

Campagne sur l'usage et la culture sociale du tabac au sein des communautés LGBTQI2S+

Aperçu du projet

Mai 2020

Aperçu du projet

L'Unité de recherche sur le tabac de l'Ontario (URTO) à l'Université de Toronto a récemment obtenu des fonds de l'Agence de la santé publique du Canada afin de créer une campagne de marketing social fondée sur la théorie et des données probantes pour aborder le renoncement au tabac pour de jeunes adultes LGBTQI2S+. Le projet se déroulera en Ontario et au Québec, mettant l'accent sur trois villes pilotes, soit Toronto, Thunder Bay et Montréal. Ce projet sera financé d'octobre 2019 à septembre 2023.

La campagne de marketing social devrait pouvoir implanter des changements à la culture sociale entourant le tabagisme chez les jeunes adultes LGBTQI2S+ (âgés de 19 à 29 ans), réduisant idéalement la prévalence du tabagisme au sein de ce groupe.

La conception finale des composantes du programme sera déterminée au moyen d'une analyse du marché détaillée, notamment des entrevues auprès de témoins privilégiés avec des spécialistes dans le domaine de la santé des jeunes adultes LGBTQI2S+, outre des enquêtes en ligne et des groupes de discussion avec de jeunes adultes dans l'ensemble de l'Ontario et du Québec.

L'initiative comprendra l'élaboration d'un certain nombre de composantes, dont celles-ci : messages ciblés dans les médias sociaux destinés aux jeunes adultes LGBTQI2S+, développement d'un site Web, événements expérientiels et services de renoncement au tabac sans danger pour les jeunes adultes LGBTQI2S+, notamment la prestation d'une thérapie de remplacement de la nicotine (TRN) gratuite.

La campagne mettra l'accent sur le renoncement au tabac et, selon les résultats de l'étude de marché, abordera aussi le vapotage de cigarettes électroniques. L'initiative s'inspirera des expériences de la campagne *One Day...Day 1* mise sur pied par deux de nos partenaires, soit Toronto Public Health et Cheminer sans fumer.

Brève justification

Les membres des communautés LGBTQI2S+ continuent de présenter des taux plus élevés de tabagisme, tandis que les taux d'autres populations sont demeurés les mêmes ou ont diminué. La prévalence de tabagisme atteignait 35 % chez les jeunes adultes LGBTQI2S+ âgés de 18 à 24 ans, comparativement à seulement 23 % chez les personnes hétérosexuelles cisgenres du même âge au Canada en 2014¹.

La recherche a évoqué un certain nombre de raisons pour lesquelles les taux de tabagisme sont élevés parmi les communautés LGBTQI2S+ : stress et discrimination, victimisation, violence, marketing ciblé par l'industrie du tabac, fréquentation de bars et de boîtes de nuit, et taux plus élevés de stress personnel².

Beaucoup de fumeurs LGBTQI2S+ peuvent avoir besoin d'une combinaison de mesures de soutien pour cesser de fumer, notamment un counseling et une pharmacothérapie. Fait important, beaucoup de jeunes adultes fumeurs LGBTQI2S+ ont un accès limité à une TRN ou ne peuvent en assumer les coûts^{3,4}. Certains jeunes adultes LGBTQI2S+ indiquent occuper plusieurs emplois, de sorte qu'ils ont peu de temps pour fréquenter des cliniques de renoncement au tabac. Ils signalent aussi de mauvaises expériences dans leur quête de soins de santé appropriés auprès de fournisseurs de santé et sont moins susceptibles de demander de l'aide pour cesser de fumer par l'entremise de ces voies⁵.

Composantes du projet

Selon l'analyse du marché, voici quelques-unes des principales composantes du projet.

Campagne de marketing payée

Le projet comportera une importante stratégie de médias sociaux utilisant des plateformes telles que Facebook, Instagram, Twitter et YouTube selon les commentaires des jeunes adultes LGBTQI2S+. Les médias sociaux serviront de principale plateforme de communication pour le programme. Ils comprendront des messages et des appels à l'action concernant le fardeau du tabagisme dans les communautés LGBTQI2S+; le lien entre la stigmatisation, le stress et le tabagisme; la modification du climat social; la hausse des intentions de cesser de fumer; et des conseils sur la façon de surmonter les obstacles à l'accès aux mesures de soutien pour cesser de fumer.

Événements expérientiels

Les occasions de promouvoir la campagne de marketing social lors d'événements locaux existants seront déterminées en mettant en contact les organismes des partenaires LGBTQI2S+, les réseaux et les organisateurs d'événements. Ces occasions peuvent comprendre des événements Fierté, des festivals de films, des spectacles, etc. Le matériel créé pour les événements comprendra des biens et cadeaux à l'effigie des événements qui dirigent les gens vers le site Web et les chaînes de médias sociaux du projet.

Site Web

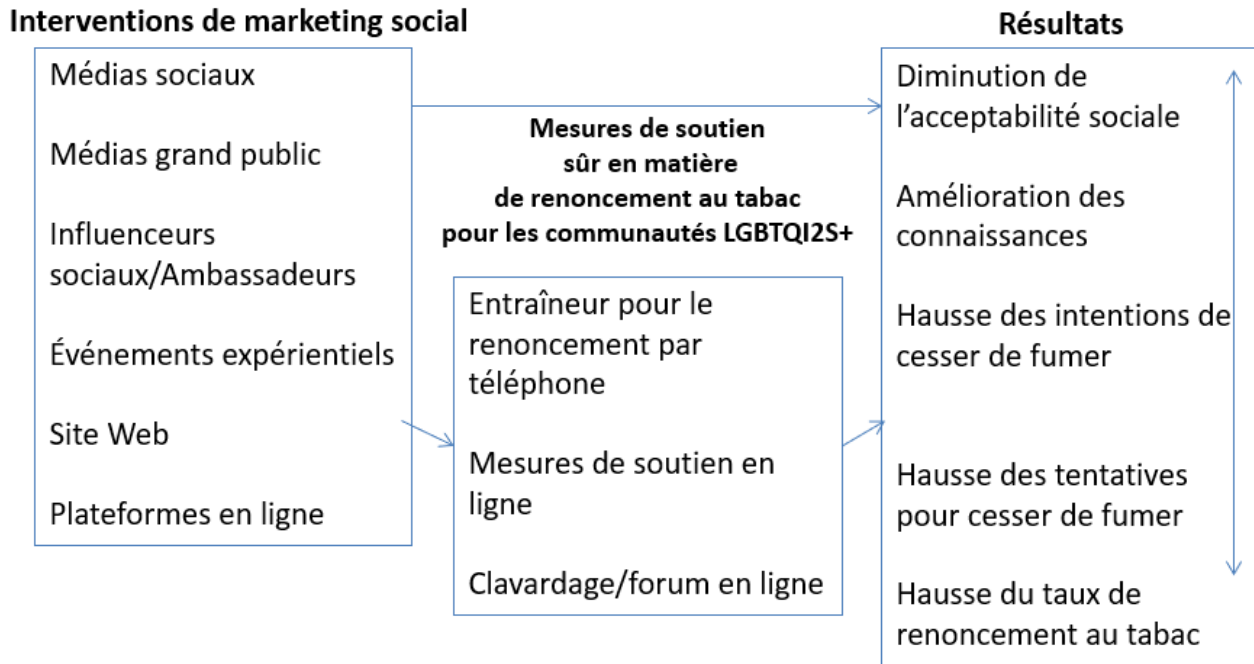
Le site Web mettra l'accent sur l'amélioration des connaissances des jeunes adultes LGBTQI2S+ concernant le fardeau du tabagisme; le lien entre la stigmatisation, le stress et le tabagisme; la modification du changement social; et la hausse des intentions de cesser de fumer (et possiblement de vapoter). En se fondant sur les constatations de l'analyse du marché, le site Web offrira notamment une conception pertinente, des images, des vidéos de témoignages personnels et d'influenceurs sociaux. En s'inspirant du succès d'autres initiatives de renoncement au tabac passées, un concours Cesser de fumer et gagner sera créé et hébergé sur le site Web.

Services de renoncement au tabac sans danger pour les communautés LGBTQI2S+

L'équipe de projet, en collaboration avec de jeunes adultes et organismes LGBTQI2S+, élaborera des services de renoncement au tabac sans danger pour les communautés LGBTQI2S+ en utilisant, par exemple, l'infrastructure de la ligne Téléassistance pour fumeurs de la Société canadienne du cancer, dont la composition définitive sera déterminée par l'analyse du marché. Parmi les options possibles de services de renoncement au tabac sans danger pour les communautés LGBTQI2S+, mentionnons un ensemble de services adaptés de la ligne Téléassistance pour fumeurs et des ressources numériques personnalisées et sûres en matière de renoncement au tabac pour les communautés LGBTQI2S+. Si un outil personnalisé est jugé nécessaire par la population cible, les fonctions à explorer comprendront entre autres un portail de connexion pour suivre l'évolution du renoncement au tabac, des plans personnalisés pour cesser de fumer et une fonction interactive de clavardage/forum en ligne.

Modèle logique

Figure 1: Schéma du modèle logique



Jalons du projet

- Année 1** Octobre 2019 à mars 2020
- Créer un comité consultatif et un groupe de travail collaboratif.
 - Préparer des protocoles pour une enquête en ligne, des groupes de discussion et une proposition d'éthique.
 - Réaliser une revue de la littérature à jour.
 - Mener des entrevues auprès de témoins privilégiés (n=10).
- Année 2** Avril 2020 à mars 2021
- Distribuer une enquête de base en ligne (n=1500).
 - Organiser des groupes de discussion (série 1) à Toronto, Thunder Bay et Montréal.
 - Élaborer une stratégie de marketing.
 - Créer un site Web et des services de renoncement au tabac sans danger et adaptés aux communautés LGBTQI2S+.
 - Organiser des groupes de discussion (série 2) à Toronto, Thunder Bay et Montréal.
- Année 3** Avril 2021 à mars 2022
- Distribuer un suivi concernant l'enquête en ligne + sous-ensemble d'entrevues.
 - Organiser des groupes de discussion (série 3) à Toronto, Thunder Bay et Montréal.
 - Lancer le site Web et les services de renoncement au tabac sans danger pour les communautés LGBTQI2S+.
 - Lancer la campagne de médias sociaux.
 - Participer aux événements expérientiels afin de promouvoir l'initiative, notamment les entrevues d'évaluation.
 - Administrer le concours Cesser de fumer et gagner (série 1).
- Année 4** Avril 2022 à mars 2023
- Participer aux événements expérientiels afin de promouvoir l'initiative, notamment les entrevues d'évaluation.
 - Distribuer un suivi concernant l'enquête en ligne + sous-ensemble d'entrevues.
 - Lancer la campagne de médias sociaux.

Administrer le concours Cesser de fumer et gagner (série 2).

Diffuser les constatations du projet.

Année 5 Avril 2023 à sept. 2023

Administrer le concours Cesser de fumer et gagner (série 3).

Distribuer un suivi concernant l'enquête en ligne + sous-ensemble d'entrevues.

Distribuer les documents du projet à d'autres organismes.

Diffuser les constatations du projet.

Chercheurs principaux et équipe

M. Robert Schwartz, directeur général à l'Unité de recherche sur le tabac de l'Ontario (URTO), professeur à l'Institute of Health Policy Management and Evaluation de la Dalla Lana School of Public Health, Université de Toronto.

M. Michael Chaiton, scientifique indépendant au Centre de toxicomanie et de santé mentale (CAMH) et professeur agrégé à la Dalla Lana School of Public Health, Université de Toronto.

M. Bruce Baskerville, spécialiste principal de l'évaluation, Instituts de recherche en santé du Canada.

Lynn Planinac, coordonnatrice de la recherche à l'Unité de recherche sur le tabac de l'Ontario.

Jean Luc Blanchard, coordonnateur de projet à l'Unité de recherche sur le tabac de l'Ontario.

Katina Kominos, gestionnaire principale à la Société canadienne du cancer, Division de l'Ontario.

Références

1. Division des statistiques sur la santé, Statistique Canada. Fichier de microdonnées 2013-2014 de la composante annuelle de l'Enquête sur la santé dans les collectivités canadiennes. Ottawa (Ontario) : Statistique Canada; 2015.
2. Blosnich J, Lee JG, Horn K. A systematic review of the aetiology of tobacco disparities for sexual minorities. *Tob Control*. 2013 Mar;22(2):66-73.
3. Baskerville NB, Dash D, Shuh A, Wong K, Abramowicz A, Yessis J, et coll. Tobacco use cessation interventions for lesbian, gay, bisexual, transgender and queer youth and young adults: A scoping review. *Prev Med Rep*. 2017;6:53-62.
4. Baskerville B, Wong K, Shuh A, Abramowicz A, Dash D, Esmail A, et coll. A qualitative study of tobacco interventions for LGBTQ+ youth and young adults: Overarching themes and key learnings. *BMC Public Health*. 2018; 18:155.
5. Baskerville NB, Shuh A, Wong-Francq K, Dash D, Abramowicz A. LGBTQ Youth and Young Adult Perspectives on a Culturally Tailored Group Smoking Cessation Program. *Nicotine & Tobacco Research*. 2017 Aug 1;19(8):960-7.