



BILAN RÉGIONAL

MOIS SANS TABAC 2025

Bourgogne-Franche-Comté

Fanny COURTI
Ambassadrice régionale | Promotion Santé BFC

Mars 2026

Opération déployée avec le soutien financier de l'Agence régionale de santé de Bourgogne-Franche-Comté



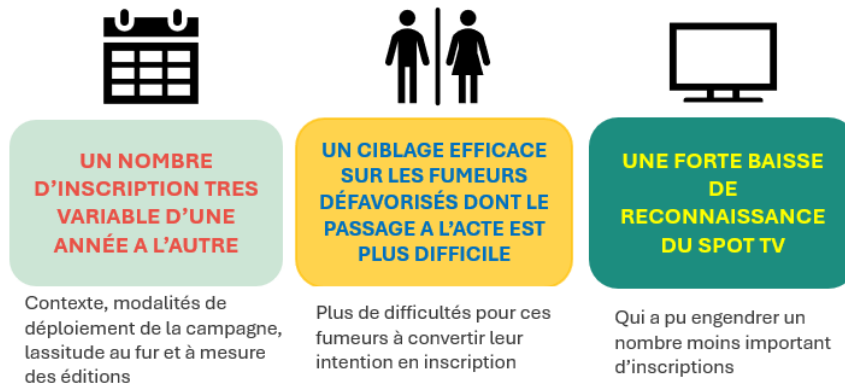
SOMMAIRE

10^e ÉDITION DE L'OPÉRATION : BILAN DE SANTÉ PUBLIQUE FRANCE	3
1. Nombre d'inscrits sur Tabac Info Service (TIS)	3
2. Notoriété et efficacité de l'opération	3
CHIFFRES CLÉS EN RÉGION	4
1. Nombre d'inscrits sur Tabac Info Service (TIS)	4
2. Nombre de professionnels sensibilisés.....	4
ANIMATIONS	4
1. Défi régional à destination des clubs sportifs	4
2. Défi interrégional à la Protection Judiciaire de la Jeunesse	5
3. Défis départementaux à destination des jeunes vulnérables.....	5
4. Animations de terrain.....	6
COMMUNICATION - VALORISATION	7
1. Fil rouge de communication	7
2. Communication sur les sites et réseaux sociaux	7
3. Vidéo témoignages : 10 ans du Mois sans tabac "paroles d'acteurs en région"	8
ACTIONS	8
1. Répartition géographique	8
2. Lieux d'interventions.....	9
3. Publics bénéficiaires.....	9
4. Typologie	10
CONCLUSION	10

10^e ÉDITION DE L'OPÉRATION : BILAN DE SANTÉ PUBLIQUE FRANCE

1. Nombre d'inscrits sur Tabac Info Service (TIS)

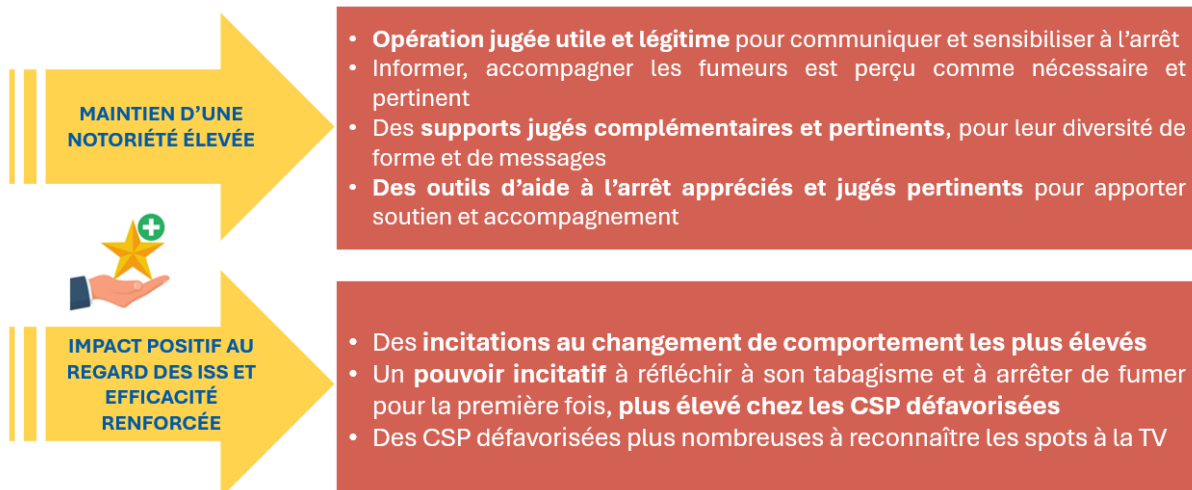
L'édition 2025 totalise 117 568 inscrits sur TIS, soit une **baisse de -12%** par rapport 2024. Cette diminution est observée dans toutes les régions. 3 hypothèses sont formulées pour l'expliquer :



Depuis sa 1^{ère} édition en 2016, l'opération compte près de **1,6 millions d'inscriptions** et près de **2,5 millions de tentatives d'arrêt**.

2. Notoriété et efficacité de l'opération

L'édition 2025 a fait l'objet de prés-tests quantitatifs et qualitatifs réalisés par Santé publique France (SpF). Les résultats obtenus attestent de la **notoriété de la campagne qui se maintient à un niveau élevé** chaque année ainsi que d'**un impact positif au regard des inégalités sociales de santé** et de son efficacité renforcée auprès des fumeurs issus de catégories sociales défavorisées.

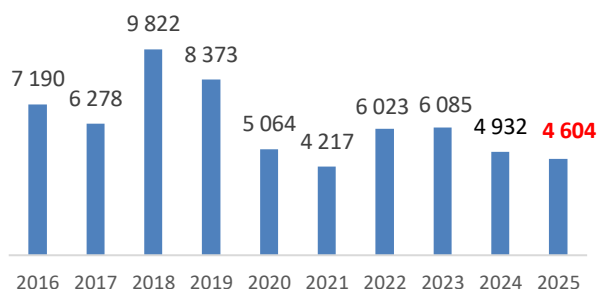


La prochaine enquête du Baromètre santé 2026, réalisée par Santé publique France, permettra de connaître le nombre d'arrêts directement attribuables à l'opération (publication fin 2027).

CHIFFRES CLÉS EN RÉGION

1. Nombre d'inscrits sur Tabac Info Service (TIS)

4 604 personnes inscrites sur TIS, soit une **baisse de -7%** par rapport à 2024 (4 932 inscrits). Les mêmes hypothèses que celles exposées au niveau national peuvent probablement en partie expliquer cette baisse. On dénombre **près de 63 000 participants** depuis la 1^{ère} édition en 2016.



2. Nombre de professionnels sensibilisés

98 professionnels ont été sensibilisés dans le cadre de **rencontres et temps forts départementaux thématiques** organisés sur la période de septembre à octobre 2025. Les participants étaient majoritairement issus des **secteurs médical, médico-social et social ainsi que du milieu associatif**.

THÉMATIQUES ABORDÉES	SATISFACTION
<ul style="list-style-type: none">• Tabac et santé mentale• Tabac et handicap• Tabac et jeunes• Tabac et vulnérabilité• Tabac et jeunes• Tabac et nouveaux produits en tabacologie <p>→ « Tabac et santé mentale » et « Tabac et nouveaux produits » sont les thèmes ayant suscité le plus d'intérêt.</p>	<p>92% de satisfaction générale</p> <p>97% satisfaits des contenus proposés</p> <p>88% satisfaits de l'animation et des méthodes pédagogiques employées</p> <p>73% satisfaits de la qualité des échanges</p> <p>→ 97% de taux de retour au questionnaire</p>
ATTENTES ET BESOINS	IDÉES FORTES RETENUES
<p>76% de réponses favorables aux attentes</p> <p>3 principaux besoins exprimés : Être accompagné dans la construction d'une action, renforcer ses connaissances sur le sujet traité, Participer à une formation CPS</p> <p>→ 79% pensent pouvoir mobiliser les outils et ressources présentés</p>	<ul style="list-style-type: none">• L'importance du lien social et de l'entourage• Favoriser la démarche pluriprofessionnelle• L'influence de l'entourage et des réseaux sociaux chez les jeunes• S'appuyer sur les ressources de la personne• Rechercher sa motivation et l'encourager• Employer les « bons mots » et utiliser une communication adaptée• Une diversité d'outils et de ressources <p>→ L'intérêt de la prévention</p>



Le renforcement des CPS au cœur de la démarche d'arrêt

ANIMATIONS

Pour la 10^e édition du Mois sans tabac, plusieurs défis régionaux et interdépartementaux ont été organisés sur le mois de novembre, en partenariat avec différentes structures.

1. Défi régional à destination des clubs sportifs

Le **CROS** a lancé un défi à destination des **clubs sportifs de la région** afin de valoriser des actions engageantes et inspirantes autour de la prévention du tabagisme en milieu sportif. L'initiative permet d'inscrire le milieu sportif dans une démarche globale de prévention et promotion de la santé.

Mobilisation 31 clubs participants

Gagnants

1^{er} lauréat – Besançon Bisons (25 – Doubs)
L'action : Déambulation ludique et sportive dans les rues de Besançon, proposant aux passants de tester leurs connaissances sur le tabac à travers un quiz interactif, en répondant aux questions en shootant dans des cibles.

2^e lauréat – Association Sportive Beaunoise (21 – Côte d'Or)
L'action : Sensibilisation menée tout au long du mois de novembre, impliquant des jeunes (dont des enfants en situation de handicap) autour d'actions concrètes : communication, ramassage de mégots, création de supports de prévention et vidéo de sensibilisation.

3^e lauréat – ES Appoigny Football (89 – Yonne)
L'action : Sensibilisation menée tout au long du mois de novembre auprès des jeunes et des familles, invitant joueurs et spectateurs à déposer cigarettes et puffs à l'entrée afin de garantir des temps sans tabac autour des matchs.

Récompenses Les 3 premiers clubs sportifs ont remporté un chèque cadeau Decathlon pour l'achat de matériel et équipement sportif.



Retrouvez la vidéo teaser et des communiqués de presse dans [l'onglet "Passer à l'action" de l'espace Mois sans tabac](#)

2. Défi interrégional à la Protection judiciaire de la jeunesse

La Direction interrégionale de la Protection judiciaire de la jeunesse (DIRPJJ) Grand-Centre a organisé un défi intitulé « Un défi quotidien pour se sentir bien » à destination des unités et Direction d'établissements.

Mobilisation 17 unités participantes

Gagnants

1^{er} Unité éducative d'hébergement collectif d'Auxerre (89 – Yonne)
Défi n°5 – Proposez une idée originale de pause active pour remplacer la cigarette :: Nettoyer le poulailler 🐔

2^e Centre Éducatif Fermé de Dijon (21 – Côte d'Or)
Défi n°18 : Proposez une activité originale pour gérer son stress autrement qu'en allumant une cigarette. La Marche mentale « 5-4-3-2-1 » 🧠
(Trouver 5 choses qu'on voit, 4 choses qu'on peut toucher, 3 qu'on peut entendre, 2 qu'on peut sentir, 1 qu'on peut goûter ou imaginer).

3^e STEMO de Besançon (25 – Doubs)
Défi n°1 – Trouvez un surnom de super héros pour un fumeur : Super sans filtre 🦸

Récompenses Les 3 premières équipes ont remporté un Kit « Bien dans ma tête, bien dans mes baskets » contenant différents accessoires et outils pour préserver sa santé mentale et renforcer ses compétences psychosociales (CPS).



Direction interrégionale de la protection judiciaire de la jeunesse Grand-Centre

Pour découvrir quelques-unes des productions, rendez-vous dans [l'onglet « Passer à l'action » de l'espace Mois sans tabac](#)

3. Défis départementaux à destination des jeunes vulnérables

Des missions locales, écoles de la seconde chance (E2C) et maisons familiales rurales (MFR) de 4 départements (Nièvre, Saône-et-Loire, Yonne et Nord Franche-Comté) ont organisé des journées défis Mois sans tabac à destination de jeunes âgés de 16 à 25 ans, sortis du système scolaire ou sans emploi, accueillis et accompagnés au sein de leurs structures.

Mobilisation 206 Jeunes sensibilisés
28 Structures partenaires engagées

Retour en image



Récompenses Les jeunes des **3 premières équipes** ont remporté un **Kit « Bien dans ma tête, bien dans mes baskets »** contenant différents accessoires et outils pour préserver leur santé mentale et renforcer leurs compétences psychosociales (CPS).



L'ensemble des structures partenaires a exprimé le souhait de pouvoir reconduire une telle action l'an prochain.

4. Animations de terrain

Santé publique France a de nouveau mis à la disposition des structures ambassadrices, un dispositif matériel mobile pour l'organisation de **2 journées d'animation de terrain**.

Ces temps forts, menés en partenariat avec des acteurs et partenaires locaux, avaient pour objectifs **d'aller à la rencontre du public, de communiquer autour de l'opération et de les informer sur les outils, ressources et dispositifs d'accompagnement à l'arrêt du tabac existants**. Une occasion offerte également aux passants d'échanger avec un tabacologue afin d'obtenir des réponses à leurs questions et bénéficier de conseils.

En région, elles se sont déroulées au sein des structures et départements suivants :

- **CHS Saint-Ylie Jura** – Jura | 13 novembre 2025
- **Centre commercial E. Leclerc de Saint-Denis-Lès-Sens** – Yonne | 14 novembre 2025

Impact 115 personnes sensibilisées

Partenariat 14 partenaires intervenants mobilisés : Tab'agir, Association Addictions France, Professionnels de santé du CHS Saint-Ylie Jura, Agents du centre commercial E. Leclerc de Saint-Denis-Lès-Sens, Hôtesse de l'accueil représentantes de Santé publique France

Attentes et besoins des fumeurs

- **S'informer** sur le tabac, les structures et aides existantes.
- **Échanger** avec un professionnel et bénéficier de conseils.
- **Exprimer** leur souhait d'arrêter et les difficultés rencontrées
- **Partager** leur victoire d'arrêt du tabac.

Paroles De passants

- « 20 ans après avoir arrêté, il m'arrive encore de me surprendre à tenir mon stylo comme une clope »
- « Je prends le kit d'aide à l'arrêt du tabac pour mon fils/ma fille/mon mari. »
- « Je n'ai pas encore réussi à arrêter de fumer mais je suis fière d'avoir réduit ma consommation ».



COMMUNICATION ET VALORISATION

1. Communication fil rouge

Depuis 2021, un fil rouge de communication et d'attractivité est organisé pour promouvoir et valoriser le dispositif en région. Il vise à susciter l'intérêt et l'engagement des acteurs et des fumeurs, mais également à les informer, accompagner et encourager dans leur démarche d'arrêt, tout au long de l'opération. Ce fil rouge se matérialise à travers la réalisation et diffusion hebdomadaire de **fiches mémo tabac thématiques en octobre, suivies de podcasts en novembre.**

Pour cette 10^e édition, **3 nouvelles fiches mémo** ont été réalisées sur les sujets suivants :

- Tabac et handicap psychique
- Prévention du tabagisme par les associations caritatives ;
- Accompagner l'arrêt du tabac en milieu de travail.

[Disponibles en ligne] : [Espace Mois sans tabac – Rubrique « Ressources »](#)



3 nouveaux podcasts ont donné la parole aux structures partenaires suivantes :

- L'entreprise Orange Franche-Comté ;
- Le Centre Hospitalier Spécialisé (CHS) Saint-Yllie du Jura ;
- La Fédération des acteurs de la solidarité de Bourgogne-Franche-Comté et des représentants d'usagers au sein du Conseil Régional des Personnes Accueillies (CRPA).

[Disponibles en ligne] : [Espace Mois sans tabac – Rubrique « Ressources »](#) ou sur [notre chaîne YouTube](#)

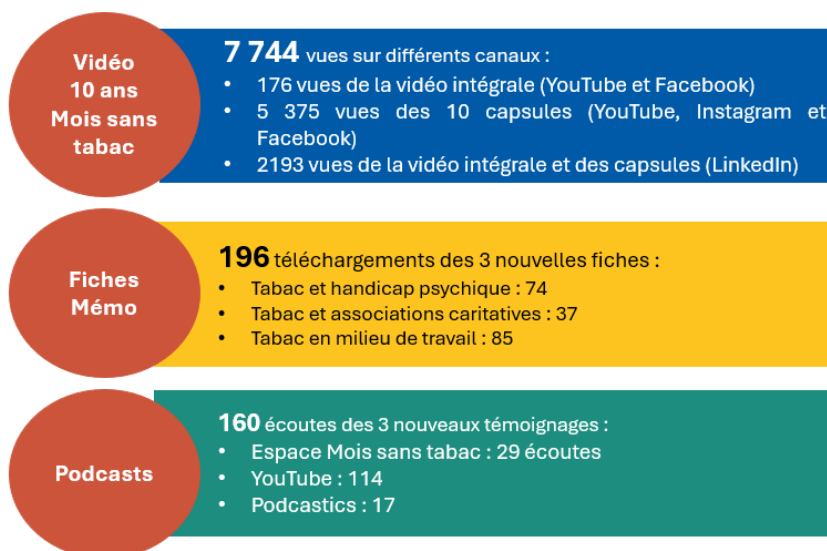
2. Communication sur les sites et réseaux sociaux

L'opération ainsi que les animations et activités organisées en région font annuellement l'objet d'une communication et d'une valorisation sur les sites et réseaux sociaux gérés par Promotion Santé BFC, ainsi que sur ceux de nos principaux partenaires et financeur.

Les résultats en chiffres :

Fiches mémo : L'outil de suivi statistique a rencontré une panne informatique sur la période de juillet à novembre 2025. Ce qui peut probablement en partie expliquer l'effectif moindre de téléchargements par rapport aux années précédentes.

Podcasts : Résultats obtenus sans aucune sponsorship sur les canaux de diffusion, contrairement aux années précédentes.



Les résultats chiffrés, en nette baisse par rapport aux années précédentes, ont remis en question la pertinence de ces supports qui feront l'objet d'une réorientation (fond et forme) pour la prochaine édition.

3. Vidéo témoignages : « 10 ans du Mois sans tabac », paroles d'acteurs en région



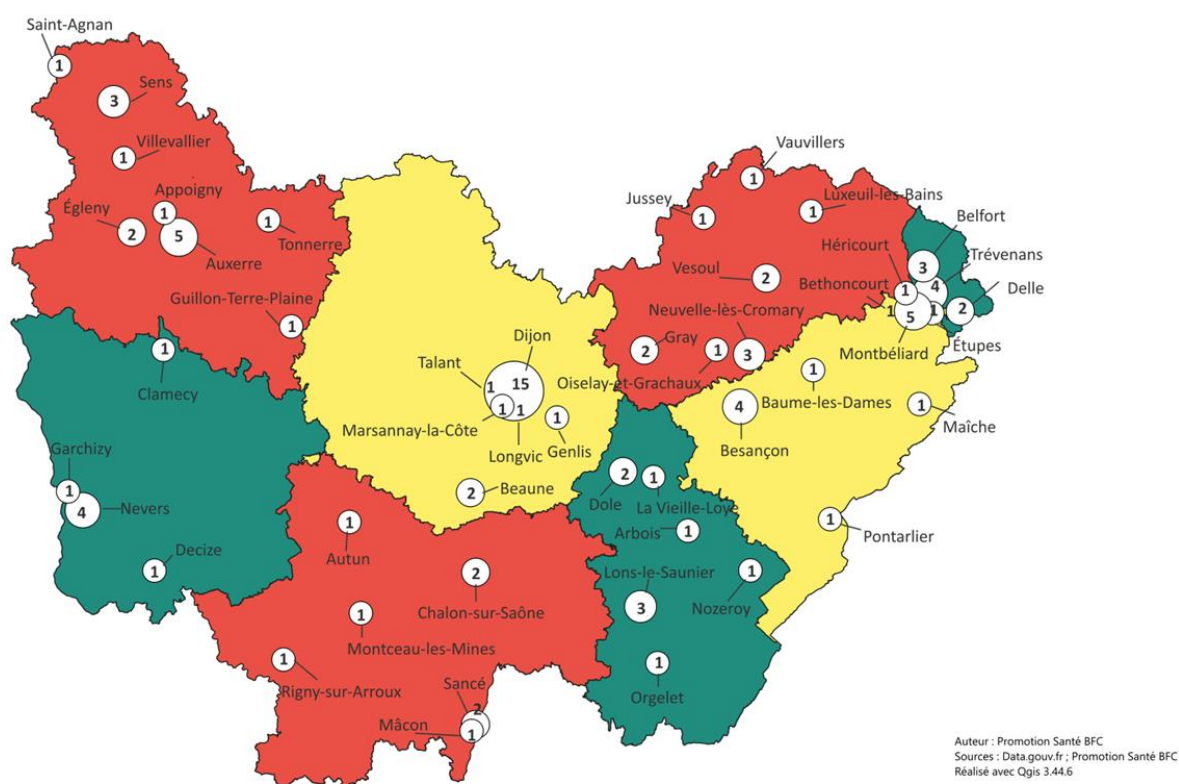
Pour cette 10^e édition, **des acteurs régionaux ont témoigné sur leur engagement en prévention du tabagisme** (ARS, Mission locale, Hôpital NFC, Clinique Ker Yonnec, Centre Epide, OPSAT, Divio, Tab'agir). Ils partagent également leur vision du futur sur ce **à quoi ressemblera la prévention du tabagisme dans 10 ans.**

Retrouvez leur parole en vidéo dans [l'onglet "Passer à l'action"](#)

[de l'espace Mois sans tabac](#)

ACTIONS

1. Répartition géographique



Après plusieurs années de déclin, **le nombre d'actions saisies dans la base de données Oscars est de nouveau en hausse : 95 actions renseignées** contre 72 référencées en 2024 et 81 en 2023.

Depuis le lancement de l'opération en 2016, **l'évolution des déclarations sur Oscars est fluctuante. Un constat également observé au niveau national.** Les raisons peuvent être multiples (non-appropriation du site par les porteurs d'actions, difficultés de saisie, manque de temps, intérêt moindre...) La hausse du référencement obtenue cette année, est pour partie le résultat d'une multiplication des relances effectuées auprès des porteurs d'actions, de démarches mails et téléphoniques personnalisées ainsi que d'un accompagnement poussé à la saisie.

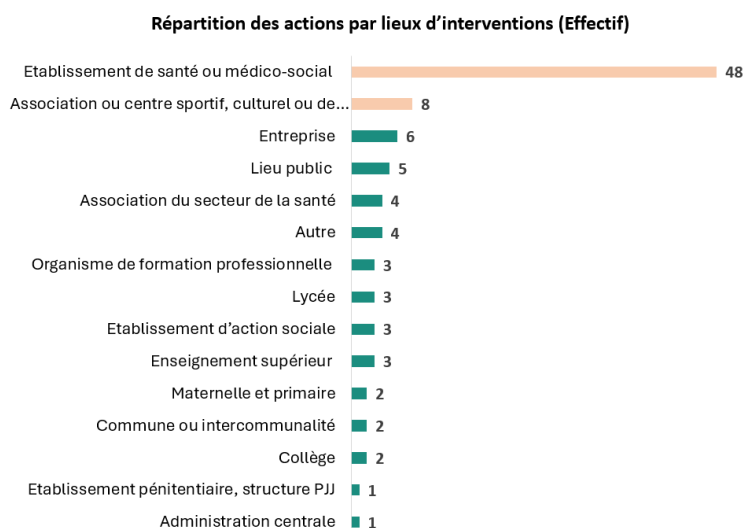
2. Lieux d'interventions

Sur les 95 actions répertoriées, **la moitié (48) se sont déroulées au sein des structures sanitaires et médico-sociales.** Secteur qui enregistre le plus grand nombre d'actions déployées en région chaque année.

L'implication des associations et clubs sportifs est à souligner. Ils se sont particulièrement mobilisés cette année, à travers notamment leur participation à un défi régional leur étant spécifiquement dédié.

Parmi les **5 actions réalisées dans des lieux publics**, 2 se sont déroulées au sein d'une collectivité (salle des fêtes et Maison du peuple), 1 action s'est tenue lors d'un marché populaire, 1 action en centre commercial et 1 autre en centre-ville.

3 actions répertoriées dans la catégorie « Autres » font référence à des **interventions réalisées en pleine nature.** (Forêt, et cross sportif). Ceci atteste de la prise en compte par les acteurs, des facteurs environnementaux et milieux de vie comme déterminants majeurs de la promotion de la santé et en matière de prévention du tabagisme. L'exposition en pleine nature et la pratique d'une activité physique s'inscrivent également comme des leviers d'actions et stratégies alternatives efficaces à la consommation de tabac. La 4^e action correspond à une action de **communication réalisée sur les réseaux sociaux et le site d'un club de football.**

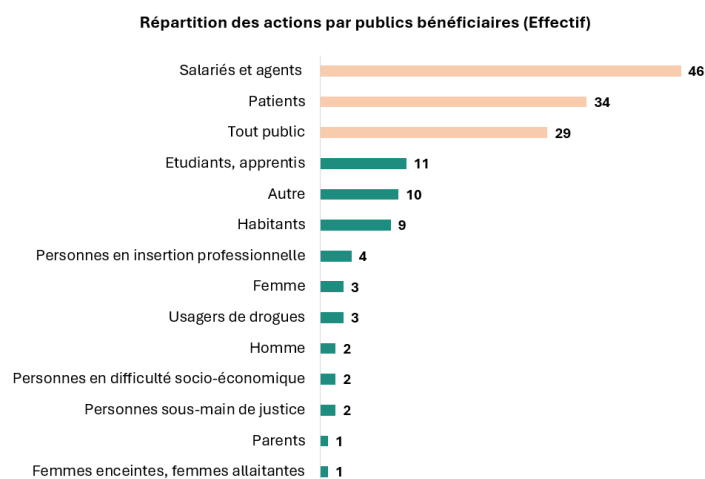


Source : Extraction OSCARS, exploitation Promotion Santé BFC. 20/02/2026

3. Publics bénéficiaires

Les salariés et agents (46), les patients (34) et le tout public (29) représentent les principales catégories de population sensibilisées dans le cadre de l'opération. Un constat similaire à celui observé depuis plusieurs années et cohérent avec la répartition du nombre d'actions réalisées par type de lieux puisqu'elles se sont majoritairement déroulées au sein d'établissements publics de santé.

Les publics mentionnés dans la catégorie « Autres » font référence à **des jeunes adhérents, licenciés et/ou éducateurs de clubs sportifs.** Un public sensibilisé dans le cadre du défi régional organisé spécifiquement pour ce secteur cette année.



Source : Extraction OSCARS, exploitation Promotion Santé BFC. 20/02/2026

Le maintien d'actions à destination des étudiants est satisfaisant. En revanche, il est constaté une **baisse des interventions à destination des personnes en situation de fragilité et de vulnérabilité.** Or, il s'agit d'un des principaux publics prioritaires à sensibiliser en matière de prévention et d'arrêt du tabac.

4. Typologie

Comme chaque année, la **communication par affichage et/ou stand de sensibilisation (66)** reste le type d'action majoritairement mis en œuvre par les acteurs

Les actions proposées sous la forme d'ateliers collectifs (12) restent également privilégiées.

Une démarche en adéquation avec les axes stratégiques de la charte d'Ottawa en ce qu'elle associe le renforcement de l'action

communautaire et participative avec le développement des aptitudes individuelles dans un objectif de renforcement du pouvoir d'agir des individus. En l'occurrence ici, la capacité des fumeurs à décider par eux-mêmes de modifier leurs comportements vers une diminution voire un arrêt du tabac, au profit de l'amélioration de leur santé.

Les 15 manifestations évènementielles déployées font référence à **des animations collectives** ayant pris des formes diverses tels que des défis, un cross sportif, un Escape Game, un parcours ludique en ville sous la forme d'un Quiz sportif, une journée bien-être en forêt et un Color Run¹

Les 3 actions renseignées dans la catégorie « **Autre** » correspondent à la réalisation d'une **vidéo témoignages de soignants salariés fumeurs d'un EHPAD** relevant le défi Mois sans tabac, la **création d'un jeu Game Boy** autour du tabac à destination des adhérents d'un club sportif et la réalisation d'un **podcast d'une entreprise** autour de son engagement en matière de prévention du tabagisme et de la prévention en santé en générale.

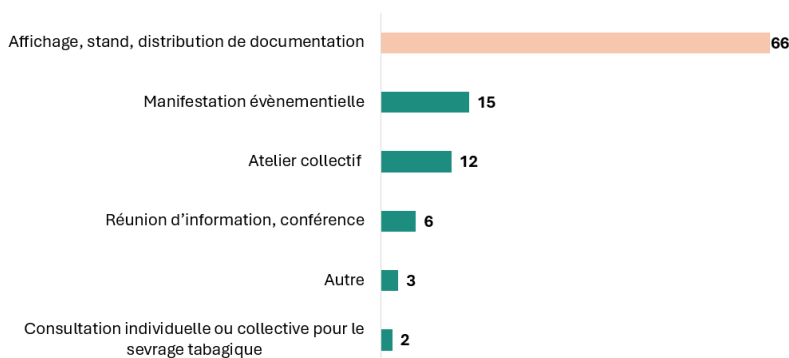
CONCLUSION

L'efficacité du Mois sans tabac n'est plus à démontrer², tant en termes de réussite d'arrêt du tabac que de bénéfices pour la santé publique. L'engagement et la mobilisation des acteurs se maintient chaque année.

L'enjeu et le défi renouvelés chaque année sont de poursuivre la dynamique partenariale et plurisectorielle en mobilisant et accompagnant de nouveaux acteurs pour la mise en œuvre du plan régional de lutte contre le tabagisme de 3^e génération (PRLT3) 2023-2028, dont l'opération Mois sans tabac fait partie intégrante. Cette mobilisation passe par exemple par l'implication des collectivités à travers l'extension des espaces sans tabac, l'engagement des structures hospitalières dans la démarche lieux de santé sans tabac (LSST) ou encore l'implication grandissante des clubs et associations sportives dans la prévention du tabagisme.

L'ambition est aussi d'inscrire les différentes actions dans une démarche globale de promotion de la santé incluant les 5 domaines de la Charte d'Ottawa, dont le renforcement des compétences psychosociales³ des fumeurs, ... et des non-fumeurs.

Répartition des actions par typologie (Effectif)



Source : Extraction OSCARS, exploitation Promotion Santé BFC. 20/02/2026

¹ Color Run : course colorée dont le principe est de courir ou de marcher sur un parcours éfèfini par des zone de couleur.

² OCDE. Évaluation du programme national de lutte contre le tabagisme en France, Juin 2023. [En ligne] https://www.oecd.org/fr/publications/evaluation-du-programme-national-de-lutte-contre-le-tabagisme-en-france_b656e9ac-fr.html

³ Santé publique France. Les compétences psychosociales : un référentiel pour un déploiement auprès des enfants et des jeunes. Synthèse de l'état des connaissances scientifiques et théoriques réalisé en 2021. [En ligne] <https://www.santepubliquefrance.fr/docs/les-competences-psychosociales-un-referentiel-pour-un-deploiement-aupres-des-enfants-et-des-jeunes.-synthese-de-l-etat-des-connaissances-scientif>