

CONDITIONNEMENT DES PRODUITS DE TABAC EN CÔTE D'IVOIRE : l'exemple du paquet neutre



conseillé



déconseillé

Rapport d'étude à Abidjan : Yopougon et Adjamé

2023

INTRODUCTION

Le conditionnement neutre des produits du tabac est une politique de santé publique qui consiste à imposer un emballage standardisé pour tous les produits du tabac, sans logo ni couleur distinctive. Cette mesure vise à réduire l'attractivité des produits du tabac, en particulier auprès des jeunes, et à encourager les fumeurs à arrêter. L'introduction du paquet neutre en Australie en décembre 2012, plusieurs pays dans le monde ont adopté cette mesure, notamment l'Irlande et la Grande-Bretagne en début d'année 2015. Cette politique de santé publique a provoqué des débats sur son efficacité dans la lutte contre le tabagisme et ses conséquences économiques. (Les Echos ; 2014). Selon une étude menée en Australie, le paquet neutre a entraîné une baisse de la prévalence tabagique, mais d'autres études ont remis en question son impact réel sur la consommation de tabac. En tout cas, le paquet neutre est perçu comme une politique controversée qui a été adoptée par plusieurs pays dans le monde, mais qui est également contestée par l'industrie du tabac¹.

En Côte d'Ivoire, l'adoption du paquet neutre a été proposée dans le cadre de la lutte contre le tabagisme. Le paquet neutre est un emballage standardisé qui réduit l'attractivité des produits du tabac en supprimant les éléments de marketing et les logos des fabricants de cigarettes. La Côte d'Ivoire est devenue le premier pays d'Afrique à exiger le conditionnement neutre des produits du tabac avec le décret n° 2022-75 du 26 janvier 2022 portant modalités d'application des mises en garde sanitaires, du conditionnement, de l'étiquetage et de la commercialisation du tabac et des produits du tabac en implémentation de la loi N° 2019-676 du 23 juillet 2019 relative à la lutte antitabac en Côte d'Ivoire. Cette mesure de santé publique aide les fumeurs à arrêter et à prévenir les jeunes de commencer à fumer.

Malgré ce décret, le conditionnement des produits tabac en particulier le paquet neutre reste impopulaire parmi les Ivoiriens et il y a une méconnaissance des mesures arrêtées au niveau étatique. Alors que le gouvernement doit continuer à prendre des mesures pour la mise en application effective de ce décret sur le marché relatif au conditionnement des produits tabac en vue de la préservation de la santé publique.

Dans cette perspective, cette étude se propose d'analyser le contexte, les enjeux et les retours d'expérience liés à la mise en place du paquet neutre en Côte d'Ivoire. L'objectif est de faire l'état des lieux de l'application du conditionnement neutre et d'évaluer l'efficacité de cette mesure dans la réduction de la consommation de tabac et de proposer des recommandations pour renforcer la politique de lutte contre le tabagisme dans le pays.

¹ Campaign for Tobacco-Free Kids « Guide pratique sur l'élaboration de politiques et de projets de loi concernant le conditionnement neutre du tabac » Novembre 2017

MÉTHODOLOGIE

1-Présentation du site de l'étude

L'enquête s'est déroulée dans deux communes du district autonome d'Abidjan précisément à Adjame et Yopougon.

Adjame est l'une des dix communes du district d'Abidjan, la plus grande ville commerciale de Côte d'Ivoire. Située au centre du district d'Abidjan, elle est limitée par les communes du Plateau, Attécoubé, Cocody et Abobo. C'est la plus ancienne communauté abidjanaise et abrite le peuple Bidjan, qui comprend Adjame, Attécoubé, Agban et d'autres villages. La population d'Adjame est estimée à 340 892 habitants en 2021. La commune est divisée en 19 quartiers, dont Mairie I, Mairie II, Bromakoté, Adjame Nord, 220 logements, Habitat extension, Paillet, Marie Thérèse et Saint Michel. Le nom Adjame signifie « la rencontre » ou « le centre » en tchaman.

Quant à la commune de Yopougon, elle est située dans le District Autonome d'Abidjan, une subdivision administrative de la région de la Côte d'Ivoire. Elle est la plus grande commune du district d'Abidjan, avec une population estimée à plus de 1,3 million d'habitants. Yopougon a une superficie de 70 km² et se trouve à environ 20 km à l'ouest du centre-ville d'Abidjan. La commune est bordée par les communes du Plateau, Attécoubé, Abobo et Songon.

Yopougon est une commune très diversifiée avec une population composée de plusieurs ethnies et de religions. Elle est aussi très peuplée et très dynamique, avec plusieurs zones industrielles et commerciales prospères. C'est une commune très active et très populaire auprès des jeunes.

2- Population de l'étude et échantillonnage

La population de l'étude est constituée des professionnels de la santé et des spécialistes du tabagisme, des vendeurs, des fumeurs et des gérants des services chicha. En ce qui concerne les lieux publics, il s'agit des maquis bar, les chicha club.

3- Instruments de collecte des données

Plusieurs types d'instruments ont été utilisés, notamment la grille d'observation, le questionnaire et le guide d'entretien.

Un guide d'entretien est un document qui définit et structure l'interaction entre un chercheur et un ou plusieurs participants d'une étude. Il fournit aux chercheurs des questions spécifiques à poser aux participants et des instructions détaillées pour les aider à obtenir des informations précises et pertinentes.

Le guide d'entretien est un outil précieux pour les chercheurs qui mènent des enquêtes qualitatives. Il permet d'éviter les biais de recherche et de garantir que les réponses des participants sont pertinentes et cohérentes. Il permet également aux chercheurs de s'assurer que tous les participants de l'étude sont interrogés de manière égale et

obtiennent les mêmes informations. Enfin, le guide d'entretien permet aux chercheurs d'être plus efficaces et plus productifs, car il leur permet de se concentrer sur des questions précises.

Le questionnaire est un outil de recherche populaire utilisé pour recueillir des informations utiles auprès des répondants. Ils offrent un moyen rapide, efficace et peu coûteux de collecter de grandes quantités de données à partir de volumes d'échantillons importants.

Le questionnaire a constitué l'un des outils de collecte de données. Il a permis de circoncrire le problème en s'appuyant sur les items suivants :

- Les caractéristiques sociodémographiques et socioéconomiques des enquêtées
- La localisation de l'enquêté
- Le conditionnement et l'étiquetage
- L'appréciation des différents messages sur les paquets de cigarette
- Sensibilisation sur l'utilisation du paquet neutre
- Condition de commercialisation
- Les recommandations

4- Collecte des données

La collecte de données sur le conditionnement des produits tabac, en particulier le paquet neutre a été réalisée à l'aide d'un certain nombre de méthodes, notamment des enquêtes par questionnaire, des entretiens. L'enquête par questionnaire était administrée à des femmes ou des hommes qui fument ou qui sont susceptibles de le faire. Les entretiens ont été menés avec des professionnels de la santé ayant l'expérience dans le domaine du tabagisme. Les données collectées sont analysées pour comprendre comment et pourquoi les mesures arrêtées sur le conditionnement des produits tabac sont foulées au pied sur le marché, quels sont les facteurs de risque de santé sur la vie des consommateurs des produits tabac et proposer des recommandations pour l'application effective du décret sur le marché.

5- Analyse des données

Les informations obtenues à travers l'enquête par questionnaire ont été apurées et des tableaux ont été produits à l'aide du logiciel adapté SPSS 25. Les informations traitées au niveau du questionnaire nous ont permis de produire aussi bien des données quantitatives que qualitatives. Au niveau quantitatif, une fois que les tableaux de données brutes suscités sont remplis, on effectue des tris selon les variables. On obtient ainsi des tableaux plus parlants. On parle de traitement de données. Au niveau qualitatif, les données brutes collectées sont également traitées. Ces tâches ont été effectuées par un assistant pour la codification et un agent de saisie. Ils ont été supervisés par le point focal recherche de l'ONG CLUCOD, le Chef de Programme. A l'issue du traitement des données collectées, trois types d'analyses ont été effectués : l'analyse descriptive et l'analyse corrélationnelle.

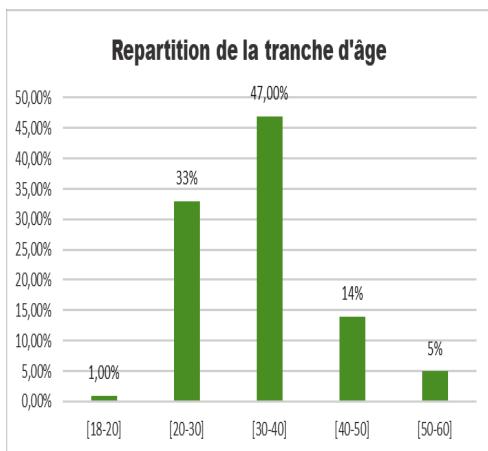
RÉSULTATS

I-Caractéristiques sociodémographiques des enquêtés

➤ Âge

Les 70 personnes enquêtées dans les deux communes du district autonome d'Abidjan (Yopougon) et (Adjame) ont un âge qui varie de 18 ans à 55 ans avec une moyenne de 34,99 ans. Selon le graphique ci-dessous, la proportion des enquêtées dans la tranche d'âge des [30-40] ans était de 47 %, la plus élevée parmi les vendeurs et les fumeurs. Vient ensuite la tranche d'âge des [20-30] ans, qui représente 33 % de l'échantillon. En d'autres termes, si l'on se réfère aux chiffres, on remarque un peu moins de la moitié des vendeurs ou des fumeurs de la cigarette sont très jeunes et représente la cible du tabagisme dans la population de ces deux communes. Également, les statistiques 33 % révèlent qu'un peu moins de 1 enquêté sur 7 de notre échantillon est soit vendeur ou fumeur. Par contre, les tranches d'âge [18-20] ; [40-50] et [50-60] respectivement 1%, 14%, 5% sont en importance numérique faible ou stagnante au sein de cette population à Yopougon comme à Adjame.

Graphique1 : Répartition des enquêtés selon l'âge



Sources : Enquête Clucod Mai 2023



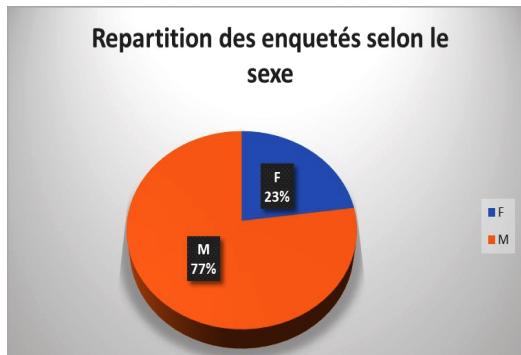
Photo 1 : Côte d'Ivoire : Abidjan Yopougon une jeune dame en bordure de maquis en activités de nuit de vente de la cigarette (sources : Enquête de terrain Clucod Mai 2023)

➤ Sexe

Les données présentées indiquent une distribution inégale des sexes dans la vente et la consommation de cigarettes, avec une majorité de 77% d'hommes et une minorité de 23% de femmes. Selon ces statistiques on constate qu'un peu moins de 4 enquêtés sur 5 de l'échantillon qu'il soit vendeur ou fumeur est un homme. Également un peu moins de 1 enquêté sur 4 des 70 enquêtés est une femme. Ces données rejoignent les résultats du rapport de l'OMS sur l'épidémie mondiale de tabagisme de 2021 qui a mis l'accent

sur l'augmentation du tabagisme chez les femmes dans les pays à revenu élevé, y compris la Côte d'Ivoire (PNPMNT, 2019).

Figure1 : Répartition des enquêtés selon le sexe



Sources : Enquête, Mai 2023

➤ Communes d'origine des vendeurs et fumeurs

Les résultats présentés indiquent une différence notable dans la répartition des enquêtés selon la commune visitée. En effet, les résultats montrent que 71% des enquêtés sont de Yopougon et 29% d'Adjamé, en lien avec la vente et la consommation de cigarettes. Cette prédominance des enquêtés sur Yopougon par rapport à Adjamé se justifie par la forte présence des maquis et bars dans cet espace social. Ces lieux sont la prédilection des vendeurs et fumeurs des produits tabac.

Figure1 : Répartition des enquêtés selon la commune



Sources : Enquête, Mai 2023

II-Conditionnement et étiquetage

Le tabagisme est un problème majeur de santé publique et de nombreux pays ont mis en place des réglementations visant à réduire le tabagisme et ses effets néfastes.

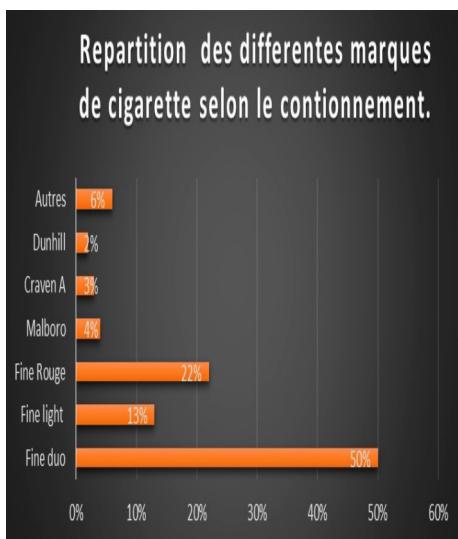
L'emballage et l'étiquetage des produits du tabac constituent l'un des domaines de réglementation. L'emballage et l'étiquetage des produits du tabac peuvent influencer le comportement, les attitudes et les perceptions des fumeurs, et peuvent également influencer les perceptions des non-fumeurs à l'égard des produits du tabac. Dans cette partie, nous examinerons l'état actuel des réglementations en matière de conditionnement et d'étiquetage des produits du tabac en s'appuyant sur les marques de cigarette vendues en Côte d'Ivoire, la couleur du paquet neutre en se référant aussi à la cigarette électronique pour atteindre les objectifs de santé publique.

➤ Marques de cigarette vendues en Côte d'Ivoire

Sur l'ensemble des espaces les maquis, bars club chicha, la cigarette telle que conditionnée dans les paquets est en déphasage des mesures de conditionnement arrêtées par les autorités (décret n°2022-75 du 26 janvier 2022 portant modalités d'application des mises en garde sanitaires, du conditionnement, de l'étiquetage et de la commercialisation du tabac et des produits de tabac). Selon le diagramme, la marque de cigarette fine est celle qui est la plus exposée ou vendue auprès des vendeurs à 85% contre les autres marques que sont Craven A, Dunhil, Marlboro et autre marque respectivement 3%, 2%, 4% et 6% malgré le décret sur le conditionnement des produits. C'est dans cette perspective, un agent de santé B. K le révèle ainsi lors de notre entretien :

« Je doute aujourd'hui si les populations sont préparées à appliquer la loi sur le marché, surtout que la cigarette est encore à la portée de tous sans que les gens soient sensibilisés sur le danger du tabagisme ».

Graphique 2 : Répartition des enquêtés selon l'âge



Sources : Enquête clucod Mai 2023



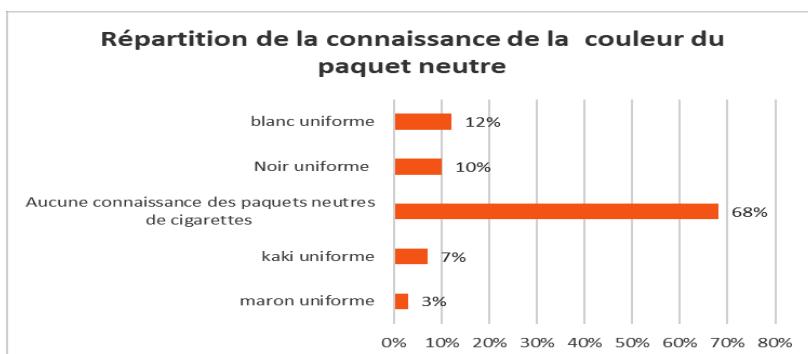
Photo 2 : Côte d'Ivoire : Abidjan Yopougon une vue d'un tablier exposé des différents produits de tabac sans le paquet neutre. (Sources : Enquête de terrain Clucod Mai 2023)

➤ Couleur utilisée pour les paquets neutres de cigarettes

Ce graphique en barre dresse la répartition sur la connaissance de couleur du paquet neutre.

Il aborde donc ici les différentes mesures arrêtées par les autorités sur la couleur du paquet neutre pour le conditionnement de la cigarette. Il est conçu à partir des données de terrain dans le but d'attirer l'attention des vendeurs et fumeurs sur la couleur du paquet neutre. L'examen des chiffres indique que la plupart des enquêtés qu'il soit vendeur ou fumeurs n'ont aucune connaissance de la couleur du paquet neutre soit 68% de l'échantillon. Par contre, certains enquêtés rencontrés ont souligné connaitre les couleurs du paquet neutre mais ils sont en importance numérique faible soit 12% pour le blanc uniforme, 10% le noir uniforme, 7% le kaki uniforme et 3% pour le marron uniforme. Autrement dit, ces statistiques révèlent qu'un peu moins de 7 enquêtés sur 10 de l'échantillon ne sont pas informés sur la couleur du paquet. Ceci montre qu'une grande majorité de la population à Yopougon comme Adjamé a une large méconnaissance du décret sur le conditionnement des produits tabac. Cela se justifie par le fait que la population en Côte d'Ivoire n'est pas au courant du décret concernant l'emballage neutre pour les vendeurs de cigarettes. Il est possible qu'il y ait un manque d'information ou d'éducation concernant ces dispositions, ce qui entraîne un manque de compréhension ou de respect. (Voir photo ci-dessous)

Graphique 3 : Répartition de la connaissance de la couleur du paquet neutre



Sources : Enquête, Mai 2023

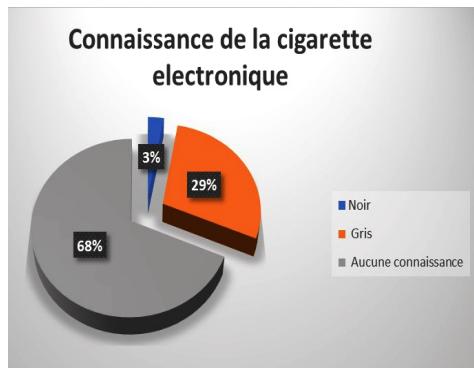


Photo.3 : vue du conditionnement d'un paquet de cigarette

➤ Couleur utilisée pour les paquets de cigarettes électroniques

Cette figure aborde la question du tabagisme associé à la connaissance de la cigarette au sein de la population. Selon les statistiques, une majorité soit 68 % de la population n'ont pas une connaissance de la cigarette électronique. En revanche, un peu moins d'un tiers soit 29% de notre échantillon mentionne que la couleur de la cigarette serait noire et certains enquêtés soit 3% disent que la couleur est grise. C'est le constat sur la connaissance du conditionnement des produits tabac en Côte d'Ivoire que nous faisons auprès des enquêtés. Ces déclarations de ce vendeur enquêté à Adjamat 220 logement B K l'éclaire : « *Ici ce que nous voyons beaucoup ce sont autre marque fine mais les cigarettes électroniques dans les bars ou cave et non sur les pleins airs. Je ne peux pas te garantir mais la cigarette électronique n'est pas trop fumée dans les lieux clos ; ils le font surtout en cachette ; moi voici ce que je vends ici Adjamat.* ». Plusieurs raisons l'expliquent. Tout d'abord, cela pourrait être dû à une faible sensibilisation de la population aux cigarettes électroniques en général, car elles sont encore relativement nouvelles sur le marché et leur utilisation est souvent réglementée. De plus, les fabricants de cigarettes électroniques pourraient ne pas avoir une forte présence sur le marché en Côte d'Ivoire, ce qui peut contribuer à un manque de connaissance de ces produits parmi la population. Enfin, cela pourrait être dû à de mauvaises pratiques de conditionnement et d'étiquetage des produits, qui peuvent rendre difficile pour les consommateurs d'identifier le type de produit qu'ils achètent, en particulier pour les produits dont l'emballage est neutre ou peu visible.

Figure 2 : Répartition des enquêtés selon la connaissance de la cigarette électronique



Sources : Enquête Clucod Mai 2023



Photo.4 : vue du conditionnement des produits tabac vendus à Adjamat 220 logements.
Sources : Enquête de terrain Clucod Mai 2023)

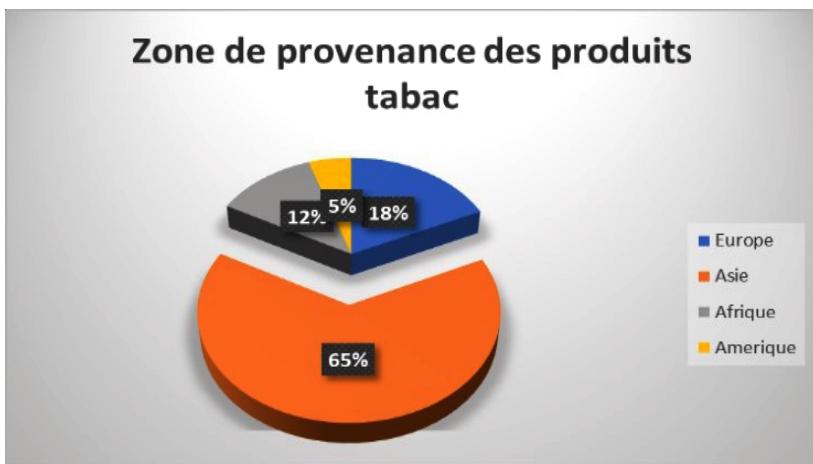
III-Origine des paquets de cigarette sur le marché

L'industrie de l'emballage des cigarettes en Côte d'Ivoire a une longue histoire qui remonte à la période coloniale. Avec l'augmentation de la demande de cigarettes, les fabricants locaux ont commencé à produire et à fournir des cigarettes au marché national, ce qui a entraîné une augmentation des importations de matériaux d'emballage de cigarettes en provenance de l'étranger. Au fil des ans, les emballages de cigarettes en Côte d'Ivoire ont évolué pour refléter les changements dans les préférences des consommateurs, les exigences réglementaires et les tendances du marché. Cette partie se propose d'examiner l'origine des paquets de cigarettes sur le marché ivoirien, y compris les différentes zones géographiques des produits de tabac et les pays où la fréquence de production est élevée.

➤ Zones géographiques des produits tabac

Cette figure s'intéresse à la zone de provenance des produits tabac. Selon ces chiffres beaucoup parmi les enquêtés soit 65% pensent ces produits viennent du continent asiatique contre 35% pour les trois continents suivant Afrique, Europe et Amérique. Cela se justifierait par le fait que l'Asie possède une importante industrie du tabac et est un important producteur et exportateur de produits du tabac. De plus, la Côte d'Ivoire est récemment devenue le premier pays africain à exiger un emballage neutre sur les produits du tabac, ce qui peut avoir un impact sur la consommation de produits du tabac dans le pays.

Figure 3 : Répartition de provenance des produits tabac.



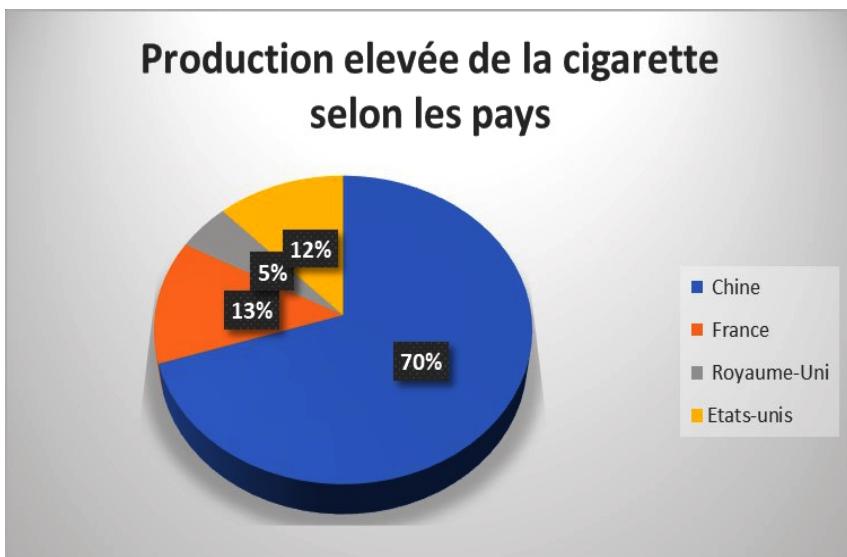
Sources : Enquête Clucod Mai 2023

➤ Fréquences élevées de la cigarette selon les pays

Ce camembert montre la répartition de la production dans les différents pays. Les statistiques auprès des enquêtés indiquent que la Chine est le plus grand producteur de

la cigarette soit 70% contre 30% pour les pays tels que la France, la Chine, Royaume-Unis. Elles révèlent donc l'importance numérique de la Chine en matière de production de la cigarette. Ceci se justifierait par le fait que la Chine est le plus grand producteur et consommateur de produits du tabac au monde, avec plus de 300 millions de fumeurs, soit près d'un tiers du total mondial. Il n'est donc pas surprenant que la Chine soit le pays d'origine des produits du tabac dont la consommation est la plus élevée en Côte d'Ivoire par rapport aux autres pays. De plus, la Chine est un important exportateur de produits du tabac et son industrie du tabac s'est développée à l'échelle mondiale. Il convient également de noter que la consommation de produits du tabac en Côte d'Ivoire est un problème de santé publique important et que le gouvernement a pris des mesures pour y remédier, telles que l'augmentation des taxes sur les produits du tabac et l'exigence d'un emballage neutre sur les produits du tabac. Il est important de continuer à mettre en œuvre des mesures efficaces pour réduire la consommation.

Figure 3 : Répartition de la production élevée de cigarette selon pays



Sources : Enquête Clucod Mai 2023

IV-Appréciation des différents messages sur les paquets de cigarette

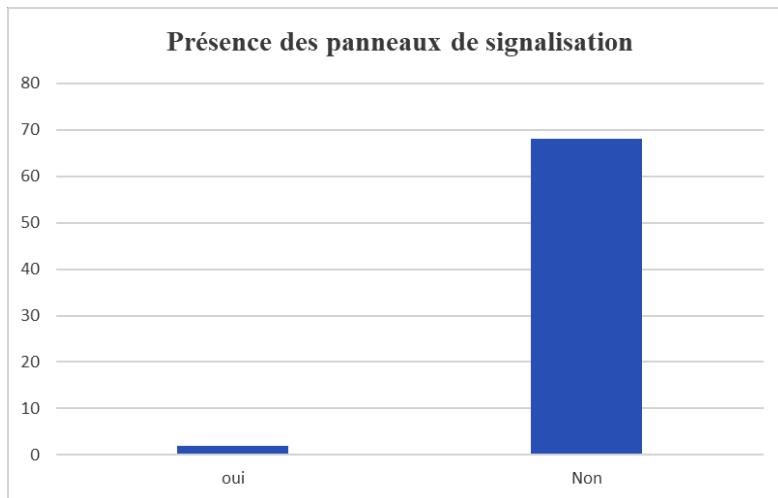
L'emballage des produits du tabac joue un rôle crucial dans la formation des perceptions et des attitudes des consommateurs à l'égard du tabagisme. L'utilisation de messages d'avertissement et d'images graphiques sur les paquets de cigarettes est un moyen d'atténuer les effets néfastes du tabagisme et d'encourager les changements de comportement. Ces dernières années, un certain nombre de pays ont mis en place des réglementations imposant de tels messages et images sur les paquets de cigarettes, mais l'efficacité de ces messages n'a pas encore été évaluée en Côte d'Ivoire. Cette partie

s'articule autour des différents types de messages d'avertissement et d'images graphiques utilisés sur les paquets de cigarettes, en essayant d'évaluer leur impact sur les fumeurs et les non-fumeurs. Elle se propose aussi de faire des recommandations pour améliorer l'efficacité de ces messages en vue d'atteindre les objectifs de santé publique.

➤ Panneau de signalisation véhiculant les messages sur les dangers du tabac

Le graphique rend compte de la présence des panneaux de signalisation véhiculant de message de mises en garde. La plupart des enquêtés soit plus de 60% disent ne pas disposer des panneaux de signalisation des messages de mise en garde sur le risque de santé associé à la vente de la cigarette. Ceci révèle ainsi à la non application du décret sur le conditionnement des produits tabac. Il existe plusieurs raisons pour lesquelles les vendeurs de cigarettes pourraient refuser d'apposer des panneaux de signalisation véhiculant les messages sur les dangers du tabac. Tout d'abord, cela pourrait être dû à une résistance au changement, car les vendeurs de tabac pourraient voir cela comme une menace potentielle pour leurs affaires et penser que les messages anti-tabac pourraient dissuader les clients d'acheter leurs produits. De plus, ils pourraient ne pas être convaincus de l'efficacité de ces panneaux d'affichage et ne pas être sûrs de leur retour sur investissement. Enfin, ils pourraient craindre des représailles de la part des clients ou de la communauté locale s'ils les affichent. Il est important de noter que dans certains cas, les exigences légales pour l'affichage de ces panneaux de signalisation, ainsi que les peines encourues pour le non-respect de ces exigences peuvent renforcer la décision de ne pas les apposer.

Graphique 4 : Répartition de la présence de panneaux de signalisation relatif à la vente des produits tabac



Sources : Enquête, Mai 2023

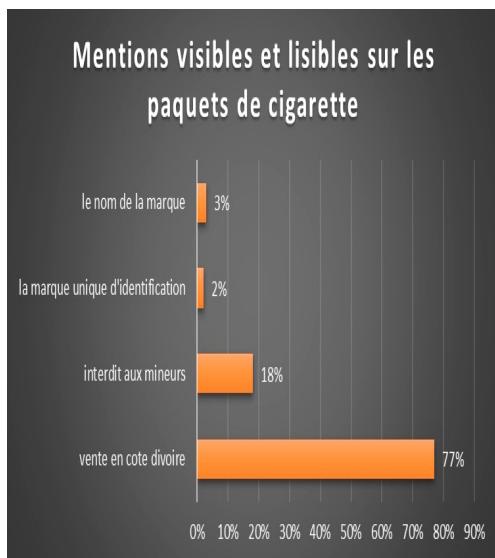
➤ Mentions visibles et lisible sur les paquets

L'enquête sur l'observation des mentions lisibles sur le paquet de cigarette auprès d'un échantillon de 70 enquêtés entre 18 ans et 60 ans révèle la mention « vente en Côte d'Ivoire » à 77% contre les autres mentions 23%.

La mention " vente en côte d'ivoire " sur les paquets de cigarettes vendus sur le marché malgré le décret sur le paquet neutre s'expliquerait par le fait que ces paquets sont destinés à être importés vers la Côte d'Ivoire, où la législation sur les avertissements sanitaires sur les paquets de cigarettes est moins stricte qu'en France. Les fabricants de cigarettes pourraient donc utiliser des paquets avec des mentions spécifiques pour les pays où la législation est moins contraignante. C'est ce que révèle cette dame T.K agent de santé sur les mentions inscrites sur les paquets de cigarette :

« Quand vous lisez bien sur les paquets ces messages sont aujourd'hui des preuves que même la loi est méconnue par les fabricants de cigarette, tous les produits de tabac tels que conditionnés aucun n'est épargné il y a obligatoirement des messages sur les paquets ce qu'interdit la loi ».

Graphique 5 : Répartition des mentions visibles et lisibles sur les paquets



Sources : Enquête Clucod Mai 2023



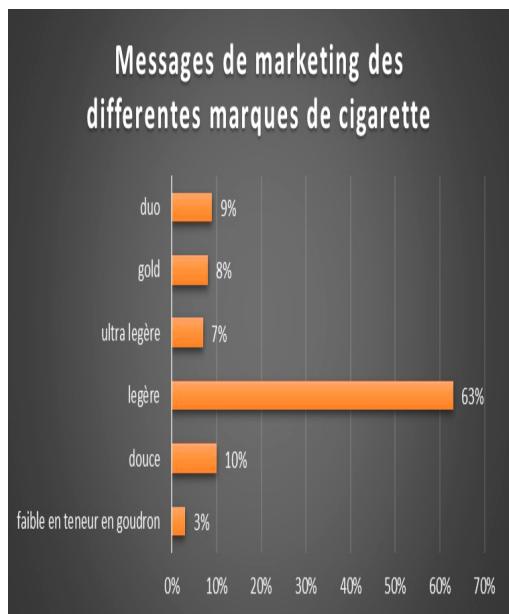
Photo.5 : vue d'un paquet de Marlboro montrant les messages « vente en Côte d'Ivoire » Sources : (Enquête de terrain Clucod Mai 2023)

➤ Renseignements des messages inscrits sur le paquet

L'enquête sur les messages de marketing inscrits sur les différents paquets révèle que le message intitulé « légère » est la plupart des paquets observé à 63% auprès des enquêté contre 37% pour les messages qu'on retrouve sur les autres paquets de cigarette. En

d'autres termes, les enquêtés pensent dans l'ensemble à 63% que la marque fine légère est plus à leur goût. Cela montre le message est important pour le fumeur qui l'amène plus à consommer les produits tabac. C'est le facteur le plus inquiétant dont se serve des fumeurs pour augmenter la quantité de cigarette fumée au quotidien. Cela s'explique qu'il est également possible que certains fumeurs trouvent les paquets neutres moins attractifs ou faciles à reconnaître, ce qui peut influencer leur choix de marque. Cependant, il convient de noter que les politiques de lutte contre le tabagisme telles que l'emballage neutre sont mises en place pour décourager la consommation de tabac en réduisant son attractivité auprès des consommateurs, notamment les jeunes. C'est ce que confirme cette enquêtée, jeune dame, lors de notre entretien : *on préfère la marque fine car tu peux rendre la cigarette moins forte en la cassant. Et ça devient pour les femmes car c'est léger à fumer* ».

Graphique 5 : Répartitions des messages de marketing des différentes marques de cigarette



Sources : Enquête, Mai 2023

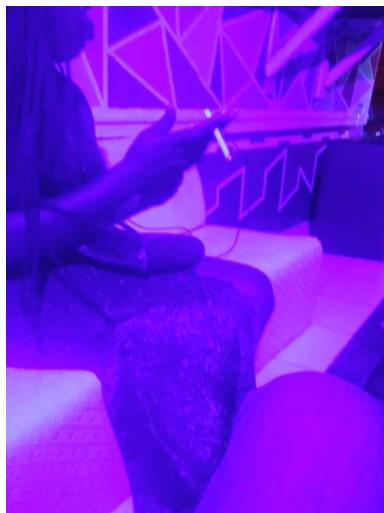


Photo.5 : Vue de photo d'une jeune dame enquêtée en train de fumer la cigarette de **marque fine light** un peu tard dans la nuit dans une cave de boisson à Yopougon. **Sources :** Enquête Clucod Mai 2023

➤ Position des messages de mise garde sur les paquets de cigarette

A la question de savoir où se trouvent généralement les messages sur les paquets de cigarette ? L'ensemble des enquêté révèle à 85% contre 15% le message de mise en

gare est inscrit sur le côté du paquet. Ce qui favoriserait aux fumeurs à plus fumer la cigarette. Pour GH, enquêtée à Adjame, voit plutôt comme un facteur attractif pour augmenter le taux de fumeur :

« Quand un message qui devrait plutôt les décourager est à bien position pour être lu est plutôt cacher, les fumeurs ne finiront jamais d'abandonner la cigarette et quant à Monsieur BK qui pense que les messages n'auront jamais d'effet sur les fumeurs ; il revient plutôt au fumeur lui-même d'arrêter de fumer la cigarette ».

Figure 4 : Répartitions de la position des messages de mise en garde sur le paquet de cigarette

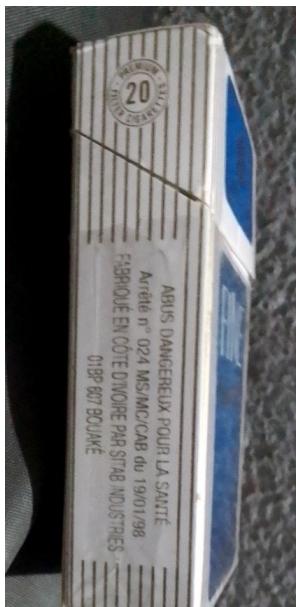


Photo.6 : Vue de photo des messages inscrits sur le côté d'un paquet fine duo.
Sources : Enquête Clucod Mai 2023

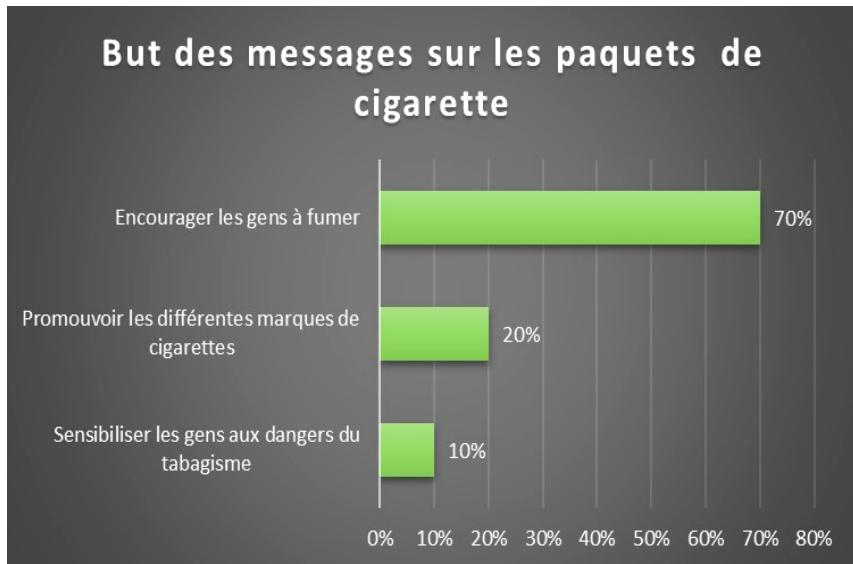
Sources : Enquête Clucod Mai 2023

➤ But des messages sur les paquets de cigarette

Le graphique ci-dessous aborde le but des messages inscrits sur les paquets de cigarette. Dans l'ensemble, 70% pensent que le but de ce message c'est plutôt encourager les fumeurs à consommer davantage la cigarette. En revanche 30% voient ces messages comme une promotion des marques de cigarette et une sensibilisation des fumeurs aux dangers de la cigarette. Cette réalité converge avec une étude réalisée et publiée dans Archives of Pediatric and Adolescent Medicine en 2007. Cette étude fournit des preuves claires de l'efficacité des campagnes médiatiques antitabac subventionnées par l'Etat

pour faire évoluer les attitudes des jeunes envers le tabac et réduire le tabagisme chez les jeunes. Cette recherche a mis en évidence de fortes corrélations entre l'exposition à des spots télévisés antitabac subventionnés par l'Etat et le souvenir général des publicités antitabac, les attitudes et croyances antitabac et la prévalence du tabagisme. En d'autres termes, plus les jeunes avaient été exposés à des publicités antitabac, plus leurs attitudes et croyances antitabac étaient fortes et plus la prévalence du tabagisme était faible.

Graphique 6 : Répartitions selon le but des messages sur les paquets de cigarette



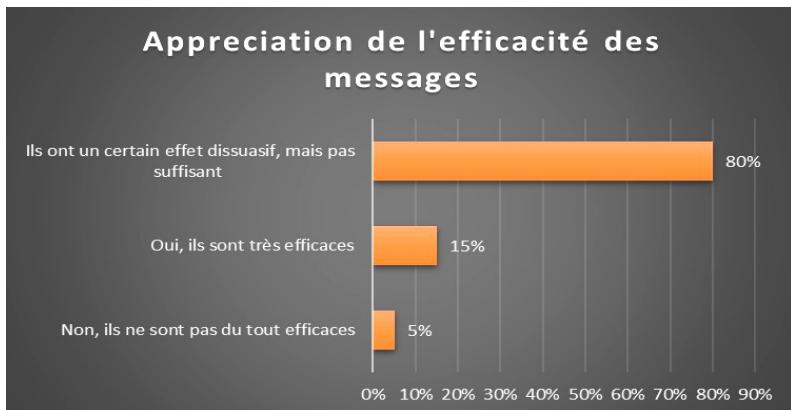
Sources : Enquête Clucod Mai 2023

➤ Appréciation de l'efficacité des messages inscrits les paquets de cigarette

Ce graphique ci-dessus en diagramme s'intéresse à l'appréciation de l'efficacité des messages inscrits les paquets de cigarette. A la lecture des statistiques, la plupart des enquêtés à 80% ont avoué que certes les messages ont un effet dissuasif mais pas suffisant. Par contre, dans l'ensemble une minorité soit 20% a révélé que les messages sont très efficaces ou non pas du tout efficace. C'est l'opinion la plus dominante auprès des enquêtés, ce qui explique que sur 5 enquêtés 4 sont favorables sur l'ensemble des enquêtés. Cette réalité se trouve dans les explications de ces filles : KM une fille de 18 ans enquêtée à Yopougon toit-rouge et qui le révèle ainsi : « *on voit les messages, ça nous interpelle mais en quoi ça nous effraie, tu as payé ton paquet de cigarette, tu n'as plus besoin de regarder des messages sur le paquet* ». Cela se justifierait par le fait que le tabagisme est une dépendance complexe qui implique des facteurs physiques, psychologiques et sociaux. Bien que les avertissements graphiques puissent sensibiliser

aux risques pour la santé associée au tabagisme, ils peuvent ne pas répondre aux raisons sous-jacentes pour lesquelles les gens fument, comme le stress, l'anxiété ou la pression sociale. De plus, certains fumeurs peuvent avoir développé un niveau élevé de dépendance à la nicotine, ce qui rend plus difficile pour eux d'arrêter même s'ils le souhaitent.

Graphique 7 : Répartitions de l'appréciation de l'efficacité des messages



Sources : Enquête Clucod Mai 2023

V-Sensibilisation sur l'utilisation du paquet neutre

La sensibilisation sur l'utilisation du paquet neutre est devenue une préoccupation majeure pour les autorités sanitaires. En effet, le tabac est responsable d'un grand nombre de décès et de maladies graves chaque année, et l'utilisation du paquet neutre est l'une des mesures qui a été mise en place pour réduire la consommation de cette substance nocive. Dans ce paragraphe introductif, nous allons examiner ce qu'est le paquet neutre, l'objectif du paquet neutre, l'avis sur l'utilisation du paquet neutre et ce qui peut être fait pour sensibiliser les populations à son utilisation.

➤ Connaissance du paquet du paquet neutre

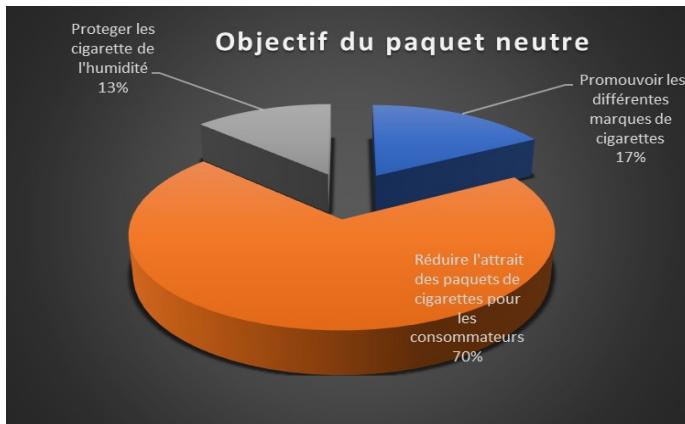
Dans l'ensemble, c'est à l'issue de l'explication sur les conditions de conditionnements ont eu connaissance des produits de tabac en le paquet neutre. La plupart des enquêtés ont une idée sur le paquet neutre.

➤ Objectif du paquet neutre

Ce diagramme circulaire explique l'objectif de l'emballage neutre. Dans l'ensemble, 70 % des enquêtés estiment que le but d'un emballage neutre est de rendre le paquet moins attrayant pour les consommateurs, contre 17 % qui affirment que le but est davantage de promouvoir différentes marques de cigarettes, 13 % des répondants suggèrent de protéger les cigarettes de l'humidité. La raison pour laquelle 70 % des

répondants pensent que le but de l'emballage neutre est de rendre l'emballage moins attrayant pour les consommateurs serait probablement due au fait que l'un des principaux objectifs de l'emballage neutre est de diminuer l'attrait des produits du tabac. Les emballages neutres sont conçus pour accroître la visibilité et l'efficacité des avertissements sanitaires sur les produits du tabac. De plus des recherches² ont montré que les emballages neutres ont un effet dissuasif sur les jeunes. La consultation sur les emballages neutres et standardisés des produits du tabac a identifié les principaux thèmes, dont la normalisation des emballages de tabac.

Figure 4 : Répartitions des objectifs du paquet neutre



Sources : Enquête Clucod Mai 2023

➤ Avis sur l'utilisation du paquet neutre

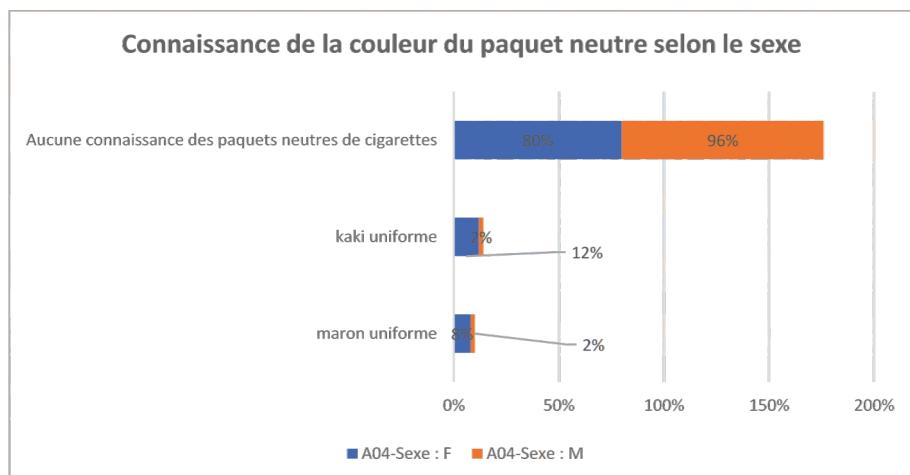
Cette courbe précise l'avis sur l'utilisation du paquet neutre autre des enquêtés. Dans l'ensemble on constate un pic à 77% des enquêtés qui pense le paquet neutre n'aura aucun effet sur la consommation du tabac, 10% disent que cela va encourager les gens à fumer davantage contre 13% qui pense que c'est une bonne initiative pour réduire la consommation du tabac. La raison pour laquelle il y a un pic de 77 % de répondants qui pensent que l'emballage neutre n'aura aucun effet sur la consommation de tabac peut être due au manque de preuves sur l'efficacité des avertissements sanitaires sur les paquets de cigarettes. Bien que l'emballage neutre soit conçu pour diminuer l'attrait des produits du tabac, il n'est pas clair s'il entraînera réellement une diminution de la consommation de tabac. L'une des raisons associées à l'avis sur l'utilisation du paquet neutre se retrouve dans les explications de O.P une auxiliaire de santé enquêtée à Yopougon et âgée de 35 ans : *c'est un combat vide, il faut plutôt supprimer la vente de la cigarette car ils seront toujours à la recherche de la cigarette pour fumer»*

² Fondation contre le cancer.

➤ Connaissance du paquet neutre selon le sexe

Ce graphique met en relation la connaissance du paquet neutre selon le sexe. Selon ces statistiques révèlent, que l'enquêté qu'il soit homme (80%) une femme (96%), aucune connaissant du paquet neutre. Cela s'explique par le fait les fumeurs ou les vendeurs foulent encore au pied le nouveau décret sur le conditionnement sur les produits de tabac ; ce qui au demeurant n'est pas encore mis en oeuvre. Ce que d'ailleurs affirme cette jeune dame : *depuis quand, il y a un autre type de paquet, nous, ça ne nous intéresse pas, c'est plutôt la cigarette que je paye en détail* » et son ami d'ajouté : « *c'est maintenant que je suis informé sur l'existence de ce décret ou loi en Côte d'Ivoire car la plupart les paquets de cigarette c'est soit fine duo ou light* »

Graphique 10 : Répartitions de la connaissance de la couleur du paquet en fonction du sexe



Sources : Enquête Clucod Mai 2023

VII--Recommandations

Les recommandations ci-dessous proposées seront de consolider les acquis du projet pour une meilleure préparation et mise en œuvre des interventions dans l'avenir au niveau de la thématique proposée. Ces recommandations vont à l'endroit de l'ONG CLUCOD, les fumeurs ; les vendeurs, les industries de tabac, les autorités gouvernementales impliquées y compris les non-fumeurs comme suit :

Au niveau de l'ONG CLUCOD

- L'ONG CLUCOD en Côte d'Ivoire peut jouer un rôle important dans la sensibilisation de la population sur les dangers du tabac pour la santé et encourager les fumeurs à arrêter de fumer.

- Elle peut également contribuer à la réglementation en matière de conditionnement neutre des produits du tabac et de l'étiquetage des produits du tabac pour dissuader les consommateurs et réduire l'attractivité des produits du tabac à travers des plaidoyers
- Elle peut également continuer à lutter contre l'ingérence de l'industrie du tabac, qui cherche à promouvoir ses produits malgré les risques pour la santé.
- Enfin, l'ONG CLUCOD peut encourager le gouvernement ivoirien à allouer davantage de ressources financières à la lutte antitabac et à mettre en œuvre les recommandations de l'OMS pour la lutte contre le tabagisme en Côte d'Ivoire

Au niveau des fumeurs

- Les fumeurs doivent être informés des dangers du tabac pour leur santé et encourager à arrêter de fumer.
- Les mises en garde illustrées sur les paquets de cigarettes peuvent aider les fumeurs à prendre conscience des méfaits du tabac.
- Les campagnes médiatiques peuvent également réduire la demande de tabac en favorisant la protection des non-fumeurs et en incitant les fumeurs à renoncer au tabac
- Les professionnels de la santé peuvent aider les fumeurs à arrêter de fumer en leur proposant des traitements efficaces et en les accompagnant tout au long du processus d'arrêt.
- Il est également important de sensibiliser les femmes enceintes aux conséquences désastreuses du tabac sur la santé de leur bébé et sur la leur.
- Enfin, il est recommandé de repenser la fiscalité du tabac pour dissuader les consommateurs et financer des programmes de prévention et de traitement des maladies liées au tabac.

Au niveau des vendeurs

- Les vendeurs de produits du tabac doivent être conscients des dangers du tabac pour la santé et encouragés à ne pas promouvoir la consommation de tabac.
- Ils doivent être informés des lois relatives à la lutte antitabac et inviter à respecter les réglementations en matière de conditionnement neutre des produits du tabac.

Au niveau des industries de tabac

- Les industries du tabac doivent être conscientes des dangers du tabac pour la santé et empêcher de promouvoir la consommation de tabac.

- Elles doivent respecter les réglementations en matière de conditionnement neutre des produits du tabac et ne pas chercher à influencer les décisions des gouvernements en matière de lutte antitabac ; cela par la surveillance.
- Les industries du tabac doivent être encouragées à investir dans des alternatives aux produits du tabac, telles que des produits de sevrage tabagique, et à sensibiliser à appliquer les dispositions liées aux dangers du tabac pour leur santé.

Au niveau des autorités gouvernementales

- Le gouvernement ivoirien doit continuer à renforcer la lutte contre le tabagisme en adoptant des mesures plus strictes pour réduire la consommation de tous les produits du tabac, prévenir l'incidence des maladies et les décès prématurés associés.
- Il est recommandé aux autorités de mettre en place des campagnes de sensibilisation pour informer la population sur les dangers du tabac pour la santé et encourager les fumeurs à arrêter de fumer.
- Le gouvernement doit également renforcer la réglementation en matière de conditionnement neutre des produits du tabac et de l'étiquetage des produits du tabac pour dissuader les consommateurs et réduire l'attractivité des produits du tabac
- Les autorités doivent respecter la lutte contre l'ingérence de l'industrie du tabac, qui cherche à promouvoir ses produits malgré les risques pour la santé.

Au niveau des non-fumeurs

- Les non-fumeurs en Côte d'Ivoire peuvent jouer un rôle important dans la lutte contre le tabagisme en incitant les fumeurs à arrêter de fumer et en sensibilisant la population aux dangers du tabac pour la santé.
- Ils peuvent également soutenir les mesures prises par le gouvernement ivoirien pour renforcer la réglementation en matière de conditionnement neutre des produits du tabac et de l'étiquetage des produits du tabac pour dissuader les consommateurs et réduire l'attractivité des produits du tabac
- Les non-fumeurs peuvent également lutter contre l'ingérence de l'industrie du tabac en encourageant le gouvernement à mettre en œuvre les recommandations de l'OMS pour la lutte contre le tabagisme en Côte d'Ivoire
- Ils peuvent soutenir les ONG de lutte contre le tabac en Côte d'Ivoire en participant à leurs campagnes de sensibilisation et en les aidant à mobiliser des ressources pour la lutte contre le tabac.

CONCLUSION

La Côte d'Ivoire a adopté en janvier 2022 deux décrets en faveur de la lutte contre le tabagisme, dont l'un concerne les modalités d'application des avertissements sanitaires, du conditionnement de l'étiquetage, de la commercialisation du tabac et des produits du tabac, y compris le conditionnement neutre des produits du tabac avec des avertissements sanitaires couvrant presque la totalité des paquets. Ces nouvelles mesures visent à réduire la consommation de tous les produits du tabac, à prévenir l'incidence des maladies et les décès prématurés associés, et à lutter contre les marchés de contrebande. La Côte d'Ivoire deviendra ainsi le premier pays d'Afrique à exiger un emballage neutre pour les produits du tabac. Les enquêtés ont montré que les fumeurs ou les vendeurs, qu'ils soient hommes ou femmes, n'ont aucune connaissance du paquet neutre relatif au décret sur le conditionnement du tabac et des produits du tabac en Côte d'Ivoire. Il est donc important de sensibiliser les fumeurs et les vendeurs à cette nouvelle réglementation pour qu'elle soit efficace dans la lutte contre le tabagisme en Côte d'Ivoire.

Plusieurs limites ont été relevées dans cette étude. Plus particulièrement, l'omission de quelques communes du district Autonome d'Abidjan et le refus de certains fumeurs et vendeurs de participer à l'étude. Les résultats sur le conditionnement du tabac et des produits tabac en Côte d'Ivoire : l'exemple du Paquet neutre pourraient servir de base de réflexion sur la politique de lutte anti-tabac à mener à travers le ministère de la santé publique.

RÉFÉRENCES BIBLIOGRAPHIQUES

1-African. Tabacco Alliance (ATCA) : « Vente de cigarette en détail en Afrique, Rapport d'étude de 10 capitale » Mars 2018

2-Campaign for Tobacco-Free Kids « Guide pratique sur l'élaboration de politiques et de projets de loi concernant le conditionnement neutre du tabac » Novembre 2017

3-D Hammond et al « Efficacité des étiquettes de mise en garde contre les cigarettes pour informer les fumeurs des risques du tabagisme : résultats de l'enquête internationale sur la lutte antitabac (ITC) menée dans quatre pays » Jun 2006

4-Institut national du Quebec : « la prévention du tabagisme chez les jeunes », octobre 2004

5-Marie-Laure Mourre : « Résistance aux messages de prévention-santé : modélisation à partir d'une publicité anti-tabac Université Paris-Est, IRG (EA 2354), Paris

6-Office Ivoirien des Droits d'Auteur et des Droits Voisins. Rapport sur l'état des lieux de l'industrie de la cigarette en Côte d'Ivoire. Abidjan : OIDA, 2017.

7-Organisations de lutte antitabac en Côte d'Ivoire: une étude de cas. Centre International de Recherche sur le Cancer. Lyon, France : IARC, 2019.

8-Sizi J, Dosso M, Gnagne Z, et al. Épidémiologie et morbidité du tabagisme en Côte d'Ivoire. Bulletin du Cancer. 2018;105:S68-S69.

9-République française : « paquet neutre de cigarette : quelle efficacité dans la lutte contre le tabagisme » vie publique.fr janvier 2019

10- Valérie Mazuir : « les mesures choc du plan anti-tabac » les Echos mai 2016

REMERCIEMENTS

Nous adressons nos remerciements à la Fondation pour le Renforcement des Capacités en Afrique (ACBF) pour l'appui financier, aux membres de l'ONG CLUCOD pour leur mobilisation et au point focal de la recherche, Dr BOLI Francis, chef de Programme.

*Le Coordonnateur Général
de l'ONG CLUCOD
TALL Lacina*

NOS CONTACTS POUR LES CONSEILS

ONG CLUCOD

**Comité/ Club UNESCO Universitaire pour la lutte
contre la Drogue et les autres pandémies**

Siège : Abobo Carrefour Menuiserie, près de la Pharmacie Abobo-té,
Lot 281, llot 29, Immeuble du Super Marche Bonus, 3 Etage.

22 B.P. 1171 Abidjan 22

Tél.: (225) 25 24 00 10 37 / 05 06 46 52 64

(225) 05 05 86 22 46 / 05 06 02 41 82

Fax: +33 82 64 25 84 3

Site Web: www.clucod.org - E-mail : clucod_ci@yahoo.fr

Info line : 143

INTERDIT DE FUMER ET DE VAPOTER



LA CIGARETTE



LA SHISHA



**LA CIGARETTE
ELECTRONIQUE**

**FUMER, VAPOTER TUE LES FUMEURS
ET LES NON-FUMEURS**

Loi n° 2019-676 Relative à la lutte Antitabac en Côte d'Ivoire

Décret n° 2012-980 du 10 Octobre 2012
portant interdiction de fumer dans les lieux
publics et les transports en commun