

Évaluation du **S**ervice de **M**essagerie texte pour Arrêter le Tabac 2016 - 17

Christine Stich, PhD

Janvier 2018

www.inspq.qc.ca

L'équipe projet

Christine Stich, PhD, experte en évaluation

Marianne Dubé, technicienne de recherche

Direction : Développement des individus et des communautés

Unité : Habitudes de vie et prévention des maladies
chroniques

Équipe : Lutte contre le tabagisme

Plan de la présentation

- Mise en contexte
- Méthodologie
- Résultats
 - Profil d'utilisateurs et utilisation du service t_0
 - Satisfaction de la clientèle t_1
 - Arrêt tabagique t_2
- Principaux constats
- Limites de l'étude

Mise en contexte

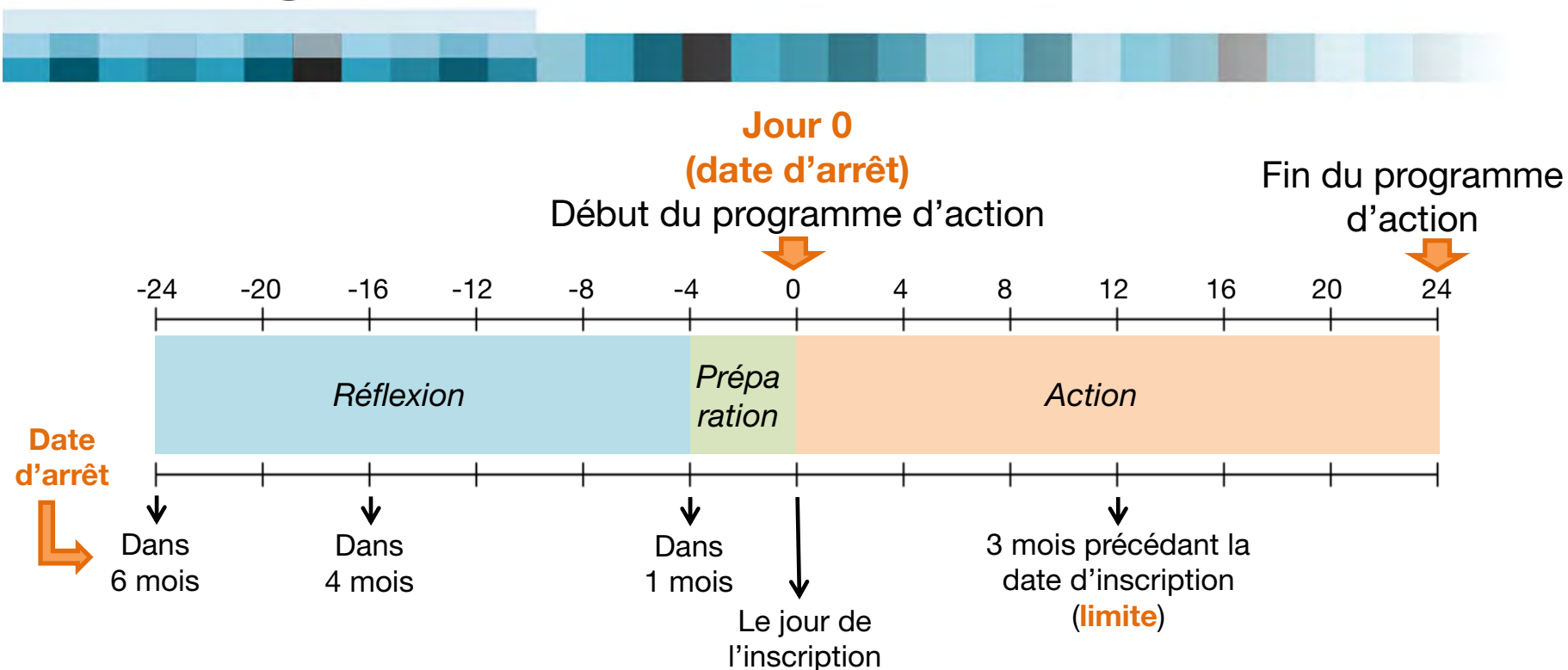
www.inspq.qc.ca

*Institut national
de santé publique*
Québec 

Qu'est-ce que le SMAT ?

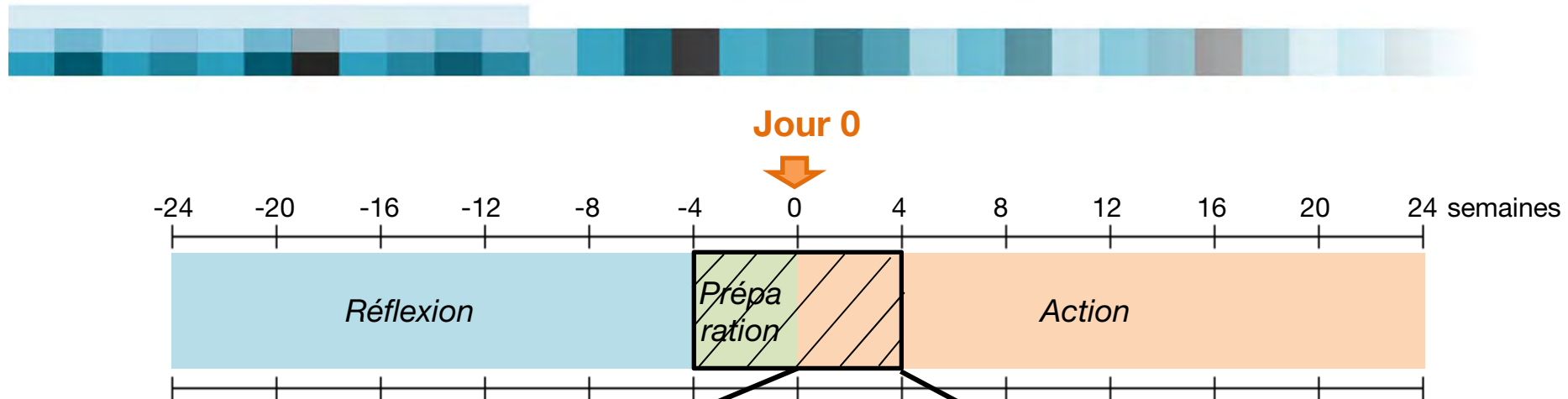
- Service de messagerie texte pour arrêter le tabac
- Offert à la population générale du Québec
- Cible particulièrement les jeunes de 18 à 34 ans
- Gratuit et confidentiel
- Mis sur pied en 2012 par le MSSS et la Société canadienne du cancer (SCC)

Un début de service selon le stade de changement du client



- **Réflexion (5 mois) : 12 messages**
- **Préparation (1 mois) : 9 messages**
- **Action (6 mois) : 69 messages**

Période centrale de l'intervention



- En 2013-14, la majorité des cas de désabonnement ou de rechute ont eu lieu au cours des 10 premiers jours du programme d'action (64%); 78% au cours des 30 premiers jours
- 50 des 69 messages d'intervention proactifs sont envoyés dans les huit premières semaines du stade d'action

Les objectifs de l'évaluation



- Dresser le profil de la clientèle du SMAT
- Évaluer la satisfaction des clients du SMAT
- Évaluer si l'utilisation du SMAT favorise l'arrêt tabagique

Méthodologie

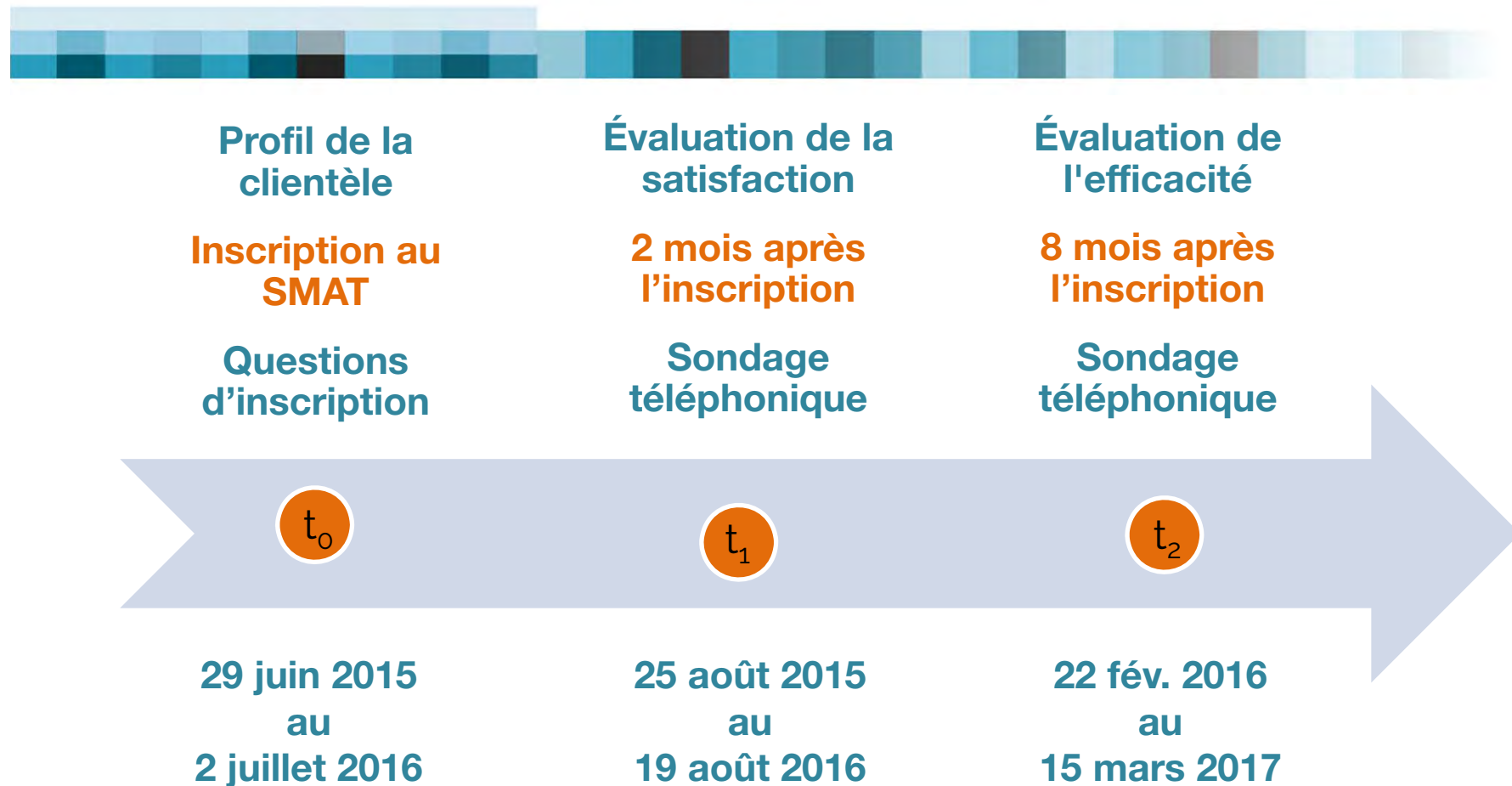
santé recherche
innovation centre d'expertise et de référence
prévention des maladies chroniques
santé environnementale promotion de saine
toxicologie impact des politiques publiques
santé au travail
développement des personnes et des communautés

www.inspq.qc.ca

état de santé de la population microbiologie
sécurité et prévention des traumatismes
recherche santé au travail

**Institut national
de santé publique**
Québec 

3 temps de collecte de données



Population à l'étude

t_0 Clients ayant confirmé leur inscription au SMAT pendant la période de référence

t_1 Clients répondant aux critères suivants :

ET

- Fumeurs désirant cesser de fumer au cours des 30 prochains jours ou ex-fumeurs depuis 30 jours ou moins
- 18 ans et plus
- Utilisent le service en français
- Acceptent de participer à l'évaluation

t_2 Clients répondant au critères suivants :

OU

- Ont répondu au sondage à t_1 et acceptent de participer à t_2
- Non rejoints au sondage à t_1 et toujours abonnés au SMAT deux mois après la confirmation de l'inscription

Résultats

santé recherche
innovation centre d'expertise et de référence
prévention des maladies chroniques
santé environnementale promotion de saine
toxicologie impact des politiques pub
santé au travail
développement des personnes et des communautés

www.inspq.qc.ca

état de santé de la population microbiologie
sécurité et prévention des traumatismes
recherche santé au tra

**Institut national
de santé publique**
Québec 

Participation à l'étude

Période de l'évaluation: 29 juin 2015 (date de l'inscription)
au 15 mars 2017 (date de l'entrevue de suivi à 8 mois).

t₀ Nouveaux clients inscrits : 2 219
Répondants admissibles : 1 398

t₁ Recensement auprès des volontaires pour le sondage téléphonique :
843 (60%)
Entrevues réalisées : 397, taux de réponse de 47%

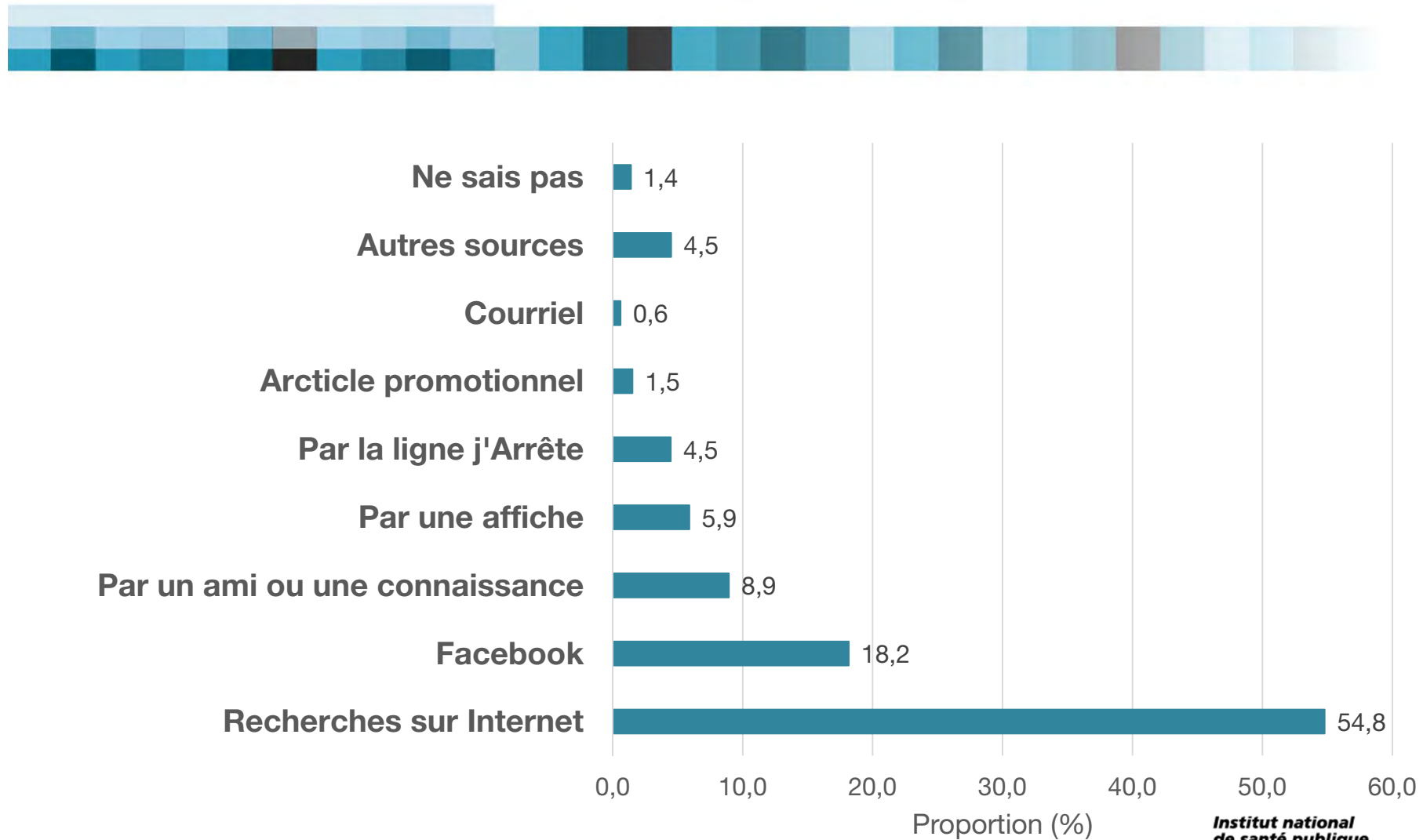
t₂ Tous les répondants à t₁ qui ont accepté de répondre au sondage à 8
mois ainsi que les personnes éligibles au volet 2 mois non rejointes
lors du premier sondage et qui ont été abonnées au SMAT pour t₁ :
390 (28%)
Entrevues réalisées : 214, taux de réponse de 55%

Portrait de la clientèle **t_o** 1 398 clients ayant confirmé leur inscription

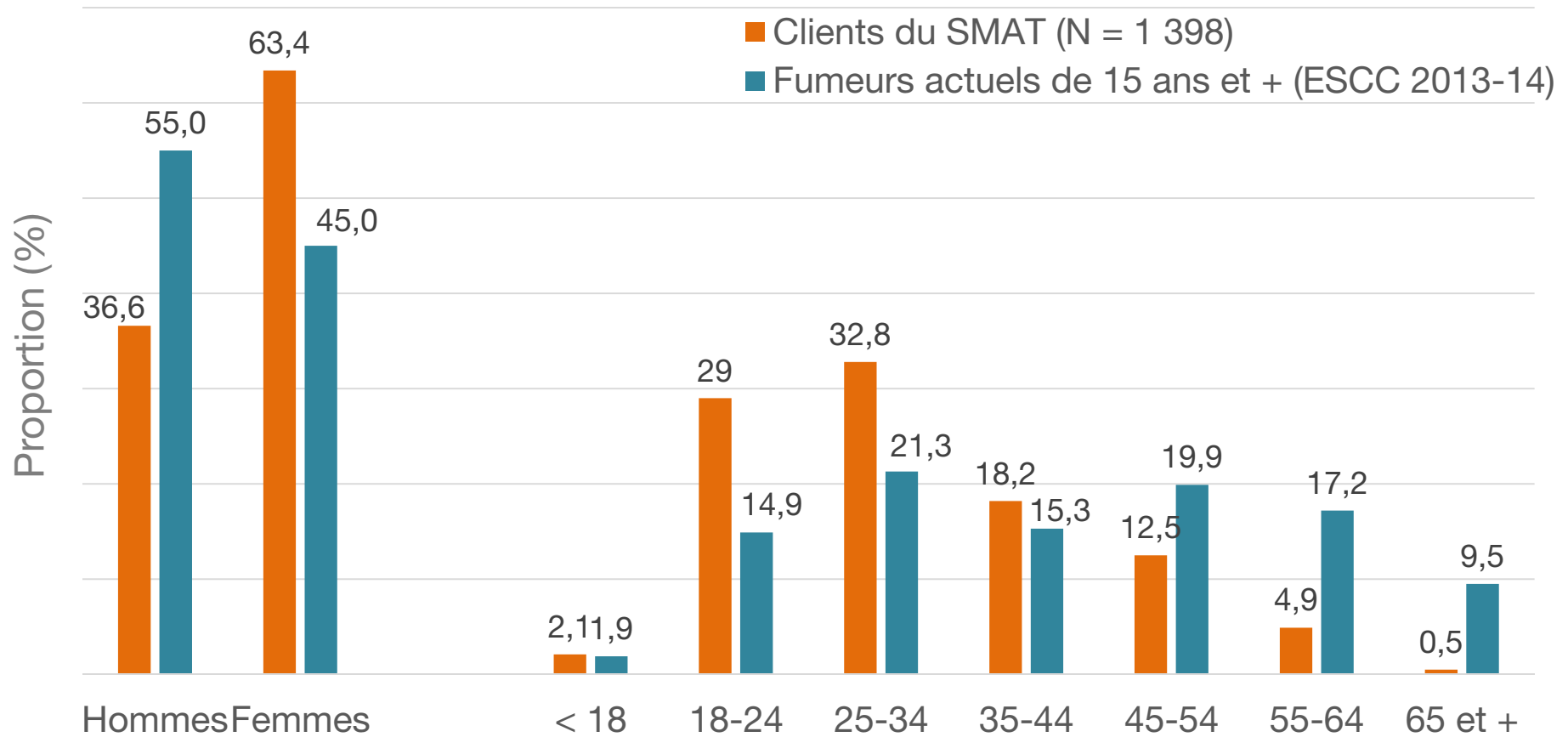
www.inspq.qc.ca

**Institut national
de santé publique**
Québec 

Sources de connaissance du SMAT



Sexe et âge t_0

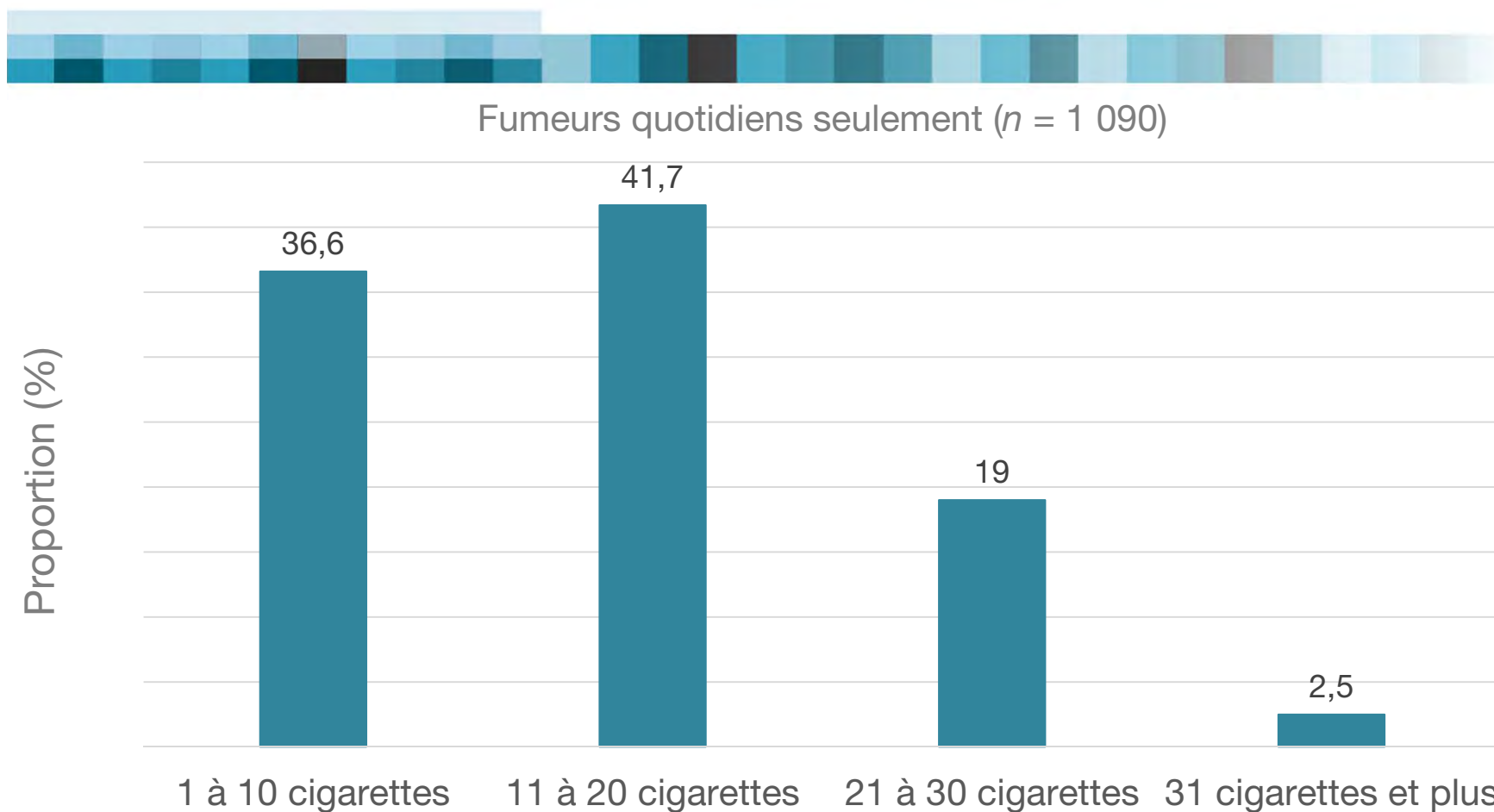


Statut tabagique t_0

Statut tabagique	Clients du SMAT		ESCC 2013-2014
	<i>n</i>	(%)	% (IC 95%)
Fumeurs actuels	1 176	84,2	41,9 (40,3 – 43,4)
Quotidiens	1 090	78,0	31,3 (29,9 – 32,8)
Occasionnels	86	6,2	10,5 (9,6 – 11,5)
Ex-fumeurs récents	222	15,9	58,1 (56,6 – 59,7) [#]

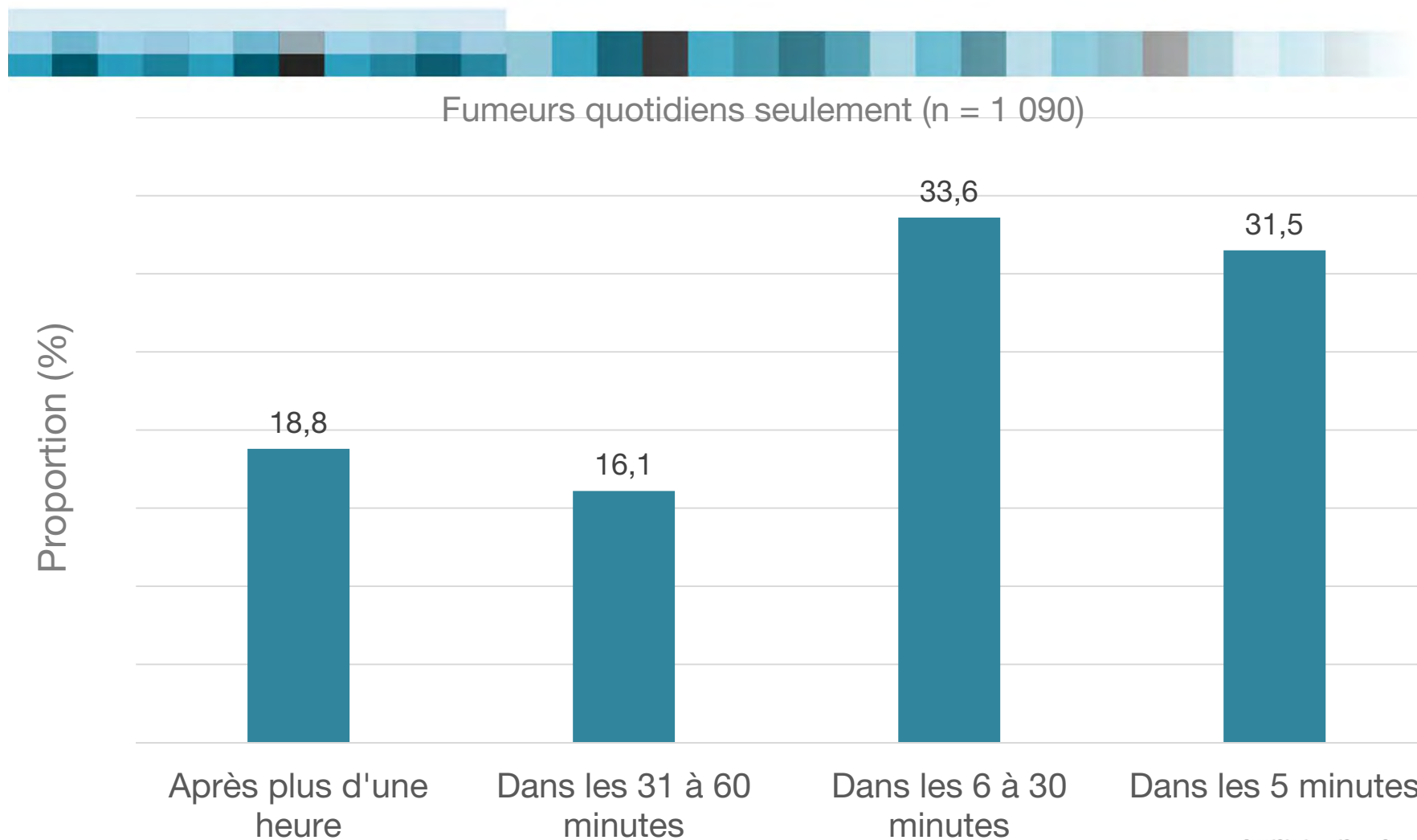
[#] Comprend ex-fumeurs récents et moins récents

Nombre de cigarettes fumées par jour t_0

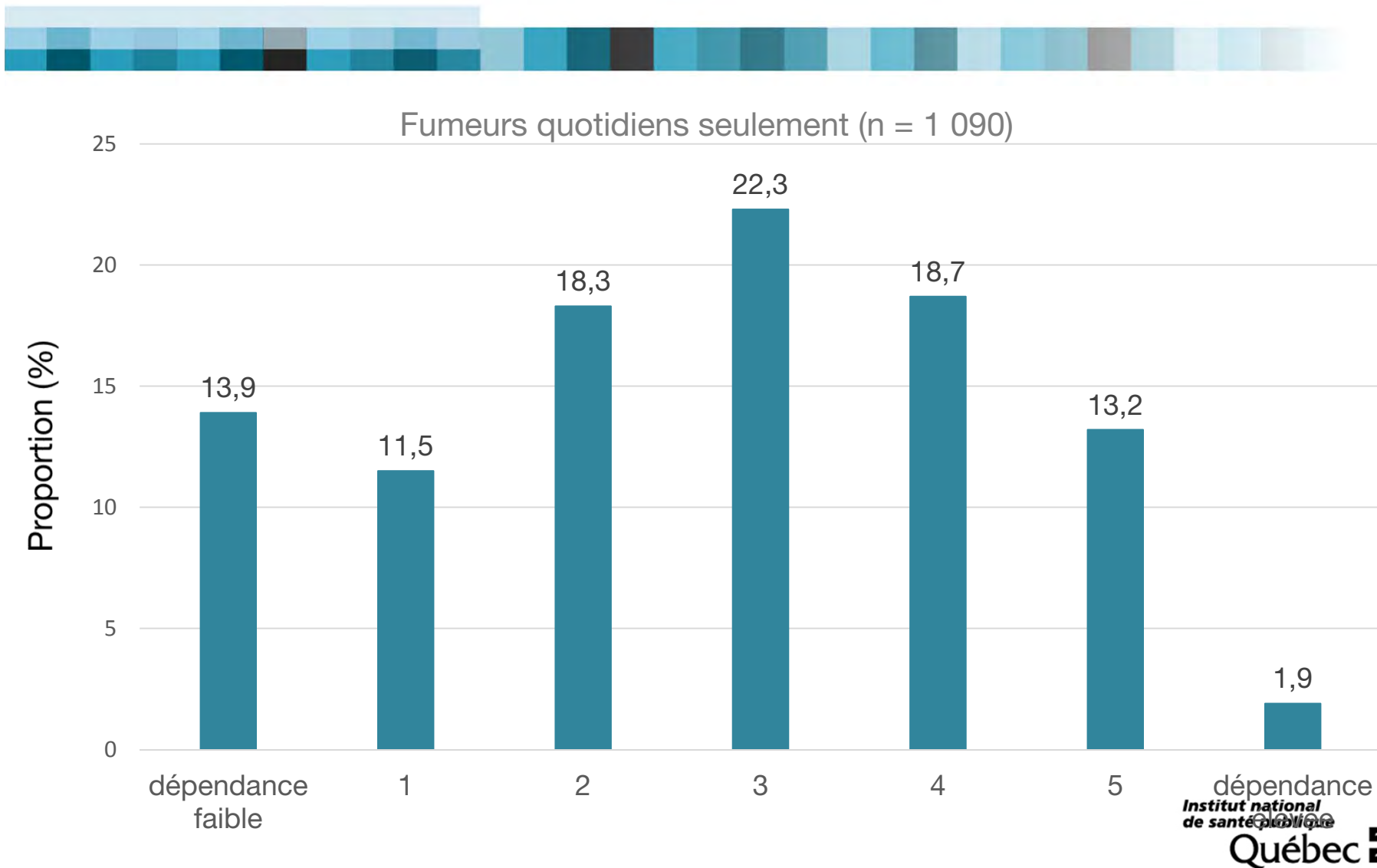


Au moment de l'inscription, les clients du SMAT fumaient en moyenne **15 cigarettes**.

Temps écoulé après le réveil avant la 1^{re} cig. t_0



Heaviness of smoking index t_0



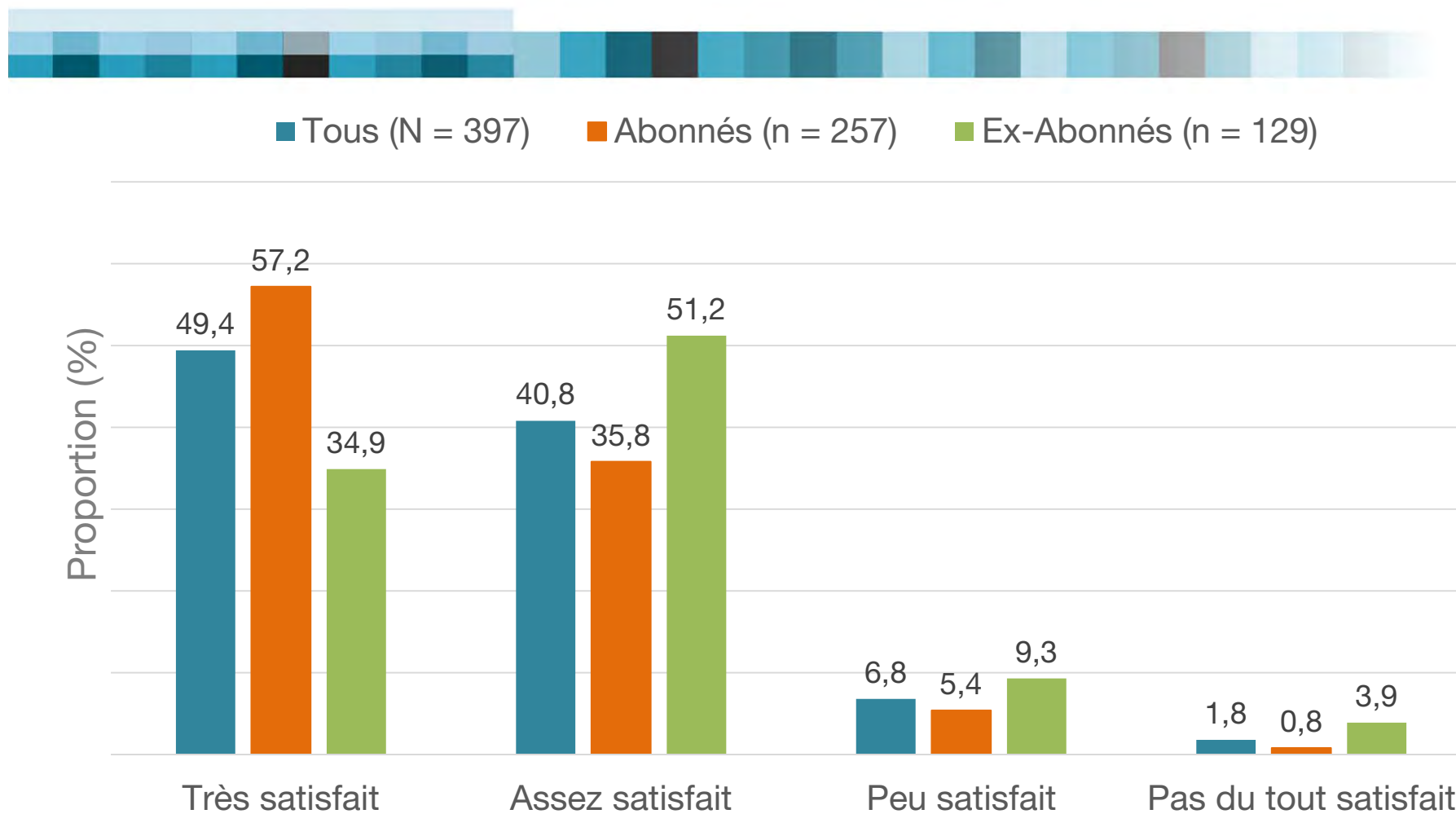
Résultats du suivi t_1
Deux mois après l'inscription au SMAT

www.inspq.qc.ca

Participation à l'étude t_1

- **843** clients ont donné leur consentement pour participer au sondage, soit 60% des clients ayant confirmé leur inscription
- Un total de **397 entrevues** ont été réalisées à t_1 , pour un taux de réponse de 47%
- Au moment de l'entrevue
 - 65% étaient encore **abonnés**;
 - 32% n'étaient **plus abonnés**;
 - 3% ne **savaient pas** s'ils étaient encore abonnés au SMAT.

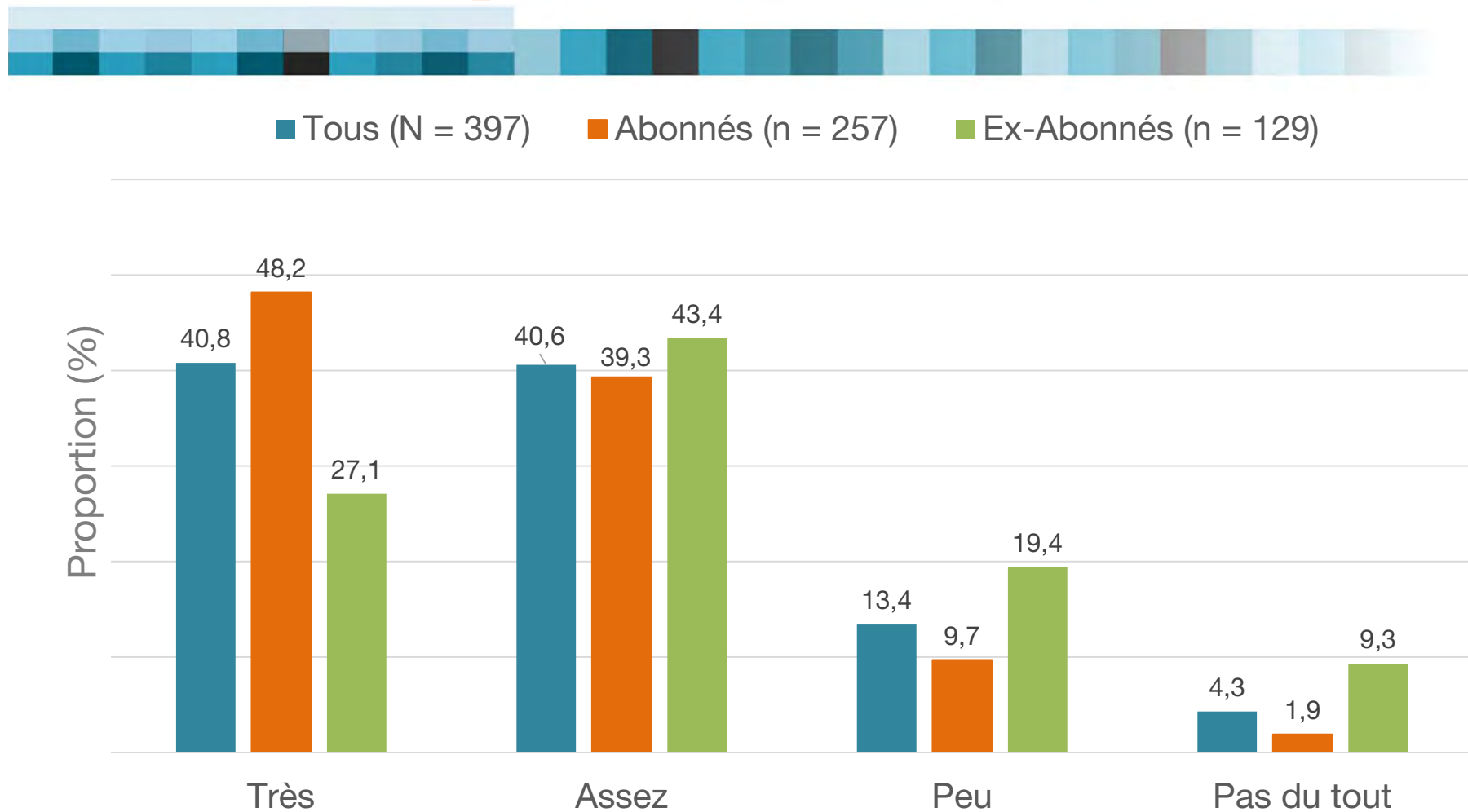
La satisfaction générale t_1



Onze clients ne savaient pas s'ils étaient toujours abonnés au service au moment de l'entrevue



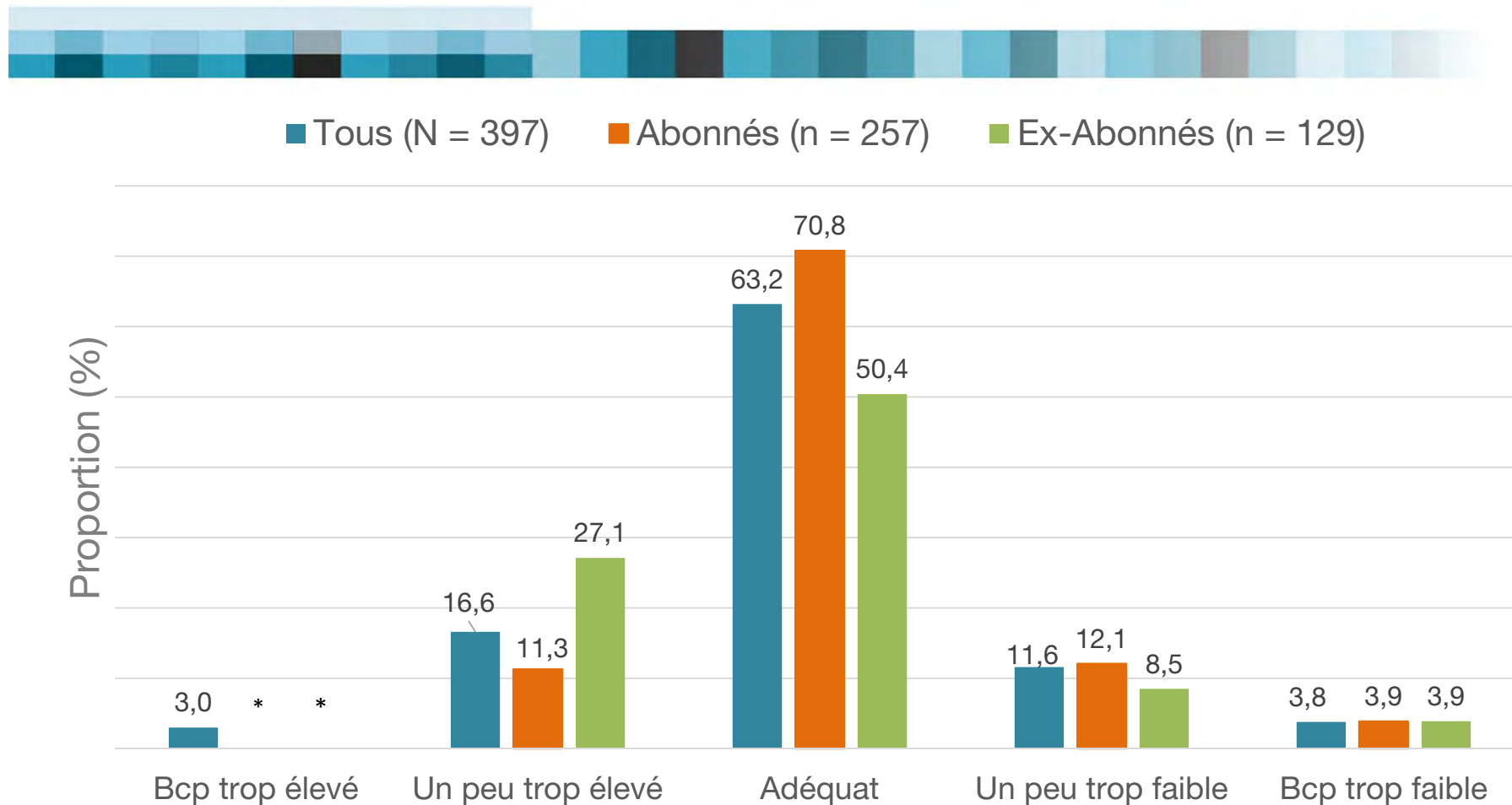
Utilité des messages textes dans leurs ensemble t_1



Onze clients ne savaient pas s'ils étaient toujours abonnés au service au moment de l'entrevue



Nombre de messages textes reçus t_1

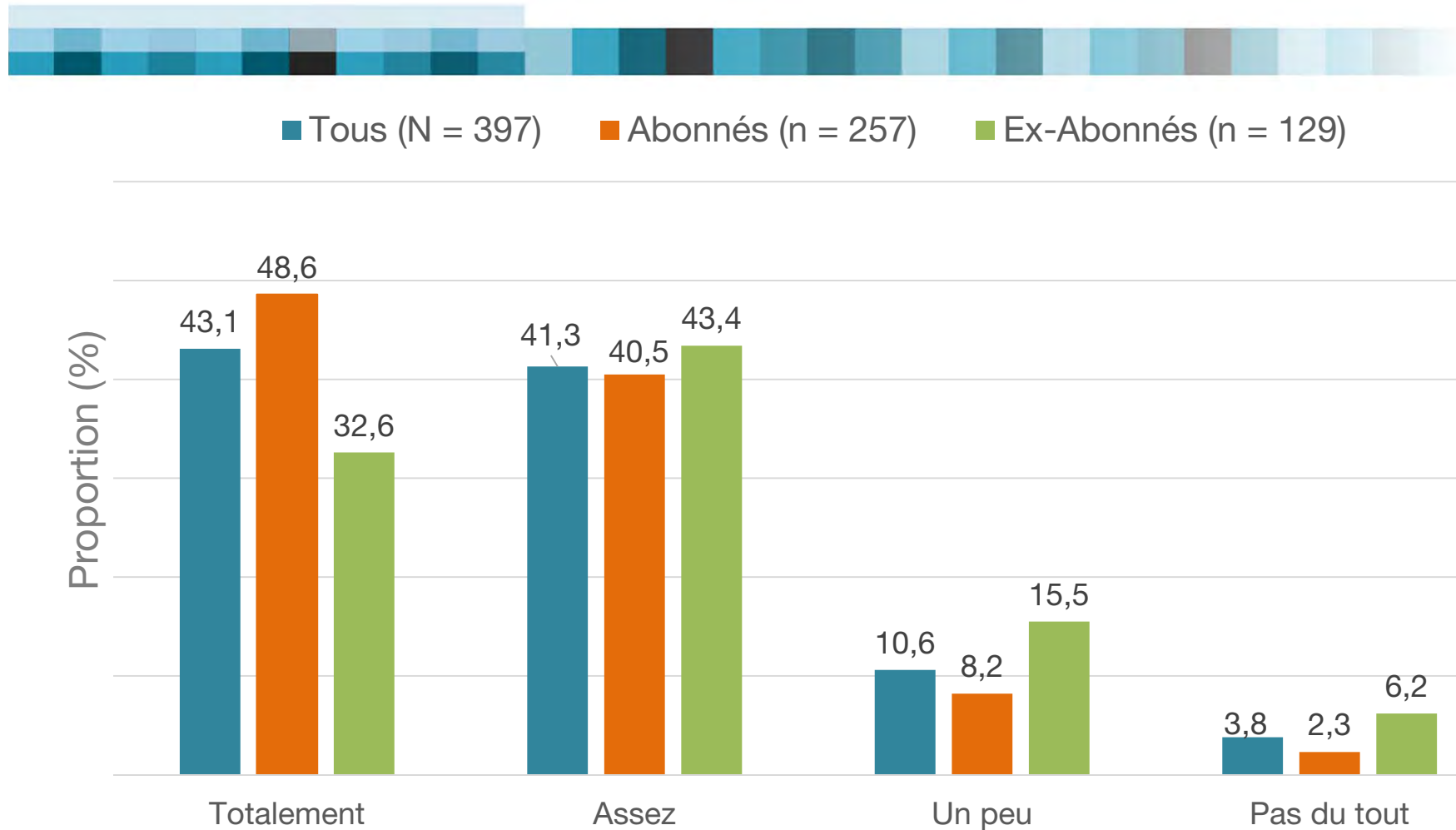


* Données trop restreintes pour être présentées

Onze clients ne savaient pas s'ils étaient toujours abonnés au service au moment de l'entrevue



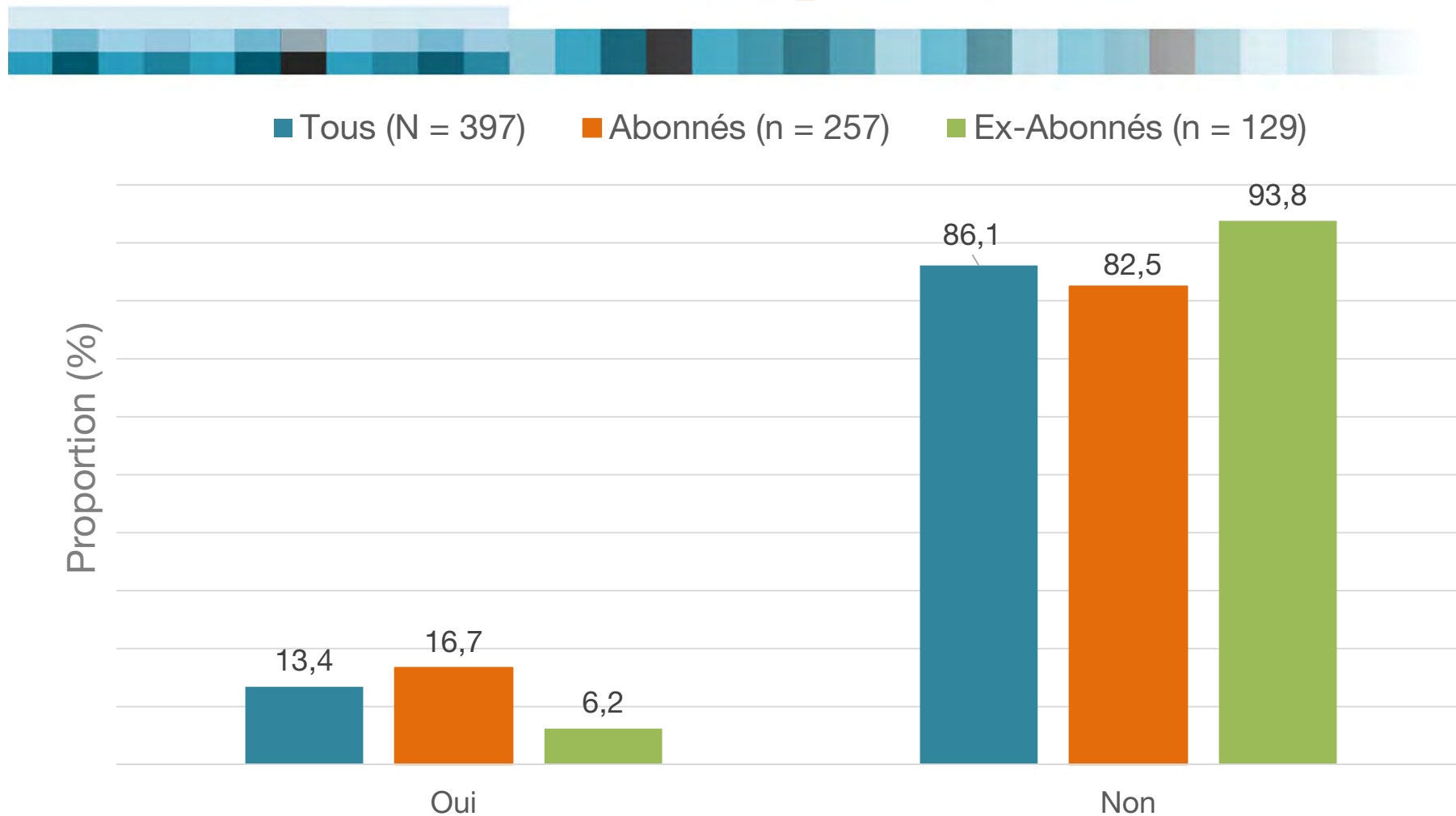
Est-ce que les messages textes envoyés sont motivants ? t_1



Onze clients ne savaient pas s'ils étaient toujours abonnés au service au moment de l'entrevue



Utilisation du clavardage avec les conseillers du SMAT t_1



Onze clients ne savaient pas s'ils étaient toujours abonnés au service au moment de l'entrevue

L'arrêt tabagique t_1 ($N = 397$)

Méthodes utilisées pour cesser de fumer depuis l'inscription au SMAT

- **51%** des clients ont rapporté avoir **utilisé un produit ou médicament pour** aider à **cesser** de fumer depuis leur inscription au SMAT

Tentative d'arrêt d'au moins 24h

- **77%** des clients ont rapporté avoir fait **au moins une tentative d'arrêt tabagique de 24h ou plus** depuis leur inscription au SMAT

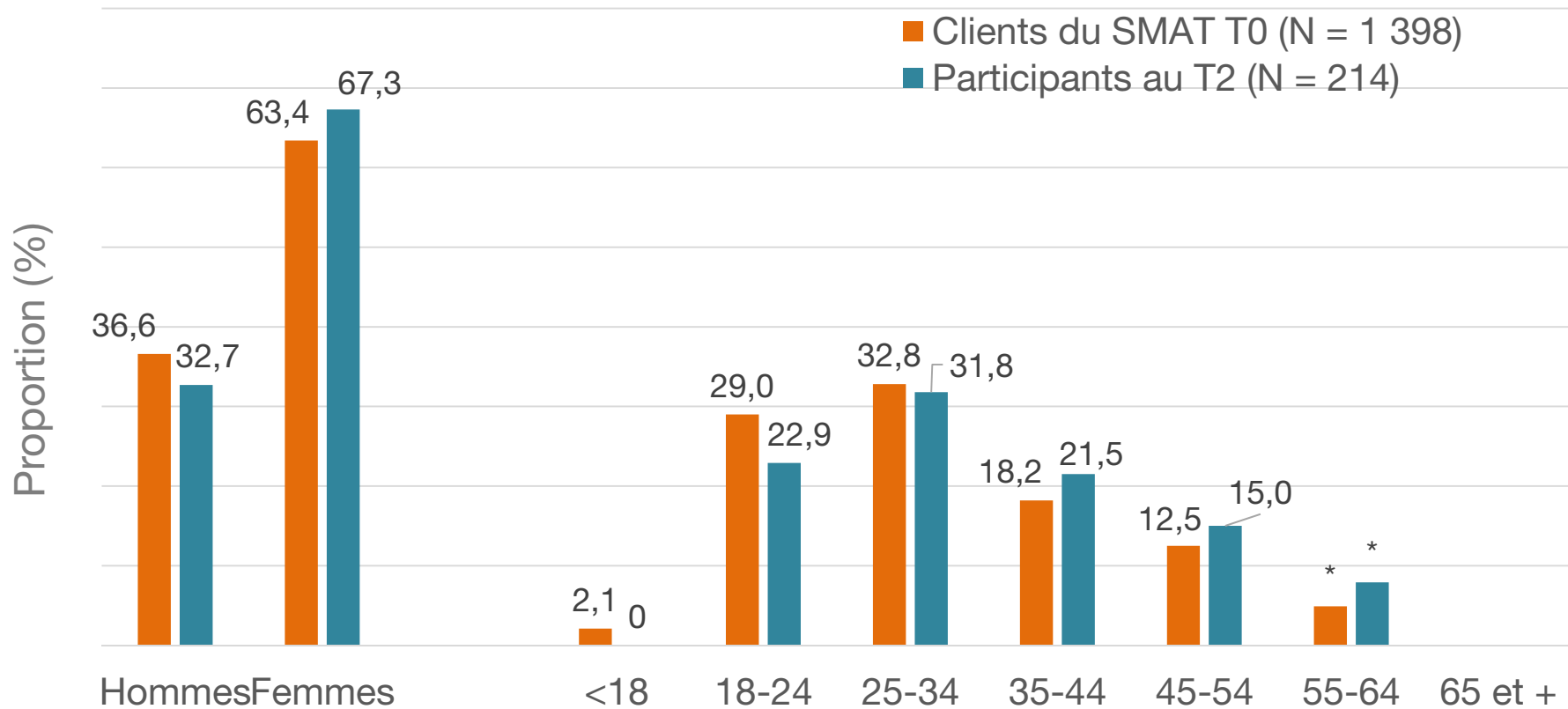
Résultats du suivi t_2
Huit mois après l'inscription au SMAT

www.inspq.qc.ca

Participation à l'étude t_2

- Éligible: 390 (28% de la clientèle T_0)
 - **Tous les répondants de t_1** qui ont accepté de répondre au sondage t_2 ainsi que
 - **Les personnes éligibles** au sondage t_1 **non rejointes** lors du premier sondage et qui ont été **abonnées** au SMAT pour **au moins 60 jours**
- Un total de **214 entrevues** ont été réalisées à t_2 , pour un taux de réponse de 55%

Sexe et âge t_2

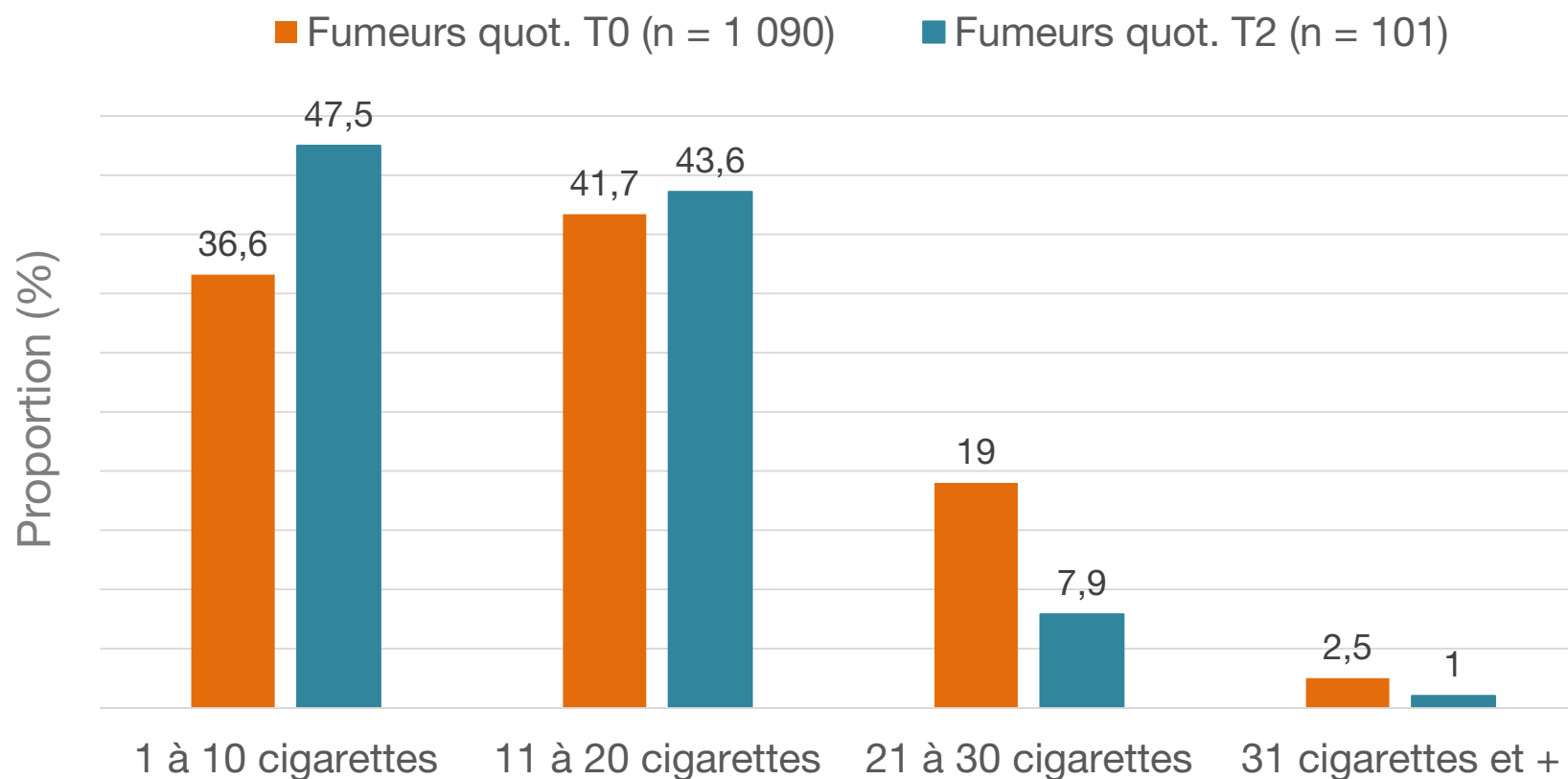


* Données trop restreintes pour être présentées

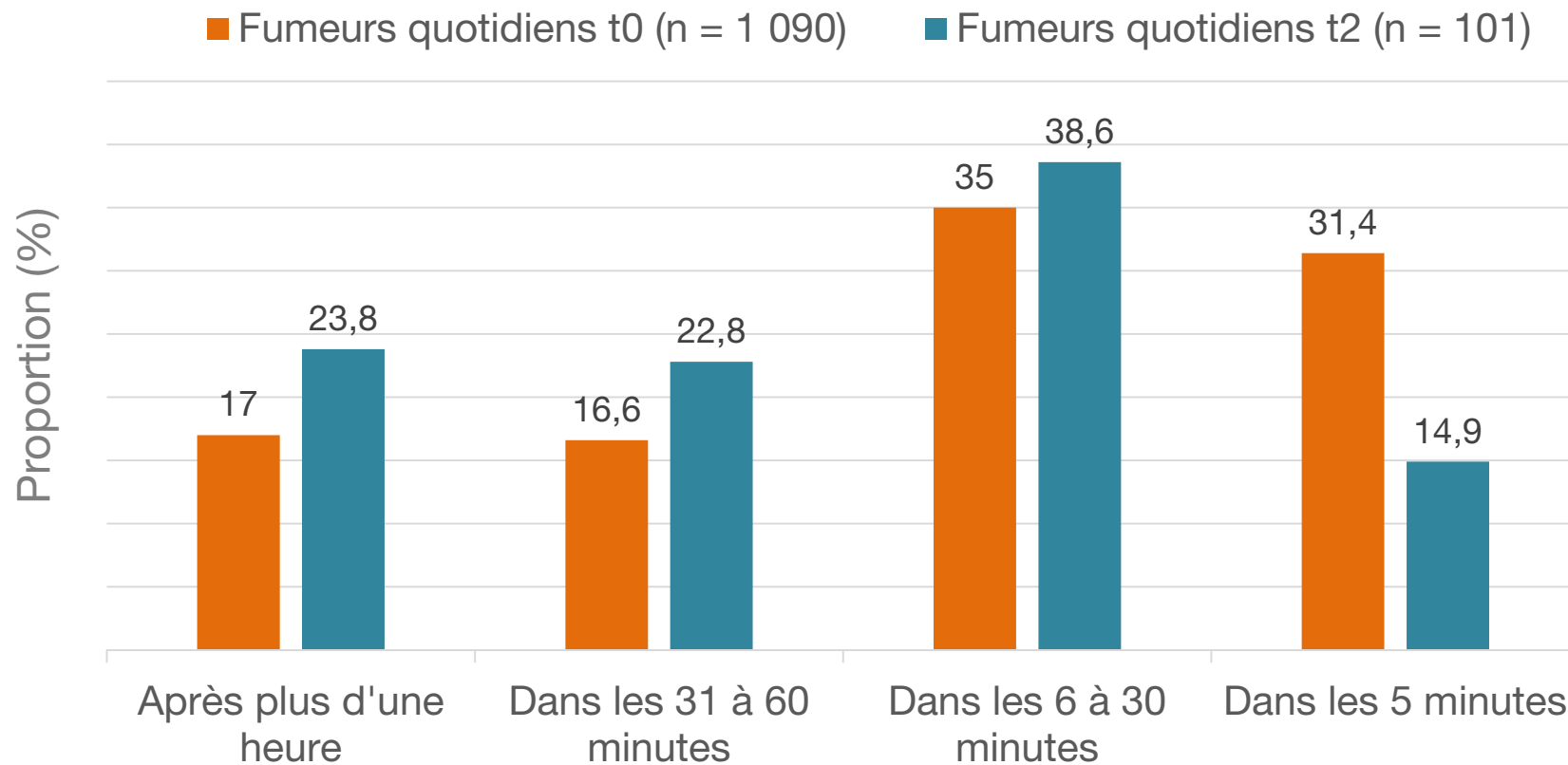
Statut tabagique t_2

Statut tabagique	Clients du SMAT			
	t_0 (N = 1 398)		t_2 (N = 214)	
	n	%	n	%
Fumeur actuel	1 176	84,2	135	63,1
Quotidien	1 090	(78,0)	(101)	(47,2)
Occasionnel	86	(6,2)	(34)	(15,9)
Ex-fumeur récent	222	15,9	79	36,9

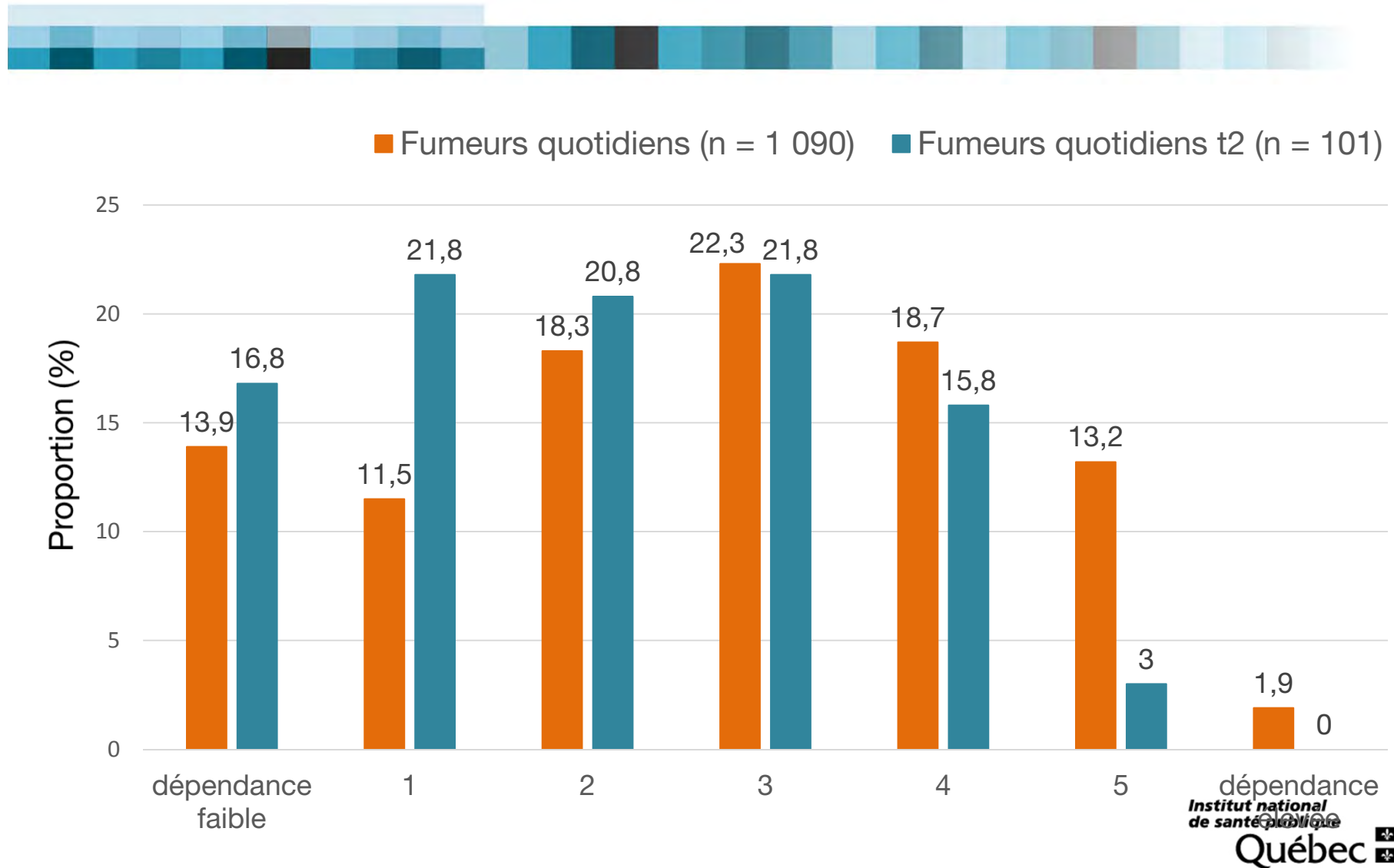
Nombre de cigarettes fumées par jour t_2



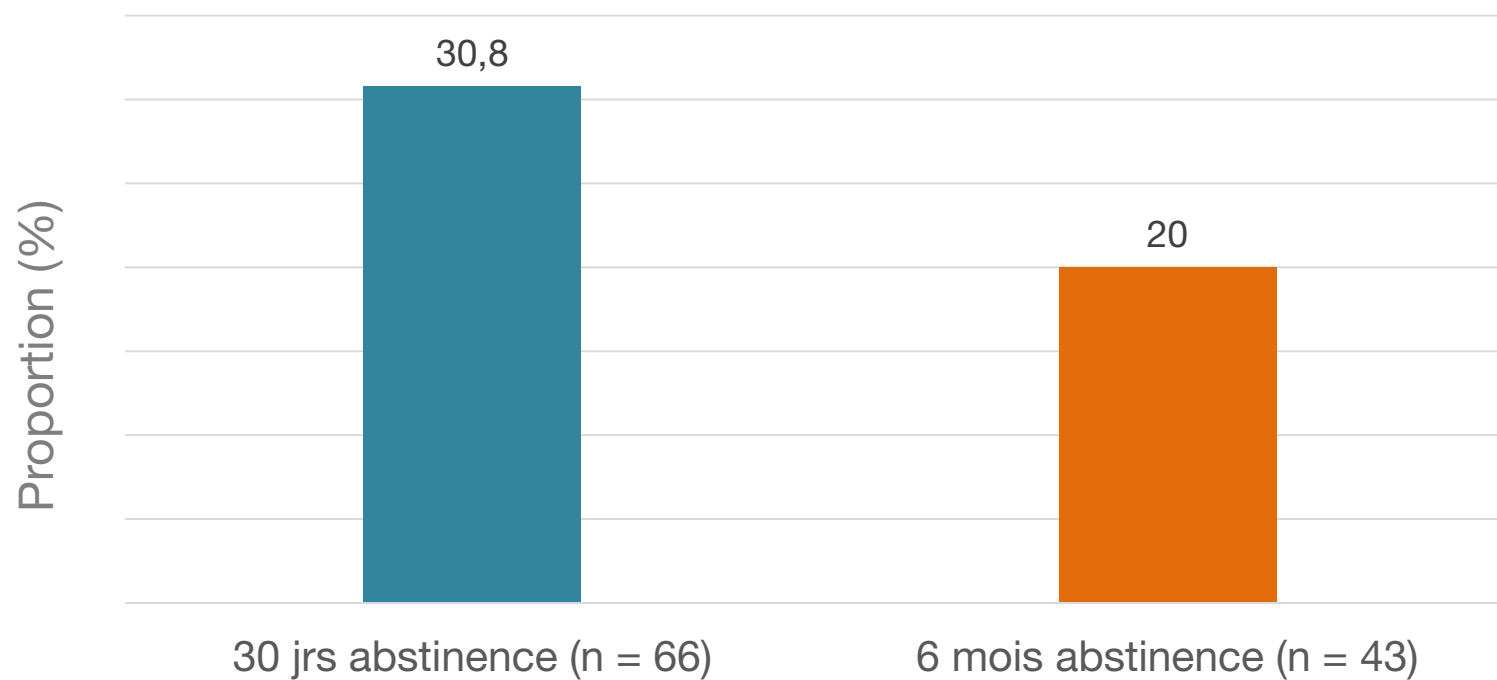
Temps écoulé après le réveil avant la 1^{re} cig. t_0 et t_2



Heaviness of smoking index t_0 et t_2



30 jours et 6 mois abstinence prolongée (t_2)



Principaux constats

www.inspq.qc.ca

**Institut national
de santé publique**
Québec 

Faits saillants (1)

- 1 398 clients ont participé au SMAT entre juin 2015 et juin 2016
- Les principales sources de connaissance du SMAT sont l'Internet, Google et Facebook
- À l'inscription (t_0)
 - 63% des clients étaient des femmes
 - 62% des clients étaient âgés entre 18 et 34 ans
 - 84% des clients étaient des fumeurs actuels
- Satisfaction du service SMAT (t_1)
 - 90% ont affirmé être très ou assez satisfaits du SMAT en général
 - 81% ont trouvé que les messages textes étaient très ou assez utiles
 - Dans l'ensemble, le nombre de messages texte reçus semble adéquat et les messages sont perçus comme étant motivants par la majorité des clients

Faits saillants (2)



Huit mois suivant l'inscription (t_2):

- Les clients du SMAT fument un **nombre moins élevé de cigarettes par jour**
- **L'abstinence prolongée de 30 jours** est de **31%** et
l'abstinence prolongée de 6 mois est de **20%**

Limites de l'étude

- Devis non randomisé et non contrôlé (relation causale ambiguë, interaction entre les différentes composantes d'une intervention, etc.)
- Biais d'autosélection : Seulement les clients qui ont donné leur consentement ont été inclus (et seulement une partie de ceux-ci ont été rejoints)

	Participation à l'étude <i>N</i> = 1 398	Nombre d'entrevues réalisées
t_1	843 (60,3%)	397 (47,1%)
t_2	390 (27,9%)	214 (54,9%)

- Seulement 15,3% de la population de clients du SMAT ont été rejoints à t_2

Limites de l'étude



- **Problèmes techniques** faisant en sorte que le service était indisponible pour tous à certains moments (panne d'Internet ou d'électricité chez le fournisseur de service) ou pour certains abonnés seulement
- **Service assez récent** ayant subi plusieurs changements sur le plan de l'intervention fournie depuis ses débuts

Remerciements

Un grand merci à

- **Anathalie Jean-Charles** (SCC) et **Dominique Claveau** (SCC) pour leur précieuse collaboration
- **Benoit Lasnier** (INSPQ) pour sa collaboration