



jeunesse
fédéralisme
représentation
innovation sociale
formation
international

Action de prévention contre le tabagisme

RECHERCHE HOMME/FEMME

FAUX REBELLE

CONSOMMATRICE

FAUCHÉE

ESCLAVE MODERNE

COMPLICE

DES LOBBIES

**POUR ENFIN AVOIR
DES AMIS MORTELS !**



**Kit de mobilisation
2017 / 2018**



+ d'infos sur

www.fage.org



Sommaire

Introduction : Qu'est-ce que la FAGE ?	4
1. Les caractéristiques du tabac	5
1.1. L'industrie du tabac en France	
1.2. La composition du tabac	
1.3. Les différentes formes de consommation du tabac	
1.4. Les effets à long terme	
1.5. Les moyens d'arrêter	
1.6. Les bénéfices à l'arrêt	
2. Les dépendance liées au tabac	11
3. L'enjeu de la prévention auprès des jeunes	12
2.1. Des questions d'actualité	
2.2. Le tabac chez les jeunes : pourquoi fument-ils, que consomment ils ?	
2.3. Un rôle à jouer pour les associations étudiantes	
4. Passer à l'action	16
3.1. Quand se mobiliser ?	
3.2. Comment se mobiliser ?	
3.3. Les outils de la FAGE	
5. Réussir son action	21
4.1 Rédiger sa fiche projet	
4.2. Etablir un rétroplanning	
4.3. Savoir s'entourer : bénévoles, partenaires et experts – les acteurs incontournables	
4.4. Communiquer efficacement	
4.5. Gérer la logistique	
4.6. Animer un groupe	
4.7. Dresser un bilan : en termes de visibilité, de sensibilisation et de satisfaction	
6. Des fiches pratiques pour vous aider	28
5.1. La fiche projet à compléter	
5.2. Le lien vers les sites « experts »	
5.3. La procédure à suivre pour recevoir le jeu « L'Enfumage »	
5.4. La fiche bilan de l'action	
7. Documentation à lire pour en savoir plus	33
8. Notes utiles	34
9. En partenariat avec :	35

| LA FAGE

“ La FAGE est non seulement un acteur du monde étudiant, mais plus largement de la citoyenneté des jeunes. ”

Tribune de Najat Vallaud Belkacem, Lyon, SNEE 2015

La Fédération des associations générales étudiantes – FAGE – est la plus importante organisation de jeunes en France. Fondée en 1989, elle assoit son fonctionnement sur la démocratie participative et regroupe près de 2 000 associations et syndicats, soit environ 300 000 étudiants.

La FAGE a pour but de garantir l'égalité des chances de réussite dans le système éducatif. C'est pourquoi elle agit pour l'amélioration constante des conditions de vie et d'études des jeunes, en déployant des activités dans le champ de la représentation et de la défense des droits. En gérant des services et des œuvres répondant aux besoins sociaux, elle est également actrice de l'innovation sociale.

La FAGE est reconnue organisation étudiante représentative par le ministère en charge de l'Enseignement supérieur. Indépendante des partis, des syndicats de salariés et des mutuelles étudiantes, elle base ses actions sur une démarche militante, humaniste et pragmatique. Partie prenante de l'économie sociale et solidaire, elle est par ailleurs agréée jeunesse et éducation populaire par le ministère en charge de la Jeunesse.

À travers la FAGE, les jeunes trouvent un formidable outil citoyen pour débattre, entreprendre des projets et prendre des responsabilités dans la société.

Un réseau national

34 fédérations de ville
19 fédérations nationales de filière

2 000 associations étudiantes

300 000 étudiants adhérents à une association membre de la FAGE

La FAGE est une organisation nationale représentative, humaniste et militante, fondant son fonctionnement sur la démocratie participative. Elle est dirigée par des étudiants.

Attachée à l'objectif de construction d'une démocratie sociale, la FAGE réunit les jeunes dans le respect mutuel de leurs convictions personnelles, philosophiques, morales ou religieuses. Elle défend le pluralisme dans le respect des valeurs humanistes, républicaines et européennes.

Extraits des statuts de la FAGE

| La FAGE est membre de

ESU – European Students' Union

MedNet – Mediterranean Network of Student Representatives

CESE – Conseil Economique Social et Environnemental

CNOUS – Centre National des Œuvres Universitaires et Scolaires

CNESER – Conseil National de l'Enseignement Supérieur et de la Recherche

CSE – Conseil Supérieur de l'Éducation

FFJ – Forum Français de la Jeunesse

CNAJEP – Comité pour les relations Nationales et internationales des Associations de Jeunesse et d'Éducation Populaire

Comité 21 – Le réseau des acteurs de développement durable



1. Les caractéristiques du tabac

1.1. L'industrie du tabac en France, en quelques chiffres

- La France est le 5^{ème} producteur européen.
- 18 000 tonnes de production par an, à raison de 97 % de variétés blondes et 3 % de tabac brun, exportées dans 20 pays.
- 371 tonnes de tabac saisies par les services des douanes en 2012.
- 15,5 milliards de chiffre d'affaires en France (cf. tableau ci-dessous).
- Les taxes ont rapporté 13,8 milliards d'euros à l'État en 2011.

Année	Ventes de cigarettes		Ventes de scaferlatis Tabac traditionnel, à pipe et à rouler		Ventes de cigares et cigarillos	
	Volume, milliards d'unités	Valeur TTC, milliards d'euros	Volume, tonnes	Valeur TTC, millions d'euros	Volume, millions d'unités	Valeur TTC, millions d'euros
2011	54,1	15,4	8 380	1 527	1 505	505
2012	51,5	15,5	8 870	1 776	1 484	514

Évolution du marché des cigarettes, des scaferlatis, des cigares et cigarillos en volume et en valeur toutes taxes comprises, en France.

Source : La revue des tabacs (n°606 - mars 2013)

Source : OMS

Quelques premiers retours chiffrés concernant la e-cigarette :

- **466 le nombre de marques de cigarettes électroniques** qui existent en 2014
- **3 milliards de dollars de chiffre d'affaires** dans le monde, en 2013
- **Multiplication prévue par 17** du nombre de ventes d'ici à 2030

Source : OMS

► VENTES DE CIGARETTES ET PRIX ANNUEL MOYEN EN EUROS DU PAQUET DE CIGARETTES DE LA MARQUE LA PLUS VENDUE EN FRANCE



► COÛT ANNUEL COMPARÉ, EN EUROS



1.2. La composition du tabac

Dans le tabac, on peut trouver plusieurs substances comme :

De la nicotine : une partie de la nicotine présente dans le tabac est transférée dans la fumée.

Effets sur l'organisme

- Diminue l'appétit
- Augmente la pression artérielle
- Augmente la fréquence cardiaque
- Entraîne une forte augmentation d'adrénaline

Des composants hautement cancérigènes se libèrent lorsque le tabac est brûlé :

Les goudrons (benzène, hydrocarbures...) :

Effets sur l'organisme

- Se collent au niveau des muqueuses buccales et des muqueuses des bronches

Le monoxyde de carbone (CO) : substance contenue également dans la fumée de tabac (c'est le même produit que dans les gaz d'échappement des voitures).

Effets sur l'organisme

- Diminue l'apport d'oxygène par le sang, entraîne un essoufflement (par asphyxie ou hypoxie) et augmente le risque de maladies cardio-vasculaires

De nombreux autres **produits irritants et toxiques** :

Ammoniac :

Effets sur l'organisme

- Augmente les effets nocifs de la nicotine sur la santé
- Dépendance

Arsenic, cyanure d'hydrogène :

Effets sur l'organisme

- Toxicité pour le foie

Acétone :

Effets sur l'organisme

- Toxicité pour le système nerveux

Toluène, acide nitrique, acide chlorhydrique, acide cyanhydrique, phénols :

Effets sur l'organisme

- Irritent les fosses nasales, la bouche, le pharynx, le larynx et les bronches et plusieurs autres organes

Formaldéhyde, Polonium 210, Naphtalène, DDT, Cadmium, Nitrosomicotine :

Effets sur l'organisme

- Sont tous des produits qui provoquent le cancer, ils sont difficilement éliminés par l'organisme

Et des **arômes** ou des **additifs** :

Miel, épices, réglisse, sucres, glycérol, menthol, vanilline, etc. :

Effets sur l'organisme

- Donnent le goût
- Renforce la dépendance

La fumée que dégage le tabac contient environ 3 à 4 000 substances très actives et dangereuses pour la santé : c'est un fait acquis et vérifié scientifiquement.



Vous avez dit « tabac naturel » ?

Face à la méfiance croissante de l'opinion à l'égard des additifs de toute sorte, l'industrie du tabac tente de développer un business « vert » en mettant en avant des produits soi disant « naturels », « sans additif », avec des mentions « 0 % ». Toutefois, aucune preuve n'a à ce jour été apportée aux consommateurs sur ces composés. Attention donc aux différents effets d'annonce et aux allégations publicitaires !



Zoom : et dans la e-cigarette ?

La cigarette électronique

Cartouche contenant du **liquide**, souvent de la **nicotine** mélangée à du propylène glycol et à des arômes

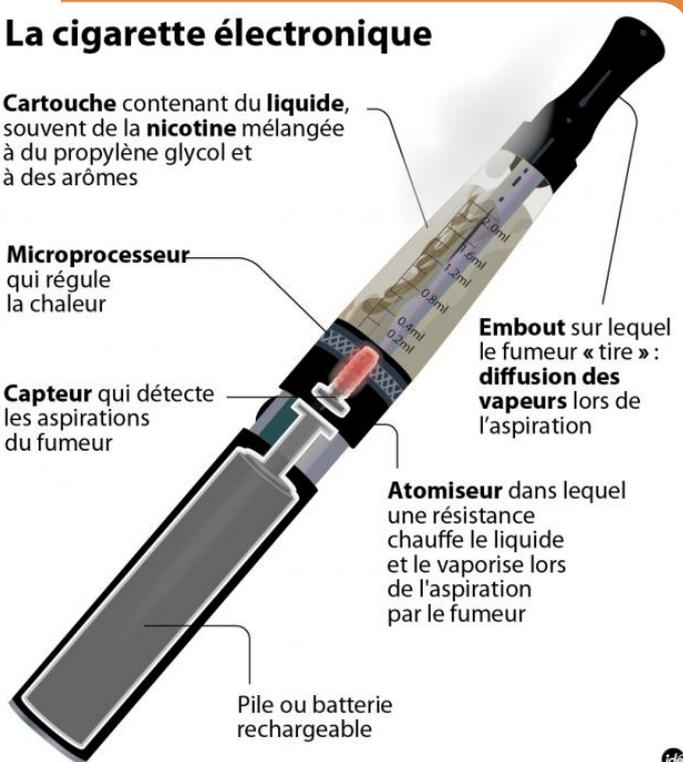
Microprocesseur qui régule la chaleur

Capteur qui détecte les aspirations du fumeur

Embout sur lequel le fumeur « tire » : **diffusion des vapeurs** lors de l'aspiration

Atomiseur dans lequel une résistance chauffe le liquide et le vaporise lors de l'aspiration par le fumeur

Pile ou batterie rechargeable



Selon l'enquête de 60 millions de consommateurs, la vapeur de certains e-liquides contient :

- **Des molécules cancérigènes** : le formaldéhyde (formol), l'acroléine (molécule très toxique par inhalation et par ingestion), l'acétaldéhyde (classé cancérigène possible pour l'homme)

- **Des traces de métaux lourds** comme par exemple du nickel, du chrome, du cadmium, du plomb, de l'aluminium, de l'antimoine...

Par ailleurs la nicotine contenue dans les flacons d'e-liquide peut provoquer des intoxications graves en cas d'exposition cutanée. Ingérée, elle peut même être mortelle, si la concentration est très élevée.

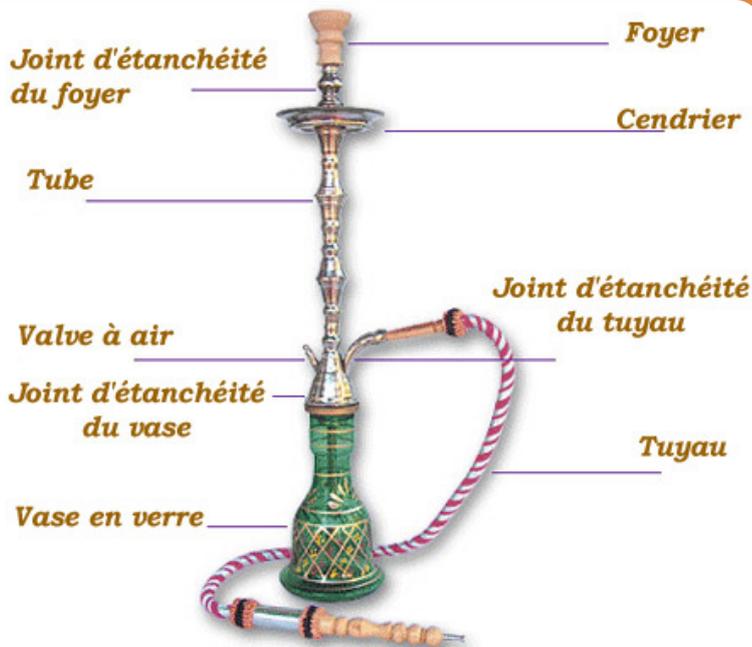
Concernant l'aérosol, personne n'est aujourd'hui en mesure ni d'assurer ni d'affirmer que celui-ci, lorsqu'il est dégagé, n'est pas toxique à terme.

Dans un document publié le 26 août 2014, l'OMS recommande d'interdire la vente de cigarettes électroniques aux mineurs, estimant que leur consommation pose de « graves menaces » pour les adolescents. En France, la vente est déjà interdite aux mineurs. Parallèlement, l'OMS souhaiterait préconiser l'interdiction pour les constructeurs :

- de faire de la publicité
- d'ajouter des saveurs attirant les jeunes (bonbons, fruits, alcool, ...)
- de mentionner comme argument commercial l'aide au sevrage tabagique (tant qu'ils n'auront pas « fourni des preuves scientifiques solides, et obtenu une homologation »)

L'OMS recommande également la restriction de l'utilisation dans les lieux confinés.

Zoom : et dans la chicha, d'où provient cette toxicité ?



Comme toutes les fumées de substances organiques qui brûlent, celles de la chicha libèrent, lors de la combustion, près de 4000 substances chimiques, dont nombre d'entre elles sont toxiques, irritantes et/ou cancérigènes. **La fumée de chicha contient des métaux qui proviennent du tabac, mais aussi du charbon, du revêtement du fourneau et de la colonne, du tuyau ou encore de la feuille d'aluminium.**

Le passage de la fumée dans l'eau permet de retenir une fraction de la nicotine, mais cela incite le fumeur à inhaler plus profondément pour obtenir un même effet, et l'expose donc à des quantités plus importantes de substances cancérigènes, de métaux lourds et de monoxyde de carbone.

Par ailleurs, il est impératif que **chacun des fumeurs dispose de son propre embout.**

Zoom : le tabagisme passif

Au-delà de la gêne occasionnée, le tabagisme passif aggrave chez l'adulte des pathologies existantes et en crée de nouvelles (cancer des sinus de la face, accidents vasculaires cérébraux, cancer du poumon, accidents cardiaques,...). **Si les risques demeurent certes moins importants que chez le fumeur actif, les conséquences pour la santé du non-fumeur sont réelles.** Par ailleurs, ces risques augmentent avec la durée et l'intensité de l'exposition. En France, on estime même que quelques milliers de non-fumeurs meurent prématurément chaque année de maladies provoquées par le tabagisme passif.

On l'oublie souvent ou on l'ignore mais **fumer chez soi expose également les animaux de compagnie au tabagisme passif**, pouvant par exemple entraîner un cancer gastrique chez le chat ou un cancer des sinus chez le chien.

1.3. Les différentes formes de consommation du tabac

Le tabac est consommé principalement fumé sous forme de :

- cigares ou cigarillos
- cigarettes
- pipes
- narguilés / chichas

Il peut aussi être mâché (chiqué), sucé (snus) ou prisé.



1.4. Les effets à long terme

Lorsque la fumée est inhalée, elle passe d'abord par la bouche. Ensuite, elle se rend vers les poumons où elle est absorbée. Une fois absorbée dans les poumons, les substances chimiques toxiques sont transférées à la circulation sanguine et distribuées au corps entier sous l'action du cœur.

L'exposition aux substances chimiques contenues dans la fumée du tabac peut causer plusieurs problèmes de santé dont :

- un cancer du poumon
- un cancer de la vessie, du pancréas et autres cancers
- un emphysème et autres maladies respiratoires
- des crises cardiaques, angines de poitrine, Accidents Vasculaires Cérébraux (AVC) et autres maladies cardiovasculaires
- un décès prématuré



1.5. Les moyens d'arrêter

Avec une aide adaptée permettant de modifier leurs comportements et habitudes ainsi qu'avec un traitement contre la dépendance physique, les fumeurs disposent, aujourd'hui, de moyens efficaces pour arrêter de fumer.

- **Les traitements reconnus par les autorités de santé**

L'accompagnement par un tabacologue : ce professionnel exerce une activité clinique d'aide aux fumeurs engagés dans une démarche d'arrêt du tabac centrée sur l'écoute, l'évaluation, la résolution des dépendances au tabac et la prévention des reprises.

Pour connaître les lieux de consultations : www.ofta-asso.fr



Les substituts nicotiniques : ceux-ci compensent tout ou partie de la nicotine que l'organisme reçoit quand la personne fume. Il en existe de différentes sortes : timbres transdermiques (patches), gommes à mâcher, comprimés à sucer, pastilles à laisser fondre, inhalateur, spray buccal. Cela dépend du niveau de dépendance, des habitudes de consommation et des préférences.

Il est donc important de demander conseil à un tabacologue. Par ailleurs, la caisse d'assurance maladie prend en charge l'achat des substituts nicotiniques (sur présentation d'une prescription médicale) à hauteur de 50 € par an et par personne. La plupart des mutuelles abondent à hauteur de 50 €. Renseignez-vous !

Il existe d'autres aides médicamenteuses comme la varénicline (Champix®) et le bupropion (Zyban®). Ce sont des molécules qui à ce jour viennent au secours des fumeurs avec des principes actifs différents. Ces traitements sont délivrés uniquement sur prescription médicale et nécessitent un soutien et un suivi médical. Certaines contre-indications sont à respecter.

Les TCC ou Thérapies Comportementales et Cognitives : elles peuvent aider à modifier un comportement ou un système de pensée et sont fréquemment associées dans l'accompagnement à l'arrêt.

Cette approche est complémentaire à la prise en charge du syndrome de sevrage (**substituts nicotiniques ou autres aides médicamenteuses**). Les taux de réussite constatés sont supérieurs quand les deux approches sont combinées. Le tabacologue est le plus souvent formé aux thérapies comportementales et cognitives.

Pour en savoir plus, consulter le site de l'association française de thérapie comportementale et cognitive, www.aftcc.org

- **Les traitements ou méthodes non reconnus**

Il s'agit par exemple de l'acupuncture, la mésothérapie, l'auriculothérapie, l'aromathérapie, la cigarette sans tabac, l'hypnose, le laser, la cigarette électronique ...

L'efficacité de ces différents dispositifs n'a pas été validée par l'ANSM (Agence Nationale de Sécurité du Médicament et produits de santé) qui ne recommande pas leur utilisation.

- **Les « arnaques » à fuir**

Ce sont tous les autres dispositifs dont on peut entendre parler !



1.6. Les bénéfiques à l'arrêt

20 MINUTES après la dernière cigarette	Votre pression sanguine et vos pulsations cardiaques commencent à redevenir normales.
6 À 8 HEURES	La quantité de monoxyde de carbone dans votre sang a diminué de moitié. Vos organes sont de mieux en mieux oxygénés.
24 HEURES	Le risque d'infarctus du myocarde diminue déjà. Vos poumons commencent à éliminer le mucus et les résidus de fumée. C'est ce qui explique votre toux. Ne vous inquiétez pas : elle est passagère. Votre corps élimine la nicotine.
48 HEURES	Votre goût et votre odorat s'améliorent. Vos terminaisons nerveuses gustatives commencent à repousser.
72 HEURES	Respirer devient plus facile. Vos bronches commencent à se relâcher et vous avez davantage d'énergie.
2 SEMAINES À 3 MOIS	Toux et fatigue diminuent. Vous récupérez du souffle et vous marchez plus facilement.
1 À 9 MOIS	Vos cils bronchiques, qui assurent le nettoyage de la muqueuse respiratoire, repoussent. Vous êtes moins essoufflé.
1 AN	Le risque d'infarctus du myocarde diminue de moitié. Votre risque d'accident vasculaire cérébral rejoint celui d'un non-fumeur.
5 ANS	Le surrisque de cancer du poumon diminue presque de moitié.
10 À 15 ANS	Votre espérance de vie redevient voisine de celle des personnes n'ayant jamais fumé.



2. Les dépendances liées au tabac

Fumer est la source de satisfactions, de bien-être, voire de plaisirs, pour les fumeurs, mais aussi la promesse malheureuse d'une dépendance physique progressive mais rapide et plus ou moins violente selon les personnes. Le fumeur est souvent le jouet de trois types de dépendance :

La dépendance physique

Elle est due à la nicotine contenue dans la fumée du tabac qui parvient au cerveau en 7 secondes et mime alors l'action de l'acétylcholine dont elle prend la place. Elle libère alors dans le cerveau de la dopamine, substance responsable du plaisir ressenti. Mais la nicotine quittant l'organisme pour moitié toutes les 2 heures, un manque envahit alors le fumeur, qui le pousse automatiquement à allumer une cigarette pour se recharger, et retrouver la situation de bien être perdue. S'il ne peut pas consommer, une sensation prégnante, parfois violente de manque va s'installer qui se traduira notamment par des pulsions fortes à fumer, du stress, une irritabilité, une nervosité, de l'agitation, de l'anxiété, des perturbations du sommeil, de la mauvaise humeur, des troubles de la concentration, une augmentation de l'appétit ou des troubles gastriques.

Ces manifestations sont les premières causes de difficultés et / ou d'échec pour arrêter de fumer. Il faut les surmonter pour espérer vaincre les autres formes de dépendance.

Le besoin « rituel de fumer » ou dépendance gestuelle et psycho-comportementale

L'envie de fumer, différente du besoin au départ, est toujours associé à des circonstances, des personnes et / ou des lieux qui suscitent l'envie automatique de fumer. Par exemple, ce rituel peut être lié à des moments précis de la journée : au moment de sortir de chez soi, de prendre le volant, sur le quai de la gare, pendant ou après le café ou le repas, à l'occasion des pauses...

A force de répétition, cette dépendance s'inscrit dans le cerveau, et génère l'envie de fumer qui se transforme alors en besoin.

L'attachement ou l'agrippement compulsif à la cigarette ou à la e-cigarette

Cette dépendance est souvent mal comprise et négligée par les thérapeutes mal formés à la tabacologie. Pour le fumeur, la cigarette est souvent une béquille ou une prothèse sur laquelle il lui faut s'appuyer pour des raisons qu'il peut ne pas dominer, ne pas comprendre, et qu'il aura même du mal à admettre une fois qu'elles lui seront révélées, au terme d'un travail sur lui-même. Il s'agit d'une dépendance affective violente, d'un attachement à cet objet transitionnel qu'est la cigarette classique ou électronique, qui peut être comparé au doudou apaisant du bébé. Cet objet permet au fumeur de se rassurer, d'éprouver bien-être et plaisir, de gérer stress et anxiété, de surmonter ses émotions, de se stimuler, de se concentrer, etc.

3. L'enjeu de la prévention auprès des jeunes

Les cigarettes sont, de loin, le produit en vente libre qui fait le plus de victimes, plus que les fusils dont l'utilisation première n'est pas de tuer les gens. Alors que les cigarettes sont mortelles quand on les utilise exactement comme elles doivent l'être, pour être allumées et pour que la fumée du tabac soit inhalée.

Adaptation de « Le Maître du jeu » de John GRISHAM

3.1. Des questions d'actualité

Le décret du 15 novembre 2006 interdit depuis le 1^{er} janvier 2008 de fumer dans tous les lieux fermés et couverts accueillant du public. Des emplacements réservés aux fumeurs peuvent toutefois y être installés, sauf dans les lieux accueillant des mineurs et dans les établissements de santé.

Ce décret a donc entraîné des changements de comportement et de consommation chez les fumeurs, les obligeant à fumer en terrasse ou sur le trottoir.

Un autre phénomène est apparu en France depuis cette interdiction de fumer dans les lieux publics couverts. Les grands fabricants de cigarettes qui investissaient depuis des années dans des procédés de cigarettes produisant très peu de fumée, ont vu leur produit fortement plébiscité depuis cette interdiction. **L'enjeu de l'e-cigarette doit permettre de répondre à un double constat :**

- **Les profits de l'industrie du tabac sont menacés par la progression des preuves concernant la nocivité de la fumée.**
- **Les contraintes des lieux non-fumeurs, qui sont progressivement mises en place dans différents pays, constituent une crainte pour la vente de tabac.**

Même si en 2013 l'e-cigarette est un phénomène marginal à côté de celui des produits du tabac, son usage se répand en France comme dans d'autres pays. Selon le magazine 60 millions de consommateurs, « ce petit objet électronique, véritable phénomène de société, a bâti son succès sur le dogme suivant : ça ressemble à une cigarette, ça se fume comme une cigarette mais ce n'est pas nocif comme une cigarette. Sur les sites internet, un argument revient en boucle : comme la cigarette électronique n'incorpore pas, elle ne contient aucune des 4 000 substances toxiques ou cancérigènes libérées par la cigarette conventionnelle et ne représenterait donc pas de risques pour la santé ».

3.2. Le tabac chez les jeunes

3.2.1. Quelques chiffres

L'âge de la première cigarette en France se situe aux alentours de 11 ans et 8 mois. **En 2010, selon l'Inpes, un jeune fumeur devient un consommateur régulier environ un an et demi après ses premières cigarettes (en moyenne).**

En affinant davantage cette donnée chez les 15 – 25 ans, le pourcentage de fumeurs réguliers dépendants est passé :

- de 29 % de dépendants en 2000 (dont 6 % fortement et 23 % moyennement)
- à 43 % en 2005 (dont 12 % fortement et 31 % moyennement)
- puis 47 % en 2010 (dont 14 % fortement et 33 % moyennement)

Cette hausse se retrouve aussi bien chez les 15 – 19 ans que chez les 20 – 25 ans. Les hommes sont plus nombreux à être dépendants que les femmes : 50 % contre 43 %.



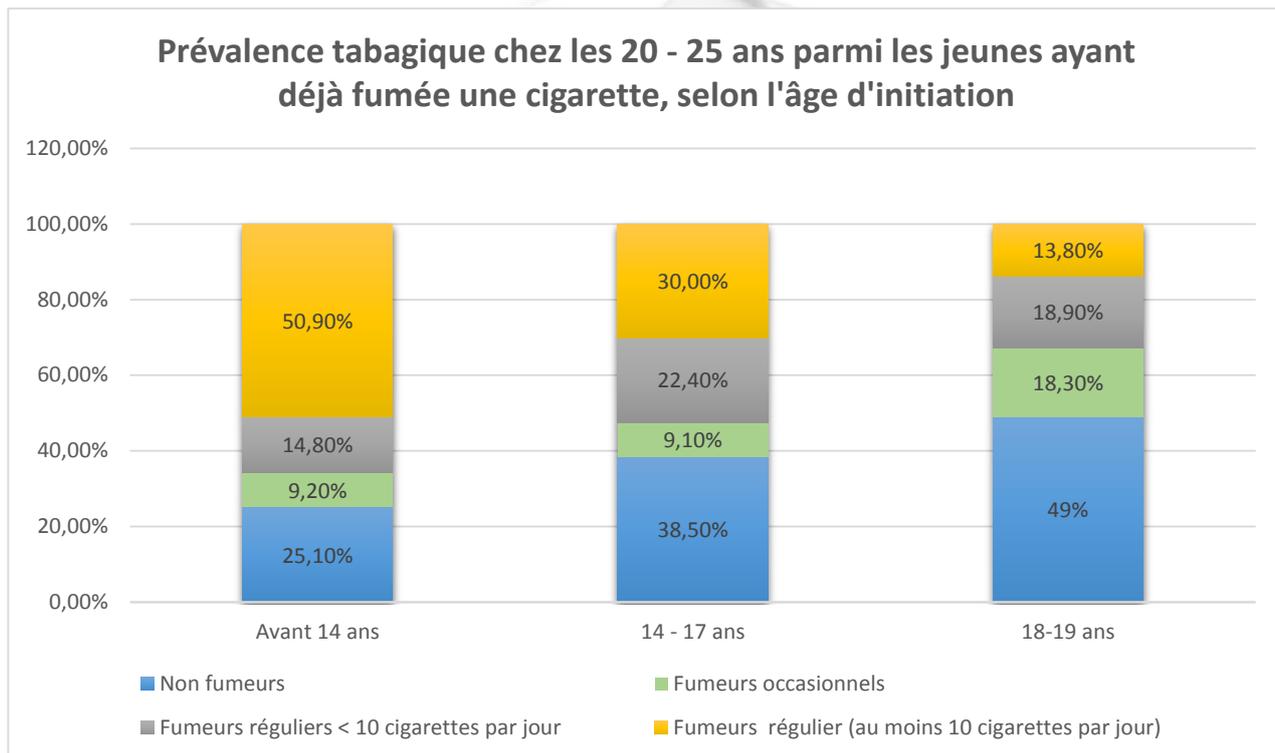
La prévalence et l'intensité tabagique sont fortement corrélées à l'âge d'initiation au tabac :

- Seulement 25 % des jeunes de 20-25 ans ayant fumé leur première cigarette avant 14 ans sont actuellement non-fumeurs (contre 39 % de ceux ayant fumé leur première cigarette entre 14 et 17 ans et 49 % de ceux ayant fumé leur première cigarette à 18 ou 19 ans).
- 51 % des jeunes de 20-25 ans ayant fumé leur première cigarette avant 14 ans fument au moins 10 cigarettes par jour (contre 30 % de ceux ayant fumé leur première cigarette entre 14 et 17 ans et 14 % de ceux ayant fumé leur première cigarette à 18 ou 19 ans)

La part de fumeurs réguliers chez ces fumeurs augmente avec l'âge :

15 – 17 ans	18 – 19 ans	20 – 25 ans
73 %	75 %	84 %

Évolution du pourcentage de fumeurs réguliers chez les fumeurs selon l'âge chez les 15-25 ans (2010)



	15-17 ans	18-19 ans	20-25 ans
Hommes	10,5	12,8	13,1
Femmes	8,3	10,5	11,4

Évolution du nombre moyen de cigarettes quotidiennes chez les fumeurs réguliers 15-25 ans, selon l'âge et le sexe (2010)

Ce tabagisme régulier se traduit notamment par une augmentation du nombre moyen de cigarettes fumées, chez les filles comme chez les garçons, même si les filles fument toujours moins que les garçons.

A l'importance de cette consommation, qui fait du tabac la première drogue consommée par les jeunes, s'ajoute le fait que les jeunes sont massivement exposés, y compris dès la petite enfance, au tabagisme passif.

Zoom : les fabricants de tabac ciblent directement les jeunes

L'augmentation de la consommation de tabac, en particulier des jeunes, ne peut s'étudier sans prendre en compte les lobbys déployés par l'industrie du tabac, qui cherche par tous les moyens à vendre ses produits. L'Organisation Mondiale de la Santé mentionne ainsi « **La consommation de tabac ne ressemble pas à d'autres menaces sur la santé mondiale. Les maladies infectieuses n'emploient pas des sociétés multinationales de relations publiques. Il n'existe pas de groupes de façade pour promouvoir la propagation du choléra. Les moustiques n'ont pas de lobbyistes à leur service. Le tabac est une maladie contagieuse. La contamination passe par la publicité et le parrainage** ».

3.2.2. Les modes de consommation

En France, la cigarette est le mode le plus répandu de consommation du tabac. Néanmoins, il peut être consommé sous d'autres formes, dont certaines sont davantage plébiscitées par les jeunes consommateurs :

- *Le tabac à rouler*

Moins cher que la cigarette car moins taxé ! Cet attrait économique explique le fort engouement pour ce produit. Que le tabac soit roulé avec filtre, sans filtre ou avec du carton, il conquiert d'année en année de plus en plus d'adeptes. Une enquête conduite auprès de 31 147 étudiants par l'association Actif (Action contre le tabac en Ile-de-France) montre que 13 % des étudiants fumeurs ne consomment que des cigarettes roulées, 42 % ne fument que des cigarettes industrielles et 45 % consomment ces deux types de cigarettes. **Sauf que le tabac à rouler produit trois à six fois plus de substances toxiques que les cigarettes industrielles.** Ces cigarettes s'éteignant souvent, la combustion n'est donc pas complète, ce qui accroît leur nocivité.



- *Le narguilé (narghilé) ou la chicha (shisha)*

Son usage est en augmentation en France, en particulier avec l'apparition de « salons de thé » depuis 5 ans environ. **Le lien social, créé par son mode d'utilisation, séduit surtout les jeunes consommateurs.** Le principe du narguilé peut aussi être détourné en occident pour la consommation du haschich : c'est ce que l'on nomme « le bang ». Son usage permet d'augmenter l'effet du haschich par des inspirations profondes.

- *Bidies (ou Beedies)*

Il s'agit d'une feuille d'eucalyptus roulée dont le contenu peut varier en fonction du type de bidies : tabac pur, tabac aromatisé, tabac et herbes aromatiques, herbes aromatiques sans tabac.

Cette forme de tabac est plébiscité pour son côté « exotique » et pseudo naturel, ainsi que pour son faible coût.

Le taux de nicotine est cependant plus élevé que dans une cigarette normale ce que les rend tout aussi dangereuses que les cigarettes occidentales.

- *La cigarette électronique (ou e-cigarette)*

La part des lycéens et des collégiens ayant essayé la cigarette électronique a fortement augmenté, passant de 10 % en 2011 à 39 % en 2014. Or, les adolescents sont les consommateurs de demain. Cette forte augmentation laisse envisager que ce mode de consommation concernera de plus en plus l'ensemble des catégories de la population dans les années à venir. Cette déduction est toutefois à nuancer car les experts semblent aujourd'hui relativiser l'explosion de la vente de cigarettes électronique.

L'e-cigarette, avec son allure de gros stylo et sa vapeur aromatisée, « ringardise le tabac ». Mais attention, de plus en plus de consommateurs fument simultanément la cigarette « classique » et la cigarette électronique, ce qui réduit l'intérêt de l'e-cigarette en terme de santé publique.



Zoom : « la chicha, nouvelle tendance de consommation du tabac ... »

La chicha, ou le narguilé, est devenue populaire en Europe depuis le début des années 1980. Sa consommation a connu un réel essor depuis le début des années 2000 : ouverture de bars à chicha, achat de pipes à eau par les jeunes pour fumer à domicile...

Une enquête conduite à Paris en 2007 par l'association « Paris Sans Tabac » montre que 50 % des jeunes de 16 ans ont déjà essayé la chicha. Ils sont 70 % à 18 ans. Autre constat, **une étude réalisée dans le cadre de la campagne européenne « Help, pour une vie sans tabac » met en avant que la moyenne d'âge des consommateurs de chicha est plus jeune que celle de tout autre produit du tabac ou du cannabis.** Par ailleurs, **90 % des jeunes qui fument la chicha n'ont aucune intention d'arrêter, alors que la grande majorité des fumeurs souhaiterait stopper la cigarette.**

Cette nouvelle manière de consommer le tabac est synonyme de convivialité et d'invitation au voyage. C'est devenu une réelle tendance de consommation, douce et parfumée... **MAIS PAS SANS DANGER.**

... mais dangereux pour la santé »

La très grande majorité des jeunes de 17 ans et plus pensent qu'ils ne courent aucun risque pour leur santé en comparaison avec la consommation de cigarettes. Et bien, c'est FAUX ! La toxicité de la chicha a été démontrée scientifiquement ! Selon Bertrand DAUTZENBERG et Jean-Yves NAU, auteurs du livre « Tout ce que vous ne savez pas sur la chicha », une seule bouffée de chicha contient autant de particules de fumée qu'une cigarette entière. Le volume d'une bouffée de chicha est plus de 20 fois supérieur à celui pris d'une bouffée de cigarette. **40 bouffées d'une seule chicha intoxiquent autant au monoxyde de carbone - gaz hautement toxique - que 2 paquets de cigarettes.** En fumant la chicha dans une pièce close, le taux de pollution de la pièce par les particules et le monoxyde de carbone peut dépasser de plus de 10 fois les niveaux d'alerte à la pollution des villes.

3.3. Un rôle à jouer pour les associations étudiantes

Chez les jeunes, la consommation de tabac est devenue de plus en plus préoccupante. Parmi, les 15-19 ans, on peut voir que 26,6 % des hommes et 20,7 % des femmes fument. Pour les 20-25 ans, 42,8 % pour les hommes et 39 % des femmes sont dans cette même situation (source : l'Alliance contre le tabac).

La lutte contre le tabac est donc un réel enjeu de santé publique : il convient pour les associations étudiantes qui animent les campus, d'informer leurs pairs sur le tabac, ses différentes formes de consommation et ses dangers. La sensibilisation doit mettre en avant les bénéfices de l'arrêt et les différentes méthodes qui peuvent permettre d'y arriver, dans une démarche globale de promotion de la santé, tout en tenant compte du contexte environnemental et de l'individu concerné.

En tant que militants associatifs étudiants, vous êtes considérés comme des personnes ressources auprès de votre public car vous êtes identifiés et reconnus dans votre environnement universitaire. Vous êtes des experts du milieu étudiant.

Ainsi, **la sensibilisation par les pairs permet aux autres jeunes d'échanger avec vous en toute liberté, sans avoir l'impression d'être jugés, puisque vous êtes confrontés aux mêmes problématiques et expériences.**

Le rôle des associations étudiantes est donc double :

- **Sensibiliser les étudiants aux différents comportements à risque**

ET

- **Informer et orienter les jeunes vers des professionnels de santé pour répondre à leurs questions et les accompagner dans leurs démarches.**

Mais attention, bien que vous vous soyez renseigné sur le tabac et l'aide à l'arrêt et que vous ayez suivi une formation du réseau, vous n'en êtes pas pour autant un expert de cette thématique ! Il est donc important que **vous puissiez être accompagné au cours de votre action par un professionnel, qui pourra par exemple répondre à des questions « spécifiques », rétablir des vérités ou nuancer les propos d'un étudiant.**

4. Passer à l'action

4.1. Quand se mobiliser ?

L'action peut être mise en place sur les campus tout au long de l'année universitaire, mais plusieurs temps forts sont à retenir :

- **Journée mondiale contre le cancer, le 04 février**

Le cancer constitue encore aujourd'hui la première cause de mortalité dans le monde, bien avant les guerres et autres catastrophes naturelles. Il fait beaucoup moins parler de lui, mais il tue. Pourtant, il se soigne et l'intérêt de cette journée est aussi de faire prendre conscience de l'utilité d'un dépistage précoce permettant d'arriver à une guérison. L'OMS estime que le cancer aura fait 84 millions de morts entre 2005 et 2015 si aucune mesure n'est prise. Selon la même institution, le tabagisme entraînait en 2012 dans le monde plus de 22% de la mortalité par cancer et près de 71% des décès par cancer du poumon.

- **Journée de la femme, le 08 mars**

Les jeunes femmes fument de plus en plus et de plus en plus tôt. A 14 ans, elles sont 30 % à fumer et autour de 40 % entre 18 et 24 ans. Le tabagisme au féminin est devenu une réelle préoccupation des experts. Ainsi la journée de la femme est une occasion de rappeler qu'en moins d'un demi-siècle, les femmes ont comblé leur retard en matière de consommation du tabac sur celle des hommes.

- **Journée mondiale contre le tabac, le 31 mai**

L'Organisation Mondiale de la Santé (OMS) estime que d'ici 2020, le tabac sera la principale cause de décès et d'incapacité, avec plus de 10 millions de victimes par an. Le tabagisme entraînera alors plus de décès à travers le monde que le Sida, la tuberculose, la mortalité maternelle, les accidents de voiture, les suicides et les homicides combinés... La Journée mondiale sans tabac vise à mettre l'accent sur le rôle décisif joué par les professionnels de la santé dans la lutte antitabac.

Mais aussi...

Il y a plein d'autres dates pour se mobiliser : lors des soirées, après les périodes d'examens, avant les vacances, etc. En fonction du calendrier universitaire, vous pouvez aussi choisir des dates de mobilisation comme les veilles de vacances.

4.2. Comment se mobiliser ?

Vos actions doivent être ludiques et attirantes si vous voulez rencontrer du succès. Adaptées à votre public cible, elles doivent vous permettre de faire participer les personnes qui se rendent sur vos stands ou vos actions.

Le meilleur moyen de sensibiliser quelqu'un et de lui faire passer un message, est de l'impliquer en le faisant participer et réfléchir lui-même à cette thématique.

N'hésitez pas à faire parler votre imagination, à vous demander qu'est-ce qui vous attirerait le plus, et à tester vos actions ! Il suffit parfois d'une simple boîte en carton ou de quelques coups de ciseaux pour faire une bonne action de sensibilisation !

Consultation flash (OFT)

Principe :

Echanger avec un tabacologue pour évaluer la dépendance tabagique, évoquer les possibilités de l'arrêt, sur le plan motivationnel et/ou thérapeutique.

Objectif :

Donner des informations validées, faire gagner en confiance et permettre d'envisager un arrêt de la consommation.

Modalité d'action :

Au détour d'une action de sensibilisation, proposer aux participants de s'entretenir avec un tabacologue pendant 15 minutes. Le tabacologue proposera deux tests pour évaluer la dépendance à la cigarette : mini-test de Fagerström et test au monoxyde de carbone (CO Test). En fonction de la dépendance et de l'entretien des conseils peuvent être proposés.

Indicateur de réussite :

Nombre de consultation, nombre de tests réalisés ...



Animation du jeu « Tire ta clope » (CRIPS Ile-de-France)

Principe : Ce jeu favorise la discussion autour de la consommation de tabac. Il permet d'aborder les contextes de consommation, les niveaux d'usage et réduction des risques, les motivations à consommer, les effets recherchés / effets obtenus. Le participant doit reconstituer son paquet avec les cigarettes qu'il fume en une journée. Il doit ensuite trier ses cigarettes entre celles qu'il fume par plaisir ou par besoin.

Objectif : Au cours de l'animation le participant évalue sa consommation quotidienne de tabac ; établit le lien entre consommation de tabac et contexte de consommation ; comprend les phénomènes biologiques et psychologiques de la consommation de tabac ; fait la différence entre cigarette plaisir et cigarette besoin.

Modalité d'action : Le jeu est déconseillé en groupe. Il est nécessaire d'avoir une table à disposition.

Indicateur de réussite : Nombre de participants, les cigarettes qui reviennent le plus, le nombre moyen de cigarettes consommées par jour, ...

Pour fabriquer le support : http://www.lecrisp-idf.net/ressources/documents/1/808,Tire_ta_clope.pdf



Organisation d'une conférence

Principe :

Il s'agit d'organiser un échange et une réflexion commune sur le thème du tabac en informant selon différents thèmes et sous-thèmes émergents. Par exemple en axant la conférence sur la dépendance, l'arrêt du tabac, les différentes formes de consommation du tabac, les nouveaux modes de consommation, l'e-cigarette ...

Objectif :

Le tabac est une vaste thématique. **Il faut donc impérativement cadrer la conférence en définissant un axe de discours et de discussion plus précis afin que les échanges ne partent pas dans tous les sens.**

Il s'agit de sensibiliser, d'informer et de communiquer sur une thématique en lien avec l'actualité ou les préoccupations / attentes des étudiants afin de répondre à leurs besoins.

Modalité d'action :

Pour une conférence, il est nécessaire de faire appel à un ou plusieurs intervenants extérieurs qui pourront apporter des informations scientifiques, des témoignages, des conseils et corriger certaines idées reçues.

Les organisateurs pourront s'appliquer à s'occuper de l'aspect logistique de l'animation : inscriptions, salles, affichage, animation, etc.

Indicateur de réussite :

Nombre de participants, nombre de thèmes abordés, temps de l'animation, aspect qualitatif de la participation (retour par des fiches d'évaluation), nombre d'affiches (flyers, ...).

Des économies pour un projet

Principe :

Calculer les économies que vous pourriez réaliser en arrêtant de fumer ... et réfléchir à un ou plusieurs projets que vous pourriez concrétiser.

Objectif :

Prendre conscience des sommes dépensées par an en tabac. Faire correspondre ces dépenses avec des projets de plus en moins grande envergure (un smartphone, une tablette / ordinateur, un week-end en Europe, le permis de conduire, un voyage à l'international, ...).

Modalité d'action :

Mettre à disposition des étudiants des réglottes sur le coût du tabac ou mettre à disposition des ordinateurs et un lien vers une calculatrice en ligne (<http://www.tabac-info-service.fr/Mes-outils/La-calculatrice>).

Mener l'action avec un professionnel qui pourra ensuite échanger avec l'étudiant sur sa consommation de tabac.

Indicateur de réussite :

Nombre de participants à l'action, nombre de réglottes distribuées, montant moyen dépensé, nombre d'affiches (flyers, ...), etc.

The screenshot shows the website **tabac-info-service.fr** with the tagline "Quand on sait, c'est plus facile d'arrêter". The main navigation bar includes "LE TABAC ET MOI", "J'ARRÊTE DE FUMER", "JE TIENS BON", "J'AIDE UN PROCHE", and "VOS QUESTIONS / NOS RÉPONSES". A search bar and "ESPACE PERSONNEL" link are also visible.

The page title is "LA CALCULETTE" with the subtitle "Arrêter de fumer permet de réaliser des économies. Calculez combien vous coûte aujourd'hui votre consommation de tabac." A "Retour à mon espace perso" link is present.

The calculator section is divided into "Je calcule" and "Je dépense". Under "Je calcule", there are input fields for "Je fume" (0 cigarettes/jour), "Mon paquet contient" (0 cigarettes), and "Et coûte" (Euros). A "Valider" button is at the bottom.

On the right, there is a promotional banner for a specialist: "Envie d'échanger de vive voix avec un spécialiste ?" with a price of "39 89 (0,15€/min)*" and a schedule "Du lundi au samedi 08h-20h *depuis un poste fixe". Below this is a "Le coaching" section with a description of the service and a "Découvrir le coaching" link.

Une parodie de « jeu télévisé »

Principe :

Faire une parodie des jeux télévisés sur le thème du tabac, avec des questions sur les effets du tabac sur la santé, les différentes formes de consommation, les moyens pour arrêter, les composants du tabac, les consommations plébiscitées par les jeunes ...

Objectif :

Tester les connaissances des joueurs en s'amusant et transmettre une information avérée en donnant les bonnes réponses.

Modalité d'action :

Identifier une personne en guise d'animateur qui saura gérer le jeu et les participants. L'idéal est que vous disposiez d'un public pour plus d'animation. Les questions et les réponses doivent être préparées. Prévoyez éventuellement un petit lot pour le vainqueur.

Indicateur de réussite :

Nombre de participants, nombre de spectateurs, nombre d'affiches et de flyers ...

Création d'une fresque à la peinture par le public

Principe :

A l'aide de bombes ou de peintures, chaque personne s'approprie une part de la fresque et y peint, dessine, écrit, ce qu'elle y souhaite en lien avec les conséquences du tabac sur la santé, le côté esthétique, la dépendance, l'enrichissement des lobby du tabac,...).

Objectif :

Créer collectivement, avec chacun sa part d'individualité, une fresque symbolisant les effets et l'impact du tabac sur les individus et la société !

Modalité d'action :

Les outils nécessaires à cette action sont un mur (se renseigner quant aux autorisations) ou une longue toile que vous pourrez étendre sur plusieurs mètres de longueur ainsi que de quoi écrire, peindre ou dessiner (peinture, bombes, pinceaux, feutres stylos, etc.).

Indicateurs de réussite :

Le matériel utilisé, la longueur de la fresque, le nombre de participants, nombre d'affiches et de flyers ...

Projection débat

Principe :

La diffusion de films sur le thème du tabac est un moyen attractif de sensibiliser les étudiants aux risques et à l'impact du tabac sur les individus et notre société. Le film peut amener des interrogations et faire émerger des réactions intéressantes et à débattre en groupe.

Objectif :

Diffuser, par exemple, le film « Révélations » ou « Thank you for smoking », puis animer un débat sur le thème « La nicotine, la dépendance ... Que nous disent pas les fabricants de tabac ? » ou autour du « Consommation de tabac et rôle de l'industrie du tabac ? ».

Modalité d'action :

La diffusion de films nécessite un local, un équipement spécifique et une déclaration auprès du CNC (Centre national du cinéma et de l'image animée). Vous devez communiquer en amont sur cette diffusion et prendre les inscriptions des personnes intéressées. Cette animation doit se limiter à une trentaine de spectateurs si vous souhaitez faire suivre cette diffusion d'un débat. **Il est conseillé de faire intervenir une personne extérieure (de la médecine préventive ou d'une association contre le tabagisme) pour animer le débat.**

Indicateur de réussite :

Nombre de participants, temps de diffusion du film, temps de débat, nombre d'affiches informant de cette diffusion dans l'établissement, aspect qualitatif des interventions du groupe.

4.3. Les outils de la FAGE

Le jeu « L'Enfumage »

Des agences de communication sont mises en concurrence afin d'élaborer un slogan de prévention et de lutte contre le tabagisme à destination des 16-25 ans. Elles devront tenir compte des exigences et intérêts de leur commanditaire. **Cet outil ludique vise ainsi à favoriser l'émergence de représentations croisées et le transfert de connaissances, tout en favorisant l'échange entre les participants.**

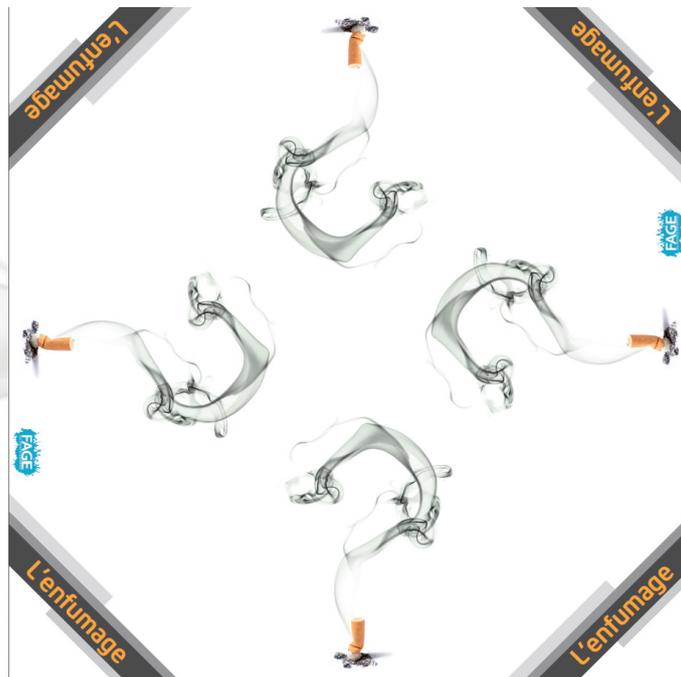
Zoom : comment mettre en œuvre le jeu « L'Enfumage »

Ce jeu s'anime avec 24 participants maximum, sur une durée d'1H30. Il ne s'agit donc pas d'un jeu de passage. Des inscriptions doivent par conséquent être réalisées quelques jours en amont (feuille papier, tableau Velléda, formulaire en ligne ...).

Ce jeu se déroule dans un espace délimité comme les lieux de vie des AGORAé, des cafétérias, les maisons de l'étudiant, ...

L'ensemble des étapes doivent être respecté afin de permettre la bonne assimilation des objectifs pédagogique par les participants.

POUR SE PROCURER LE JEU : REPORTEZ-VOUS À LA PAGE 31 DE CE KIT.



représentation
sédentarité
innovation sociale
formation
international
jeunesse



Des affiches de sensibilisation

- 10 affiches par action

De la documentation

- « Fumer au féminin » (OFT)
- « Chicha, cannabis et tabac à rouler » (OFT)
- « Petit traité des paradoxes, fantasmes et préjugés sur le tabac » (OFT)
- « La chicha agréable à fumer... dangereux pour la santé » (OFT)
- « J'hésite à arrêter de fumer. Vais-je y arriver ? Et si je me faisais aider ? » (Inpes)

5. Réussir son action

5.1. Rédiger sa fiche projet

Le jeu L'Enfumage doit faire partie d'une animation plus large sur la prévention des risques liés à la consommation de tabac.

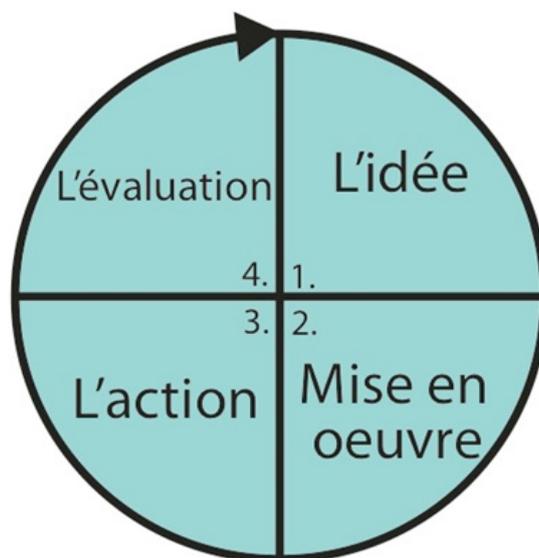
La fiche projet doit permettre de répondre aux questions suivantes :

- QUI ?
- FAIT QUOI ?
- OÙ ?
- QUAND ?
- COMMENT ?
- COMBIEN ?
- POURQUOI ?
- POUR QUI ?
- AVEC QUI ?

Mener un projet c'est bien ;
bien le mener, c'est mieux !

Fiche projet

- 1) Responsable du projet
- 2) Objet du projet
- 3) Public cible
- 4) Objectifs
- 5) Date de réalisation souhaitée
- 6) Contenu et délimitation du projet
- 7) Contraintes et limites
- 8) Indicateurs de performance : S.M.A.R.T
- 9) Equipe projet
- 10) Documents associés :
 - Rétroplanning
 - budget prévisionnel
 - plan de comm'
 - ...



Zoom : L'élaboration du budget

Parmi les « dépenses », vous trouverez :

- téléphonie, impression de document, badges ;
- le matériel nécessaire aux actions si cela ne peut pas être mis à disposition ;
- les frais liés à la diffusion de film (déclaration au CNC)
- **dans certains cas, la prestation des intervenants (tabacologues notamment)**
coût d'une prestation d'un tabacologue : environ 600 € la journée, hors frais de transport
- éventuellement le **déplacement et l'hébergement des intervenants.**



Les recettes doivent permettre de prendre en charge le / les tabacologues ou experts de cette thématique, les frais de communications, les outils nécessaires à la réalisation de cette action. Outre l'apport financier, cela peut se traduire par un avantage en nature : mise à disposition de matériel, prise en charge des supports d'impression, etc.

Vous pouvez faire une demande auprès :

- du FSDIE, il est aussi possible d'inclure cette action dans une demande générale FSDIE
- de l'ARS de votre région

5.2. Etablir un rétroplanning

Cf. tableau page suivante.



Retroplanning

Tâches	S-8	S-7	S-6	S-5	S-4	S-3	S-2	S-1	S	S+1
Contacter les équipes nationales de la FAGE	█								█	█
Contacter les partenaires	█	█							█	█
Réserver les locaux	█	█							█	█
Définir et préparer les animations	█	█							█	█
Se former à l'animation du jeu L'Enfumage			█						█	█
Composer votre équipe de bénévole	█	█	█						█	█
Réaliser des outils de communication (+ impression)					█				█	█
Communiquer auprès des étudiants							█		█	█
Organiser une réunion d'information avec les intervenants						█			█	█
Installer les actions									█	█
Accueillir les intervenants									█	█
Prendre des photos									█	█
Faire le rabattage									█	█
Dresser un bilan									█	█
Envoyer des photos aux équipes nationales de la FAGE									█	█

5.3. Savoir s'entourer : bénévoles, partenaires et experts – les acteurs incontournables

• Les bénévoles étudiants

Ce type d'action est le fruit d'un travail d'équipe ! Il est donc essentiel de pouvoir mobiliser des bénévoles étudiants, en amont pour la préparation, mais aussi le jour J pour aller à la rencontre des étudiants et les informer sur l'action mise en place.

S'il est indispensable de s'entourer de personnes motivées pour ce genre de projet au sein de votre association ou bien même de votre établissement, il faut également désigner un chef de projet / référent qui sera en contact avec les intervenants et les partenaires, et aura une vision globale de l'action. Ce dernier sera en charge de l'action du début à la fin. Afin d'être efficace et organisé, vous devez répartir les rôles de chacun. Il est aussi préférable de programmer quelques formations concernant l'action mais aussi les notions basiques à acquérir pour informer sur ce sujet : la composition du tabac, les conséquences, l'aide à l'arrêt ...

• Les partenaires de l'action : l'université, le CROUS ...

Il faut prendre contact avec l'Université / le CROUS pour présenter le projet, les animations choisies, la durée et proposer des dates d'action.

L'espace mis à disposition doit être un lieu de passage à tout moment de la journée et pas seulement aux interours.

• Les experts de la lutte contre le tabagisme

Les acteurs et partenaires de ce type d'opération répondront présents à vos côtés pour vous apporter informations et outils adéquats.

Des représentants de la Fédération Addiction

La Fédération Addiction est un réseau au service des professionnels de l'addictologie qui fédère notamment des Consultations Jeunes Consommateurs. Elle est organisée en unions régionales et inter-régionales, se basant sur une démarche participative. La Fédération Addiction défend une conception ouverte et humaniste des addictions : décloisonnement des approches, des pratiques et des structures, reconnaissance de l'usager, prise en compte des dimensions plurielles de l'expérience addictive plutôt que la lutte contre les produits, etc.

FÉDÉRATION
ADDITION
Prévenir | Réduire les risques | Soigner

Le SUMPPS de votre Université (Service Universitaire de Médecine Préventive et de Promotion de la Santé) ou Centre de Santé

Le SUMPPS est un service commun de l'Université ouvert à tous ses étudiants. Son but est de tout mettre en œuvre pour assurer au mieux votre bien-être physique, psychique et social tout au long de vos études.

Des médecins ou tabacologues

Les tabacologues de Tabac Info Service

Tabac info service, ce sont des informations sur le site internet mais aussi une ligne téléphonique 39 89 (0.15 euro/min depuis un poste fixe), pour informer et aider les fumeurs et leurs proches dans leur démarche d'arrêt du tabac.



tabac-info-service.fr
Quand on sait, c'est plus facile d'arrêter.

Les espaces santé jeunes

C'est un espace, un lieu d'accueil pour les jeunes âgés de 11 à 25 ans, pour leurs parents et pour les professionnels qui travaillent avec un public jeune. C'est également un lieu ressource pour des actions de prévention et d'éducation à la santé, individuelles et collectives, autour de 4 axes principaux : nutrition, contraception IST-VIH-SIDA, consommation de produits, prévention du suicide et du mal-être des jeunes.



L'IREPS de votre région

Il s'agit de l'Instance Régionale d'Education et de Promotion de la Santé (IREPS). Elle développe des projets locaux et régionaux en éducation et promotion de la santé. Elle soutient méthodologiquement les acteurs locaux au développement, à la gestion et à l'évaluation de projets.

Zoom : quelques conseils pour les mobiliser

- Organiser au préalable, si cela est possible, une réunion d'informations avec les différents partenaires locaux afin de coordonner les actions et les informer de cette journée, et de ce fait impliquer davantage les structures participantes.
- Identifier le matériel nécessaire à chaque intervenant.
- Informer régulièrement les intervenants des avancées de l'opération.
- Mettre en relation vos partenaires avec les tabacologues par exemple, pour les associer à l'action.
- Communiquer en amont le plan des lieux aux intervenants.
- Envoyer les informations pratiques sur le déroulement de l'opération aux différents intervenants
- Prévoir un endroit où accueillir les intervenants (accueil à la gare, collation, transport, occupation pendant les temps off, etc.).



5.4. Communiquer efficacement

Avant l'événement

Il est essentiel d'**annoncer à l'avance l'action que vous vous apprêtez à mettre en place.**

- Envoyer des mails à votre réseau.
- Effectuer des affichages attractifs (affiche tabac de la FAGE par exemple) aux alentours du lieu que vous allez occuper afin qu'un maximum de personnes soient prévenues de votre événement.
- Penser aussi à relayer l'action sur les mailings de l'université et sur les réseaux sociaux !

Pendant l'événement

- Assurer une bonne signalétique.
- Mobiliser les bénévoles associatifs pour qu'ils aillent à la rencontre des étudiants pour leur expliquer l'action de prévention et les inciter à y participer ! Ils doivent être présents à la sortie des amphis, dans les lieux de passage, à la sortie du resto U et de la cafétéria, etc. Des interventions en amphi le jour J sont aussi un excellent moyen de toucher les étudiants.
- Filmer, photographier, écrire... Il est très important de garder une trace de vos actions de sensibilisation et d'information !

Après l'événement

- Penser à remercier vos intervenants et partenaires en leur envoyant un bilan de votre action, illustré par des photos et des vidéos.
- N'hésiter pas à solliciter l'avis des différents partenaires sur ce qu'ils ont pensé de l'opération par le biais d'un questionnaire.

Vous pouvez fournir à la FAGE les fiches projets, les enregistrements vidéos, des photos de la préparation et du déroulement de vos animations afin de témoigner encore plus de votre engagement et de celui des étudiants, mais aussi pour donner de futures idées d'animations au réseau.

5.5. Gérer la logistique

Qui s'occupe de quoi ?

- **Les équipes nationales de la FAGE**

Les outils de sensibilisation : documentation de partenaires (Inpes, OFT) ;

Les outils ludiques : jeu L'Enfumage.

- **L'université, les SUMPPS, CROUS, etc.**

L'emplacement et l'installation : lieu, tables et chaises, électricité et multiprises ;

La mise en oeuvre des actions : matériel spécifique, mis à disposition (grilles, tonnelles, ...) ;

L'impression des outils de communication.

- **L'association / fédération**

Le petit matériel : stylos, feuilles, vidéoprojecteurs, ordinateurs ... ;

L'impression des outils de communication :

L'accueil des intervenants et des participants : gâteaux, boissons, café et thé, repas des intervenants ;

Le matériel manquant, qui ne peut pas être mis à disposition par d'autres partenaires.

- **Les partenaires et intervenants**

Les outils de sensibilisation : ceux nécessaires à l'action qu'ils déploieront auprès des étudiants.

5.6. Animer une action / un stand



Voici quelques conseils pour vous positionner en tant qu'animateur d'une action, qu'il s'agisse d'un jeu, d'une conférence, d'une projection - débat ou tout simplement d'échanger avec un groupe d'étudiant sur le tabac.

Un(e) bon(ne) animateur(trice) :

- utilise des outils de présentation visuelle (documentation, panneau d'affichage, ...)
- veille à l'atteinte de l'objectif
- aide le groupe à échanger des points de vue sur le sujet
- confronte les idées en évitant les jugements sur les personnes et les critiques inutiles
- empêche l'affrontement entre les personnes
- essaie de donner à tout le monde l'occasion de participer à la discussion

- ne met pas les personnes fragiles en insécurité
- dynamise le groupe
- favorise la tolérance et le respect
- suggère des retours de la part des participants : « *vous pouvez vous exprimer* », « *est-ce que d'autres personnes ont une expérience à partager, ou ont vécu des émotions semblables* », « *comment réagissez-vous à cela* », ...
- relativise les propos des participants
- permet la détente par l'humour, par l'écoute active « *j'ai l'impression que tu te sens ...* »
- sanctionne le non respect des règles
- coupe la parole si nécessaire (pour éviter les monopolisations de la parole) : « *merci ... passage à autrui* »
- ne répond pas aux attaques
- fait un travail en amont sur ses propres représentations



5.7. Dresser un bilan : en termes de visibilité, de sensibilisation et de satisfaction

Le bilan doit permettre de :

- mesurer l'intérêt porté à l'action par les étudiants ;
- illustrer l'action menée grâce à des photos ;
- évaluer le nombre de documentations distribuées pendant ou après l'action ;
- estimer le nombre approximatif de personnes sensibilisées ;
- Faire un bilan financier de l'action.

Pour faire le bilan d'une opération, il est nécessaire de définir en amont des indicateurs d'évaluation en fonction des objectifs fixés (cf. « rédiger sa fiche projet », page 18). Voici quelques exemples d'indicateurs :

- nombre de documents distribués ;
- nombre approximatif d'étudiants sensibilisés ayant participé au jeu ;
- nombre d'intervenants extérieurs ;
- nombre de retombées médiatiques s'il y a eu ;
- retours qualitatifs des étudiants, des intervenants et des organisateurs par le biais d'un questionnaire ;
- etc.

Vous trouverez à la fin de ce kit (page 32) une fiche bilan pour vous aider dans la réalisation de cette évaluation.



6.2. Le lien vers les sites « experts »

- **Ministère de la santé** : www.tabac.gouv.fr
- **Tabac Info Service** : 39 89 (0,15€/min depuis un poste fixe), du lundi au samedi, 08h-20h ou www.tabac-info-service.fr
- **OFT** (Office français de prévention du tabagisme et autres addictions) : www.ofta-asso.fr
- **CNCT** (Comité National Contre le Tabagisme) : www.cnct.fr
- **La MILDT** (Mission Interministérielle à la Lutte contre la Drogue et la Toxicomanie) : www.drogues.gouv.fr
- **Fil Santé Jeunes** : 0800 235 236 depuis un poste fixe ou 01 44 93 30 74 depuis un portable (appels anonymes et gratuits) depuis un poste fixe. 7 jours / 7, de 8h à minuit
- **Ameli** : www.ameli.fr

6.3. La procédure à suivre pour recevoir le jeu « L'Enfumage »

Afin de recevoir les outils de sensibilisation et d'animation de la FAGE pour votre action de prévention contre le tabac, quelques règles sont à suivre :

Vous devez **compléter depuis le site internet de la FAGE, le formulaire en ligne, deux mois avant la date de votre action.**

Vous devez ensuite retourner par courrier et par mail les documents suivant **3 semaines avant le début de votre action** :

- La **fiche projet** complétée (Fiche pratique 5.1.) ;
- La **convention signée**, transmise par mail
- Un **chèque de caution de 300 € à l'ordre** de la FAGE.

Pour bénéficier d'une aide dans la rédaction de la fiche projet, contactez :

Aurélie GAONAC'H, Coordinatrice des projets de la FAGE, au 01 40 33 70 70 ou par e-mail à prevention@fage.org

Vincent SIMON, Vice-président en charge de l'innovation sociale, au 07 77 94 23 29 ou par e-mail à prevention@fage.org

Une formation sur la mise en place du jeu « L'Enfumage » et son animation sera organisée au minimum 15 jours avant la date de l'action, à destination des futurs animateurs.

Après avoir réalisé votre projet, n'oubliez pas de compléter **la fiche bilan** (fiche pratique 5.4.) et de l'envoyer par mail à la FAGE.

6.4. La fiche bilan de l'action

Nom de l'association :

Chef de Projet :

Intitulé du Projet :

	Ce qui était prévu	Ce qui a été réalisé
Objectif 1 :		
Population(s) ciblée(s) (chiffrer)		
Lieu		
Types et Moyens mis en oeuvre		
Partenariat		
Calendrier		
Budget		
Objectif 2 :		
Population(s) ciblée(s) (chiffrer)		
Lieu		
Types et Moyens mis en oeuvre		
Partenariat		
Calendrier		
Budget		
Objectif 3 :		
Population(s) ciblée(s) (chiffrer)		
Lieu		
Types et Moyens mis en oeuvre		
Partenariat		
Calendrier		
Budget		

7. Documentation pour en savoir plus

Articles / rapports

- Institut National du Cancer, « *La chicha et risques pour la santé* », 2009
- OFT, « *Rapport et avis d'experts sur la e-cigarette* », mai 2013
- 60 millions de consommateurs, « *Les cigarettes électroniques ne sont pas sans danger* », septembre 2013, n°485

Livres / Brochures

- Bertrand DAUTZENBERG, « *Chicha, cannabis et tabac à rouler* », tabacologia – vivre sans fumées, 2009
- Inpes, « *L'industrie du tabac* »,
- OFT, « *Chicha, agréable à fumer ... dangereux pour la santé* »,



Fiche pratique

- Tababox, « *Le tabac sous toutes ses formes* »

Films à voir

- « *Révélation* », de Michaël MANN, sortie mars 2000
- « *Thank you for smoking* », de Jason REITMAN, sortie septembre 2006



En partenariat avec :



Le **groupe Macif** couvre aujourd'hui les besoins de ses 5 millions de clients dont 4,9 millions de sociétaires en assurance dommage, santé prévoyance et finance épargne. Entreprise leader, en nombre de contrats, sur les marchés de l'assurance « dommages » automobile et deux-roues, la Macif bénéficie d'un taux de fidélisation très élevé (96,2%).

Macif-Mutualité est la mutuelle du groupe Macif en charge des activités d'assurance et de gestion des contrats Santé et Prévoyance, à titre individuel ou collectif. Régie par le livre II du Code de la mutualité et adhérente à la Mutualité Française, Macif-Mutualité est une mutuelle qui s'inscrit dans la défense des principes de solidarité et de justice sociale.

Ainsi, le groupe Macif met en place des actions de prévention santé grand public, tant au niveau régional que national. Les thèmes abordés concernent notamment la nutrition, la prévention de la perte d'autonomie, la prévention des troubles du sommeil, les dépistages des cancers, la santé visuelle et auditive...

MACIF propose actuellement une offre de service prévention en ligne «Accès Santé Prévention» sur www.macif.fr/ASP. Modulable en fonction de l'âge, du sexe et des moments de vie (jeune actif, parent, retraité...), des conseils et réponses d'experts y sont proposés pour être en bonne santé et à le rester.

FÉDÉRATION ADDICTION

Prévenir | Réduire les risques | Soigner
(ELSA)... et près de 450 personnes physiques.

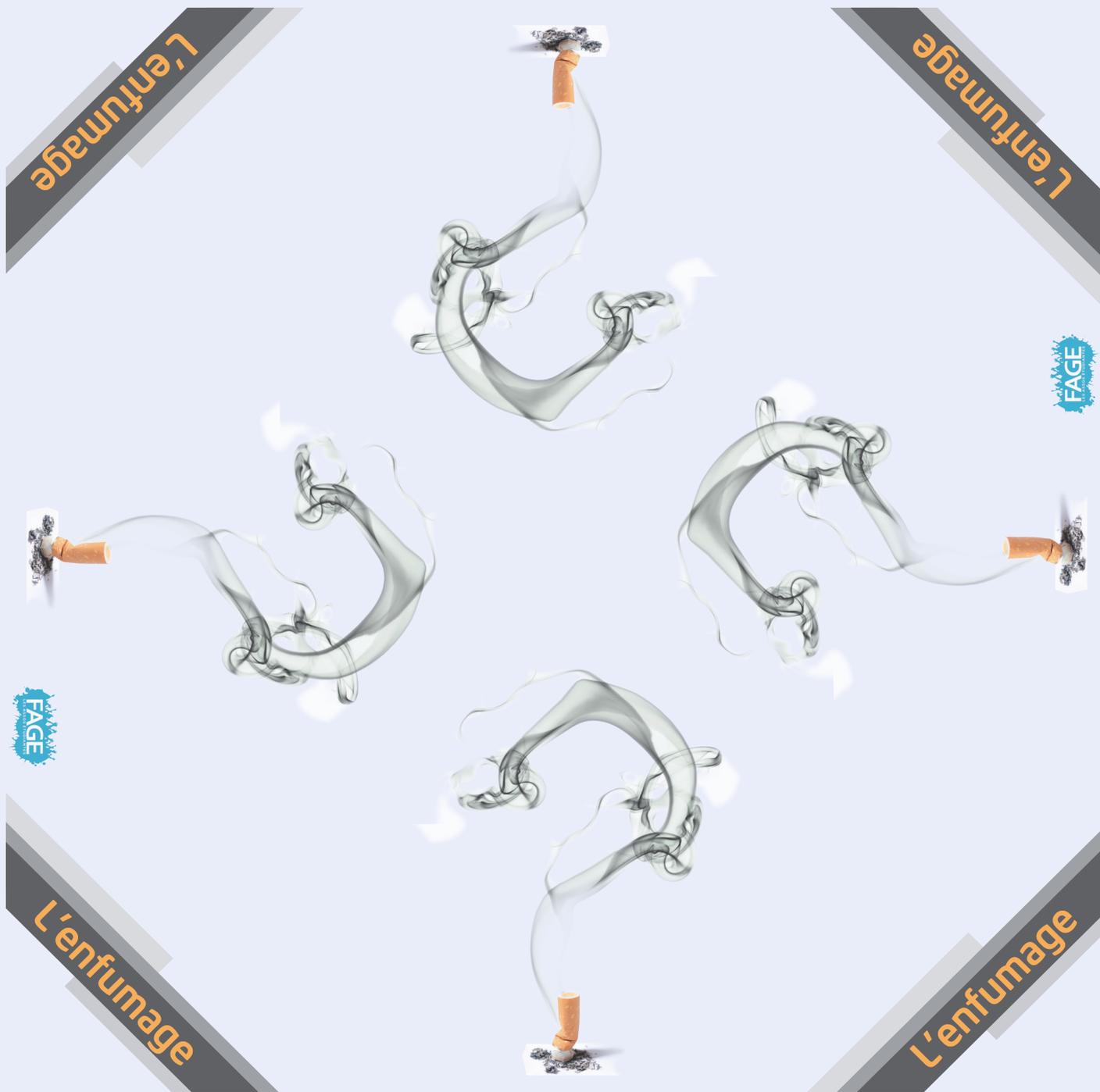
La Fédération Addiction est un réseau au service des professionnels de l'addictologie qui fédère 200 structures gestionnaires représentant près de 600 établissements du champ de l'addictologie (centres d'accompagnement, de prévention et de soin (CSAPA), de réduction des risques (CAARUD), consultations jeunes consommateurs (CJC), centres thérapeutiques résidentiels (CTR), communautés thérapeutiques (CT), équipes de liaison et de soin en addictologie

Organisée en unions régionales et inter-régionales et se basant sur une démarche participative, elle propose à ses adhérents des espaces de réflexion et d'élaboration au plus près des contextes et enjeux locaux : en partageant leur expertise, médecins, travailleurs sociaux, psychologues, psychiatres, infirmières, professionnels de la prévention, etc. participent à l'évolution des pratiques professionnelles et à porter une vision commune de la prise en charge des personnes en situation d'addiction.

La Fédération Addiction défend une conception ouverte et humaniste des addictions : décloisonnement des approches, des pratiques et des structures, reconnaissance de l'utilisateur, prise en compte des dimensions plurielles de l'expérience addictive plutôt que la lutte contre les produits, etc.



jeunesse
fédéralisme
représentation
innovation sociale
formation
international



Nous contacter
01 40 33 70 70
prevention[at]fage.org
www.fage.org