

MÉTHODOLOGIE D'ÉLABORATION DE L'APPLICATION TABAC INFO SERVICE

APPLICATIONS, RÉSEAUX SOCIAUX ET AIDE À L'ARRÊT

COLLOQUE DU RESPADD
MARDI 10 MAI 2016

OLIVIER SMADJA

DIRECTION DE LA PRÉVENTION - PROMOTION DE LA SANTÉ

- **Un dispositif d'aide à distance multicanal qui informe, conseille et accompagne les fumeurs dans leur arrêt du tabac**
- **Par téléphone, au 39 89 (appel non surtaxé)**
 - un suivi gratuit par le même tabacologue sur plusieurs entretiens
 - Une efficacité documentée via un rappel systématique de tous les bénéficiaires, 6 mois après leur première mise en relation avec le service
- **Par internet www.tabac-info-service.fr**
 - Des tests, des documents à télécharger, un annuaire des consultations de tabacologie, un espace de témoignage, un question / réponse par un tabacologue,
 - Un ecoaching personnalisé par mail
 - Une évaluation via un essai contrôlé randomisé

LES ENJEUX DE LA CRÉATION D'UNE APPLI



- **Disposer d'une offre de service adaptée aux usages d'internet**
- **Atteindre un public plus jeune que celui des utilisateurs (>35 ans) de l'ecoaching par mail**
- **Augmenter le nombre de tentatives de sevrage via des outils d'aide à distance**
- **Proposer des interventions validées, diversifiées, dont l'efficacité est documentée**
- **Emerger dans le panorama existant, et être utilisé**

- **Des atouts**
 - Des outils d'aide à distance et des services déjà existants,
 - Permettant un haut niveau d'interaction avec l'utilisateur,
 - Dont le modèle de référence est décrit, et l'efficacité évaluée

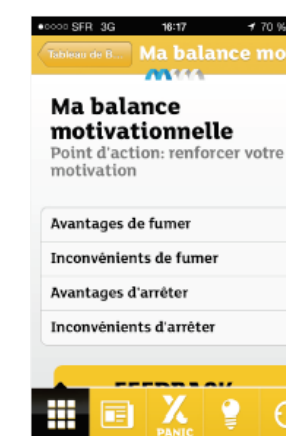
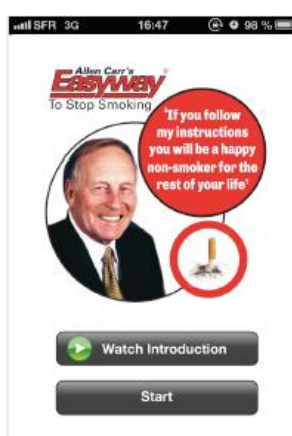
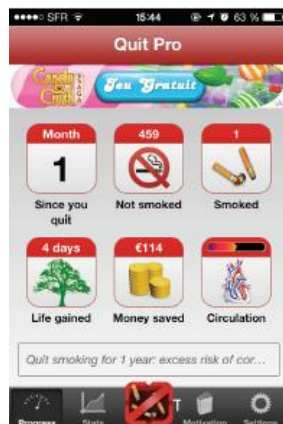
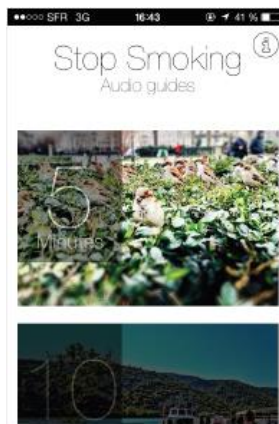
- **Le projet**
 - Adapter l'offre de service proposée au téléphone et sur internet à un nouveau canal
 - S'appuyer sur les possibilités des smartphones pour imaginer de nouveaux services
- **Les étapes**
 - Une revue de littérature
 - Un benchmark
 - La définition des besoins
 - Le développement
 - L'évaluation

EFFICACITÉ DES OUTILS SUR TÉLÉPHONE PORTABLE POUR L'ARRÊT DU TABAC



- **Whittaker 2012** : compilation des résultats de 5 essais contrôlés randomisés ou quasi-expérimentaux, impliquant plus de 9 000 fumeurs.
- 2 études permettent d'identifier des « interventions prometteuses »
- Ces interventions consistent en l'envoi de SMS fondés sur les théories de changements de comportement.
- Un exemple d'intervention par SMS pour l'arrêt du tabac : Txt2Stop
- Propose aux bénéficiaires de fixer une date d'arrêt ; envoi d'1 SMS personnalisé par jour jusqu'à cette date, puis 5 à 6 messages pendant 1 mois et enfin 1 SMS toutes les 2 semaines pendant une phase de maintien.
- Evaluation : dans le cadre d'un essai contrôlé randomisé, 10,7% des bénéficiaires de Txt2stop étaient abstinents à 6 mois, contre 4,9% dans le groupe contrôle.

L'OFFRE APPLI EN 2013

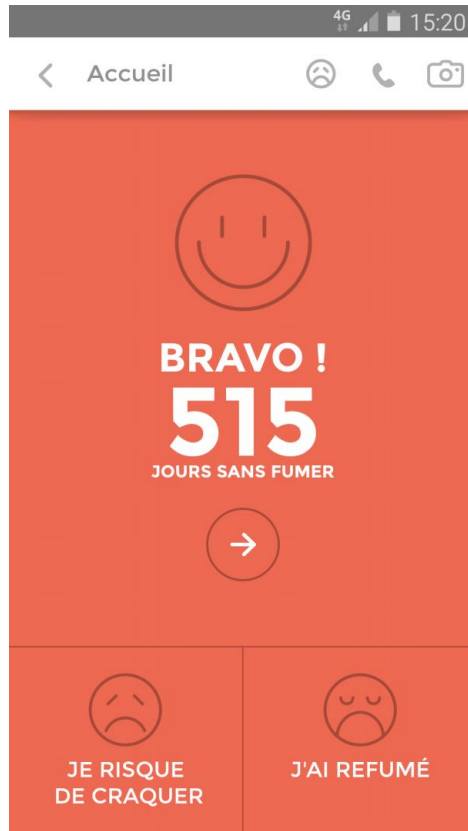


UN ENVIRONNEMENT ENCOMBRÉ

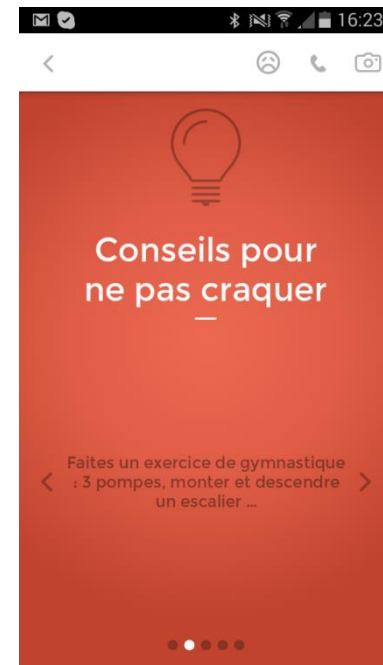
- Plus de 70 applis existantes, en français ou en anglais
- Toutes plateformes confondues
- Développées par la commission européenne, des associations, des mutuelles, des laboratoires pharmaceutiques, des entreprises privées dans le champ de la santé, de la communication, du jeu vidéo...
- Qui se fondent sur des méthodes validées... ou non,
- Gratuites, avec publicité, ou payantes,
- Principalement destinées aux fumeurs « intentionnistes »
- Des conceptions spécifiques : des modules, des programmes d'arrêt, des communautés, des diagnostics, des informations

- Mais, peu de données probantes sur les interventions efficaces!

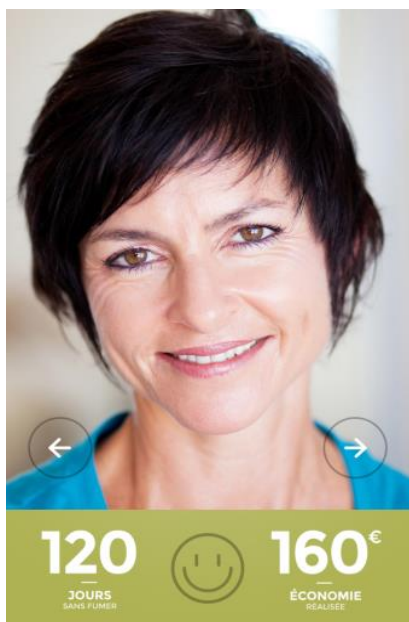
RENDRE ACCESSIBLE LES PRINCIPALES FONCTIONNALITÉS



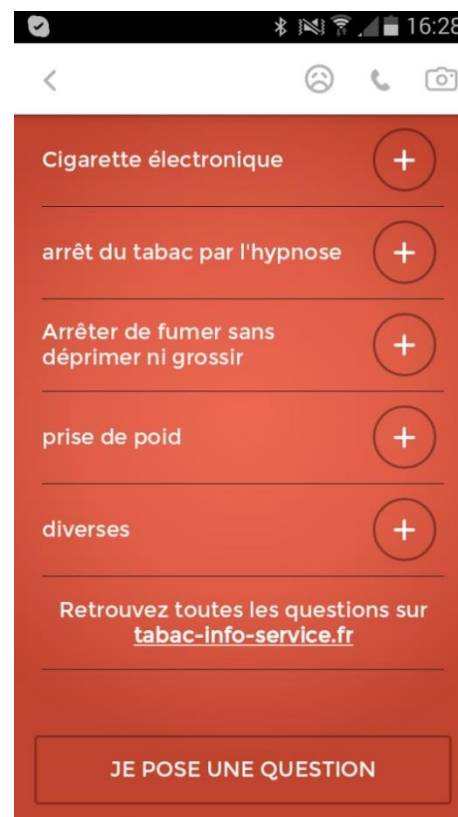
UNE DÉCLINAISON DES SERVICES EXISTANTS



DES SERVICES SPÉCIFIQUES ADAPTÉS À L'USAGE DES SMARTPHONES



UN HAUT NIVEAU D'INTERACTION



- **Un appli lancée en janvier 2015 sur les plateformes Apple et Android**
- **En février 2015 : > 2 000 téléchargements**
- **En septembre 2015, campagne de promotion radio/télé/web : > 200 000 téléchargements**
- **En 2015 : > 500 000 téléchargements**

- **Une modification majeure des recours aux services**
 - En 2014 : 18 000 inscrits au coaching, en 2015, 250 000 inscrits au coaching, dont 90 % via l'appli
 - En 2014 : 1 000 Q/R, en 2015, 6 900 Q/R

- **Une difficulté : anticiper la scalabilité et gérer la e-réputation**

LES PERSPECTIVES



- **Un nouveau service lancé en décembre 2015 : un jeu pour lutter contre le craving**
- **Un ecoaching entièrement refondu en fin d'année 2016, accessible via une nouvelle appli le web**

MERCI DE VOTRE ATTENTION !

olivier.smadja@santepubliquefrance.fr