

# ANALYSE ET RAPPORT TQS-YOUTH

ATELIER D'ORIENTATION SUR TQS-YOUTH  
09-10 MAI 2023  
ANKARA, TURQUIE



Centers for Disease Control and Prevention

National Center for Chronic Disease Prevention and Health Promotion

Office on Smoking and Health, Global Tobacco Control Branch



# SOMMAIRE

- Analyse : le calcul des indicateurs
- Rapport : la préparation de tableaux
- Analyse et recherche plus approfondies
- Questions/Discussion

# LE CALCUL DES INDICATEURS ET LA PRÉPARATION DES TABLEAUX

# PRÉVALENCE DU TABAGISME

Q1. As-tu déjà fumé ou essayé de fumer des cigarettes, même une ou deux bouffées ?

- a. Oui
- b. Non

## Indicateur

**Répondants ayant expérimenté la cigarette** : Pourcentage de jeunes ayant déjà fumé une cigarette

Numérateur : Nombre de répondants ayant déjà essayé de fumer une cigarette, même une ou deux bouffées

Dénominateur : Nombre total de répondants à la question

# PRÉVALENCE DU TABAGISME

Q2. Quel âge avais-tu quand tu as essayé de fumer une cigarette pour la première fois ?

- a. Je n'ai jamais essayé de fumer une cigarette
- b. 7 ans ou moins
- c. 8 ou 9 ans
- d. 10 ou 11 ans
- e. 12 ou 13 ans
- f. 14 ou 15 ans
- g. 16 ans ou plus

## Indicateur

**Âge de la première cigarette** : Pourcentage de répondants qui ont déjà fumé une cigarette ayant fumé leur première cigarette à l'âge de [7 ans ou moins ; 8 ou 9 ans ; 10 ou 11 ans ; 12 ou 13 ans ; 14 ou 15 ans]

**Numérateur** : Nombre de répondants ayant expérimenté la cigarette qui déclarent avoir essayé de fumer leur première cigarette à l'âge de [7 ans ou moins ; 8 ou 9 ans ; 10 ou 11 ans ; 12 ou 13 ans ; 14 ou 15 ans]

**Dénominateur** : Nombre de répondants ayant expérimenté la cigarette. (L'analyse de cette question doit être limitée aux répondants ayant expérimenté la cigarette, tels qu'ils ont été définis précédemment. Les réponses Q2=a doivent être exclues du dénominateur.)

# PRÉVALENCE DU TABAGISME

**Q3. Au cours des 30 derniers jours, combien de jours as-tu fumé des cigarettes ?**

- a. 0 jour
- b. 1 ou 2 jours
- c. 3 à 5 jours
- d. 6 à 9 jours
- e. 10 à 19 jours
- f. 20 à 29 jours
- g. Tous les jours (30)

**Q4. Au cours des 30 derniers jours, as-tu utilisé d'autres types de tabac à fumer autre que les cigarettes (tel que METTRE DES EXEMPLES APPROPRIÉS AU PAYS) ?**

- a. Oui
- b. Non

**Q5. Au cours des 30 derniers jours, as-tu utilisé de produits de tabac sans fumée (tel que METTRE DES EXEMPLES APPROPRIÉS AU PAYS) ?**

- a. Oui
- b. Non

# PRÉVALENCE DU TABAGISME

## Indicateur 1

**Fumeurs actuels de produits du tabac** : Pourcentage de jeunes qui fument actuellement un produit du tabac quel qu'il soit

Numérateur : Nombre de répondants ayant fumé des cigarettes au moins un jour au cours des 30 derniers jours (Q3=b à g) ou tout autre produits du tabac à fumer au cours des 30 derniers jours (Q4=a)

Dénominateur : Nombre total de répondants à la question

## Indicateur 2

**Fumeurs actuels de cigarettes** : Pourcentage de jeunes qui fument actuellement des cigarettes

Numérateur : Nombre de répondants qui ont fumé des cigarettes au moins 1 jour au cours des 30 derniers jours (Q3=b à g)

Dénominateur : Nombre total de répondants à la question

## Indicateur 3

**Fumeurs habituels de cigarettes** : Pourcentage de jeunes qui ont fumé des cigarettes au moins 20 jours au cours des 30 derniers jours

Numérateur : Nombre de répondants qui ont fumé des cigarettes au moins 20 jours au cours des 30 derniers jours (Q3=f ou g)

Dénominateur : Nombre total de répondants à la question

# PRÉVALENCE DU TABAGISME

## Indicateur 4

**Fumeurs actuels d'autres produits du tabac** : Pourcentage de jeunes qui fument actuellement des produits du tabac autres que des cigarettes

Numérateur : Nombre de répondants qui ont fumé des produits du tabac autres que des cigarettes au cours des 30 derniers jours (Q4=a)

Dénominateur : Nombre total de répondants à la question

## Indicateur 5

**Consommateurs actuels de tabac sans fumée** : Pourcentage de jeunes qui consomment actuellement du tabac sans fumée

Numérateur : Nombre de répondants qui ont consommé des produits du tabac sans fumée au cours des 30 derniers jours (Q5=a)

Dénominateur : Nombre total de répondants à la question

## Indicateur 6

**Consommateurs actuels de tabac** : Pourcentage de jeunes qui consomment actuellement un produit du tabac quel qu'il soit

Numérateur : Nombre de répondants ayant fumé des cigarettes au moins un jour au cours des 30 derniers jours (Q3=b à g) ou ayant fumé un produit du tabac autre que des cigarettes au cours des 30 derniers jours (Q4=a) ou ayant consommé un produit du tabac sans fumée au cours des 30 derniers jours (Q5=a)

Dénominateur : Nombre total de répondants à la question

# STRUCTURE DU TABLEAU SUR LA PRÉVALENCE DU TABAGISME

Tableau 10-1. Statut tabagique détaillé : total et par sexe

	Total	Garçons	Filles
	<i>Pourcentage (IC 95 %*)</i>		
<b>Tabac à fumer</b>			
Fumeurs actuels de produits du tabac <sup>1</sup>			
Fumeurs actuels de cigarettes <sup>2</sup>			
Fumeurs habituels de cigarettes <sup>3</sup>			
Fumeurs actuels d'autres produits du tabac <sup>4</sup>			
Répondants ayant expérimenté la cigarette <sup>5</sup>			
<b>Tabac sans fumée</b>			
Consommateurs actuels de tabac sans fumée <sup>6</sup>			
<b>Tabagisme</b>			
Consommateurs actuels de tabac <sup>7</sup>			
<p><sup>1</sup> Répondants ayant fumé du tabac à un moment ou à un autre au cours des 30 derniers jours. <sup>2</sup> Répondants ayant fumé des cigarettes à un moment ou à un autre au cours des 30 derniers jours. <sup>3</sup> Répondants ayant fumé des cigarettes au moins 20 jours au cours des 30 derniers jours. <sup>4</sup> Répondants ayant fumé un produit du tabac autre que des cigarettes à un moment ou à un autre au cours des 30 derniers jours. <sup>5</sup> Répondants ayant déjà fumé une cigarette, même une ou deux bouffées. <sup>6</sup> Répondants ayant consommé du tabac sans fumée à un moment ou à un autre au cours des 30 derniers jours. <sup>7</sup> Répondants ayant fumé des cigarettes et/ou d'autres produits du tabac à fumer, et/ou ayant consommé du tabac sans fumée à un moment ou à un autre au cours des 30 derniers jours</p> <p>*Intervalle de confiance de 95 %</p>			

# STRUCTURE DU TABLEAU SUR LA PRÉVALENCE DU TABAGISME

Tableau 10-2. Âge de la première cigarette parmi les répondants ayant expérimenté la cigarette : total et par sexe

Âge de la première cigarette <sup>1</sup>	Total	Garçons	Filles
		<i>Pourcentage (IC 95 %*)</i>	
7 ans ou moins			
8 ou 9 ans			
10 ou 11 ans			
12 ou 13 ans			
14 ou 15 ans			
<b>Total</b>	100	100	100

<sup>1</sup> Parmi les répondants ayant expérimenté la cigarette.  
\* Intervalle de confiance de 95 %

# SEVRAGE

Q6. Au cours des 12 derniers mois, as-tu déjà essayé d'arrêter de fumer ?

- a. Je n'ai jamais fumé
- b. Je n'ai pas fumé au cours des 12 derniers mois
- c. Oui
- d. Non

## Indicateur

**Fumeurs ayant tenté un sevrage tabagique au cours des 12 derniers mois** : Pourcentage de fumeurs actuels de produits du tabac ayant tenté un sevrage tabagique au cours des 12 derniers mois

Numérateur : Nombre de fumeurs actuels de produits du tabac ayant tenté un sevrage tabagique au cours des 12 derniers mois (Q6=c)

Dénominateur : Nombre de fumeurs actuels de produits du tabac. (L'analyse de cette question doit être limitée aux fumeurs actuels de produits du tabac, tels qu'ils ont été définis précédemment. Les réponses Q6=a ou b doivent être exclues du dénominateur.)

# SEVRAGE

Q7. As-tu déjà reçu de l'aide ou des conseils pour t'aider à arrêter de fumer ?

(CHOISIR UNE SEULE RÉPONSE)

- a. Je n'ai jamais fumé
- b. Oui, de la part d'un programme ou d'un professionnel
- c. Oui, de la part d'un(e) ami(e)
- d. Oui, de la part d'un membre de la famille
- e. Oui, de la part de programmes ou de professionnels ainsi que d'ami(e)s ou de membres de la famille
- f. Non

## Indicateur

**Fumeurs ayant reçu de l'aide pour arrêter de fumer** : Pourcentage de fumeurs actuels de produits du tabac ayant déjà reçu de l'aide/des conseils pour arrêter de fumer dans le cadre d'un programme ou de la part d'un professionnel

Numérateur : Nombre de fumeurs actuels de produits du tabac ayant reçu de l'aide/des conseils dans le cadre d'un programme ou de la part de professionnels afin d'arrêter de fumer (Q7=b ou e)

Dénominateur : Nombre de fumeurs actuels de produits du tabac. (L'analyse de cette question doit être limitée aux fumeurs actuels de produits du tabac, tels qu'ils ont été définis précédemment.

Les réponses Q7=a doivent être exclues du dénominateur)

# STRUCTURE DU TABLEAU SUR LE SEVRAGE

Tableau 10-3. Indicateurs relatifs au sevrage du tabac à fumer parmi les fumeurs actuels : total et par sexe

	Overall	Garçons	Filles
	<i>Pourcentage (IC 95 %*)</i>		
<b><i>Fumeurs actuels qui...</i></b>			
... ont tenté d'arrêter de fumer au cours des 12 derniers mois			
... ont déjà reçu de l'aide/des conseils pour arrêter de fumer dans le cadre d'un programme ou de la part d'un professionnel			
* Intervalle de confiance de 95 %			

# EXPOSITION AU TABAGISME PASSIF

Q8. Au cours des 7 derniers jours, combien de jours quelqu'un a-t-il fumé à l'intérieur de ta maison, en ta présence ?

- a. 0 jour
- b. 1 à 2 jours
- c. 3 à 4 jours
- d. 5 à 6 jours
- e. 7 jours

## Indicateur

**Exposition au tabagisme passif au domicile** : Pourcentage de jeunes ayant été exposés à la fumée du tabac à l'intérieur de leur domicile au cours des 7 derniers jours

Numérateur : Nombre de répondants qui indiquent que des personnes ont fumé en leur présence à l'intérieur de leur domicile au moins 1 jour au cours des 7 derniers jours (Q8=b à e).

Dénominateur : Nombre total de répondants à la question

# EXPOSITION AU TABAGISME PASSIF

Q9. Au cours des 7 derniers jours, combien de jours quelqu'un a-t-il fumé en ta présence, dans un endroit public fermé, autre que votre maison (tel que METTRE DES EXEMPLES APPROPRIÉS AU PAYS : écoles, magasins, restaurants, centres commerciaux, cinémas) ?

- a. 0 jour
- b. 1 à 2 jours
- c. 3 à 4 jours
- d. 5 à 6 jours
- e. 7 jours

## Indicateur

**Exposition au tabagisme passif dans des lieux publics fermés** : Pourcentage de jeunes ayant été exposés à la fumée du tabac dans des lieux publics fermés au cours des 7 derniers jours

Numérateur : Nombre de répondants ayant indiqué que des personnes avaient fumé en leur présence dans un lieu public fermé autre que leur domicile (par exemple dans une école, un magasin, un restaurant, un centre commercial ou un cinéma) au cours des 7 derniers jours (Q9=b à e)

Dénominateur : Nombre total de répondants à la question

# EXPOSITION AU TABAGISME PASSIF

**Q10. Au cours des 30 derniers jours, as-tu vu quelqu'un fumer à l'intérieur des bâtiments de l'école ou dans l'enceinte de l'école ?**

- a. Oui
- b. Non

## **Indicateur**

**Exposition au tabagisme passif à l'école** : Pourcentage de jeunes ayant vu quelqu'un fumer à l'intérieur des bâtiments scolaires ou à l'extérieur dans l'enceinte de l'école au cours des 30 derniers jours

Numérateur : Nombre de répondants ayant vu quelqu'un fumer à l'intérieur des bâtiments scolaires ou à l'extérieur dans l'enceinte de l'école au cours des 30 derniers jours

Dénominateur : Nombre total de répondants à la question

# STRUCTURE DU TABLEAU SUR L'EXPOSITION AU TABAGISME PASSIF

Tableau 10-4. Exposition au tabagisme passif : total et par sexe

	Total	Garçons	Filles
	<i>Pourcentage (IC 95 %*)</i>		
Répondants exposés à la fumée du tabac à l'intérieur de leur domicile au cours des 7 derniers jours			
Répondants exposés à la fumée du tabac dans un lieu public fermé au cours des 7 derniers jours			
Répondants ayant vu quelqu'un fumer à l'intérieur des bâtiments scolaires ou à l'extérieur dans l'enceinte de l'école au cours des 30 derniers jours			

\* Intervalle de confiance de 95 %

# FACILITÉ D'ACCÈS AUX CIGARETTES

**Q11. Au cours des 30 derniers jours, quelqu'un a-t-il refusé de te vendre des cigarettes à cause de ton âge ?**

- a. Je n'ai pas essayé d'acheter des cigarettes au cours des 30 derniers jours
- b. Oui, quelqu'un a refusé de me vendre des cigarettes à cause de mon âge
- c. Non, mon âge ne m'a pas empêché d'acheter des cigarettes

## **Indicateur**

**Facilité d'achat de cigarettes pour les mineurs** : Pourcentage de fumeurs actuels de cigarettes autorisés à acheter des cigarettes au cours des 30 derniers jours en dépit de leur âge

Numérateur : Nombre de fumeurs actuels de cigarettes autorisés à acheter des cigarettes au cours des 30 derniers jours en dépit de leur âge (Q11=c)

Dénominateur : Nombre de fumeurs actuels de cigarettes ayant essayé d'acheter des cigarettes au cours des 30 derniers jours. (L'analyse de cette question doit être limitée aux fumeurs actuels de cigarettes, tels qu'ils ont été définis précédemment. Les réponses Q11=a doivent être exclues du dénominateur.)

# FACILITÉ D'ACCÈS AUX CIGARETTES

**Q12. La dernière fois que tu as acheté des cigarettes au cours des 30 derniers jours, sous quelle forme les as-tu achetées ?**

- a. Je n'ai pas acheté de cigarettes au cours des 30 derniers jours
- b. Je les ai achetées en paquet
- c. Je les ai achetées à l'unité (une à la fois)
- d. Je les ai achetées en cartouche
- e. J'ai acheté du tabac et je les ai roulées moi-même

## **Indicateur**

**Unité des cigarettes achetées :** Pourcentage de fumeurs actuels dont le dernier achat de cigarettes au cours des 30 derniers jours s'est fait [à l'unité ; en paquets, cartouches ; sous forme de scaferlati pour rouler des cigarettes à la main]

**Numérateur :** Nombre de fumeurs actuels dont le dernier achat de cigarettes au cours des 30 derniers jours s'est fait [à l'unité ; en paquets, cartouches ; sous forme de scaferlati pour rouler des cigarettes à la main]

**Dénominateur :** Nombre de fumeurs actuels ayant acheté des cigarettes au cours des 30 derniers jours (L'analyse de cette question doit être limitée aux fumeurs actuels de cigarettes, tels qu'ils ont été définis précédemment. Les réponses Q12=a doivent être exclues du dénominateur.)

# STRUCTURE DU TABLEAU SUR LA FACILITÉ D'ACCÈS AUX CIGARETTES

Tableau 10-5. Fumeurs actuels autorisés à acheter des cigarettes en dépit de leur âge : total et par sexe

	Total	Garçons	Filles
	<i>Pourcentage (IC 95 %*)</i>		
Fumeurs actuels autorisés à acheter des cigarettes en dépit de leur âge <sup>1</sup>			
<sup>1</sup> Parmi ceux qui ont essayé d'acheter des cigarettes au cours des 30 derniers jours			
* Intervalle de confiance de 95 %			

# STRUCTURE DU TABLEAU SUR LA FACILITÉ D'ACCÈS AUX CIGARETTES

Tableau 10-6. Unité d'achat des cigarettes parmi les fumeurs actuels de cigarettes : total et par sexe

Unité d'achat <sup>1</sup>	Total	Garçons	Filles
		<i>Pourcentage (IC 95 %*)</i>	
Cigarette à l'unité			
Paquet			
Cartouche			
Sous forme de scaferlati pour rouler les cigarettes à la main			
<b>Total</b>	100	100	100

<sup>1</sup> Sur la base du dernier achat parmi les répondants ayant acheté des cigarettes au cours des 30 derniers jours  
\* Intervalle de confiance de 95 %

# INFORMATIONS ANTITABAC

Q13. Au cours des 30 derniers jours, as-tu vu ou entendu des messages antitabac à la télévision, à la radio, sur internet, sur des panneaux d'affichage, des affiches, dans les journaux, les revues ou dans les films ?

- a. Oui
- b. Non

## Indicateur

**Prise de connaissance des messages antitabac dans les médias** : Pourcentage de jeunes ayant vu ou entendu des messages antitabac dans les médias au cours des 30 derniers jours

Numérateur : Nombre de répondants qui ont vu ou entendu des messages antitabac dans les médias (p. ex, à la télévision, à la radio, sur Internet, sur un panneau d'affichage, dans un journal, dans un magazine ou au cinéma) au cours des 30 derniers jours (Q13=a)

Dénominateur : Nombre total de répondants à la question

# INFORMATIONS ANTITABAC

**Q14. Au cours des 30 derniers jours, as-tu vu des mises en garde sanitaires sur les paquets de cigarettes ?**

- a. **Oui, mais ils ne m'ont fait aucun effet**
- b. **Oui, et cela m'a fait penser à arrêter de fumer ou de ne pas commencer à fumer**
- c. **Non**

## **Indicateur 1**

**Observation des mises en garde sanitaires sur les emballages de cigarettes** : Pourcentage de fumeurs actuels de cigarettes ayant remarqué les mises en garde sanitaires sur les emballages de cigarettes au cours des 30 derniers jours

Numérateur : Nombre de fumeurs actuels de cigarettes qui ont répondu « Oui, mais je n'en ai pas fait grand cas » ou « Oui, et cela m'a fait réfléchir à l'opportunité d'arrêter de fumer ou de ne pas commencer » à la question portant sur l'observation des mises en garde sanitaires sur les paquets de cigarettes au cours des 30 derniers jours (Q14=a ou b)

Dénominateur : Nombre de fumeurs actuels de cigarettes. (L'analyse de cette question doit être limitée aux fumeurs actuels de cigarettes, tels qu'ils ont été définis précédemment.)

## **Indicateur 2**

**Désir de sevrage en raison des mises en garde sanitaires sur les paquets de cigarette (parmi l'ensemble des fumeurs actuels de cigarettes)** : Pourcentage de fumeurs actuels de cigarettes ayant envisagé d'arrêter de fumer au cours des 30 derniers jours en raison des mises en garde sanitaires sur les paquets de cigarettes

Numérateur : Nombre de fumeurs actuels de cigarettes ayant déclaré que le fait de voir des mises en garde sanitaires sur les paquets de cigarettes au cours des 30 derniers jours les avait fait réfléchir à l'opportunité d'arrêter de fumer (Q14=b)

Dénominateur : Nombre de fumeurs actuels de cigarettes. (L'analyse de cette question doit être limitée aux fumeurs actuels de cigarettes, tels qu'ils ont été définis précédemment.)

# INFORMATIONS ANTITABAC

## Indicateur 3

**Désir de sevrage en raison des mises en garde sanitaires sur les paquets de cigarette (parmi les fumeurs actuels de cigarettes ayant remarqué les mises en garde sanitaires) :** Pourcentage de fumeurs actuels de cigarettes ayant remarqué les mises en garde sanitaires sur les emballages de cigarettes au cours des 30 derniers jours et ayant envisagé d'arrêter de fumer en raison de ces mises en garde

Numérateur : Nombre de fumeurs actuels de cigarettes ayant déclaré que le fait de voir des mises en garde sanitaires sur les paquets de cigarettes au cours des 30 derniers jours les avait fait réfléchir à l'opportunité d'arrêter de fumer (Q14=b)

Dénominateur : Nombre de fumeurs actuels de cigarettes ayant remarqué les mises en garde sanitaires sur les emballages de cigarettes au cours des 30 derniers jours. (L'analyse de cette question doit être limitée aux fumeurs actuels de cigarettes, tels qu'ils ont été définis précédemment. Les réponses Q14=c doivent être exclues du dénominateur.)

## Indicateur 4

**Désir de ne pas commencer de fumer en raison des mises en garde sanitaires sur les paquets de cigarettes :** Pourcentage de répondants n'ayant jamais fumé de cigarettes ayant envisagé de ne jamais commencer de fumer au cours des 30 derniers jours en raison des mises en garde sanitaires sur les paquets de cigarettes

Numérateur : Nombre de répondants n'ayant jamais fumé de cigarettes ayant déclaré que le fait de voir des mises en garde sanitaires sur les paquets de cigarettes au cours des 30 derniers jours les avait fait réfléchir à l'opportunité de ne pas commencer de fumer (Q14=b)

Dénominateur : Nombre de répondants n'ayant jamais fumé de cigarettes ayant remarqué les mises en garde sanitaires sur les emballages de cigarettes au cours des 30 derniers jours. (L'analyse de cette question doit être limitée aux répondants n'ayant jamais fumé de cigarettes : Q1=b. Les réponses Q14=c doivent être exclues du dénominateur.)

# INFORMATIONS ANTITABAC

**Q15. Au cours des 12 derniers mois, as-tu eu des cours concernant les dangers de l'usage du tabac ?**

- a. Oui
- b. Non
- c. Je ne sais pas

## **Indicateur**

**Enseignement à l'école sur les dangers du tabagisme** : Pourcentage de jeunes ayant reçu un enseignement sur les dangers du tabagisme en classe au cours des 12 derniers mois

Numérateur : Nombre de répondants ayant reçu un enseignement sur les dangers du tabagisme dans n'importe quelle classe au cours des 12 derniers mois (Q15=a)

Dénominateur : Nombre total de répondants à la question (Les réponses « Je ne sais pas » doivent être comptées dans le dénominateur.)

# STRUCTURE DU TABLEAU SUR LES INFORMATIONS ANTITABAC

Tableau 10-7. Observation des informations antitabac : total et par sexe

	Total	Garçons	Filles
	<i>Pourcentage (IC 95 %*)</i>		
Répondants ayant remarqué les messages antitabac dans les médias <sup>1</sup> au cours des 30 derniers jours			
Répondants ayant reçu à l'école un enseignement relatif aux dangers de la consommation de tabac au cours des 12 derniers mois			
<sup>1</sup> Par exemple à la télévision, à la radio, sur Internet, sur un panneau d'affichage, dans un journal, dans un magazine ou au cinéma.			
* Intervalle de confiance de 95 %			

# STRUCTURE DU TABLEAU SUR LES INFORMATIONS ANTITABAC

Tableau 10-8. Observation par les fumeurs actuels et les répondants n'ayant jamais fumé de cigarettes des mises en garde sanitaires sur les emballages de cigarettes : total et par sexe

	Total	Garçons	Filles
	<i>Pourcentage (IC 95 %*)</i>		
Fumeurs actuels de cigarettes ayant remarqué les mises en garde sanitaires sur les emballages de cigarettes <sup>1</sup>			
<i>Répondants ayant envisagé d'arrêter de fumer en raison des mises en garde sanitaires sur les paquets de cigarettes<sup>1</sup></i>			
Parmi les fumeurs actuels de cigarettes			
Parmi les fumeurs actuels de cigarettes ayant remarqué les mises en garde sanitaires			
Parmi les répondants n'ayant jamais fumé de cigarettes ayant envisagé de ne jamais commencer de fumer en raison des mises en garde sanitaires sur les paquets de cigarettes <sup>1,2</sup>			
<sup>1</sup> Au cours des 30 derniers jours			
<sup>2</sup> Parmi les répondants n'ayant jamais fumé de cigarettes ayant remarqué les mises en garde sanitaires sur les emballages de cigarettes au cours des 30 derniers jours.			
* Intervalle de confiance de 95 %			

# PUBLICITÉ EN FAVEUR DU TABAC ET PROMOTIONS SUR LES PRODUITS DU TABAC

Q16. Au cours des 30 derniers jours, as-tu vu des publicités ou des promotions sur les produits du tabac au niveau des points de vente (tels que METTRE DES EXEMPLES APPROPRIÉS AU PAYS : magasins, boutiques, kiosques, etc.) ?

- a. Je ne me suis pas rendu dans un point de vente au cours des 30 derniers jours
- b. Oui
- c. Non

## Indicateur 1

**Expérience de la publicité en faveur du tabac dans les points de vente (parmi la population cible) :** Pourcentage de jeunes ayant vu de la publicité en faveur du tabac dans les points de vente au cours des 30 derniers jours

**Numérateur :** Nombre de répondants ayant vu des publicités ou des promotions en faveur de produits du tabac dans des points de vente (par exemple, des magasins, des buralistes, des kiosques, etc.) au cours des 30 derniers jours (Q16=b)

**Dénominateur :** Nombre total de répondants à la question

## Indicateur 2

**Expérience de la publicité en faveur du tabac dans les points de vente (parmi les répondants ayant fréquenté les points de vente) :** Pourcentage de jeunes ayant fréquenté les points de vente au cours des 30 derniers jours et ayant vu de la publicité en faveur du tabac dans les points de vente

**Numérateur :** Nombre de répondants ayant vu des publicités ou des promotions en faveur de produits du tabac dans des points de vente (par exemple, des magasins, des buralistes, des kiosques, etc.) au cours des 30 derniers jours (Q16=b)

**Dénominateur :** Nombre de répondants qui se sont rendus dans un point de vente au cours des 30 derniers jours. (Les réponses Q16=a doivent être exclues du dénominateur.)

# PUBLICITÉ EN FAVEUR DU TABAC ET PROMOTIONS SUR LES PRODUITS DU TABAC

Q17. Détention d'articles sur lesquels sont apposés des logos de marques de tabac As-tu quelque chose (par exemple, t-shirt, stylo, sac à dos) avec le logo d'une marque de produit de tabac ?

- a. Oui
- b. Non

## Indicateur

**Détention d'un objet sur lequel est apposé un logo de marque de tabac** : Pourcentage de jeunes détenant un article sur lequel est apposé un logo de marque de tabac

Numérateur : Nombre de répondants détenant un article (par exemple, un t-shirt, un stylo, un sac à dos) sur lequel est apposé un logo de marque de tabac (Q17=a).

Dénominateur : Nombre total de répondants à la question

# PUBLICITÉ EN FAVEUR DU TABAC ET PROMOTIONS SUR LES PRODUITS DU TABAC

**Q18. Est-ce qu'une personne travaillant pour une société de tabac t'a-t-elle déjà offert gratuitement un produit de tabac ?**

- a. Oui
- b. Non

## **Indicateur**

**Exposition à la promotion gratuite du tabac** : Pourcentage de jeunes qui se sont vus offrir gratuitement un produit du tabac de la part d'un représentant de cigarettier

Numérateur : Pourcentage de répondants qui se sont vus offrir gratuitement un produit du tabac de la part d'un représentant de cigarettier (Q18=a)

Dénominateur : Nombre total de répondants à la question

# STRUCTURE DU TABLEAU SUR LA PUBLICITÉ EN FAVEUR DU TABAC ET LES PROMOTIONS SUR LES PRODUITS DU TABAC

Tableau 10-9. Exposition à la publicité en faveur du tabac : total et par sexe

	Total	Garçons	Filles
	<i>Pourcentage (IC 95 %*)</i>		
Répondants ayant remarqué des publicités en faveur du tabac ou des promotions dans les points de vente			
Parmi l'ensemble des jeunes au cours des 30 derniers jours			
Parmi ceux qui se sont rendus dans un point de vente au cours des 30 derniers jours			
Élèves détenant un article sur lequel est apposé un logo de marque de tabac <sup>1</sup>			
Répondants qui se sont vus offrir gratuitement un produit du tabac de la part d'un représentant de cigarettier			
<sup>1</sup> For example, a t-shirt, pen, backpack.			
* Intervalle de confiance de 95 %			

# CIGARETTES ÉLECTRONIQUES

**Q19. Les cigarettes électroniques, ou e-cigarettes, sont des dispositifs électroniques contenant un liquide à base de nicotine qui est vaporisé et inhalé. Vous les connaissez peut-être sous les noms de vapoteurs, pipes à eau électroniques, cigares électroniques (e-cigares), pipes électroniques (e-pipes) ou inhalateurs électroniques. Certains de ces dispositifs ressemblent à des cigarettes et d'autres à des stylos ou à des petites pipes. Ils sont alimentés par une batterie qui produit de la vapeur plutôt que de la fumée.**

**Aviez-vous déjà entendu parler auparavant des cigarettes électroniques ou e-cigarettes ?**

- a. Oui**
- b. Non**

## **Indicateur**

**Répondants ayant entendu parler des cigarettes électroniques** : Pourcentage de jeunes qui ont déjà entendu parler des cigarettes électroniques

Numérateur : Nombre de jeunes qui ont entendu parler des cigarettes électroniques

Dénominateur : Nombre total de répondants à la question

# CIGARETTES ÉLECTRONIQUES

**Q20. Au cours des 30 derniers jours, combien de jours avez-vous utilisé une cigarette électronique ?**

- a. 0 jour
- b. 1 ou 2 jours
- c. 3 à 5 jours
- d. 6 à 9 jours
- e. 10 à 19 jours
- f. 20 à 29 jours
- g. Tous les jours (30)

## **Indicateur**

**Utilisateurs actuels de cigarette électronique** : Pourcentage de jeunes qui utilisent actuellement des cigarettes électroniques

Numérateur : Nombre de répondants qui ont utilisé une cigarette électronique au moins 1 jour au cours des 30 derniers jours (Q20=b à g).

Dénominateur : Nombre total de répondants à la question

# CIGARETTES ÉLECTRONIQUES

**Q21. Au total, combien de jours avez-vous utilisé une cigarette électronique ou e-cigarette au cours de votre vie ?**

- a. 0 jour
- b. 1 jour
- c. 2 à 10 jours
- d. 11 à 20 jours
- e. 21 à 50 jours
- f. 51 à 100 jours
- g. Plus de 100 jours

## **Indicateur**

**Répondants ayant déjà utilisé une cigarette électronique** : Pourcentage de jeunes qui ont déjà utilisé une cigarette électronique

Numérateur : Nombre de répondants qui ont utilisé une cigarette électronique au moins 1 jour dans leur vie (Q20=b à g).

Dénominateur : Nombre total de répondants à la question

# STRUCTURE DU TABLEAU SUR LES CIGARETTES ÉLECTRONIQUES

Tableau 10-10. Connaissance de l'existence des cigarettes électroniques, et utilisation au moins une fois ou actuelle de ces dispositifs : total et par sexe

	Total	Garçons	Filles
	<i>Pourcentage (IC 95 %*)</i>		
Répondants ayant entendu parler des cigarettes électroniques			
Répondants ayant utilisé une cigarette électronique au moins une fois <sup>1</sup>			
Utilisateurs actuels de cigarette électronique <sup>2</sup>			
<sup>1</sup> Répondants ayant utilisé une cigarette électronique au moins un jour dans leur vie			
<sup>2</sup> Répondants ayant utilisé une cigarette électronique à un moment ou à un autre au cours des 30 derniers jours			
* Intervalle de confiance de 95 %			

# NOTES BASÉES SUR LES REVUES

- Informer sur la prévalence de chaque indicateur parmi tous les répondants ou sous-groupes
- Ne pas informer par rapport à la distribution au sein des sous-groupes
- Par exemple,
  - Parmi tous les hommes, quel pourcentage fume actuellement du tabac ?
  - Parmi toutes les femmes, quel pourcentage fume actuellement du tabac ?
  - NON : Parmi ceux qui fument actuellement, quel pourcentage sont des hommes et quel pourcentage sont des femmes ?

# ANALYSE ET RECHERCHE SUPPLÉMENTAIRES

# MATÉRIEL POUR LA DIFFUSION DES DONNÉES

- En plus des structures des tableaux remplis, nous encourageons le développement d'autres supports matériels pour la diffusion des données :
  - Rapport sur le tabagisme
  - Fiche d'information sur le tabac
  - Fiche des politiques sur le tabac
  - Publications, graphiques de recherche

# MATÉRIEL POUR LA DIFFUSION DES DONNÉES

REPUBLIC OF MALI  
One People, One Goal, One Faith  
MINISTER OF ECONOMY AND FINANCE

NATIONAL STATISTICAL INSTITUTE  
(INSTAT)



ANALYSIS OF TOBACCO QUESTIONS FOR  
SURVEYS OF YOUTH  
(TQS-YOUTH)

January 2022

## I. Prevalence of Tobacco Use

Priority Indicators are developed based on five questions to assess smoking prevalence. The first question (Q1) asks respondents if they have ever smoked a cigarette while the second question (Q2) asks the age at which respondents started smoking. Questions from 3 through 5 measure current use of cigarettes (Q3), other types of smoking tobacco (Q4), and smokeless tobacco (Q5).

**Purpose:** Determine the current tobacco use status of the respondents.  
**Indicator 1:** Current Tobacco Smokers: Percentage of youth who currently smoke any tobacco products.  
**Numerator:** Number of respondents who smoked cigarettes at least one day during the last 30 days (Q3=b through g) or any other smoking tobacco product in the last 30 days (Q4=a)  
**Denominator:** Total number of respondents to the question  
**Indicator 2:** Current cigarette smokers: Percentage of youth who currently smoke cigarettes  
**Numerator:** Number of respondents who smoked cigarettes at least 1 day in the past 30 days (Q3=b through g).  
**Denominator:** Total number of respondents to the question  
**Indicator 3:** Frequent cigarette smokers: Percentage of youth who currently smoke any tobacco products other than cigarettes.  
**Numerator:** Number of respondents who smoked tobacco products other than cigarettes in the past 30 days (Q4=a).  
**Denominator:** Total number of respondents to the question  
**Indicator 4:** Current smokers of other tobacco products: Percentage of youth who currently smoke tobacco products other than cigarettes.  
**Numerator:** Number of respondents who used smokeless tobacco products in the past 30 days (Q5=a).  
**Denominator:** Total number of respondents to the question  
**Indicator 5:** Current tobacco users: Percentage of youth who currently use any type of tobacco product.  
**Numerator:** Number of respondents who smoked cigarettes at least one day during the last 30 days (Q3=b through g) or smoked a tobacco product other than cigarettes in the last 30 days (Q4=a) or used a smokeless tobacco product in the last 30 days (Q5=a)  
**Denominator:** Total number of respondents to the question

Overall, 8.0% of the population aged 13-15 are current smokers of tobacco products. The prevalence of current smokers is almost zero among girls (0.0%) while it is 11.1% among boys. The same finding is observed among youth aged 12 to 17, with boys of this age smoking more (20.6%) than their female counterparts.

The proportion of 13- to 15-year-olds who have smoked cigarettes at any time in the past 30 days is 8.0%. This proportion is higher for boys than for girls. As with youth aged 12 to 17, the number of current cigarette smokers is highest among

5

males (11.1%).

Compared to frequent cigarette smokers, 3.0% of 13- to 15-year-olds had smoked cigarettes at least 20 days in the past 30 days. This proportion is almost twice as high among youth aged 12 to 17 (5.7%). The percentage is 4.1% for boys.

In general, the use of other tobacco products among current smokers is very low regardless of age group. The number of youth between the ages of 13 and 15 who have tried a cigarette is 0.5%. This proportion is higher for boys (0.7%) than for girls (0.3%).

About two in ten (2.3%) 13- to 15-year-olds are current smokeless tobacco users. This prevalence is even higher among boys (3.5%) than among girls (1.2%).

Table I-1: Detailed smoking status: total and by gender

	13 to 15 years old			12 to 17 years old			12 to 18 years old		
	Total	Boys	Girls	Total	Boys	Girls	Total	Boys	Girls
	Percentage (95 % CI) <sup>1</sup>			Percentage (95 % CI) <sup>1</sup>			Percentage (95 % CI) <sup>1</sup>		
<b>Smoking tobacco</b>									
Current smokers of tobacco products <sup>2</sup>	8.0	11.1	0.0	16.7	20.6	0.0	59.8	62.6	10.0
	(6.2-9.8)	(6.9-15.3)	(0.0-0.0)	(6.0-27.3)	(7.6-23.5)	(0.0-0.0)	(55.5-64.0)	(58.7-66.5)	(2.1-18.0)
Current cigarette smokers <sup>3</sup>	8.0	11.1	0.0	16.7	20.6	0.0	58.0	60.8	9.1
	(6.2-9.8)	(6.9-15.3)	(0.0-0.0)	(6.0-27.3)	(7.6-23.5)	(0.0-0.0)	(53.6-62.3)	(56.4-64.8)	(1.4-16.8)
Regular cigarette smokers <sup>4</sup>	3.0	4.1	0.0	5.7	7.0	0.0	48.1	50.6	4.1
	(2.3-3.6)	(2.6-5.7)	(0.0-0.0)	(2.1-9.2)	(2.5-11.5)	(0.0-0.0)	(44.0-52.3)	(46.6-54.6)	(1.2-9.4)
Current smokers of other tobacco products <sup>5</sup>	0.1	0.1	0.0	0.1	0.2	0.0	0.1	0.2	0.1
	(0.0-0.1)	(0.0-0.1)	(0.0-0.0)	(0.0-0.2)	(0.0-0.2)	(0.0-0.1)	(0.0-0.5)	(0.2-0.5)	(0.0-0.1)
Respondents who have tried smoking <sup>6</sup>	0.5	0.7	0.2	1.0	1.6	0.4	5.2	10.5	0.5
	(0.3-0.7)	(0.3-1.1)	(0.1-0.5)	(0.6-1.4)	(0.9-2.2)	(0.2-0.7)	(4.8-5.7)	(9.5-11.4)	(0.3-0.7)
<b>Smokeless tobacco</b>									
Current smokeless tobacco users <sup>7</sup>	2.3	3.5	1.2	0.2	0.2	0.1	0.2	3.5	1.2
	(2.0-2.6)	(3.1-4.0)	(0.9-1.4)	(0.1-0.3)	(0.0-0.4)	(0.0-0.3)	(0.0-0.3)	(3.1-4.0)	(0.9-1.4)
<b>Tobacco use<sup>8</sup></b>									
Current tobacco users <sup>9</sup>	8.0	11.1	0.0	16.7	20.6	0.0	63.0	65.9	13.4
	(6.2-9.8)	(6.9-15.3)	(0.0-0.0)	(6.0-27.3)	(7.6-23.5)	(0.0-0.0)	(59.1-67.0)	(62.4-69.4)	(4.1-22.6)
95% confidence interval <sup>1</sup> Source : DHSY2011(Round 3)									

<sup>1</sup> Respondents who smoked tobacco at any time in the past 30 days

<sup>2</sup> Respondents who smoked cigarettes at any time in the past 30 days

<sup>3</sup> Respondents who smoked cigarettes at least 20 days in the past 30 days

<sup>4</sup> Respondents who smoked a tobacco product other than cigarettes at any time during the past 30 days

<sup>5</sup> Respondents who have ever smoked a cigarette, even one or two puffs

<sup>6</sup> Respondents who used smokeless tobacco at any time in the past 30 days

<sup>7</sup> Respondents who used smokeless tobacco at any time in the past 30 days

<sup>8</sup> Respondents who smoked cigarettes and/or other smoking tobacco products, and for used smokeless tobacco at any time in the past 30 days

<sup>9</sup> 95% confidence interval

6

# MATÉRIEL POUR LA DIFFUSION DES DONNÉES

GLOBAL YOUTH TOBACCO SURVEY

FACT SHEET  
[COUNTRY NAME] [YEAR]

**GYTS Objectives**

The Global Youth Tobacco Survey (GYTS), a component of the Global Tobacco Surveillance System (GTSS), is a global standard for systematically monitoring youth tobacco use (smoking and smokeless) and tracking key tobacco control indicators.

GYTS is a cross-sectional, nationally representative school-based survey of students in grades associated with ages 13 to 15 years. GYTS uses a standard core questionnaire, sample design, and data collection protocol. It assists countries in fulfilling their obligations under the World Health Organization (WHO) Framework Convention on Tobacco Control (FCTC) to generate comparable data within and across countries. WHO has developed **mpower**, a technical package of selected demand reduction measures contained in the WHO FCTC:

- Monitor tobacco use & prevention policies
- Protect people from tobacco smoke
- Offer help to quit tobacco use
- Warn about the dangers of tobacco
- Enforce bans on tobacco advertising, promotion, & sponsorship
- Raise taxes on tobacco

**GYTS Methodology**

GYTS uses a global standardized methodology that includes a two-stage sample design with schools selected with a probability proportional to enrollment size. The classes within selected schools are chosen randomly and all students in selected classes are eligible to participate in the survey. The survey uses a standard core questionnaire with a set of optional questions that countries can adapt to measure and track key tobacco control indicators. The questionnaire covers the following topics: tobacco use (smoking and smokeless), cessation, secondhand smoke (SHS), pro- and anti-tobacco media and advertising, access to and availability of tobacco products, and knowledge and attitudes regarding tobacco use. The questionnaire is self-administered, using scannable paper-based bubble sheets, it is anonymous to ensure confidentiality.

**IMPLEMENTATION:** GYTS was conducted in [YEAR] by [IMPLEMENTING AGENCY], under the coordination of [MOH]. The overall response rate was XX.X%. A total of XXXX eligible students in [GRADE LEVELS]/[FORMS XXXX] completed the survey, of which XXX were aged 13-15 years. Data are reported for students aged 13-15 years.

[Country MOH Logo]
[Country IA Logo]

World Health  
Organization

CDC  
Centers for Disease Control and  
Prevention

[SURVEY NAME | TQS]

TOBACCO FACT SHEET  
[COUNTRY YEAR]

**TQS Overview**

Tobacco Questions for Surveys (TQS) is a standard set of questions that allows for consistent measurement of tobacco use and other key tobacco control indicators through integration into population surveys. TQS plays a significant role in harmonizing and standardizing monitoring of key tobacco control indicators within and across countries over time.

TQS is a list of 22 survey questions derived from the Global Adult Tobacco Survey (GATS) core questionnaire. These questions can be included in any population-based health, social or other survey to obtain a picture of tobacco use and control. The decision can be made to include only 3 core questions in the hosting survey, or up to all 22 TQS questions depending on the needs of the country. Corresponding to the **mpower** policy package measures, TQS assists countries by monitoring selected demand-related articles of the World Health Organization Framework Convention on Tobacco Control (WHO FCTC) — a global health treaty.

Monitor tobacco use & prevention policies  
 Protect people from tobacco smoke  
 Offer help to quit tobacco use  
 Warn about the dangers of tobacco  
 Enforce bans on tobacco advertising, promotion, & sponsorship  
 Raise taxes on tobacco

**Survey Objectives and Methodology**

[OVERVIEW OF SURVEY, TARGET POPULATION, DATES OF DATA COLLECTION]

[QUESTIONNAIRE/TOPIC]. The questionnaire also included XX TQS questions on tobacco use (smoking and smokeless), secondhand smoke, cessation, media, and economics.

[SAMPLING METHODOLOGY]

[NUMBER OF INTERVIEWS COMPLETED AND RESPONSE RATES]

**Highlights**

**TOBACCO USE**

- XX.X% overall, XX.X% of men, and XX.X% of women currently smoked tobacco.
- XX.X% overall, XX.X% of men, and XX.X% of women currently used smokeless tobacco.
- XX.X% overall, XX.X% of men, and XX.X% of women currently used tobacco (smoked and/or smokeless).

**SECONDHAND SMOKE**

- XX.X% of adults who worked indoors were exposed to tobacco smoke at the workplace.
- XX.X% of adults were exposed to tobacco smoke at home.

**CESSATION**

- XX.X% of current smokers tried to stop smoking in the last 12 months.
- XX.X% of current smokers were advised by a health care provider to stop smoking in the last 12 months.

**MEDIA**

- XX.X% of adults noticed anti-cigarette smoking information on the television.
- XX.X% of current smokers thought about quitting because of a health warning label on cigarette packs.
- XX.X% of adults noticed cigarette advertising in stores where cigarettes are sold.

**ECONOMICS**

- The average amount spent on 20 manufactured cigarettes was XX.X (local currency).

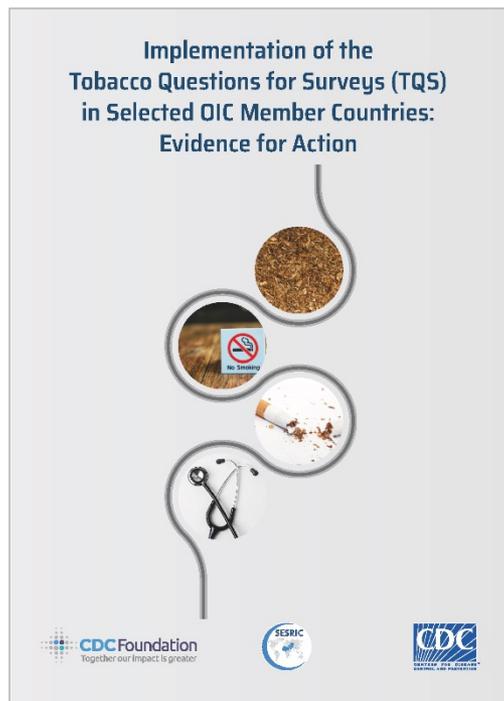
[SURVEY NAME | TQS]

TOBACCO FACT SHEET  
[COUNTRY YEAR]

	OVERALL (%)	MBN (%)	WOMEN (%)
ts	XX.X	XX.X	XX.X
ts	XX.X	XX.X	XX.X
ts <sup>1</sup>	XX.X	XX.X	XX.X
ts <sup>2</sup> (among all adult smokers <sup>3</sup> )	XX.X	XX.X	XX.X
ts <sup>2</sup> (among ever daily smokers)	XX.X	XX.X	XX.X
ts <sup>2</sup> (never smoked per day (among daily cigarette smokers))	XX.X	XX.X	XX.X
<b>CO USERS</b>			
tsco users <sup>4</sup>	XX.X	XX.X	XX.X
tsco users	XX.X	XX.X	XX.X
tsco users (noted and/or smokeless)	XX.X	XX.X	XX.X
<b>DIKE</b>			
tsdco smoke at the workplace <sup>5</sup>	XX.X	XX.X	XX.X
tsdco smoke at home at least monthly	XX.X	XX.X	XX.X
tsdco	XX.X	XX.X	XX.X
tsdco (made a quit attempt in the past 12 months)	XX.X	XX.X	XX.X
tsdco (did not quit by a health care provider in the past 12 months) <sup>6</sup>	XX.X	XX.X	XX.X
<b>ADVERTISING</b>			
tsadvertising	XX.X	XX.X	XX.X
tsadvertising (cigarette smoking information in newspapers or magazines) <sup>7</sup>	XX.X	XX.X	XX.X
tsadvertising (cigarette smoking information on the television) <sup>8</sup>	XX.X	XX.X	XX.X
tsadvertising (noticed a warning label on cigarette packages) <sup>9</sup>	XX.X	XX.X	XX.X
tsadvertising (thought about quitting because of a warning label) <sup>10</sup>	XX.X	XX.X	XX.X
<b>ADVERTISING</b>			
tsadvertising (noted cigarette advertising in stores where cigarettes are sold) <sup>11</sup>	XX.X	XX.X	XX.X
tsadvertising (of the following cigarette promotions):			
tsadvertising (on other products)	XX.X	XX.X	XX.X
tsadvertising (brand name or logo)	XX.X	XX.X	XX.X
tsadvertising	XX.X	XX.X	XX.X
tsadvertising (on 20 manufactured cigarettes (in LOCAL CURRENCY) <sup>12</sup> )			XX.XX
tsadvertising (manufactured cigarettes as a percentage of per capita Gross Domestic Product (GDP) (YEAR))			XX.X%

<sup>1</sup> per day, then only use <sup>2</sup> includes non-daily cigarettes and non-daily cigarette. <sup>3</sup> Current non-smokers. <sup>4</sup> Among those who were daily, work indoors or both indoors and outdoors. <sup>5</sup> Among those who visited a health care provider in past 12 months. <sup>6</sup> (Data source, and (during the past 12 days). <sup>7</sup> ages 18 years and older. Data have been weighted to be nationally representative of all non-institutionalized men and women. <sup>8</sup> <sup>9</sup> <sup>10</sup> <sup>11</sup> <sup>12</sup> <sup>13</sup> <sup>14</sup> <sup>15</sup> <sup>16</sup> <sup>17</sup> <sup>18</sup> <sup>19</sup> <sup>20</sup> <sup>21</sup> <sup>22</sup> <sup>23</sup> <sup>24</sup> <sup>25</sup> <sup>26</sup> <sup>27</sup> <sup>28</sup> <sup>29</sup> <sup>30</sup> <sup>31</sup> <sup>32</sup> <sup>33</sup> <sup>34</sup> <sup>35</sup> <sup>36</sup> <sup>37</sup> <sup>38</sup> <sup>39</sup> <sup>40</sup> <sup>41</sup> <sup>42</sup> <sup>43</sup> <sup>44</sup> <sup>45</sup> <sup>46</sup> <sup>47</sup> <sup>48</sup> <sup>49</sup> <sup>50</sup> <sup>51</sup> <sup>52</sup> <sup>53</sup> <sup>54</sup> <sup>55</sup> <sup>56</sup> <sup>57</sup> <sup>58</sup> <sup>59</sup> <sup>60</sup> <sup>61</sup> <sup>62</sup> <sup>63</sup> <sup>64</sup> <sup>65</sup> <sup>66</sup> <sup>67</sup> <sup>68</sup> <sup>69</sup> <sup>70</sup> <sup>71</sup> <sup>72</sup> <sup>73</sup> <sup>74</sup> <sup>75</sup> <sup>76</sup> <sup>77</sup> <sup>78</sup> <sup>79</sup> <sup>80</sup> <sup>81</sup> <sup>82</sup> <sup>83</sup> <sup>84</sup> <sup>85</sup> <sup>86</sup> <sup>87</sup> <sup>88</sup> <sup>89</sup> <sup>90</sup> <sup>91</sup> <sup>92</sup> <sup>93</sup> <sup>94</sup> <sup>95</sup> <sup>96</sup> <sup>97</sup> <sup>98</sup> <sup>99</sup> <sup>100</sup> <sup>101</sup> <sup>102</sup> <sup>103</sup> <sup>104</sup> <sup>105</sup> <sup>106</sup> <sup>107</sup> <sup>108</sup> <sup>109</sup> <sup>110</sup> <sup>111</sup> <sup>112</sup> <sup>113</sup> <sup>114</sup> <sup>115</sup> <sup>116</sup> <sup>117</sup> <sup>118</sup> <sup>119</sup> <sup>120</sup> <sup>121</sup> <sup>122</sup> <sup>123</sup> <sup>124</sup> <sup>125</sup> <sup>126</sup> <sup>127</sup> <sup>128</sup> <sup>129</sup> <sup>130</sup> <sup>131</sup> <sup>132</sup> <sup>133</sup> <sup>134</sup> <sup>135</sup> <sup>136</sup> <sup>137</sup> <sup>138</sup> <sup>139</sup> <sup>140</sup> <sup>141</sup> <sup>142</sup> <sup>143</sup> <sup>144</sup> <sup>145</sup> <sup>146</sup> <sup>147</sup> <sup>148</sup> <sup>149</sup> <sup>150</sup> <sup>151</sup> <sup>152</sup> <sup>153</sup> <sup>154</sup> <sup>155</sup> <sup>156</sup> <sup>157</sup> <sup>158</sup> <sup>159</sup> <sup>160</sup> <sup>161</sup> <sup>162</sup> <sup>163</sup> <sup>164</sup> <sup>165</sup> <sup>166</sup> <sup>167</sup> <sup>168</sup> <sup>169</sup> <sup>170</sup> <sup>171</sup> <sup>172</sup> <sup>173</sup> <sup>174</sup> <sup>175</sup> <sup>176</sup> <sup>177</sup> <sup>178</sup> <sup>179</sup> <sup>180</sup> <sup>181</sup> <sup>182</sup> <sup>183</sup> <sup>184</sup> <sup>185</sup> <sup>186</sup> <sup>187</sup> <sup>188</sup> <sup>189</sup> <sup>190</sup> <sup>191</sup> <sup>192</sup> <sup>193</sup> <sup>194</sup> <sup>195</sup> <sup>196</sup> <sup>197</sup> <sup>198</sup> <sup>199</sup> <sup>200</sup> <sup>201</sup> <sup>202</sup> <sup>203</sup> <sup>204</sup> <sup>205</sup> <sup>206</sup> <sup>207</sup> <sup>208</sup> <sup>209</sup> <sup>210</sup> <sup>211</sup> <sup>212</sup> <sup>213</sup> <sup>214</sup> <sup>215</sup> <sup>216</sup> <sup>217</sup> <sup>218</sup> <sup>219</sup> <sup>220</sup> <sup>221</sup> <sup>222</sup> <sup>223</sup> <sup>224</sup> <sup>225</sup> <sup>226</sup> <sup>227</sup> <sup>228</sup> <sup>229</sup> <sup>230</sup> <sup>231</sup> <sup>232</sup> <sup>233</sup> <sup>234</sup> <sup>235</sup> <sup>236</sup> <sup>237</sup> <sup>238</sup> <sup>239</sup> <sup>240</sup> <sup>241</sup> <sup>242</sup> <sup>243</sup> <sup>244</sup> <sup>245</sup> <sup>246</sup> <sup>247</sup> <sup>248</sup> <sup>249</sup> <sup>250</sup> <sup>251</sup> <sup>252</sup> <sup>253</sup> <sup>254</sup> <sup>255</sup> <sup>256</sup> <sup>257</sup> <sup>258</sup> <sup>259</sup> <sup>260</sup> <sup>261</sup> <sup>262</sup> <sup>263</sup> <sup>264</sup> <sup>265</sup> <sup>266</sup> <sup>267</sup> <sup>268</sup> <sup>269</sup> <sup>270</sup> <sup>271</sup> <sup>272</sup> <sup>273</sup> <sup>274</sup> <sup>275</sup> <sup>276</sup> <sup>277</sup> <sup>278</sup> <sup>279</sup> <sup>280</sup> <sup>281</sup> <sup>282</sup> <sup>283</sup> <sup>284</sup> <sup>285</sup> <sup>286</sup> <sup>287</sup> <sup>288</sup> <sup>289</sup> <sup>290</sup> <sup>291</sup> <sup>292</sup> <sup>293</sup> <sup>294</sup> <sup>295</sup> <sup>296</sup> <sup>297</sup> <sup>298</sup> <sup>299</sup> <sup>300</sup> <sup>301</sup> <sup>302</sup> <sup>303</sup> <sup>304</sup> <sup>305</sup> <sup>306</sup> <sup>307</sup> <sup>308</sup> <sup>309</sup> <sup>310</sup> <sup>311</sup> <sup>312</sup> <sup>313</sup> <sup>314</sup> <sup>315</sup> <sup>316</sup> <sup>317</sup> <sup>318</sup> <sup>319</sup> <sup>320</sup> <sup>321</sup> <sup>322</sup> <sup>323</sup> <sup>324</sup> <sup>325</sup> <sup>326</sup> <sup>327</sup> <sup>328</sup> <sup>329</sup> <sup>330</sup> <sup>331</sup> <sup>332</sup> <sup>333</sup> <sup>334</sup> <sup>335</sup> <sup>336</sup> <sup>337</sup> <sup>338</sup> <sup>339</sup> <sup>340</sup> <sup>341</sup> <sup>342</sup> <sup>343</sup> <sup>344</sup> <sup>345</sup> <sup>346</sup> <sup>347</sup> <sup>348</sup> <sup>349</sup> <sup>350</sup> <sup>351</sup> <sup>352</sup> <sup>353</sup> <sup>354</sup> <sup>355</sup> <sup>356</sup> <sup>357</sup> <sup>358</sup> <sup>359</sup> <sup>360</sup> <sup>361</sup> <sup>362</sup> <sup>363</sup> <sup>364</sup> <sup>365</sup> <sup>366</sup> <sup>367</sup> <sup>368</sup> <sup>369</sup> <sup>370</sup> <sup>371</sup> <sup>372</sup> <sup>373</sup> <sup>374</sup> <sup>375</sup> <sup>376</sup> <sup>377</sup> <sup>378</sup> <sup>379</sup> <sup>380</sup> <sup>381</sup> <sup>382</sup> <sup>383</sup> <sup>384</sup> <sup>385</sup> <sup>386</sup> <sup>387</sup> <sup>388</sup> <sup>389</sup> <sup>390</sup> <sup>391</sup> <sup>392</sup> <sup>393</sup> <sup>394</sup> <sup>395</sup> <sup>396</sup> <sup>397</sup> <sup>398</sup> <sup>399</sup> <sup>400</sup> <sup>401</sup> <sup>402</sup> <sup>403</sup> <sup>404</sup> <sup>405</sup> <sup>406</sup> <sup>407</sup> <sup>408</sup> <sup>409</sup> <sup>410</sup> <sup>411</sup> <sup>412</sup> <sup>413</sup> <sup>414</sup> <sup>415</sup> <sup>416</sup> <sup>417</sup> <sup>418</sup> <sup>419</sup> <sup>420</sup> <sup>421</sup> <sup>422</sup> <sup>423</sup> <sup>424</sup> <sup>425</sup> <sup>426</sup> <sup>427</sup> <sup>428</sup> <sup>429</sup> <sup>430</sup> <sup>431</sup> <sup>432</sup> <sup>433</sup> <sup>434</sup> <sup>435</sup> <sup>436</sup> <sup>437</sup> <sup>438</sup> <sup>439</sup> <sup>440</sup> <sup>441</sup> <sup>442</sup> <sup>443</sup> <sup>444</sup> <sup>445</sup> <sup>446</sup> <sup>447</sup> <sup>448</sup> <sup>449</sup> <sup>450</sup> <sup>451</sup> <sup>452</sup> <sup>453</sup> <sup>454</sup> <sup>455</sup> <sup>456</sup> <sup>457</sup> <sup>458</sup> <sup>459</sup> <sup>460</sup> <sup>461</sup> <sup>462</sup> <sup>463</sup> <sup>464</sup> <sup>465</sup> <sup>466</sup> <sup>467</sup> <sup>468</sup> <sup>469</sup> <sup>470</sup> <sup>471</sup> <sup>472</sup> <sup>473</sup> <sup>474</sup> <sup>475</sup> <sup>476</sup> <sup>477</sup> <sup>478</sup> <sup>479</sup> <sup>480</sup> <sup>481</sup> <sup>482</sup> <sup>483</sup> <sup>484</sup> <sup>485</sup> <sup>486</sup> <sup>487</sup> <sup>488</sup> <sup>489</sup> <sup>490</sup> <sup>491</sup> <sup>492</sup> <sup>493</sup> <sup>494</sup> <sup>495</sup> <sup>496</sup> <sup>497</sup> <sup>498</sup> <sup>499</sup> <sup>500</sup> <sup>501</sup> <sup>502</sup> <sup>503</sup> <sup>504</sup> <sup>505</sup> <sup>506</sup> <sup>507</sup> <sup>508</sup> <sup>509</sup> <sup>510</sup> <sup>511</sup> <sup>512</sup> <sup>513</sup> <sup>514</sup> <sup>515</sup> <sup>516</sup> <sup>517</sup> <sup>518</sup> <sup>519</sup> <sup>520</sup> <sup>521</sup> <sup>522</sup> <sup>523</sup> <sup>524</sup> <sup>525</sup> <sup>526</sup> <sup>527</sup> <sup>528</sup> <sup>529</sup> <sup>530</sup> <sup>531</sup> <sup>532</sup> <sup>533</sup> <sup>534</sup> <sup>535</sup> <sup>536</sup> <sup>537</sup> <sup>538</sup> <sup>539</sup> <sup>540</sup> <sup>541</sup> <sup>542</sup> <sup>543</sup> <sup>544</sup> <sup>545</sup> <sup>546</sup> <sup>547</sup> <sup>548</sup> <sup>549</sup> <sup>550</sup> <sup>551</sup> <sup>552</sup> <sup>553</sup> <sup>554</sup> <sup>555</sup> <sup>556</sup> <sup>557</sup> <sup>558</sup> <sup>559</sup> <sup>560</sup> <sup>561</sup> <sup>562</sup> <sup>563</sup> <sup>564</sup> <sup>565</sup> <sup>566</sup> <sup>567</sup> <sup>568</sup> <sup>569</sup> <sup>570</sup> <sup>571</sup> <sup>572</sup> <sup>573</sup> <sup>574</sup> <sup>575</sup> <sup>576</sup> <sup>577</sup> <sup>578</sup> <sup>579</sup> <sup>580</sup> <sup>581</sup> <sup>582</sup> <sup>583</sup> <sup>584</sup> <sup>585</sup> <sup>586</sup> <sup>587</sup> <sup>588</sup> <sup>589</sup> <sup>590</sup> <sup>591</sup> <sup>592</sup> <sup>593</sup> <sup>594</sup> <sup>595</sup> <sup>596</sup> <sup>597</sup> <sup>598</sup> <sup>599</sup> <sup>600</sup> <sup>601</sup> <sup>602</sup> <sup>603</sup> <sup>604</sup> <sup>605</sup> <sup>606</sup> <sup>607</sup> <sup>608</sup> <sup>609</sup> <sup>610</sup> <sup>611</sup> <sup>612</sup> <sup>613</sup> <sup>614</sup> <sup>615</sup> <sup>616</sup> <sup>617</sup> <sup>618</sup> <sup>619</sup> <sup>620</sup> <sup>621</sup> <sup>622</sup> <sup>623</sup> <sup>624</sup> <sup>625</sup> <sup>626</sup> <sup>627</sup> <sup>628</sup> <sup>629</sup> <sup>630</sup> <sup>631</sup> <sup>632</sup> <sup>633</sup> <sup>634</sup> <sup>635</sup> <sup>636</sup> <sup>637</sup> <sup>638</sup> <sup>639</sup> <sup>640</sup> <sup>641</sup> <sup>642</sup> <sup>643</sup> <sup>644</sup> <sup>645</sup> <sup>646</sup> <sup>647</sup> <sup>648</sup> <sup>649</sup> <sup>650</sup> <sup>651</sup> <sup>652</sup> <sup>653</sup> <sup>654</sup> <sup>655</sup> <sup>656</sup> <sup>657</sup> <sup>658</sup> <sup>659</sup> <sup>660</sup> <sup>661</sup> <sup>662</sup> <sup>663</sup> <sup>664</sup> <sup>665</sup> <sup>666</sup> <sup>667</sup> <sup>668</sup> <sup>669</sup> <sup>670</sup> <sup>671</sup> <sup>672</sup> <sup>673</sup> <sup>674</sup> <sup>675</sup> <sup>676</sup> <sup>677</sup> <sup>678</sup> <sup>679</sup> <sup>680</sup> <sup>681</sup> <sup>682</sup> <sup>683</sup> <sup>684</sup> <sup>685</sup> <sup>686</sup> <sup>687</sup> <sup>688</sup> <sup>689</sup> <sup>690</sup> <sup>691</sup> <sup>692</sup> <sup>693</sup> <sup>694</sup> <sup>695</sup> <sup>696</sup> <sup>697</sup> <sup>698</sup> <sup>699</sup> <sup>700</sup> <sup>701</sup> <sup>702</sup> <sup>703</sup> <sup>704</sup> <sup>705</sup> <sup>706</sup> <sup>707</sup> <sup>708</sup> <sup>709</sup> <sup>710</sup> <sup>711</sup> <sup>712</sup> <sup>713</sup> <sup>714</sup> <sup>715</sup> <sup>716</sup> <sup>717</sup> <sup>718</sup> <sup>719</sup> <sup>720</sup> <sup>721</sup> <sup>722</sup> <sup>723</sup> <sup>724</sup> <sup>725</sup> <sup>726</sup> <sup>727</sup> <sup>728</sup> <sup>729</sup> <sup>730</sup> <sup>731</sup> <sup>732</sup> <sup>733</sup> <sup>734</sup> <sup>735</sup> <sup>736</sup> <sup>737</sup> <sup>738</sup> <sup>739</sup> <sup>740</sup> <sup>741</sup> <sup>742</sup> <sup>743</sup> <sup>744</sup> <sup>745</sup> <sup>746</sup> <sup>747</sup> <sup>748</sup> <sup>749</sup> <sup>750</sup> <sup>751</sup> <sup>752</sup> <sup>753</sup> <sup>754</sup> <sup>755</sup> <sup>756</sup> <sup>757</sup> <sup>758</sup> <sup>759</sup> <sup>760</sup> <sup>761</sup> <sup>762</sup> <sup>763</sup> <sup>764</sup> <sup>765</sup> <sup>766</sup> <sup>767</sup> <sup>768</sup> <sup>769</sup> <sup>770</sup> <sup>771</sup> <sup>772</sup> <sup>773</sup> <sup>774</sup> <sup>775</sup> <sup>776</sup> <sup>777</sup> <sup>778</sup> <sup>779</sup> <sup>780</sup> <sup>781</sup> <sup>782</sup> <sup>783</sup> <sup>784</sup> <sup>785</sup> <sup>786</sup> <sup>787</sup> <sup>788</sup> <sup>789</sup> <sup>790</sup> <sup>791</sup> <sup>792</sup> <sup>793</sup> <sup>794</sup> <sup>795</sup> <sup>796</sup> <sup>797</sup> <sup>798</sup> <sup>799</sup> <sup>800</sup> <sup>801</sup> <sup>802</sup> <sup>803</sup> <sup>804</sup> <sup>805</sup> <sup>806</sup> <sup>807</sup> <sup>808</sup> <sup>809</sup> <sup>810</sup> <sup>811</sup> <sup>812</sup> <sup>813</sup> <sup>814</sup> <sup>815</sup> <sup>816</sup> <sup>817</sup> <sup>818</sup> <sup>819</sup> <sup>820</sup> <sup>821</sup> <sup>822</sup> <sup>823</sup> <sup>824</sup> <sup>825</sup> <sup>826</sup> <sup>827</sup> <sup>828</sup> <sup>829</sup> <sup>830</sup> <sup>831</sup> <sup>832</sup> <sup>833</sup> <sup>834</sup> <sup>835</sup> <sup>836</sup> <sup>837</sup> <sup>838</sup> <sup>839</sup> <sup>840</sup> <sup>841</sup> <sup>842</sup> <sup>843</sup> <sup>844</sup> <sup>845</sup> <sup>846</sup> <sup>847</sup> <sup>848</sup> <sup>849</sup> <sup>850</sup> <sup>851</sup> <sup>852</sup> <sup>853</sup> <sup>854</sup> <sup>855</sup> <sup>856</sup> <sup>857</sup> <sup>858</sup> <sup>859</sup> <sup>860</sup> <sup>861</sup> <sup>862</sup> <sup>863</sup> <sup>864</sup> <sup>865</sup> <sup>866</sup> <sup>867</sup> <sup>868</sup> <sup>869</sup> <sup>870</sup> <sup>871</sup> <sup>872</sup> <sup>873</sup> <sup>874</sup> <sup>875</sup> <sup>876</sup> <sup>877</sup> <sup>878</sup> <sup>879</sup> <sup>880</sup> <sup>881</sup> <sup>882</sup> <sup>883</sup> <sup>884</sup> <sup>885</sup> <sup>886</sup> <sup>887</sup> <sup>888</sup> <sup>889</sup> <sup>890</sup> <sup>891</sup> <sup>892</sup> <sup>893</sup> <sup>894</sup> <sup>895</sup> <sup>896</sup> <sup>897</sup> <sup>898</sup> <sup>899</sup> <sup>900</sup> <sup>901</sup> <sup>902</sup> <sup>903</sup> <sup>904</sup> <sup>905</sup> <sup>906</sup> <sup>907</sup> <sup>908</sup> <sup>909</sup> <sup>910</sup> <sup>911</sup> <sup>912</sup> <sup>913</sup> <sup>914</sup> <sup>915</sup> <sup>916</sup> <sup>917</sup> <sup>918</sup> <sup>919</sup> <sup>920</sup> <sup>921</sup> <sup>922</sup> <sup>923</sup> <sup>924</sup> <sup>925</sup> <sup>926</sup> <sup>927</sup> <sup>928</sup> <sup>929</sup> <sup>930</sup> <sup>931</sup> <sup>932</sup> <sup>933</sup> <sup>934</sup> <sup>935</sup> <sup>936</sup> <sup>937</sup> <sup>938</sup> <sup>939</sup> <sup>940</sup> <sup>941</sup> <sup>942</sup> <sup>943</sup> <sup>944</sup> <sup>945</sup> <sup>946</sup> <sup>947</sup> <sup>948</sup> <sup>949</sup> <sup>950</sup> <sup>951</sup> <sup>952</sup> <sup>953</sup> <sup>954</sup> <sup>955</sup> <sup>956</sup> <sup>957</sup> <sup>958</sup> <sup>959</sup> <sup>960</sup> <sup>961</sup> <sup>962</sup> <sup>963</sup> <sup>964</sup> <sup>965</sup> <sup>966</sup> <sup>967</sup> <sup>968</sup> <sup>969</sup> <sup>970</sup> <sup>971</sup> <sup>972</sup> <sup>973</sup> <sup>974</sup> <sup>975</sup> <sup>976</sup> <sup>977</sup> <sup>978</sup> <sup>979</sup> <sup>980</sup> <sup>981</sup> <sup>982</sup> <sup>983</sup> <sup>984</sup> <sup>985</sup> <sup>986</sup> <sup>987</sup> <sup>988</sup> <sup>989</sup> <sup>990</sup> <sup>991</sup> <sup>992</sup> <sup>993</sup> <sup>994</sup> <sup>995</sup> <sup>996</sup> <sup>997</sup> <sup>998</sup> <sup>999</sup> <sup>1000</sup>

# MATÉRIEL POUR LA DIFFUSION DES DONNÉES



TOBACCO QUESTIONS FOR SURVEYS (TQS) AND TQS-YOUTH INTEGRATION PROJECT

Home About Maps OICStat Database on Tobacco Control News and Events Publications

Click and move the cursor to draw a rectangle on the area you would like to zoom.

TQS-Adult Tobacco Survey Map

USEFUL LINKS  
OIC  
SESRIC

CONTACT  
SESRIC  
Kudus Cad. No.9, Diplomatik Site

<https://tqs.sesric.org/>

# ATELIERS D'ANALYSE ET DE DIFFUSION

- Atelier d'analyse et de diffusion des données
  - Élaborer des fiches d'information sur le tabac
- Atelier des données à l'action
  - Élaborer des fiches des politiques sur le tabac
- Collaboration entre les agences statistiques et les ministères de la santé

  	
<b>WORKSHOP ON "TOBACCO QUESTIONS FOR SURVEYS (TQS): DATA ANALYSIS &amp; DISSEMINATION"</b> 16-17 August 2017    Ankara, Turkey	
<b>AGENDA</b>	
<b>Wednesday, 16 August 2017</b>	
<b>08:45 – 09:10</b>	<b>Registration</b> Quran Recitation (5') Opening Remarks • <i>H.E. Ambassador KILIÇAKIJA, Director General, SESRIC (10')</i> • <i>Dr. Pınar URSU, WHO Representative in Turkey, WHO Turkey Office (10')</i> • <i>Ms. Rachna CHANDORA, Team Lead for Programs, CDC Foundation (10')</i>
<b>09:45 – 10:00</b>	<b>SESRIC TQS Engagement Process</b> • <i>Ms. Nenden Octavaria SIANITY, SESRIC</i>
<b>10:00 – 10:30</b>	<b>The Global Burden of Tobacco: Monitoring, Non-Communicable Disease (NCD) Targets and Tracking the Tobacco Epidemic</b> • <i>Dr. Lubna ELIHTI, WHO Headquarters</i>
<b>10:30 – 11:00</b>	<b>Family Photo and Coffee Break</b>
<b>11:00 – 12:30</b>	<b>Tobacco Questions for Surveys (TQS): A Subset of Key Questions from GATS (Overview &amp; Technical Package; Implementation: Guidelines and Examples)</b> • <i>Ms. Rachna CHANDORA, CDC Foundation</i>
<b>12:30 – 14:00</b>	<b>Prayer &amp; Lunch Break</b>
<b>14:00 – 15:15</b>	<b>Countries Presentations: TQS Implementation Experience</b> Facilitator: SESRIC • <i>Dr. Pascal Mougkoko WOUND, Ministry of Public Health of Cameroon (15')</i> • <i>Ms. Abdurrahim Abbas ADIAT, PASSEED of Chad (15')</i> • <i>Mr. Phouck Herne THA-OR, INS of Cambodia (15')</i> • <i>Mr. Samon LUNYANG, GBOS of Gambia (15')</i> • <i>Mr. Ganjeng AMANNUTIAH, BPJS-Statistics Indonesia (15')</i>
<b>15:15 – 15:30</b>	<b>Coffee Break</b>
<b>15:30 – 17:00</b>	<b>Questions and Answers</b> Facilitator: CDC Foundation and SESRIC
<b>19:00 – 21:00</b>	<b>Guid Dinner</b>

1

  	
<b>WORKSHOP ON "TRANSFORMING TOBACCO QUESTIONS FOR SURVEYS (TQS) DATA TO ACTION"</b> 12-15 November 2018    Ankara, Turkey	
<b>AGENDA</b>	
<b>Monday, 12 November 2018</b>	
<b>08:45 – 09:10</b>	<b>Registration</b> Quran Recitation (5') Opening Remarks • <i>H.E. Ambassador KILIÇAKIJA, Director General, SESRIC (10')</i> • <i>Ms. Rachna CHANDORA, Team Lead for Programs, CDC Foundation (10')</i> • <i>Dr. Isah B. AHUWALJA, Global Tobacco Control Branch Chief, CDC (10')</i>
<b>09:45 – 10:00</b>	<b>Overview of SESRIC's TQS Initiative</b> • <i>Ms. Nenden Octavaria SIANITY, SESRIC</i>
<b>10:00 – 10:30</b>	<b>Family Photo and Coffee Break</b>
<b>10:30 – 12:00</b>	<b>Tobacco Questions for Surveys (TQS): A Subset of Key Questions from GATS (Overview &amp; Technical Package; Implementation: Guidelines and Examples; Review of TQS Analysis Indicators and Tables)</b> Introduction to the TQS Fact Sheet • <i>Mr. Jeremy MORTON, CDC</i>
<b>12:00 – 12:30</b>	<b>Countries Presentations: TQS Implementation Experience</b> • <i>Mr. Amrisha Datta EDOONY, ICM of Cameroon (15')</i> • <i>Mr. Ali Helwan Kamel ABDELHAMID, CAPMAS of Egypt (10')</i> 10 minutes for Questions and Answers Facilitator: SESRIC
<b>12:30 – 14:00</b>	<b>Prayer &amp; Lunch Break</b>
<b>14:00 – 15:00</b>	<b>Countries Presentations: TQS Implementation Experience (cont.)</b> • <i>Dr. Nuzul KUSUMABARDANI, MoH of Indonesia (10')</i> • <i>Mr. Khalid Al-Kawaci JMAL-SHAFAI, MDDPS of Qatar (10')</i> • <i>Dr. Peyman ALTAN, MoH of Turkey (10')</i> 10 minutes for Questions and Answers Facilitator: SESRIC

1

# MERCI

Pour télécharger le livret TQS-Youth, visitez :  
[bit.ly/TQSyouth](http://bit.ly/TQSyouth)



Centers for Disease Control and Prevention

National Center for Chronic Disease Prevention and Health Promotion

Office on Smoking and Health, Global Tobacco Control Branch

The findings and conclusions in this presentation are those of the authors and do not necessarily represent the official position of the Centers for Disease Control and Prevention.

