



Online-Ausgabe FR

Migros-Magazine
8031 Zürich
058/ 577 12 12
www.migrosmagazine.ch/

Genre de média: Internet
Type de média: Magazines spéc. et de loisir
UUpM: 257'000
Page Visits: 479'653

[Lire en ligne](#)

N° de thème: 729.006
N° d'abonnement: 729006

Roland Savioz veut lutter contre l'industrie du tabac avec les mêmes armes de communication.

«Dès le premier jour, ce sont 100 000 cigarettes qui n'auront pas été fumées»

7000 candidats se sont lancés le 20 mars dernier dans un défi qui va durer six mois: dire adieu au tabac grâce à des conseils professionnels quotidiens et un soutien mutuel via Facebook. Roland Savioz, spécialiste des réseaux sociaux, a imaginé cette méthode conçue comme une arme de marketing.

Comment vous est venue l'idée d'utiliser Facebook pour aider les gens à arrêter de fumer?

Au départ, il y a eu une demande de Promotion Santé Valais, qui souhaitait sensibiliser les femmes enceintes au danger du tabac via les réseaux sociaux. Nous avons estimé qu'avec un public cible aussi restreint, cela ne pouvait pas marcher. On leur a proposé plutôt de s'adresser à l'ensemble des fumeurs, avec l'idée de supprimer une étape intermédiaire. Habituellement la promotion anti-tabac consiste à communiquer, faire des annonces, mettre des affiches dans les cabinets médicaux pour amener les gens à suivre un cours par exemple. Ici, la promotion et le programme de désaccoutumance se font en même temps.

Concrètement, comment cela fonctionne-t-il?

Après deux mois passés à recruter des candidats, la réussite du programme repose sur le fait que le fumeur qui s'engage à arrêter disposera de conseils quotidiens et d'une aide professionnelle active de 6 heures à 23 heures, sept jours sur sept. Une vingtaine de personnes au total sont à disposition. Une dizaine proviennent de notre agence et répondent aux questions les plus simples, du genre «vais-je grossir?», «est-il normal que je pleure les premiers temps?» Pour les questions plus spécifiques concernant le sevrage, ce sont des tabacologues mis à disposition par les cantons qui répondent. Les questions d'ordre strictement médical, comme de savoir si on peut utiliser un patch à la nicotine quand on a des problèmes cardiaques, seront traitées par cinq médecins de cabinets privés ou des hôpitaux universitaires CHUV et HUG.

" />

"



Et cela marche?



Online-Ausgabe FR

Migros-Magazine
8031 Zürich
058/ 577 12 12
www.migrosmagazine.ch/

Genre de média: Internet
Type de média: Magazines spéc. et de loisir
UUpM: 257'000
Page Visits: 479'653

[Lire en ligne](#)

N° de thème: 729.006
N° d'abonnement: 729006

Un médecin par exemple ne pourra vous recevoir qu'une fois par semaine. Si vous suivez un cours, la fréquence aussi sera d'une fois par semaine. Ici c'est en continu, quelle que soit l'heure du jour et de la nuit. Dans le programme valaisan, au moment de la fréquentation la plus basse, à 3 heures du matin, il y avait encore 150 personnes connectées. L'autre avantage du système, c'est que tout le monde se trouve au même moment de l'arrêt avec les mêmes symptômes. Le premier jour, tout le monde a peur, il y a beaucoup d'insomnies. Des gens le lendemain vont rester au lit et pleurer. N'empêche, dès ce premier jour, ce sont 100 000 cigarettes qui n'auront pas été fumées.

Pourquoi les gens se connectent-ils?

La cigarette n'est pas un moment de détente, mais juste une addiction, un manque qu'il faut combler et qui revient chaque quarante minutes, mais qui ne dure que deux ou trois minutes. Si j'arrive à vous occuper l'esprit pendant ces deux à trois minutes, c'est gagné. Plutôt que de sortir votre paquet, vous prenez votre téléphone portable, vous allez sur Facebook, vous pouvez lire ce que disent vos 7000 amis.

Et qu'est-ce qu'ils disent, ces 7000 amis?

Il y a ceux qui se lamentent, racontent combien c'est dur, combien ils ont envie de craquer. D'autres encouragent, disent «tenons bon». Il y en a qui se connectent jusqu'à plus de quarante fois par jour.

Y a-t-il un profil type du candidat qui s'inscrit à ce programme?

On s'inscrit parce que c'est facile. Plus facile que d'aller chaque mercredi à une séance. Pour le premier programme réalisé en Valais, nous avons eu 62% de femmes. La tranche d'âge la plus représentée chez les femmes était les 25-34 ans. C'est l'âge où elles vont avoir des enfants et la motivation d'arrêter alors est très forte. On retrouve aujourd'hui ces chiffres dans le programme romand.

Pourquoi la limite de six mois a-t-elle été choisie?

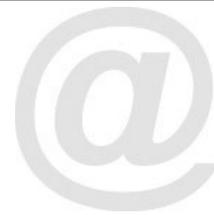
Il est admis qu'après six mois de soutien normalement, on est délivré de la fumée. Mais nous avons constaté que les jeunes s'en sont sortis plus rapidement. Pour ceux qui ont trente ans de cigarette derrière eux, c'est évidemment plus long. Sans les patches de nicotine, certains candidats les premiers jours ne seraient pas loin de se jeter par la fenêtre.

Comment traitez-vous les effets secondaires habituels?

On leur donne des conseils, du style «vous pouvez boire un verre d'eau», «manger une carotte», «sortir marcher». Et le téléphone est toujours à portée de main. On a demandé aussi aux participants combien ils avaient pris de poids. C'est bien connu, quand on arrête de fumer, on a tendance à grossir. La cigarette est un coupe-faim qui en plus brûle des calories. Et quand on arrête, on compense en mangeant du chocolat. En faisant le total de la prise de poids de ceux qui nous ont répondu, on est arrivé à 2,2 tonnes.

" />

"



Online-Ausgabe FR

Migros-Magazine
8031 Zürich
058/ 577 12 12
www.migrosmagazine.ch/

Genre de média: Internet
Type de média: Magazines spéc. et de loisir
UUpM: 257'000
Page Visits: 479'653

[Lire en ligne](#)

N° de thème: 729.006
N° d'abonnement: 729006



Vous attendiez-vous au succès rencontré lors du premier programme, avec 1000 candidats et une réussite d'environ 50%?

On peut parler d'un phénomène de société. Les programmes du CIPRET (Centre de prévention du tabagisme) en Valais réunissaient en moyenne une douzaine de participants. Là, tout d'un coup, nous sommes à 7000. Ce qui représente un manque à gagner de 22 millions pour l'industrie du tabac. Une industrie qui prétend appliquer des règles éthiques, comme de ne pas s'adresser aux jeunes. Mais on sait très bien que 80% des fumeurs ont commencé avant 20 ans. Dans la réalité, la cible, la proie des cigarettiers, ce sont les jeunes.

Impossible d'arrêter, dit-on, sans une très forte volonté...

Notre programme contredit un peu cela. Certains se sont inscrits sans grande conviction, mais ont réussi quand même. Parce qu'il y a cette aide quasiment 24 heures sur 24 et le soutien du groupe. Cela n'a été possible qu'avec l'émergence des réseaux sociaux. Quand vous vous inscrivez, vous mettez le doigt dans l'engrenage. Tous vos copains voient que vous vous êtes engagés, tout le monde vous encourage et vous ne voulez pas être le seul blaireau du canton à échouer.

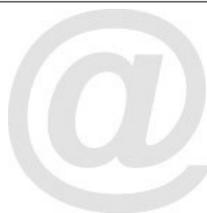
Quel autre genre de conseils dispensez-vous?

Souvent les gens ont encore plusieurs paquets à la maison et demandent ce qu'ils doivent en faire. Ils se répondent entre eux. Certains disent «jetez tout ça», d'autres proposent d'aller les distribuer dans un bistrot. Nous conseillons de tout jeter à la poubelle, les paquets, les briquets, les cendriers. Et de sortir la poubelle, la mettre au container: on en a vu qui rouvraient la poubelle pour fumer les mégots.

Que dites-vous aux participants sur les différentes autres méthodes disponibles pour arrêter?

Les candidats mettent tout ce qu'ils peuvent de leur côté. Certains ont recours à l'hypnose, l'homéopathie, les huiles essentielles, parfois même au secret. Nous ne mettons pas ces choses en avant parce que notre programme est gratuit et que là, il s'agit souvent de pratiques payantes. Les séances d'hypnose par exemple ne sont pas remboursées. Par contre, sur la page, les gens échangent leurs conseils et leurs expériences. Cela joue beaucoup sur la solidarité.

Tous suivent-ils scrupuleusement le programme?



Online-Ausgabe FR

Migros-Magazine
8031 Zürich
058/ 577 12 12
www.migrosmagazine.ch/

Genre de média: Internet
Type de média: Magazines spéc. et de loisir
UUpM: 257'000
Page Visits: 479'653

[Lire en ligne](#)

N° de thème: 729.006
N° d'abonnement: 729006

Certains, oui. D'autres, un peu plus jeunes, ont créé des petits groupes WhatsApp, ou se réunissent entre eux, à côté. Mais tous viennent lire la page parce que c'est toujours intéressant de voir où l'on se situe. Nous avons découvert par exemple en cours de route, lors du premier programme, que les gens se plaignaient de ne plus aller aux toilettes. Arrêter de fumer, effectivement, ça constipe. Nous leur avons expliqué que cela allait probablement durer encore quelque temps, entre un et deux mois. Je ne vous raconte pas les commentaires que nous avons eus. Cette fois, nous avons mis en place un programme alimentaire très précis, qui facilite, entre autres, le transit intestinal.

" />

"



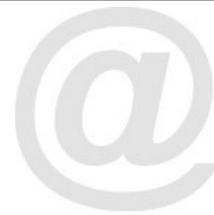
Ceux qui ont échoué vous disent-ils pourquoi ils ont échoué?

Dès qu'il y a une charge émotionnelle, ou un drame de la vie comme un divorce, ou le décès d'un proche, en général, le risque de recommencer à fumer s'accroît. Certains après cinq mois étaient sûrs d'être délivrés du tabac à tout jamais et ont replongé pourtant. Récemment, nous avons organisé une raclette avec les candidats du programme valaisan, aucun ne nous a dit qu'il se considérait comme non-fumeur, mais tous comme des ex-fumeurs qui devaient faire gaffe. Il y a par exemple les soirées alcoolisées qui conduisent souvent à la rechute.

Que conseillez-vous pour éviter ce genre d'écueil?

Avec des gens qui ont arrêté de fumer depuis un mois et qui doivent participer à un événement festif où il y aura de l'alcool, on ne peut pas se contenter de jouer les pères la pudeur. Leur enjoindre de ne pas boire après les avoir convaincus de ne plus fumer. Ils nous enverraient balader. Alors on leur pose la question: « comment comptez-vous vous débrouiller? » Certains nous disent: « moi, cette année je ne vais pas au Comptoir », d'autres: « je vais prendre un chaperon ». Nous avons mis également en ligne une vidéo avec l'humoriste Daniel Rausis se rendant à la Foire du Valais et racontant sa propre expérience: « Quand on boit, on oublie qu'on veut arrêter de fumer, on oublie qu'on est devenu non-fumeur. »

Quels sont les arguments qui marchent le mieux?



Online-Ausgabe FR

Migros-Magazine
8031 Zürich
058/ 577 12 12
www.migrosmagazine.ch/

Genre de média: Internet
Type de média: Magazines spéc. et de loisir
UUpM: 257'000
Page Visits: 479'653

[Lire en ligne](#)

N° de thème: 729.006
N° d'abonnement: 729006

Pour les filles, on leur parle de vieillissement prématuré, de rides précoces qu'occasionne le tabac. Pour les jeunes hommes qui se fichent pas mal de leur santé, qui se considèrent comme immortels, nous avons fait une vidéo qui évoque une baisse des performances sexuelles, des troubles de l'érection. Pour les plus âgés, l'argument le plus efficace est celui de la santé.

Quel genre de discours tenez-vous sur ce sujet?

Il faut le dire: un fumeur sur deux va mourir d'un cancer dû au tabac. Ce sont les chiffres de l'OMS. Mais chacun de ces deux fumeurs pense que c'est l'autre qui sera touché. Mourir d'un cancer du poumon, ce n'est pas une belle mort, on meurt par asphyxie, on étouffe. C'est aussi en moyenne dix ans d'espérance de vie en moins. Et une qualité de vie diminuée. Une mère nous a dit: «J'ai beaucoup plus de câlins depuis que j'ai arrêté de fumer parce que je suis une maman qui sent bon.»

" />

"



Quels sont les partenaires de ce programme?

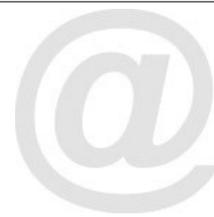
Il est financé pour moitié par la Confédération via le Fonds de prévention du tabagisme, et pour l'autre moitié par les cantons. Nous avons quatre cantons partenaires: Genève, Valais, Neuchâtel et Jura. Si Vaud et Fribourg ne sont pas partenaires, c'est qu'il a fallu se décider très vite. Ils nous rejoindront plus tard sans doute. Pour ces deux cantons, nous avons donc dû limiter le nombre de participants.

Quand ce programme sera terminé, allez-vous en relancer un autre?

Je l'espère. Mon rêve, c'est la Suisse entière, 33 000 personnes qui suivraient le programme, qui écraseraient leur cigarette le même soir, avec pour résultat 100 millions de chiffres d'affaires qui disparaîtraient pour l'industrie du tabac. Aujourd'hui il y a l'industrie du tabac et en face une nouvelle industrie, celle de la désaccoutumance prête à utiliser les mêmes armes de marketing et de communication.

Texte: © Migros Magazine | Laurent Nicolet

Publié dans l'édition MM 13



Online-Ausgabe FR

Migros-Magazine
8031 Zürich
058/ 577 12 12
www.migrosmagazine.ch/

Genre de média: Internet
Type de média: Magazines spéc. et de loisir
UUpM: 257'000
Page Visits: 479'653

[Lire en ligne](#)

N° de thème: 729.006
N° d'abonnement: 729006

29 mars 2016

Texte

Laurent Nicolet

Image(s)

François Wavre

De quoi parle-t-on?

Après avoir été testée avec succès en Valais,

la méthode est étendue à l'ensemble de la Suisse romande: aider les fumeurs à se débarrasser de la cigarette grâce à la force de frappe des réseaux sociaux. Un programme conçu par l'agence de communication de Roland Savioz et qui reçoit l'appui de la Confédération et de certains cantons.

De quoi parle-t-on?

Après avoir été testée avec succès en Valais,

la méthode est étendue à l'ensemble de la Suisse romande: aider les fumeurs à se débarrasser de la cigarette grâce à la force de frappe des réseaux sociaux. Un programme conçu par l'agence de communication de Roland Savioz et qui reçoit l'appui de la Confédération et de certains cantons.

Bio express

Formation en publicité

avec un détour de cinq ans à l'École technique supérieure du Locle.

A collaboré à Publicitas,

Paris Match Suisse et auprès de l'agence de communication Schneider.

Fondateur et propriétaire de l'agence de presse

et publicité Copyright et propriétaire associé de l'agence ibrid communication dont la jeune start-up «J'arrête de fumer» dépend.

Pionnier dans l'utilisation des réseaux sociaux

pour des campagnes politiques, en 2008, et concepteur de l'outil de désaccoutumance du tabac «J'arrête de fumer».

Autres articles à découvrir

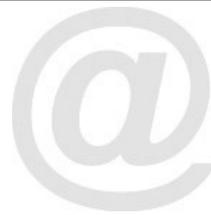
Les agglomérations en Suisse

0

1

Date: 28.03.2016

MIGROS MAGAZINE.ch



Online-Ausgabe FR

Migros-Magazine
8031 Zürich
058/ 577 12 12
www.migrosmagazine.ch/

Genre de média: Internet
Type de média: Magazines spéc. et de loisir
UUpM: 257'000
Page Visits: 479'653

Lire en ligne

N° de thème: 729.006
N° d'abonnement: 729006

L'ennui au travail	0	0		
Arnaques: les cas se multiplient		0	0	
Le jeu de marquage réinventé		0	1	
L'ambassadrice des ruisseaux intacts		0	1	