

PREVALENCE DU TABAC A FUMER EN COTE D'IVOIRE

**Une étude réalisée à partir de l'Enquête Nationale
sur l'Emploi et le secteur Informel**

(ENSESI 2016)

SOMMAIRE

LISTE DES TABLEAUX ET FIGURES	3
INTRODUCTION.....	4
CHAPITRE 1: PREVALENCE DE LA CONSOMMATION DU TABAC A FUMER	5
CHAPITRE 2: SURVEILLANCE.....	7
2.1. Caractéristiques socio-démographiques des consommateurs de tabac à fumer.....	7
2.2. Niveau de consommation de la cigarette.....	8
2.3. Niveau de consommation du tabac sans fumée.....	9
CHAPITRE 3: PROTECTION	11
3.1. Exposition à la fumée de tabac.....	120
3.2. Exposition à la fumée de tabac dans les lieux de travail.....	12
CHAPITRE 4: SEVRAGE TABAGIQUE ET MISE EN GARDE.....	14
CHAPITRE 5: PUBLICITES POUR LES CIGARETTES	17
5.1. Audience de la Publicité sur les cigarettes et les panneaux de promotion.....	17
CHAPITRE 6: ASPECTS ECONOMIQUES	18
CONCLUSION	19

LISTE DES TABLEAUX ET FIGURES

Figure 1.1: Répartition de la population par sexe selon leur statut vis-à-vis de la consommation de la cigarette	5
Figure 1.2: Répartition de la population de non-fumeurs actuels selon leur statut vis-à-vis de la consommation de la cigarette	5
Tableau 11-1: Statut des personnes âgées de 15 ans et plus par rapport à la consommation de la cigarette	6
Tableau 11-2: Consommateurs actuels de différents produits du tabac à fumer, par caractéristiques démographiques sélectionnées	7
Tableau 11-3: Nombre de cigarettes fumées par jour par les fumeurs quotidiens de cigarettes, par caractéristiques démographiques sélectionnées	9
Tableau 11-4: Statut tabagique (tabac sans fumée) : données détaillées par sexe	9
Tableau 11-5: Distribution des caractéristiques sociodémographiques par tranche de consommation	Error! Bookmark not defined.
Tableau 11-6: Exposition à la fumée du tabac par statut tabagique et caractéristiques sociodémographiques	12
Tableau 11-7: Exposition à la fumée du tabac dans les lieux de travail intérieurs par statut tabagique et caractéristiques sociodémographiques	13
Tableau 11-8: Répartition de fumeurs de cigarette par caractéristique sociodémographique, selon qu'ils aient essayé d'arrêter de fumer et obtenu un gain de santé	14
Tableau 11-9: Répartition des personnes par canaux d'information sur les dangers de la cigarette selon les caractéristiques sociodémographiques	15
Tableau 11-10: Proportion des personnes ayant remarqué la publicité pour les cigarettes sur les lieux de vente selon le sexe, l'âge et le milieu de résidence	17
Tableau 11-11: Répartition des fréquences par panneaux de promotion pratiquée sur les cigarettes selon l'âge le sexe et le milieu de résidence	17
Tableau 11-12: Somme moyenne dépensée pour un paquet de cigarettes et coût de la consommation de tabac sur le produit intérieur brut (PIB) en pourcentage.....	18

INTRODUCTION

Le tabagisme fait partie des principales causes évitables de décès prématuré et de morbidité dans le monde. Un peu plus de cinq millions de personnes meurent chaque année de maladies liées au tabagisme, chiffre qui pourrait dépasser huit millions par an d'ici à 2030. Si l'on n'inverse pas la tendance actuelle, ces décès se produiront en grande majorité dans les pays en développement.

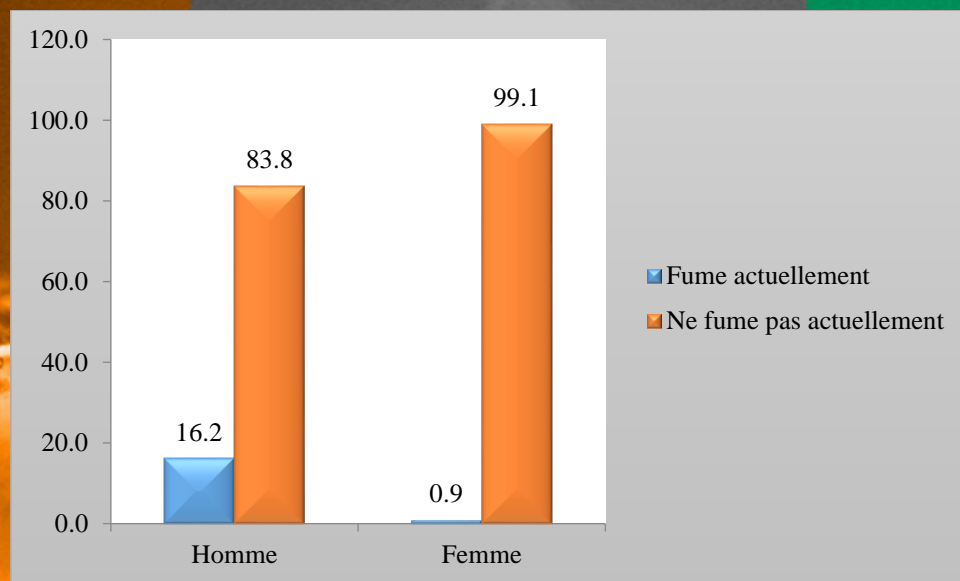


CHAPITRE 1: PREVALENCE DE LA CONSOMMATION DU TABAC A FUME

Les indicateurs prioritaires sont élaborés à partir des trois questions permettant d'évaluer la prévalence du tabac à fumer. La première question (Q1) porte sur la consommation actuelle, la deuxième (Q2a) sur la consommation quotidienne par le passé des fumeurs qui actuellement ne fument pas quotidiennement, et la troisième (Q2b) sur la consommation passée des personnes qui ne fument pas actuellement. L'objectif étant de déterminer le statut tabagique passé et actuel des personnes interrogées.

En Côte d'Ivoire, 9 personnes sur 10 ont déclaré ne pas consommer au moment de l'enquête du tabac à fumer contre une personne sur 10 qui le font (figure 1.1). La proportion des fumeurs est plus élevée chez les hommes que chez les femmes. En effet, ce sont 16 % des hommes qui fument actuellement contre moins de 1% (0,9%) des femmes. C'est dire que la population des fumeurs se recrute beaucoup plus chez les hommes que chez les femmes.

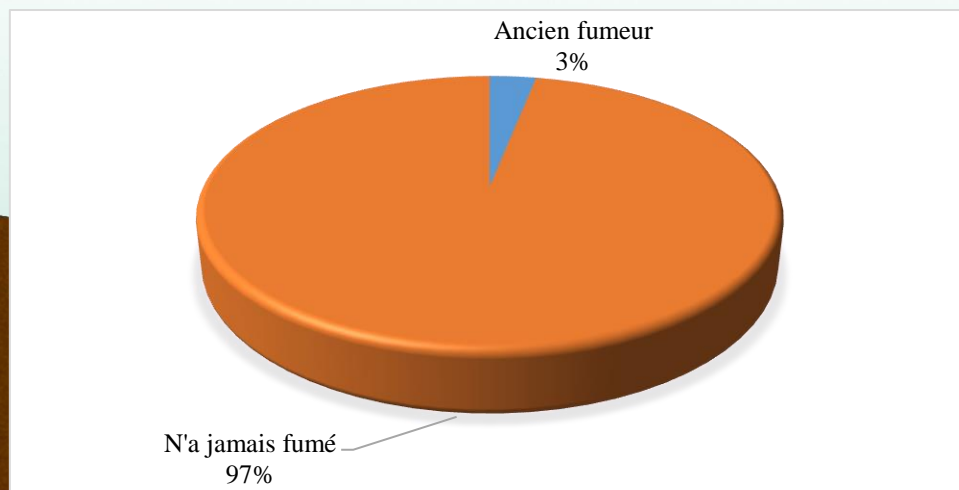
Figure 1.1: Répartition de la population par sexe selon leur statut vis-à-vis de la consommation de la cigarette



Source : Enquête S. Ensesi 2016

Parmi les personnes qui ne fument pas la cigarette actuellement, on compte environ 3% de personnes qui ont fumé par le passé (anciens fumeurs) contre 97% qui n'ont jamais fumé la cigarette (figure 1.2). Comparaison faite, c'est parmi les hommes non-fumeurs actuels qu'on compte le plus grand nombre d'anciens fumeurs : 6% contre 0,3% des femmes.

Figure 1.2: Répartition de la population de non-fumeurs actuels selon leur statut vis-à-vis de la consommation de la cigarette



Source: TQS/ Ensesi 2016

Parmi les fumeurs actuels, la grande majorité fume au quotidien. En effet, les résultats de l'étude estiment à environ 87% la proportion des fumeurs actuels qui fument quotidiennement contre 13% qui le font de façon occasionnelle. La proportion des femmes qui fument occasionnellement la cigarette est plus élevée (14%) que celle des hommes (13%).

Les anciens fumeurs également consommaient le tabac à fumer pour la grande majorité, de façon quotidienne : 85% contre 15% qui fumaient de façon occasionnelle. Quel que soit le sexe, ce statut ne varie pas. Cependant, il convient de relever chez les femmes, la forte proportion des anciennes fumeuses de cigarette de façon occasionnelle : 36% contre seulement 14% des hommes.

Tableau 11-1: Statut des personnes âgées de 15 ans et plus par rapport à la consommation de la cigarette

STATUT	ENSEMBLE	HOMME	FEMME
Fume actuellement	8,6	16,2	0,9
Quotidiennement	7,5	14,1	0,8
Occasionnellement	1,1	2,1	0,1
Ne fume pas actuellement	91,4	83,8	99,1
Ancien fumeur	1,0	5,4	0,3
Quotidiennement	2,4	4,7	0,2
Occasionnellement	0,4	0,7	0,1
N'a jamais fumé	88,6	78,4	98,8
ENSEMBLE	100,0	100,0	100,0

Source: TQS/ Ensesi 2016

CHAPITRE 2: SURVEILLANCE

Ce chapitre mesure la quantité de tabac fumé par les fumeurs actuels. En indiquant les différents types de produits fumés, il permet d'évaluer la consommation de cigarettes et des autres produits du tabac. L'objectif est de déterminer le nombre de produits du tabac que les personnes interrogées fument chaque jour ou chaque semaine.

2.1. Caractéristiques socio-démographiques des consommateurs de tabac à fumer

La prévalence de la consommation actuelle de tabac à fumer se situe à 8,6% pour tous les produits du tabac à fumer confondus. Elle concerne principalement les cigarettes manufacturés (8,1%) et dans une proportion très faible les cigarettes roulées à la main (0,9%) et le Kreteks (0,2%).

Les hommes sont les plus concernés avec une prévalence de 16,2% contre seulement 0,9% pour les femmes.

La consommation de produits du tabac à fumer est plus importante en milieu rural (9,6%) que dans les villes (7,6%).

Pour tous produits du tabac à fumer confondus, l'évolution de la prévalence du tabagisme selon l'âge se décompose en deux phases. La première phase est caractérisée par une faible prévalence aux âges de l'adolescence et d'entrée à l'âge adulte (15-24 ans) avec un pic de 11,2% dans le groupe d'âge de 25-44 ans. A la deuxième phase, il existe une relation négative entre le niveau de prévalence et l'âge. En d'autres termes, le niveau de prévalence diminue rapidement au fur et à mesure que l'âge augmente, passant de 11,2% à 3,4% chez les 60 ans et plus. Quoique leurs niveaux de prévalence soient faibles, le tabac à fumer roulé à la main et les kreteks, sont positivement liés à l'âge. En effet, les niveaux de consommation de ces deux produits augmentent régulièrement avec l'âge.

Les personnes ayant un niveau d'instruction supérieur consomment moins les produits du tabac à fumer avec un taux de prévalence de 3,7% contrairement aux personnes de faible niveau d'instruction qui enregistrent des taux de prévalence élevés (9,9% pour le niveau primaire et 8,7% pour les populations n'ayant aucun niveau d'instruction). Il existe donc une relation inverse entre le niveau d'instruction et le tabagisme en Côte d'Ivoire.

Tableau 11-2: Consommateurs actuels de différents produits du tabac à fumer, par caractéristiques démographiques sélectionnées

Caractéristiques démographiques	Tous produits du tabac à fumer confondus	Toutes cigarettes confondues	Manufacturées	Roulées à la main	Kreteks	Autre
Ensemble	8,6	8,4	8,1	0,9	0,2	0,4
Homme	16,2	15,8	15,3	1,5	0,3	0,9
Femme	0,9	0,9	0,9	0,2	0,0	0,0
Urbain	7,6	7,3	7,1	0,6	0,1	0,4
Rural	9,6	9,4	9,1	1,1	0,2	0,5
15-24 ans	4,0	3,8	3,7	0,4	0,1	0,3
25-44 ans	11,2	11,0	10,7	0,9	0,1	0,5
45-59 ans	9,1	8,8	8,5	1,6	0,4	0,6
60 ans ou plus	3,4	3,2	2,9	1,4	0,6	0,4
Aucun niveau	8,7	8,4	8,2	1,0	0,2	0,3
Primaire	9,9	9,8	9,5	0,9	0,2	0,9
Secondaire	7,8	7,6	7,3	0,5	0,0	0,3
Supérieur	3,7	3,7	3,7	0,6	0,2	0,7

Source: TQS/ Ensesi 2016

2.2. Niveau de consommation de la cigarette

Parmi les fumeurs réguliers de cigarettes, un peu moins de la moitié (soit 45%) fument moins de 5 cigarettes par jour et près de 30% d'entre eux consomment entre 5 et 9 cigarettes par jour. Environ un consommateur de cigarettes sur quatre (26,1%) fume au moins 10 cigarettes par jour. Si les hommes constituent les plus grands consommateurs de cigarettes, il n'en demeure pas moins que les écarts observés entre homme et femme ne sont pas aussi importants. Les grands fumeurs (plus de 15 cigarettes par jour) sont plus importants chez les femmes que chez les hommes (respectivement 7,2% contre 5,7%).

La majorité des fumeurs de cigarettes en milieu rural (soit 50,8%) consomment moins de 5 cigarettes par jour contre 34,2% en milieu urbain. Ces résultats montrent une urbanisation de la consommation de la cigarette. En effet, près des 2/3 des consommateurs (62,8%) fumant au moins 5 cigarettes par jour sont en milieu urbain contre 49,2% en milieu rural. Le prix des cigarettes associées au niveau de pauvreté des populations rurales constituerait un obstacle à l'accès de ce produit.

De façon générale, la proportion des petits fumeurs (moins de 5 cigarettes par jour) est plus importante dans les jeunes âges (15-24 ans) et aux âges avancés (60 ans et plus). Cette modération du tabagisme peut s'expliquer pour les premiers cités à l'apprentissage et au manque d'autonomie financière. Pour les seconds, les raisons pourraient être la dégradation de l'état de santé et à une volonté de stopper la cigarette.

L'analyse selon le niveau d'instruction montre que la quantité de cigarettes fumées quotidiennement diminue avec l'accroissement du niveau d'instruction. En effet, les fumeurs de plus de 10 cigarettes par jour représentent 29,8% chez les personnes ayant un niveau d'instruction primaire contre 24,0% chez les personnes du secondaire et seulement 13,2% pour les personnes ayant un niveau d'instruction supérieur.



Tableau 11-3: Nombre de cigarettes fumées par jour par les fumeurs quotidiens de cigarettes, par caractéristiques démographiques sélectionnées

	Moins de 5	5-9	10-14	15-24	25 ou plus	Ensemble
Ensemble	44,8	29,1	19,4	6,2	0,5	100,0
Homme	45,1	28,7	19,5	6,1	0,5	100,0
Femme	40,3	35,0	17,5	7,2	0,0	100,0
Urbain	37,2	30,6	23,1	7,9	1,2	100,0
Rural	50,8	27,8	16,5	4,9	0,0	100,0
15-24 ans	50,4	27,5	15,2	6,8	0,0	100,0
25-44 ans	44,1	28,8	20,3	6,0	0,7	100,0
45-59 ans	41,9	31,4	19,4	7,3	0,0	100,0
60 ans ou plus	52,7	32,2	12,6	2,4	0,0	100,0
Aucun niveau	45,7	28,8	19,8	4,9	0,8	100,0
Primaire	41,8	28,3	22,3	7,6	0,0	100,0
Secondaire	46,0	30,0	15,4	8,3	0,4	100,0
Supérieur	49,9	36,9	13,2	0,0	0,0	100,0

Source: TQS/ Ensesi 2016

2.3. Niveau de consommation du tabac sans fumée

La prévalence de la consommation du tabac sans fumée est de 1,8%. Elle est plus importante chez les hommes (2%) que chez les femmes (1,7%). Les personnes concernées par la consommation le font en majorité quotidiennement.

Tableau 11- 4: Statut tabagique (tabac sans fumée) : données détaillées par sexe

Statut de la consommation du tabac sans fumée	Homme	Femme	Ensemble
Consomme actuellement du tabac sans fumée	1,8	1,7	1,8
Quotidiennement	1,8	1,7	1,7
Occasionnellement	0,2	0,1	0,1
Ne consomme pas actuellement	98,0	98,3	98,2
Ancien consommateur	1,1	0,5	0,8
Ancien consommateur quotidien	0,7	0,3	0,5
Ancien consommateur occasionnel	0,3	0,1	0,2
N'a jamais consommé	97,0	97,9	97,4
Ensemble	100,0	100,0	100,0

Source: TQS/ Ensesi 2016

CHAPITRE 3: PROTECTION

Les questions posées lors de l'enquête permettent d'évaluer l'exposition à la fumée du tabac au domicile et sur le lieu de travail. L'objectif est de déterminer la fréquence de l'exposition à la fumée du tabac à l'intérieur du domicile de la personne interrogée. Ces questions servent à déterminer si quelqu'un a fumé à l'intérieur des locaux où travaille la personne interrogée. La première question (Q7) permet de déterminer si la personne interrogée travaille en dehors de son domicile. La deuxième question (Q8) permet de déterminer si la personne interrogée travaille habituellement à l'intérieur ou à l'extérieur. La troisième question (Q9) permet de déterminer si, au cours des 30 derniers jours, quelqu'un a fumé à l'intérieur des locaux où la personne interrogée travaille.

3.1. Exposition à la fumée de tabac à l'intérieur du domicile

La législation ivoirienne dispose d'une loi sur la consommation du tabac à fumer. L'un de ses articles concerne l'interdiction de fumer dans les lieux publics afin d'éviter d'exposer les non-fumeurs à la fumée du tabac pour une raison de santé.

Pourtant, il est constaté que (8,0%) des personnes interrogées sont exposées à la fumée du tabac leur domicile. Parmi elles, les non-fumeurs constituent (7,2%) des personnes exposées.

Si parmi les hommes exposés (6,4%), les non-fumeurs représentent 4,4%. Chez les femmes exposées (9,7%), la proportion de celles qui ne fument pas et qui sont exposées est de 9,6%.

Par groupe d'âge, le taux d'exposition des non-fumeurs de manière globale est plus accentué chez les jeunes de 15 à 24 ans (11,3%) et les adultes de 45 à 59 ans (5,8%).

L'observation reste pratiquement la même quels que soient le milieu de résidence avec un taux de 8,0% et demeure plus élevé chez les personnes du niveau d'instruction primaire avec un taux de 8,6%.

Tableau 11-5: exposition à la fumée du tabac par statut tabagique et caractéristiques sociodémographiques

Caractéristiques sociodémographiques	Personnes interrogées exposées à la fumée	
	Ensemble	Non-fumeur
Ensemble	8,0	7,2
Hommes	6,4	4,4
Femmes	9,7	9,6
15-24 ans	8,2%	4,8%
25-44 ans	8,6%	11,3%
45-59 ans	7,7%	5,8%
60 ans ou plus	3,5%	4,1%
Urbain	8,0%	7,1
Rural	8,1%	7,3
aucun niveau	8,2%	7,8%
primaire	8,6%	7,4%
secondaire	7,7%	6,3%
supérieur	3,5%	2,9%

Source: TQS/ Ensesi 2016

3.2. Exposition à la fumée de tabac dans les lieux de travail

Le tableau 11-6 révèle que dans l'ensemble, sur 3 personnes interrogées, une personne déclare avoir été exposée à la fumée de tabac au lieu de travail et un peu moins d'une personne sur 3 (28,7%) déclarent l'avoir été à l'intérieur des locaux de travail.

Si dans l'ensemble les hommes (34,5%) sont plus exposés au lieu de travail (extérieur des locaux) que les femmes (28,3%), par contre au niveau des non-fumeurs, les femmes (27,9%) présentent une proportion plus élevée que les hommes (23,2%). Quant à l'exposition à la fumée de tabac au sein des locaux de travail, il y a pratiquement autant d'hommes (29,2%) que de femmes (28,7%).

L'observation par milieu de résidence, indique qu'en milieu urbain l'exposition à la fumée de tabac est plus importante d'environ 7 à 8 points aussi bien dans l'environnement du lieu de travail qu'à l'intérieur des locaux de travail qu'en milieu rural (21,4% environnement lieu de travail et 24,6% intérieur locaux).

Tableau 11-6: exposition à la fumée du tabac dans les lieux de travail intérieurs par statut tabagique et caractéristiques sociodémographiques

Caractéristiques sociodémographiques	Personnes interrogées exposées à la fumée au lieu de travail		
	Ensemble	Non-fumeur exposé au lieu de travail (environnement)	Non-fumeur exposé à l'intérieur des locaux de travail
Ensemble	32,0	25,1	28,7
Homme	34,5	23,2	29,2
Femme	28,3	27,9	28,1
Urbain	35,8	28,7	32,6
Rural	28,0	21,4	24,6
15-24 ans	32,1	27,7	31,1
25-44 ans	33,9	25,2	29,4
45-59 ans	26,7	23,9	26,3
60 ans ou plus	17,8	14,6	15,3
aucun niveau	33,2	24,9	28,9
primaire	38,0	30,7	35,7
secondaire	25,3	21,2	23,5
supérieur	15,8	13,9	14,5

Source: TQS/ Ensesi 2016

Considérant les groupes d'âge, les personnes interrogées de 60 ans et plus sont dans l'ensemble les moins exposées avec 17,8% contre 26,7% pour celles de 45 à 59 ans, 32,1% pour les 15-24 ans et 33,9% pour les personnes âgées de 25 à 44 ans. Relativement, les mêmes tendances s'observent pour les deux autres variables du tableau 11-6 (environnement du travail et intérieur des locaux).

Par ailleurs, les personnes de niveau supérieur (15,8%) et secondaire (25,3%) sont moins exposées que celles du niveau primaire (38,0%) et sans niveau (33,2%). Les mêmes tendances apparaissent également pour les deux autres variables (environnement du travail et intérieur des locaux).

CHAPITRE 4: SEVRAGE TABAGIQUE ET MISE EN GARDE

Les questions ont permis de mesurer deux paramètres : 1) les tentatives de sevrage tabagique des fumeurs actuels, et 2) les recommandations d'arrêter de fumer faites par le personnel de santé.

Dans l'ensemble, près de la moitié des fumeurs (48,1%) ont essayé d'arrêter de fumer. La proportion de ces personnes est plus élevée chez les citadins (55,1%), chez les hommes (48,4%), chez celles âgées de 45-59 ans (53,4%) et parmi celles de niveau d'instruction secondaire (61,0%) ou supérieur (71,3%).

Cependant, les personnes fumant la cigarette sont moins nombreuses à avoir consulté un agent de santé (seulement 9,1% dans l'ensemble) et ce, quel que soit le milieu de résidence, l'âge, le sexe et le niveau d'instruction, à l'exception des fumeurs de niveau d'instruction « supérieur » où environ 4 personnes sur 10 ont eu recours à un agent de santé.

Il est à noter que dans la plupart des cas, il a été recommandé aux fumeurs d'arrêter le tabac à l'issue de la consultation. Si dans l'ensemble ce conseil a été donné à environ 7 fumeurs sur 10, la proportion de ceux-ci est plus élevée chez les ruraux (72,4%), parmi les femmes (100%), au sein des jeunes de 15-24 ans (85,2%) et chez ceux n'ayant aucun niveau d'instruction (78,2%).

Tableau 11-7: Répartition de fumeurs de cigarette par caractéristique sociodémographique, selon qu'ils aient essayé d'arrêter de fumer et consulté un agent de santé

Caractéristiques sociodémographiques	A essayé d'arrêter de fumer	A consulté un agent de santé	L'agent a recommandé d'arrêter
Ensemble	48,1	9,1	65,1
Urbain	55,1	10,3	57,1
Rural	41,1	8,3	72,4
Masculin	48,4	9,1	63,1
Féminin	41,7	8,8	100
15-24 ans	43,6	4,1	85,2
25-44 ans	48	9,6	65,3
45-59 ans	53,4	10	51,8
60 ans ou plus	40,9	13,7	75,2
Aucun niveau	42,8	5,7	78,2
Primaire	47,8	9,4	71,3
Secondaire	61	15,9	51,9
Supérieur	71,3	37,3	39

Source: TQS/ Ensesi 2016

De façon générale, ce sont environ 2 personnes sur 10 qui ont entendu parler des effets nocifs de la cigarette aussi bien par le canal de la télévision que par celui des journaux ou magazines. Les proportions observées sont pratiquement les mêmes dans les différents sous-groupes à l'exception des ruraux où celles-ci restent assez faibles à cause probablement des difficultés d'accès à ces deux canaux d'information dans ce milieu.

La désagrégation suivant le statut de fumeur ou de non-fumeur laisse cependant apparaître de grands écarts pouvant passer du simple au double. En effet, alors que la proportion des fumeurs qui prêtent attention aux messages de sensibilisation sur les risques liés à la consommation du tabac varie entre 40,6% et 41,1% selon le canal d'exposition, celle des non-fumeurs varie quant à elle entre 17,9% et 20,9%.

Par ailleurs, quel que soit le groupe considéré (fumeurs et non-fumeurs), les proportions des personnes exposées aux messages de sensibilisation sur les dangers de la cigarette par le biais de la télévision sont plus élevées par rapport à celles qui l'ont été par le canal des journaux ou magazines, même si les écarts restent parfois faibles. Cela pourrait s'expliquer par le fait que la télévision soit plus suivie que les journaux ou magazines et par conséquent celle-ci pourrait s'avérer plus efficace pour véhiculer ce type de message.

Tableau 11-8: Répartition des enquêtés par canaux d'information sur les dangers de la cigarette selon les caractéristiques sociodémographiques

Caractéristiques sociodémographiques		Ensemble	Hommes	Femmes	15-24 ans	25 ans ou plus	Urbain	Rural
Ensemble	Dans les journaux ou les magazines	19,7	25,4	13,9	18,8	20,0	27,8	11,6
	A la télévision	22,5	27,6	33,3	22,5	22,5	30,8	14,3
Fumeur	Dans les journaux ou les magazines	40,6	40,9	40,2	30,2	42,0	54,0	30,8
	A la télévision	41,1	40,9	44,0	33,3	42,1	53,9	31,7
Non fumeur	Dans les journaux ou les magazines	17,9	22,7	13,7	18,4	17,7	23,9	9,7
	A la télévision	20,9	25,2	17,2	22,1	20,9	29,2	12,6

Source: TQS/ Ensesi 2016

Dans l'ensemble, les messages de mises en garde sanitaires sur les paquets de cigarettes ont été remarqué par la majorité des fumeurs (54,6%) durant la période de référence. Cette proportion est plus élevée chez les citadins (64,4%), parmi les hommes (55,5%), au sein des 25-44 ans (55,9%) et chez les personnes de niveau d'instruction « supérieur » (84,4%).

Par ailleurs, ces mises en garde semblent avoir influencé leur décision d'arrêter de fumer puisque près du tiers (32,1%) des fumeurs ont estimé avoir eu envie d'arrêter de fumer. Ce sont surtout les femmes (76,8%), les personnes de 60 ans et plus (80,4%) et les personnes de

niveau d'instruction « supérieur » (79,8%), qui semblent plus touchées par les messages de sensibilisation à l'égard de la cigarette.

Tableau 11-9: Répartition des fumeurs par caractéristiques sociodémographique selon qu'ils aient remarqué des messages de mise en garde sur les paquets de cigarette

Caractéristiques sociodémographiques	Au cours des 30 derniers jours, avez-vous remarqué des mises en garde sanitaires sur les paquets de cigarette	Si oui, les mises en garde sanitaires sur les paquets de cigarettes vous sont-elles donner envie d'arrêter de fumer ?
	oui	oui
Ensemble	54,6	32,1
Urbain	64,4	59,3
Rural	47,5	58,4
Homme	55,5	58,1
Femme	37,6	76,8
15-24 ans	55,1	59,3
25-44 ans	55,9	56,4
45-59 ans	51,9	71,0
60 ans ou plus	26,4	80,4
Aucun niveau	46,2	47,0
Primaire	56,0	65,7
Secondaire	73,3	70,0
Supérieur	84,4	79,8

Source: TQS/ Ensesi 2016

CHAPITRE 5 : PUBLICITES POUR LES CIGARETTES

Dans ce chapitre, il s'agit de mesurer l'exposition des personnes interrogées à la publicité sur les cigarettes dans les lieux de vente et aux différents types de promotion pour les cigarettes. Il s'agit de déterminer si, au cours des 30 derniers jours, la personne interrogée a vu des publicités pour cigarettes ou des panneaux de promotion pour les cigarettes dans les lieux de vente. Il s'agira essentiellement de traiter de la publicité sur les cigarettes ou des panneaux de promotion faits sur les lieux de vente de ce produit et de mesurer leur portée.

5.1. Audience de la Publicité sur les cigarettes et les panneaux de promotion

Traditionnellement, la publicité est définie dans l'enseignement marketing comme une démarche d'achat d'espace utilisé pour promouvoir un produit, service ou marque sur un des grands médias publicitaires (TV, Presse, Radio, Affichage, Internet et Cinéma). La publicité se distingue alors des actions de marketing direct par son caractère non personnalisé (ou individualisé) et par le fait que les effets recherchés ne sont généralement pas liés à une action immédiate.

L'analyse des résultats de l'enquête montre une faible audience de la publicité sur les cigarettes et les panneaux de promotion sur les lieux de vente de ce produit. En effet, au plus 2 personnes sur 10 ont remarqué une publicité sur les cigarettes et panneaux de promotion sur les lieux de vente des cigarettes. Dans cette catégorie, les hommes sont les plus nombreux par rapport aux femmes : 18,5 contre 11,3 respectivement. Ce phénomène est beaucoup plus observé chez les personnes ayant plus de 25 ans et résidant principalement en milieu urbain. (Cf. tableau 11.10 ci-dessous).

Tableau 11.10: Proportion des personnes ayant remarqué la publicité pour les cigarettes sur les lieux de vente selon le sexe, l'âge et le milieu de résidence

Caractéristiques sociodémographiques	Ensemble	Homme	Femme	15-24 ans	25 ans ou plus	Urbain	Rural
Ayant remarqué de la publicité pour les cigarettes dans les lieux de vente	14,9	18,5	11,3	15,2	14,8	21,2	8,7

Source: TQS/ Ensesi 2016

Promotion pour les cigarettes

Les panneaux de promotion pratiquée en vue d'inciter les consommateurs à l'achat des cigarettes sont :

1. Échantillons gratuits de cigarettes ;
2. Rabais sur le prix des cigarettes ;
3. Bons de réduction pour des cigarettes ;
4. Cadeaux ou remise sur d'autres produits pour l'achat de cigarettes ;

5. Vêtements ou autres articles portant le nom ou le logo d'une marque de cigarettes ;
6. Promotion pour les cigarettes par courrier.

L'analyse des résultats de l'enquête montre que les produits les plus remarquables par la population ivoirienne s'agissant de la promotion sur les cigarettes sont les vêtements ou autres articles portant le nom ou le logo d'une marque de cigarettes 9,7 %. Ensuite viennent dans l'ordre décroissant, les échantillons gratuits (4,2 %) ; le rabais sur les prix 2,7 % ; cadeaux ou remise sur d'autres produits pour l'achat de cigarettes (1,8%) ; Les bons de réduction et la promotion pour les cigarettes par courrier (1,5 % chacun).

Ce faible score illustre bien que c'est une pratique qui est peu connue de la population ivoirienne. Dans cette sous population, les personnes ayant remarqué que la promotion des cigarettes basée sur les vêtements ou autres articles portant le nom ou le logo d'une marque de cigarettes sont du sexe masculin avec un score de 11,7 % devant les femmes 7,7 %. Ce sont en général les personnes âgées de 25 ans ou plus et résidant en milieu urbain. Les autres modalités à savoir : échantillons gratuits, rabais sur les prix, bons de réduction pour les cigarettes, cadeaux ou remise sur d'autres produits pour l'achat de cigarettes sont moins significatifs pris individuellement.

De façon générale, la promotion des cigarettes à travers les panneaux publicitaires est beaucoup plus perçue en milieu urbain qu'en milieu rural par la population dont l'âge est supérieur à 25 ans (cf. tableau 11.11).

Tableau 11.11: Répartition des fréquences par panneaux de promotion pratiqués sur les cigarettes selon l'âge le sexe et le milieu de résidence

Caractéristiques sociodémographiques	Ensemble	Homme	Femme	15-24 ans	25 ans ou plus	Urbain	Rural
Echantillons gratuits	4,2	5,7	2,6	3,8	4,3	6,1	2,3
Rabais sur les prix	2,7	3,7	1,8	2,4	2,9	3,7	1,8
Bons de réduction pour les cigarettes	1,5	1,9	1,1	1,7	1,4	1,8	1,2
Cadeaux ou remises sur d'autres produits pour l'achat de cigarettes	1,8	2,2	1,3	1,8	1,7	2,3	1,2
Vêtements ou autres articles portant le nom ou le logo d'une marque de cigarettes	9,7	11,7	7,7	9,5	9,7	14,2	5,2
Promotion pour les cigarettes par courrier	1,5	2	1,1	1,7	1,5	2	1,1

Source: TQS/ Ensesi 2016

CHAPITRE 6 : ASPECTS ECONOMIQUES

Les résultats de l'enquête indique un coût moyen de 40,97 FCFA pour une cigarette manufacturée soit une somme moyenne dépensée de **819,4** FCFA pour un paquet de 20 cigarettes. En termes de pourcentage du PIB, la consommation de produits de tabac représente 0,22% du PIB en 2016.

Tableau 11.12: Somme moyenne dépensée pour un paquet de cigarettes et coût de la consommation de tabac sur le produit intérieur brut (PIB) en pourcentage

Somme moyenne dépensée pour 20 cigarettes manufacturées	819,4 FCFA
Somme total dépenses consommation de tabac	44,985 milliards de FCFA
% de la consommation de 100 paquets de cigarettes sur le PIB 2016 par habitant	9,7%

Source: TQS/ Eri-Esi 2017



CONCLUSION

Les résultats de la présente enquête dégagent des éléments de réponses à l'évaluation de la prévalence tabagique en fonction du sexe, de l'âge, du milieu urbain, du niveau d'étude ainsi qu'à la surveillance, la protection, le sevrage tabagique et les publicités pour les cigarettes à travers le comportement et l'opinion des personnes enquêtées.

Ainsi, l'analyse des données du TQS/ Ensesi 2016 nous a permis de disposer d'informations sur la population des fumeurs et les non-fumeurs en Côte d'Ivoire.

Cette opération a dénombré 525 072 personnes fument sur les 6 105 362 personnes enquêtées soit 8,6%. Parmi cette sous population on compte 4,5% d'hommes et 5,5 % de femmes. Les fumeurs tous produits confondus sont plus fréquents en milieu rural.

D'une manière générale, on retient que parmi les fumeurs actuels la grande majorité fume au quotidien (87%). La proportion des personnes qui fument occasionnellement la cigarette est plus élevée chez les femmes (14%) que chez les hommes (13%).

Par ailleurs, la prévalence de la consommation actuelle de tabac à fumer se situe à 8,6% pour tous les produits du tabac à fumer confondus. Elle concerne principalement les cigarettes manufacturés (8,1%) et dans une proportion très faible les cigarettes roulées à la main (0,9%) et le Kreteks (0,2%). La population jeune âgée de 25-44 ans enregistre le taux de prévalence le plus élevé avec 11,2% suivi des personnes âgées de 45-59 ans avec un taux de prévalence de 9,1%. Les quantités de cigarettes consommées par jour par les fumeurs se situent à moins de 10 cigarettes par jour quel que soient les caractéristiques sociodémographiques de ces derniers (âge et niveau d'instruction).

L'observation par rapport l'exposition à la fumée de tabac par milieu de résidence, indique qu'en milieu urbain l'exposition à la fumée de tabac est plus importante d'environ 7 à 8 points aussi bien dans l'environnement du lieu de travail qu'à l'intérieur des locaux de travail qu'en milieu rural (21,4% environnement lieu de travail et 24,5% intérieur locaux).

Concernant le sevrage tabagique, dans l'ensemble, près de la moitié des fumeurs (48,1%) ont essayé d'arrêter de fumer. La proportion de ces personnes est plus élevée chez les citadins (55,1%), chez les hommes (48,4%), chez celles âgées de 45-59 ans (53,4%) et parmi celles de niveau d'instruction secondaire (61,0%) ou supérieur (71,3%).

Pour ce qui est de l'exposition aux médias, ce sont environ 2 personnes sur 10 qui ont entendu parler des effets nocifs de la cigarette aussi bien par le canal de la télévision que par celui des journaux ou magazines.

Les messages de sensibilisation sur les risques liés au tabagisme attirent quand à eux encore peu l'attention des populations. En effet, ce sont environ 2 personnes sur 10 qui ont remarqué des messages de mise en garde sur les paquets de cigarette durant la période de référence.

La présente étude confirme que les fumeurs en Côte d'Ivoire ne bénéficient généralement d'aucune condition de vie sociale particulière malgré la loi sur l'interdiction de fumée. Les non-fumeurs sont livrés à elles même et continuent de souffrir des odeurs de rejets nocifs des cigarettes.

A travers ces résultats, transparaît l'importance des données collectées. Les données recueillies serviront aux décideurs et aux planificateurs aux niveaux national et régional de disposer de plus d'information pour l'élaboration, le suivi et l'évaluation des politiques et programmes de développement en matière de tabagisme.

