

# Techniques & Programmes alternatifs d'aide à l'arrêt du tabac en entreprise

---



*Joseph Osman*

Président d'OFT conseil

ESSEC - DIU de tabacologie

DIU Cannabis & nouvelles consommations

***[j.osman5@yahoo.fr](mailto:j.osman5@yahoo.fr)***

[joseph.osman@oft-conseil.fr](mailto:joseph.osman@oft-conseil.fr)

06 15 47 04 00

24/10/2013



OFT conseil

# La méthodologie appliquée aux différents programmes est Inspirée et/ou supervisée



**Bertrand DAUTZENBERG**  
Professeur de Pneumologie



**Daniel THOMAS**  
Professeur de Cardiologie

Joseph OSMAN est membre de l'ENSP (European network for smoking cessation).  
OFT conseil est membre d'addict-aid et agréé par de nombreuses mutuelles et sociétés de prévoyance.

Avec la collaboration sur le terrain de professionnels de santé et de scientifiques tous diplômés par la faculté de médecine, en tabacologie ou en addictologie, et notamment:



**NOTOS TABACOLOGUES ONT UNE LONGUE EXPERIENCE DE L'AIDE SUR LE TERRAIN ET AU TELE PHONE**

Docteur Agnès Delrieu, tabacologue, coauteur du rapport d'expert sur la e-cigarette

Monique Osman, tabacologue, DIU Cannabis, DIU Alcoologie, enseignante en Biologie

Agathe Bluysen, tabacologue, Psychologue

Margaret Zaleski Zamenhof, tabacologue et addictologue, diplômée « pleine conscience »

Catherine Minot, tabacologue, DIU Cannabis, IDE

24/10/2013

# SENSIBILISATION AUX BIENFAITS A L'ARRET DU TABAC



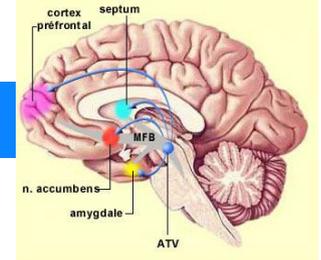
« Le tragique c'est la conscience e l'absurde »

Albert CAMUS



# POURQUOI INTERVENIR DANS LES ENTREPRISES

## Quelques données sociétales... et les données marketing



### ▶ Le tabac, 1<sup>ère</sup> cause de mortalité évitable en France :

- 75 000 décès par an pour quelques 13 à 16 000 000 de fumeurs,
- La première cause de cancers (poumon, pancréas, sphère ORL, reins, vessie, sein...),
- Les risques cardiovasculaires et leurs facteurs aggravants,
- Un facteur de risque important pour toutes les pathologies,
- 16 à 120 milliards d'€ par an

Malgré la mise en place de l'interdiction de fumer dans les entreprises et les administrations (février 2007), la prévalence globale du tabagisme reste négativement stable.

### ▶ Le tabac, une dépendance complexe difficile à traiter:

Le tabagisme résulte de la "prise de pouvoir" par le cerveau du fumeur, indépendamment de sa volonté. Pris au piège, il doit lutter contre ses dépendances qui sont essentiellement de 3 ordres :

- La dépendance **physique** qui se traduit par un besoin automatique et indispensable de nicotine,
- La dépendance **rituelle ou comportementale** qui dicte les habitudes tabagiques,
- La dépendance **affective (attachement)** qui fait jouer à la cigarette le rôle d'une béquille ou d'un "doudou".

### ▶ Démarche marketing : analyse sommaire et premières constatations

- ▶ Observation de la population
- ▶ Segmentation de la population des fumeurs
- ▶ Qui va se faire traiter à l'hôpital?
- ▶ Pourtant 70% déclarent avoir envie d'arrêter de fumer.
- ▶ Pourquoi alors si peu de fumeurs tentent l'arrêt et tant d'échecs

# Accompagnement au sevrage tabagique

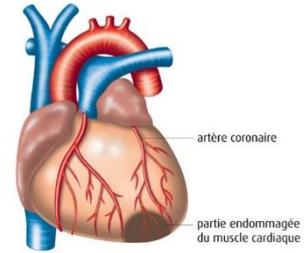
## Le marketing « classique » en action

### ► On met en place des programmes d'aide à l'arrêt du tabac au travail

- Conférences
- Entretiens individuels de motivation
- Des programmes de suivi sur plusieurs mois
- On propose des pièces de théâtres
- ...

### ► On prospecte les grandes entreprises

- La médecine du Travail
- Les préventeurs
- Les DRH
- Les Journées santé
  - Difficultés: budgets, tarifs, date, peu de monde intéressé
  - **On va de déception en déception**
- On muscle le discours tout en restant bienveillant
- On affine le message de prévention
  - Etudes
  - Statistiques
  - Exemples étrangers



# Accompagnement au sevrage tabagique

## Le marketing « classique » en action

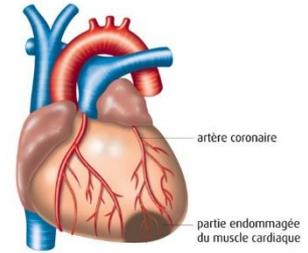
### ▶ On se met dans la peau du fumeur et on réfléchit :

#### ▶ Dans la peau du tabacologue ou du fumeur

- Pourtant les dépendances ça devrait-être mobilisateur
- Pourtant ça inquiète beaucoup de fumeurs
- C'est même financé par mon entreprise
- C'est une occasion à saisir avant qu'il ne soit trop tard

#### ▶ Il faut se rendre à l'évidence

- Oui c'est dangereux, ils ont tous compris, mais on n'arrive pas à mobiliser largement les fumeurs
- Prétextes pour ne pas venir écouter le tabacologue: pas le temps, réunion, je ne veux pas savoir, je ne veux pas arrêter
- Qu'est-ce qui cloche dans ma présentation du problème
- Les DRH et les SST sont pourtant plutôt d'accord avec moi...



## EUREKA!

Contexte & objectifs

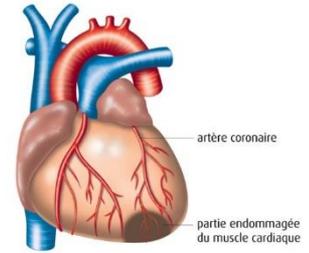
Accompagnement

Prestations

# Accompagnement au sevrage tabagique

## Le marketing « classique » en action

- ▶ **Il faut dépasser le problème**
  - ▶ **Surtout ne pas parler du tabac, ni du tabagisme**
  - ▶ **Du moins en première intention**
  - ▶ **Eviter de prendre le fumeur de front**
- ▶ **Alors si on ne lui parle pas de son tabagisme, de quoi va-t-on lui parler**



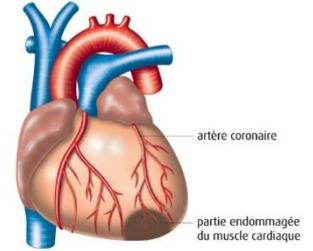
?

**EUREKA!**

# Accompagnement au sevrage tabagique

Le marketing « classique » en action

► Il faut contourner le problème:

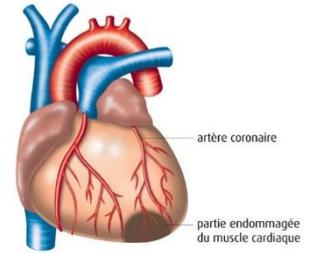


# On ne parle plus du tabac et de ses conséquences sur la santé, mais.....

# ?

## Le marketing « classique » en action

- ▶ Il faut contourner le problème:



**On évoque les maladies cardiovasculaires et leurs facteurs aggravants...**

**Parce que son cœur on y tient!**



Ne jouez pas avec votre cœur !

La prévention des maladies cardiovasculaires  
et leurs risques aggravants

jeudi 24 mai de 9h00 à 17h00

## Conférence, ateliers de mesure et bilans individuels

animés par **Daniel Thomas, professeur de cardiologie**, et **Joseph Osman**,  
président d'OFT Conseil, **en collaboration avec le Service de Santé au  
Travail de votre entreprise.**

**Ne jouez pas avec votre cœur !**

**9h00 à 11h30\*** et **14h00 à 17h00\*** : ateliers de mesures  
(tension artérielle, glycémie, cholestérol, intoxication au monoxyde de carbone, IMC,  
périmètre abdominal), entretiens individuels et bilans.

**12h15** : Accueil | Café

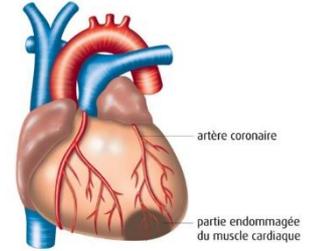
**12h30** : Conférence en salle de Présentation (bât. H4) **entrée libre**

*\*Sur inscription auprès du Service de Santé au Travail (tel 98 333).*

*Nous vous recommandons d'apporter vos ordonnances en cours si vous suivez un*

## Le marketing « classique » en action

- ▶ Il faut contourner le problème:

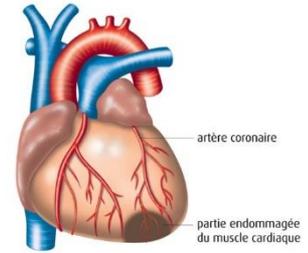


# Vous avez dit facteurs aggravants...

- Cholestérol
- Glycémie
- Hypertension
- IMC et PA
- Sédentarité
- Alimentation...

## Le marketing « classique » en action

- ▶ Il faut contourner le problème:



# Vous avez dit facteurs aggravants...

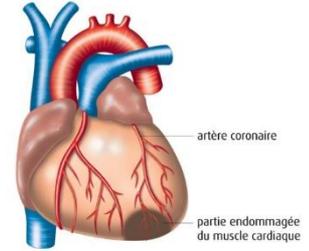
- Et le

## Tabagisme alors ?

- Si vous avez du cholestérol, une tension artérielle élevée, du diabète....vos risques à fumer sont démultipliés. Et cette perspective aide à réfléchir

# Accompagnement au sevrage tabagique

## Le marketing « classique » en action



- ▶ **Cette mission implique le SST de l'entreprise**
- ▶ **Elle implique les tabacologues qui travaille à OFT Conseil**
- ▶ **Elle exige le présence d'un cardiologue**
- ▶ **Elle s'adresse à tous, fumeurs et non-fumeurs**
- ▶ **Elle va durer un jour entier de 8h30 à 18h30**
- ▶ **Elle va sans doute déclencher la prise de conscience de certains fumeurs**
- ▶ **Il sera alors beaucoup plus légitime de proposer un suivi purement tabacologique surtout si on a décelé des cas sérieux**

# Accompagnement au sevrage tabagique

## Le marketing « classique » en action

- ▶ **Du coup, on vérifie effectivement sur place**
  - ▶ **La journée commence par une conférence du cardiologue sur les maladies cardiovasculaires et leurs facteurs aggravants**
  - ▶ **Les questions sont nombreuses et tous fumeurs et non-fumeurs s'inscrivent aux ateliers de mesures qui vont suivre.**
  - ▶ **L'intoxication tabagique**
  - ▶ **Le taux de cholestérol**
  - ▶ **Le taux de glycémie**
  - ▶ **L'indice de masse corporelle**
  - ▶ **Le périmètre abdominal**
  - ▶ **Elle va sans doute déclencher la prise de conscience de certains fumeurs**
  - ▶ **Il sera alors possible de proposer un suivi purement tabacologique... surtout si on a décelé des cas sérieux.**

