'arrêter
  - ▶ Ont plus de difficulté à arrêter de fumer et à rester abstinentes

# Problématique

Comment le marketing social peut contribuer à réduire les comportements tabagiques chez PNLLS?

# Méthodologie

- ▶ Onze entretiens semi-directifs menés en France et au Québec en 2020 et 2021
  - ▶ Intégration de la littératie dans la prévention
  - ▶ Profil des PNLLS
  - ▶ Utilisation du marketing social pour toucher les PNLLS

Structures	Pays
Santé publique France (x2)	France
CNCT	France
Association CoActis Santé	France
Conseil québécois sur la santé et le tabac (x2)	Québec
Fédération nationale d'éducation et de prévention de la santé	France
IREPS Nouvelle-Aquitaine	France
Centre ambulatoire d'addictologie (HEGP)	France
Chaire interdisciplinaire de recherche en littératie et inclusion	Québec
Département de santé publique (Université de Bordeaux)	France

# Résultats

- ▶ Concept de littératie en santé nouveau et peu utilisé par les instances
- ▶ Profil des PNLLS
  - ▶ Sexe masculin
  - ▶ Agées
  - ▶ Faible revenu
  - ▶ Difficulté à lire
  - ▶ Langue maternelle autre que le français
  - ▶ Peu scolarisées
  - ▶ Issues des minorités ethniques ou autochtones



# Résultats

## Amélioration du niveau de littératie en santé par le marketing social

- ▶ Segmentation et ciblage primordiaux
  - ▶ Pose d'un diagnostic (matrice SWOT)
- ▶ Ne pas fixer des objectifs trop drastiques
- ▶ Faciliter l'accès aux ressources nécessaires au changement de comportement
- ▶ Création de communication adaptée
  - ▶ Peu de texte, utilisation de mots courts et connus du public, visuels simples et épurés
  - ▶ Choix des médias et support de diffusion
  - ▶ Co-créée avec le public cible
- ▶ Recours à des collaborateurs
  - ▶ Acteurs relais et professionnels proches du public cible

# Conclusion

- ▶ Les PNLLS représentent des fumeurs particuliers.
- ▶ Le marketing social peut aider à réduire les comportements tabagiques chez les PNLLS.

Merci pour votre attention