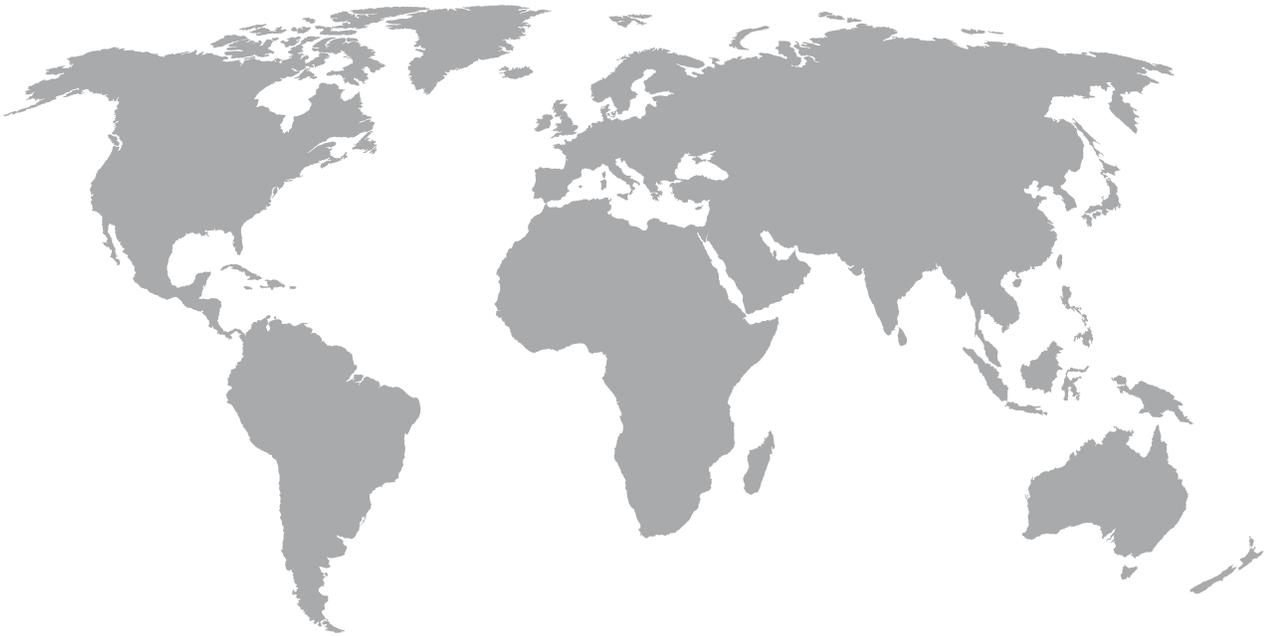




# Enquête mondiale sur le tabagisme chez les adultes (**GATS**)



**Diffusion des données :  
Conseils relatifs à la publication initiale  
des données**



Enquête mondiale sur le tabagisme chez les adultes (GATS)

# Diffusion des données

Conseils relatifs à la publication initiale des données

Septembre 2020

---

## **Enquête mondiale sur le tabagisme chez les adultes (GATS)**

### Protocole standard complet

.....

#### **Questionnaire GATS**

Questionnaire principal avec questions facultatives  
Spécifications question par question

#### **Plan d'échantillonnage pour l'enquête GATS**

Manuel d'échantillonnage  
Manuel de pondération de l'échantillon

#### **Mise en œuvre de l'enquête GATS sur le terrain**

Manuel d'enquête sur le terrain  
Manuel de supervision sur le terrain  
Manuel de cartographie et de constitution des listes

#### **Gestion des données de l'enquête GATS**

Guide de programmation sur General Survey System  
Spécifications pour la programmation du questionnaire principal  
Plan de mise en œuvre pour la gestion des données  
Guide de formation à la gestion des données

#### **Assurance qualité de l'enquête GATS : directives et documentation**

#### **Outils d'analyse et de rédaction du rapport de l'enquête GATS**

Modèles de fiches d'information  
Rapport national : plan et directives de mise en tableau  
Définitions des indicateurs

#### **Publication et diffusion des données de l'enquête GATS**

Politique de publication des données  
Diffusion des données : Conseils relatifs à la publication initiale des données



**Pour citer ce document :** Campaign for Tobacco-Free Kids, *Enquête mondiale sur le tabagisme chez les adultes (GATS) – Diffusion des données : directives pour la publication initiale des données*, septembre 2020.

# Remerciements

---

## Organisations partenaires de l'enquête GATS

- Campaign for Tobacco-Free Kids
- Centers for Disease Control and Prevention (CDC, États-Unis)
- CDC Foundation
- Union internationale contre la tuberculose et les maladies respiratoires (l'Union)
- Institut de santé publique Johns Hopkins Bloomberg
- RTI International
- Vital Strategies
- Organisation mondiale de la Santé (OMS)

## Soutien financier

Un soutien financier a été apporté par la *Bloomberg Initiative to Reduce Tobacco Use* (Initiative Bloomberg de lutte contre le tabagisme), un programme de Bloomberg Philanthropies, par l'intermédiaire de la CDC Foundation.

Si vous souhaitez obtenir de l'aide pour diffuser l'enquête GATS et communiquer au sujet de cette initiative, veuillez contacter Campaign for Tobacco-Free Kids en envoyant un e-mail à l'adresse suivante : [info@tobaccofreekids.org](mailto:info@tobaccofreekids.org), **en indiquant « GATS » en objet.**

Attention : les opinions exprimées dans le présent manuel ne reflètent pas nécessairement celles des organisations partenaires de l'enquête GATS.



# Table des matières

---

<i>Chapitre</i>	<i>Page</i>
<b>Introduction</b>	7
<b>Planifier la publication des données de l'enquête GATS</b>	11
<b>Étape 1 : Clarification de l'objectif général de diffusion des données de l'enquête GATS</b>	11
<b>Étape 2 : Conclusion de partenariats</b>	12
<b>Étape 3 : Publication officielle des données de l'enquête GATS</b>	14
Préparation de la conférence de presse	14
Suivi de la conférence de presse	18
<b>Conclusion</b>	19
<b>Stratégies de diffusion – Études de cas</b>	20
ÉTUDE DE CAS 1. Ouganda : Collaborer avec des partenaires clés sur les événements organisés pour la publication des données et le suivi de l'enquête GATS (juillet 2014)	20
ÉTUDE DE CAS 2. Philippines : Mettre à profit une deuxième édition de l'enquête GATS pour lancer un appel à l'action en faveur du renforcement des politiques de lutte contre le tabagisme (mars 2017)	22
ÉTUDE DE CAS 3. Inde : Mettre à profit les données nationales et la publication des résultats d'une deuxième enquête GATS (GATS-2) pour orienter les politiques publiques nationales (juin 2017)	24
<b>Foire aux questions sur l'enquête GATS</b>	26
En quoi consiste l'enquête GATS ?	26
Quels sont les partenaires nationaux et internationaux de l'enquête GATS ? Pourquoi surveiller la consommation de tabac chez les adultes ?	26
Pourquoi surveiller la consommation de tabac chez les adultes	26
Quels sujets l'enquête GATS aborde-t-elle ?	26
Que peut apporter l'enquête GATS au niveau national ?	26
Comment se situe l'enquête GATS par rapport à la Convention-cadre de l'OMS pour la lutte antitabac et au programme MPOWER ?	27
Quand les données de l'enquête GATS seront-elles rendues publiques ?	27
À quelle fréquence l'enquête GATS est-elle renouvelée ?	27
Quel est le rôle du Centre de coordination des données ?	27
En quoi l'enquête GATS se distingue-t-elle des autres ?	28
Quelles conditions les pays doivent-ils remplir pour participer à l'enquête GATS et au système mondial de surveillance du tabagisme ?	28
Quelles démarches un pays doit-il entreprendre pour participer à l'enquête GATS ?	28
Quel est le dispositif en place pour les pays qui financent eux-mêmes tout ou partie de l'enquête GATS et souhaitent intégrer le système mondial de surveillance du tabagisme ?	28
En dehors de l'enquête GATS, quels sont les autres dispositifs dont disposent les pays pour suivre la consommation de tabac de leur population ?	28
<b>Annexe A : Plan de travail pour la publication des données de l'enquête GATS</b>	30
<b>Annexe B : Exemple de communiqué de presse sur l'enquête GATS</b>	31
<b>Annexe C : Exemple d'avis aux médias sur l'enquête GATS</b>	32
<b>Annexe D : Exemple d'invitation à un événement GATS</b>	33
<b>Annexe E : Exemples de tweets sur l'enquête GATS</b>	34
<b>Annexe F : Exemple de publication Facebook sur l'enquête GATS</b>	35
<b>Annexe G : Exemple d'article de blog sur l'enquête GATS</b>	36
<b>Annexe H : Exemple de représentation visuelle sur l'enquête GATS</b>	37



# Introduction

---

Le tabagisme est l'une des principales causes évitables de maladies et de mortalité précoce à travers le monde, qui touche environ 1,4 milliard de personnes âgées de 15 ans ou plus<sup>1</sup>. En outre, plus de 8 millions de personnes meurent chaque année de maladies liées au tabac<sup>2</sup>. Si les tendances actuelles se poursuivent, le tabagisme pourrait tuer un milliard de personnes avant la fin du siècle, et l'on estime que plus de trois quarts de ces décès surviendront dans des pays à revenu faible et intermédiaire<sup>3</sup>. Un dispositif de surveillance systématique et efficace est essentiel pour assurer le suivi et la gestion de cette épidémie.

L'Enquête mondiale sur le tabagisme chez les adultes (**Global Adult Tobacco Survey, GATS**), réalisée dans le cadre du système mondial de surveillance du tabagisme (Global Tobacco Surveillance System, GTSS), constitue une référence mondiale en matière de surveillance systématique de la consommation de tabac chez les adultes et de suivi des principaux indicateurs de la lutte antitabac. Il s'agit d'une enquête représentative à l'échelle nationale, menée auprès des ménages composés de personnes de 15 ans ou plus, suivant un questionnaire principal standardisé et un plan d'échantillonnage, de collecte et de gestion des données examinées et approuvées par des experts internationaux. Elle vise à renforcer la capacité des pays à concevoir, mettre en œuvre et évaluer leurs programmes de lutte antitabac.

Afin de maximiser l'efficacité des données recueillies dans le cadre de l'enquête GATS, une série de manuels a été créée. Ces manuels ont pour objectif de présenter aux pays les exigences de base et d'offrir des recommandations relatives à l'élaboration et au déroulement de l'enquête à chaque étape du processus GATS. Ils apportent également des conseils sur la façon dont un pays donné peut adapter certains éléments du protocole GATS afin de maximiser l'utilité des données à l'échelle nationale. Il est vivement recommandé de suivre le protocole standard pour assurer la cohérence et la comparabilité des données entre les pays.

**Les manuels GATS fournissent des conseils systématiques sur l'élaboration et le déroulement de l'enquête**

## Présentation générale de l'enquête GATS

L'enquête GATS vise à produire des estimations nationales et infranationales concernant les adultes dans différents pays. Elle cible l'ensemble des hommes et des femmes de 15 ans ou plus non placés en institution, et qui considèrent leur pays comme leur lieu de résidence habituel. Tous les membres de la population cible seront échantillonnés en fonction du ménage dont ils font habituellement partie.

L'enquête GATS repose sur une méthode d'échantillonnage par zones géographiques en plusieurs étapes, afin de sélectionner les ménages qui seront contactés par les enquêteurs de terrain. Un pays est d'abord divisé en unités primaires d'échantillonnage, puis en segments, puis en ménages. Un échantillon de ménages est ensuite choisi au hasard pour participer à l'enquête GATS.

Les entretiens de l'enquête GATS se décomposent en deux parties : un *questionnaire destiné aux ménages* et un *questionnaire individuel*. Le *questionnaire destiné aux ménages* (sélection des ménages)

**Les entretiens de l'enquête GATS se décomposent en deux parties : un questionnaire destiné aux ménages et un questionnaire individuel. Ces questionnaires sont administrés à l'aide d'un dispositif électronique de collecte de données.**

---

<sup>1</sup> Organisation mondiale de la Santé, Rapport de l'OMS sur l'épidémie mondiale de tabagisme, 2019 : Offrir une aide à ceux qui veulent renoncer au tabac. Organisation mondiale de la Santé, Genève (Suisse), 2019. Disponible à l'adresse suivante : <https://apps.who.int/iris/bitstream/handle/10665/326005/WHO-NMH-PND-2019.5-fre.pdf>

<sup>2</sup> GBD 2017 Risk Factor Collaborators, « Global, regional, and national comparative risk assessment of 84 behavioural, environmental and occupational, and metabolic risks or clusters of risks for 195 countries and territories, 1990-2017: a systematic analysis for the Global Burden of Disease Study 2017 ». Institute for Health Metrics and Evaluation, Seattle, Washington (États-Unis), 2018.

<sup>3</sup> Mathers, C. D. et Loncar, D., « Projections of Global Mortality and Burden of Disease from 2002 to 2030 ». PLoS Medicine, vol. 3, no 11, e442, 2006.

---

et le *questionnaire individuel* (entretien individuel) seront administrés à l'aide d'un dispositif électronique de collecte de données.

À chaque adresse comprise dans l'échantillon, les enquêteurs de terrain demanderont à un adulte faisant partie du ménage de répondre au *questionnaire destiné aux ménages*. L'objectif de ce questionnaire est de déterminer si le ménage sélectionné répond aux critères d'admissibilité de l'enquête GATS et de dresser la liste de tous les membres admissibles au sein du ménage. Une fois la liste terminée, l'une des personnes sera choisie au hasard pour répondre au *questionnaire individuel*. Le *questionnaire individuel* porte sur le milieu socioculturel, le tabagisme, les cigarettes électroniques, le tabac sans fumée, le sevrage, le tabagisme passif, l'aspect économique, les médias, mais aussi sur les connaissances, les mentalités et les perceptions au sujet du tabac.

Grâce à l'enquête GATS, qui suit un protocole standard et cohérent, les pays produisent des données comparables aux niveaux national et international, une obligation qui leur incombe au titre de la Convention-cadre de l'Organisation mondiale de la Santé (OMS) pour la lutte antitabac, ou FCTC<sup>4</sup>. L'enquête GATS peut constituer un levier pour encourager les responsables gouvernementaux et le législateur à accroître leurs efforts en vue d'une mise en œuvre de stratégies de lutte antitabac fondées sur des données probantes.

Les données résultant de l'enquête GATS permettent à chaque pays de mieux comprendre :

- la nature, l'ampleur et la répartition des pratiques tabagiques au sein du territoire national ;
- les connaissances, les mentalités et les perceptions relatives au tabagisme ;
- le rôle du contexte ou de l'environnement dans le tabagisme.

L'enquête GATS permet d'observer les modèles de consommation de tabac chez les adultes en s'appuyant sur des données quantifiables.

Ces informations offrent aux pays la possibilité d'anticiper les conséquences sanitaires et économiques de la consommation de tabac au sein de leur population. L'enquête GATS produit des données qui peuvent contribuer à résoudre les problèmes liés au tabac. Elle constitue donc un instrument de taille pour favoriser des mesures urgentes et fortes de lutte contre le tabagisme.

Les données de surveillance de l'enquête GATS apportent également des informations sur le rôle du contexte dans la consommation de tabac, ce qui peut permettre d'orienter l'élaboration des stratégies de lutte antitabac. Après la mise en œuvre d'actions concrètes de lutte antitabac, l'enquête GATS peut aussi servir à mesurer leur efficacité et, si nécessaire, à adapter les stratégies adoptées.

Dans les pays qui ont participé plus d'une fois à l'enquête GATS, par exemple, les résultats obtenus ont permis de souligner les progrès accomplis, de mettre en évidence les actions qu'il restait à mener en matière de politiques publiques fortes et/ou de cerner les domaines d'amélioration possibles. L'accès à des données précises et bien structurées facilitera la planification des mesures de prévention contre le tabac et, de manière plus générale, maximisera l'efficacité de la lutte contre le tabagisme et ses conséquences négatives.

Dans une majorité de pays, le Ministère de la Santé prend en charge la diffusion des données de l'enquête GATS, mais il est souhaitable qu'il bénéficie pour cela du soutien d'autres organes publics et de divers partenaires nationaux.



**« On ne peut agir que si les données que nous recueillons peuvent orienter et inspirer ceux qui sont en mesure de changer les choses. »**

Michael J. Schmoker,  
Results: The Key to  
Continuous School  
Improvement.  
Association for  
Supervision  
& Curriculum  
Development, 1996

---

<sup>4</sup> La FCTC est un traité adopté en 2003 et qui vise à « protéger les générations présentes et futures des effets sanitaires, sociaux, environnementaux et économiques dévastateurs de la consommation de tabac et de l'exposition à la fumée du tabac. » <http://www.who.int/fctc/fr/>

---

Dès les premières étapes du processus de l'enquête GATS, le Ministère de la Santé doit établir des partenariats avec d'autres organes publics – les ministères de l'Éducation et de l'Information, par exemple – afin de s'assurer que le lancement de l'enquête bénéficie d'une stratégie de communication efficace et, à plus long terme, que le gouvernement intègre l'enquête dans chacune de ses prises de parole relatives au tabagisme, à la lutte antitabac et à d'autres sujets connexes.

Dans la société civile, les partisans de la lutte antitabac pourront se saisir des données de l'enquête GATS pour nourrir leurs efforts en faveur de l'adoption et de la mise en œuvre de politiques antitabac efficaces. Ces partisans ont donc tout intérêt à garantir, eux aussi, une meilleure diffusion et une meilleure réception des données de l'enquête. Ils occupent une place décisive dans la réduction du tabagisme et peuvent donc jouer un rôle tout aussi important dans la diffusion des données, après leur publication. Idéalement, il serait bon que la communication et la diffusion de l'enquête GATS puissent s'appuyer sur une certaine complémentarité entre les stratégies respectives du gouvernement et de la société civile, voire sur une coordination active dans certains cas.

D'autres éléments relatifs à la diffusion des données et à leur utilisation par les partenaires sont abordés dans un guide d'accompagnement intitulé « **Using the Global Adult Tobacco Survey (GATS) Data To Strengthen Tobacco Control Efforts: Guidance For Tobacco Control Advocates<sup>5</sup>** ».

Les conseils et recommandations exprimés dans ce document sont d'ordre général. Lors de l'élaboration d'une méthode de diffusion des données dans un pays donné, les utilisateurs de ce guide d'accompagnement sont invités à adapter son contenu à la culture et au contexte dans lesquels ils travaillent.

L'OMS a élaboré MPOWER<sup>6</sup>, un programme d'assistance technique composé de six politiques fondées sur des données probantes, dont l'objectif est de faire reculer l'épidémie de tabagisme. Les six stratégies défendues par MPOWER sont les suivantes :



**Monitor** (surveiller le tabagisme et les politiques de prévention)

**Protect** (protéger les personnes de la fumée du tabac)

**Offer** (proposer une aide au sevrage tabagique)

**Warn** (mettre en garde contre les dangers du tabac)

**Enforce** (appliquer les interdictions de publicité, promotion et parrainage du tabac)

**Raise** (augmenter les taxes sur le tabac)

La présentation des résultats de l'enquête GATS s'inscrit dans le cadre défini par MPOWER et s'appuie sur des supports tels qu'une fiche d'information, un résumé analytique et un rapport national. Ce cadre peut dès lors contribuer à la structuration et à la mise en valeur d'une stratégie décisive d'appel à l'action.

---

<sup>5</sup> Ce guide d'accompagnement propose aux partenaires de la lutte antitabac des directives concernant l'utilisation des données de l'enquête GATS pour attirer l'attention sur la question du tabagisme et œuvrer en faveur d'une politique efficace de lutte antitabac.

[https://www.tobaccofreekids.org/assets/global/pdfs/en/GATS\\_NGO\\_guide\\_en.pdf](https://www.tobaccofreekids.org/assets/global/pdfs/en/GATS_NGO_guide_en.pdf)

<sup>6</sup> Les directives de la FCTC constituent le socle de la mise en œuvre et de la gestion de la lutte antitabac au sein des différents pays. Afin de concrétiser ces directives, l'OMS a créé le programme MPOWER, constitué d'un ensemble de mesures de lutte antitabac. Ces mesures ont vocation à aider les pays à mettre en œuvre des actions efficaces en faveur d'une réduction de la consommation de tabac, telles qu'elles sont décrites dans la FCTC. <http://www.who.int/tobacco/mpower/en/>

---

En complément de ce guide, le processus de diffusion peut également s'appuyer sur des documents et informations tels que :

- **La fiche d'information de l'enquête GATS** – il s'agit d'un document autonome offrant une présentation générale de l'enquête et de ses principales conclusions. Cette fiche met en évidence les résultats saillants de l'enquête portant sur la consommation de tabac, le sevrage, le tabagisme passif, l'aspect économique, les médias, mais aussi les connaissances, mentalités et perceptions relatives au tabac. La fiche d'information pays intégrera les données de l'enquête GATS publiées le plus récemment.
- **La fiche d'information comparative de l'enquête GATS** – elle servira à comparer l'ensemble des enquêtes GATS menées dans un même pays.
- **Le résumé analytique** – synthétise les principaux éléments de l'enquête GATS, notamment la méthodologie, les indicateurs utilisés et les principales conclusions, ainsi que les implications politiques et les recommandations formulées.
- **Le rapport national d'enquête GATS** – il précise le poids de la consommation de tabac dans un pays donné en détaillant la prévalence du tabagisme, l'évolution de la consommation, ses conséquences sanitaires et économiques, les politiques de lutte antitabac en vigueur, la méthode, les résultats et les principales conclusions de l'enquête GATS, ainsi que les recommandations en matière d'actions à mener. Ce document intègre les données de l'enquête GATS pour un pays donné. Toutes les personnes impliquées dans la préparation et la diffusion des données doivent se familiariser avec le contexte de ce rapport.
- **Les ensembles de données destinées au grand public** – chaque ensemble de données issu de l'enquête GATS est rendu accessible au grand public dans l'année qui suit la publication initiale des premières données, ce qui constitue une formidable occasion de prolonger dans le temps la couverture médiatique et la diffusion des données aux différents partenaires.
- **La foire aux questions (FAQ)** – elle représente l'occasion d'obtenir des informations complémentaires sur l'enquête GATS et peut également servir de modèle pour répondre à certaines questions fréquemment posées par les médias ou par d'autres interlocuteurs.
- **Le guide « Using The Global Adult Tobacco Survey (GATS) Data To Strengthen Tobacco Control Efforts: Guidance For Tobacco Control Advocates »** – ce guide d'accompagnement se concentre sur les partenariats avec des organisations issues de la société civile et sur la façon dont ils peuvent favoriser la diffusion et la bonne utilisation des données de surveillance de la consommation de tabac. Ce document est accessible en anglais à l'adresse suivante : [https://www.tobaccofreekids.org/assets/global/pdfs/en/GATS\\_NGO\\_guide\\_en.pdf](https://www.tobaccofreekids.org/assets/global/pdfs/en/GATS_NGO_guide_en.pdf)
- **Les rapports de l'OMS sur l'épidémie mondiale de tabagisme** - Un ensemble de rapports qui présentent des informations détaillées sur les mesures MPOWER avec toutes les données spécifiques aux pays qui sont destinées à apporter leur aide dans la mise en place d'interventions efficaces au niveau national destinées à réduire la demande de tabac, qui sont présentes dans la FCTC de l'OMS. Les rapports de l'OMS et d'autres brochures et ressources MPOWER peuvent être téléchargées à l'adresse suivante : [www.who.int/tobacco/publications/en/](http://www.who.int/tobacco/publications/en/)

---

Si vous souhaitez obtenir de l'aide pour diffuser l'enquête GATS et communiquer autour de cette initiative, veuillez contacter Campaign for Tobacco-Free Kids en envoyant un e-mail à l'adresse suivante : [info@tobaccofreekids.org](mailto:info@tobaccofreekids.org), en indiquant « GATS » en objet.

## Planifier la publication des données de l'enquête GATS

Les stratégies de diffusion des résultats de l'enquête GATS peuvent exercer une influence sur la lutte antitabac et doivent donc être planifiées avec soin. En amont de la publication des données de l'enquête GATS, le Ministère de la Santé, en tant qu'organisme référent, doit définir des objectifs de diffusion et sélectionner les partenaires de la lutte antitabac susceptibles de participer activement à ce travail de diffusion. Les trois étapes décrites ci-après ont vocation à servir de feuille de route en proposant des directives pour la diffusion des données de l'enquête GATS, ainsi que des suggestions et des outils relatifs au lancement de leur publication.

### ÉTAPE 1 : Clarification de l'objectif général de diffusion des données de l'enquête GATS



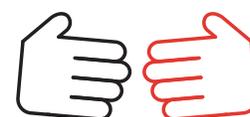
**POINT ESSENTIEL** : L'objectif général de la diffusion des données consiste à souligner l'ampleur de la consommation de tabac dans un pays donné et à encourager certains publics clés à soutenir les politiques de lutte antitabac.

La diffusion des données de l'enquête GATS se fonde sur l'idée selon laquelle les publics clés, une fois informés de l'ampleur de la consommation de tabac et de ses effets à long terme sur la santé, pourront contribuer à la mise au point et/ou à l'amélioration de politiques de lutte antitabac adéquates. Partant de ce constat, le travail de diffusion et de partage d'informations doit se concentrer sur les aspects suivants :

- **Les données relatives à la consommation de tabac** – Elles portent notamment sur les modèles de consommation, les tentatives de sevrage et le tabagisme passif.
- **Les données relatives aux mentalités, aux connaissances et aux facteurs de risque en matière de tabagisme** – Elles portent notamment sur les mentalités en matière de consommation de tabac, sur les connaissances relatives aux méfaits du tabac et sur l'exposition à d'autres facteurs de risque tels que la publicité pour le tabac ou l'accès facile aux produits du tabac.
- **Les réponses politiques au problème de la consommation de tabac** – Le travail de diffusion des données doit permettre de sensibiliser le public aux politiques efficaces de lutte antitabac telles que celles contenues dans le programme MPOWER.

Afin d'employer au mieux les données de l'enquête GATS, il est crucial que les personnes chargées de l'élaboration et de la mise en œuvre des objectifs et des programmes nationaux de lutte antitabac se familiarisent avec ces données et avec les principales conclusions de l'enquête, tout en réfléchissant à la manière de les intégrer à leur argumentaire en faveur de mesures efficaces. Durant la phase de diffusion des données, il est préférable de manier avec prudence les résultats peu fiables ou sujets à caution pour se concentrer sur la mise en avant des données les mieux établies et les plus convaincantes. Des données peu fiables peuvent être diffusées, mais il est alors nécessaire de reconnaître leur manque de solidité.

Ces directives s'appliquent également aux pays ayant déjà participé à l'enquête GATS par le passé. Il est toutefois impératif que le Ministère de la Santé garde ses objectifs à l'esprit au moment de partager des résultats relatifs à d'éventuelles marques de progrès, de stagnation voire de régression.



#### Partenaires potentiels

- Ministère de la Santé
- Ministères de l'Éducation, des Finances, de la Jeunesse, de la Femme, etc.
- Associations de défense de la santé et des patients
- Groupes issus de la société civile et impliqués dans la protection de la santé, des femmes, de la jeunesse et de l'enfance

---

Les données de l'enquête GATS peuvent faire l'objet d'une publication échelonnée, que ce soit dans le cadre d'un travail de sensibilisation à la lutte antitabac inscrit sur le long terme, ou pour mettre l'accent sur des mesures spécifiques, envisagées à un moment précis.

Afin de tirer le meilleur parti des résultats de l'enquête, le Ministère de la Santé doit envisager l'élaboration d'un plan de diffusion échelonnée des données couvrant une période de 12 à 24 mois. À chaque phase de publication devra correspondre un certain nombre d'objectifs.

Le Ministère de la Santé peut par exemple décider de privilégier d'abord la diffusion des données concernant la prévalence et les conclusions principales pour chaque thème, afin d'offrir une vue d'ensemble sur la lutte antitabac dans le pays. Dans ce cas, l'objectif initial consistera à sensibiliser les publics clés à l'étendue du problème et à la nécessité de mettre en place des politiques de lutte antitabac fortes telles que celles contenues dans le programme MPOWER.

Par la suite, le Ministère de la Santé et/ou ses partenaires de la lutte antitabac peuvent opter pour la publication de données plus détaillées, destinées à favoriser l'élaboration d'une politique spécifique de lutte antitabac. Si l'interdiction de fumer est envisagée, par exemple, on doit intégrer la sensibilisation des décideurs publics aux conséquences du tabagisme passif dans les objectifs de diffusion des données. La phase de publication suivante mettra alors l'accent sur les données liées à cette question.

On peut également choisir une approche consistant à publier, dans un second temps, les données infranationales ou, le cas échéant, étatiques, pour faire apparaître les zones où les politiques de lutte antitabac sont moins fortes, ou leur mise en œuvre moins efficace.

## ÉTAPE 2 : Conclusion de partenariats

---



**POINT ESSENTIEL :** Une diffusion efficace des données doit s'appuyer sur des partenariats avec des organisations, des parties prenantes et des personnes capables d'élargir le champ de diffusion et d'améliorer l'efficacité générale des efforts de communication.

---

Dans la plupart des pays, le Ministère de la Santé est le principal organisme responsable de la diffusion des données de l'enquête GATS. Dans certains pays, il peut s'agir d'une organisation non gouvernementale (ONG). Quel que soit l'acteur principal de la phase de diffusion des données, cette dernière doit faire intervenir les institutions, les organisations et les experts qui ont participé à la mise au point des instruments de l'enquête GATS et au plan de collecte des données.

Le plan de diffusion doit également intégrer la conclusion de partenariats avec d'autres groupes partageant des objectifs similaires ou connexes. Ces partenariats amélioreront et élargiront la diffusion en donnant accès à de nouveaux interlocuteurs et à de nouveaux segments des publics clés.

Les associations de défense de la santé constituent bien sûr des partenaires naturels, puisqu'elles sont susceptibles de présenter les compétences nécessaires à l'amélioration de la santé publique et qu'elles jouissent d'une grande crédibilité au sein des publics visés. Il peut s'agir d'associations de lutte contre le cancer, de groupes axés sur la santé pulmonaire ou d'associations de protection de l'enfance. Ces groupes mesurent l'importance de la lutte antitabac et peuvent donc être plus enclins à s'impliquer dans les activités de diffusion. Entrer en contact avec eux ne devrait pas présenter de difficulté, étant donné que la plupart des organes publics et autres organismes sanitaires sont déjà en lien avec les associations de défense de la santé.

Les partenariats avec d'autres institutions gouvernementales – Ministère de l'Éducation, Ministère de la Condition Féminine, Ministère de la Jeunesse, Ministère des Finances, etc. – peuvent également améliorer la diffusion en permettant d'atteindre de nouveaux interlocuteurs clés.

Après avoir cerné les partenaires potentiels, le Ministère de la Santé doit définir le rôle de chacun vis-à-vis de l'objectif ou des objectifs de diffusion. Un partenariat utile et efficace repose sur des rôles complémentaires et clairement définis pour chacun des partenaires. Une association publique de défense de la santé, par exemple, peut assumer un rôle de plaidoyer et lancer de puissants appels à l'action.

Il est également souhaitable que chaque partenaire mette ses propres composantes, ses relations et sa réputation au service d'initiatives de lutte antitabac susceptibles d'être renforcées par la diffusion des données de l'enquête GATS. Si un partenaire exerce une forte influence sur un décideur public, par exemple, il doit organiser des réunions avec ce dernier. De même, lorsqu'un partenaire est déjà bien connu du grand public, il serait judicieux de l'impliquer dans les activités de lutte antitabac liées à la recherche du soutien de l'opinion.

Dans le cadre de la diffusion des données, il est également possible que certains partenaires disposent d'instruments utiles tels que des listes de diffusion, des sites Internet ou des publications qu'ils ont eux-mêmes créés ou auxquels ils ont accès.

Le fait de connaître à l'avance le rôle d'un partenaire dans le travail de diffusion permet de savoir s'il aura besoin, pour mener à bien ses missions, d'une formation ou de toute autre forme d'assistance, ou s'il peut au contraire se contenter d'une aide réduite ou s'en dispenser complètement. Toutefois, on peut supposer qu'il sera nécessaire de proposer à la plupart des partenaires une présentation approfondie des différents types de données présentes dans l'enquête GATS et de ses principales conclusions.

Après avoir attribué un ou plusieurs objectifs de diffusion à chaque partenaire potentiel, le Ministère de la Santé doit envoyer des représentants à leur rencontre, afin de leur présenter l'enquête GATS, de leur proposer de participer à la diffusion de ses résultats et de les convaincre de s'engager dans ce travail.

Ces rencontres devront notamment aborder les thèmes suivants :

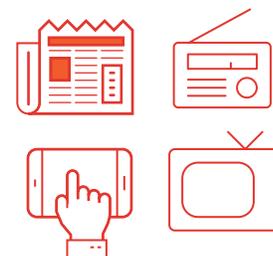
- 1) Le but de l'enquête GATS et son histoire au sein du pays concerné ;
- 2) Les principales conclusions des données de l'enquête GATS ;
- 3) Les objectifs de diffusion des données de l'enquête GATS et ce qui justifie leur importance ;
- 4) Les avantages d'un partenariat, en lien avec les missions de l'organisation concernée ;
- 5) Le rôle envisagé pour le partenaire.

Bien entendu, ces rencontres doivent laisser aux partenaires potentiels le temps de poser des questions, d'exprimer leurs doutes et de formuler leurs suggestions.

Une fois le partenariat conclu, il est recommandé de l'officialiser lors de réunions ultérieures et de l'annoncer publiquement au moment opportun.

Veuillez consulter le guide d'accompagnement « **Using The Global Adult Tobacco Survey (GATS) Data To Strengthen Tobacco Control Efforts: Guidance For Tobacco Control Advocates<sup>7</sup>** » pour obtenir de plus amples informations sur le rôle potentiel des partenaires, les outils de planification et les modèles pour les supports de diffusion.

<sup>7</sup> Ce document propose aux partisans de la lutte antitabac des directives relatives aux conclusions des données de l'enquête GATS et aux moyens de les utiliser pour attirer l'attention sur la question du tabagisme et œuvrer en faveur d'une politique efficace de lutte antitabac.  
[https://www.tobaccofreekids.org/assets/global/pdfs/en/GATS\\_NGO\\_guide\\_en.pdf](https://www.tobaccofreekids.org/assets/global/pdfs/en/GATS_NGO_guide_en.pdf)



### L'implication des médias peut prendre les formes suivantes :

- La couverture médiatique acquise, qui implique de convaincre un média de couvrir un sujet donné.
- La couverture médiatique payée, qui consiste à rémunérer un média pour qu'il couvre un sujet ou diffuse une publicité donnée.
- La couverture médiatique contrôlée, qui nécessite de créer du contenu et de le diffuser sur son propre site Internet, blog ou tout autre moyen de communication interne
- Les réseaux sociaux, notamment Facebook, Twitter, YouTube et toute autre plateforme interactive, où il s'agit d'attirer l'attention et de créer le débat.

---

## ÉTAPE 3 : Publication des données de l'enquête GATS

---



**POINT ESSENTIEL :** La publication officielle des données de l'enquête GATS doit être conçue pour attirer l'attention du grand public, des médias et des décideurs publics.

---

Il s'agit de la première étape de diffusion des données. Cette publication officielle doit s'adresser principalement aux médias, aux acteurs et décideurs publics. Un tel événement exige une planification rigoureuse, ainsi que la mise en place d'un suivi. Les partenaires doivent être mis à profit de manière stratégique en vue de garantir que l'intérêt des décideurs publics politiques pour le tabagisme, ses conséquences sanitaires et les besoins en matière de lutte antitabac ne retombe pas dans les semaines et les mois qui suivent la publication des données.

Le Ministère de la Santé (ou tout autre organisme chargé de l'enquête GATS) doit envisager l'organisation d'une conférence de presse destinée à annoncer les conclusions de l'enquête. Les conférences de presse sont l'occasion d'inviter des journalistes issus de nombreux médias locaux, nationaux et internationaux, et d'ainsi atteindre un public très large. L'enquête GATS constitue un événement important à l'échelle nationale et s'inscrit également dans une dynamique internationale. L'organisation d'une conférence de presse sur ce sujet est donc susceptible d'intéresser les journalistes et de bénéficier d'une bonne couverture médiatique.

### Préparation de la conférence de presse

La préparation de la conférence de presse sur la publication des données de l'enquête GATS se concentrera sur le contenu et le déroulement de l'événement. Cela implique notamment d'élaborer des messages, de sélectionner les intervenants, d'inviter les médias, de préparer les informations dont ils auront besoin, de publier du contenu sur le site du gouvernement et de faire circuler les informations et les messages clés sur les réseaux sociaux.

---

- **Messages et déclarations** – *La conférence de presse s'adressera en priorité aux acteurs et décideurs publics. Par conséquent, un soin particulier doit être accordé à l'élaboration des messages principaux et des déclarations plus spécifiques qui rythmeront l'événement. Ces messages ne devront pas seulement mettre en avant des problèmes, mais également attirer l'attention sur leurs solutions. Les déclarations prononcées dans le cadre de la conférence de presse font office « d'appel à l'action » et doivent donc rester claires et concises, ne pas perdre de vue le public cible et l'inciter à agir. Il est assez courant qu'une personne soit désignée pour rédiger l'ébauche de toutes les déclarations de la conférence de presse, afin de garantir que le thème commun et la cohérence des messages centraux apparaissent clairement à tous les intervenants. Bien entendu, les déclarations qui auront été préparées devront parvenir aux intervenants bien avant l'événement, afin qu'ils aient le temps de se familiariser avec leur contenu. Les responsables de l'enquête GATS doivent ensuite reprendre les messages élaborés pour la conférence de presse dans l'ensemble de leurs communications publiques.*
- **Intervenants** – Les intervenants doivent non seulement faire preuve d'une certaine aisance face à la presse, mais aussi maîtriser les données de l'enquête GATS et être crédibles auprès des publics clés. Dans certains pays, il serait bon que les partenaires interviennent lors de la conférence de presse afin d'appuyer l'appel à l'action en faisant valoir un point de vue et une crédibilité fondés sur leur expérience directe des maladies liées au tabac. Les intervenants, quels qu'ils soient, doivent comprendre l'importance de ne pas perdre de vue les enjeux ni la maîtrise de leur sujet au cours de la conférence de presse. Dans leurs réponses, ils doivent donc veiller à répéter plusieurs fois les messages clés et à ne laisser aucune question détourner la discussion du message central. De manière générale, les intervenants apprécient qu'on leur donne l'occasion de participer à une répétition en amont de la conférence de presse.

- 
- **Invitations à la presse** – Une **invitation aux médias** notifie ces derniers de manière succincte de la tenue d'un événement à venir. Elle précise le contenu de cet événement, l'identité de ses participants, les raisons de son importance, ainsi que la date et le lieu. Une invitation doit parvenir aux médias par e-mail, fax ou voie postale au moins une semaine avant la conférence de presse sur la publication des données de l'enquête GATS. Il est conseillé de faire suivre l'envoi de l'invitation d'un **appel téléphonique et/ou d'un message publié sur les réseaux sociaux** dans les deux jours précédant la conférence de presse, afin d'encourager les journalistes à venir.
  - Un **communiqué de presse** devra être publié le jour de l'événement. Il s'agit d'une déclaration écrite destinée aux représentants des médias d'actualité, dont l'objectif est d'annoncer une nouvelle et d'inciter les journalistes à couvrir l'information. Plus ou moins rédigé comme un article d'actualité, il devra inclure les informations de base sur l'enquête GATS, les principales conclusions, des citations et des exemples d'utilisation possible des données au service de l'action gouvernementale. La publication du communiqué de presse sur les conclusions de l'enquête GATS devra intervenir le jour de la conférence de presse.
  - **Dossiers de presse** – Les dossiers de presse sont constitués de documents reprenant les informations de base et destinés à faciliter le travail des journalistes qui couvrent l'événement. Le dossier de presse fourni à l'occasion de la conférence doit inclure une présentation générale de l'enquête, des fiches d'information pertinentes, le communiqué de presse, une courte notice biographique des différents intervenants, une copie de leurs discours, des données statistiques et des graphiques, des informations sur les politiques efficaces de lutte antitabac et les coordonnées des personnes chargées du suivi.
  - **Site Internet du Ministère de la Santé** – La conférence presse sur l'enquête GATS doit intervenir en même temps que la publication des données sur Internet. Le Ministère de la santé publiera des informations concernant les conclusions de l'enquête sur son site Internet et sur les réseaux sociaux. Le site Internet du Ministère doit proposer, au minimum, l'accès aux fiches d'information, au résumé analytique, au rapport national, aux directives adoptées par la FCTC<sup>8</sup> et les rapports de l'OMS sur l'épidémie mondiale de tabagisme<sup>9</sup>, qui décrivent dans le détail les progrès accomplis à l'échelle mondiale en matière de lutte antitabac, selon les critères établis par le programme MPOWER. Toutes ces informations devront être publiées sur le site Internet du Ministère de la Santé le jour de la conférence de presse. Pour assurer une plus large diffusion, il peut être utile de publier des liens vers le site Internet régional de l'OMS consacré aux conclusions de l'enquête GATS.
  - **Communications sur les réseaux sociaux** – Les réseaux sociaux complètent la stratégie de diffusion et doivent donc pleinement s'aligner sur les grands objectifs et messages qui y sont définis. La publication de messages sur Facebook, Twitter ou toute autre plateforme populaire est une étape cruciale pour rendre les données accessibles à un public plus large et améliorer la visibilité des conclusions de l'enquête. Sur Twitter, par exemple, il est possible de publier des messages en amont de la conférence de presse, afin de créer l'attente ; pendant l'événement, afin d'assurer un suivi en direct ; après l'événement, pour mettre en valeur les principaux points

---

<sup>8</sup> Vous pouvez consulter le texte de chacune des directives adoptées et reconnues par la Conférence des Parties (COP), des outils précieux pour la mise en œuvre de la FCTC, à l'adresse suivante : [https://www.who.int/fctc/treaty\\_instruments/adopted/guidel\\_2011/fr/](https://www.who.int/fctc/treaty_instruments/adopted/guidel_2011/fr/)

<sup>9</sup> Les rapports de l'OMS sur l'épidémie mondiale de tabagisme sont publiés tous les deux ans depuis 2009. Chacun de ces rapports étudie les progrès accomplis pour l'adoption et la mise en œuvre de politiques efficaces de lutte antitabac à l'échelle nationale. Veuillez consulter la page suivante (en anglais) : [https://www.who.int/tobacco/global\\_report/en/](https://www.who.int/tobacco/global_report/en/)

à retenir et les appels à l'action contenus dans le rapport. Le meilleur moyen de faire émerger un sentiment d'urgence favorisant l'action est de proposer un contenu régulier et attrayant, notamment par la traduction des principales statistiques en **représentations graphiques** et **visuels** frappants ou par la mise à contribution des partenaires dans le cadre d'un partage coordonné de ces publications. Les messages destinés aux réseaux sociaux doivent être prêts avant le jour de la publication des données et doivent correspondre au message central et aux thèmes de l'appel à l'action.

Pour finir, dans leur travail de préparation, les organisateurs de la conférence de presse doivent prendre en considération les aspects logistiques, audiovisuels et pratiques de l'événement. Ils doivent notamment :

- Programmer l'événement à une date, une heure, dans un lieu et pour une durée qui conviennent aux journalistes.
- Préparer des visuels efficaces et adaptés à une éventuelle couverture télévisuelle, tels que des logos à l'arrière-plan, des accessoires, des bannières ou encore des photos grand format.
- Prévoir une table pour les dossiers de presse et une feuille d'émergence sur laquelle les journalistes renseigneront leurs coordonnées, notamment leurs profils sur les réseaux sociaux.
- Demander aux participants et au personnel d'être présents sur place bien avant le début officiel de la conférence de presse.

L'outil de planification suivant aidera à organiser et gérer les détails qui assureront la réussite d'un tel événement.

## Options de diffusion des données de l'enquête GATS



Conférence de presse



Communiqué de presse



Publicité payante



Éditorial dans un journal



Article de blog



Table ronde avec les médias



Émission de radio ou de télévision



Réseaux sociaux



Envoi de messages SMS

**L'OUTIL DE PLANIFICATION DE LA DIFFUSION AIDERA À ORGANISER ET À GÉRER  
LES PRINCIPAUX ASPECTS DE L'ÉLABORATION D'UN CALENDRIER DE DIFFUSION**

Tâche de publications des données	Responsabilité	Échéance
Déterminer les messages clés pour la conférence de presse		
Déterminer la date, l'heure et le lieu de la conférence de presse		
Sélectionner les intervenants et s'assurer de leur participation (un maximum de 4)		
Travailler avec les partenaires pour élaborer un ensemble d'activités de suivi organisées après la conférence de presse		
Rédiger des ébauches de déclarations, les transmettre aux intervenants et leur donner la possibilité de répéter et de s'exercer à répondre à des questions au pied levé		
Déterminer et créer les éléments visuels pour la conférence de presse		
Préparer les conclusions des données de l'enquête GATS et les autres informations pertinentes pour les publier sur Internet et les réseaux sociaux		
Préparer des messages et des représentations graphiques à destination des réseaux sociaux, ainsi qu'un programme de publication avant, pendant et après l'événement de lancement		
Préparer et envoyer l'invitation aux médias une semaine avant la conférence de presse		
Préparer les dossiers de presse		
Préparer et envoyer le communiqué de presse le jour de la conférence de presse		
Dire aux intervenants et au personnel quand arriver sur le lieu de la conférence de presse		
Diffuser les conclusions de l'enquête GATS sur Internet le jour de leur publication		
Charger une personne des relations avec les médias pour répondre aux questions posées après la conférence de presse		
Tenir la conférence de presse		
Pendant la conférence de presse, publier des messages destinés à assurer un suivi en direct		

## Suivi de la conférence de presse

La conférence de presse n'est qu'une étape préliminaire dans la diffusion des données de l'enquête GATS. Il est très important que les acteurs et décideurs publics continuent ensuite à entendre parler du problème de la consommation de tabac, de ses conséquences sanitaires et des actions qu'il leur appartient de mener pour améliorer la situation.

Après la diffusion des données de l'enquête GATS, le Ministère de la Santé doit continuer à communiquer avec :

**A. Les médias** – Le Ministère de la Santé doit se préparer à répondre aux questions qui lui seront posées après la conférence de presse, que ce soit au sujet des conclusions de l'enquête GATS ou de la lutte antitabac. Il est souhaitable qu'une personne du Ministère soit chargée de répondre aux questions qui pourront lui être posées à l'avenir, ou qui sera en mesure de rediriger les journalistes vers les interlocuteurs adéquats au sein du Ministère. Comme toujours, le porte-parole doit répondre aux questions posées tout en s'efforçant de maintenir les principaux messages relatifs à la diffusion des données au centre de l'attention des personnes présentes.

**B. Les réseaux sociaux** – La communication sur les réseaux sociaux, destinée à attirer l'attention des médias, des décideurs publics et du grand public, peut permettre d'élargir la discussion sur les résultats de l'enquête GATS et les actions à mener pour le renforcement de la lutte antitabac dans les semaines et les mois qui suivent la publication, afin de garantir un plus grand soutien de l'opinion publique en faveur d'une évolution des politiques publiques. De plus, lorsqu'ils sont rédigés en vue d'attirer l'attention du grand public et que leur publication obéit à un calendrier stratégique, les messages diffusés sur les réseaux sociaux peuvent contribuer à rendre visible le soutien de l'opinion publique en faveur de la lutte antitabac auprès des décideurs. La communication sur les réseaux sociaux doit être cohérente, attrayante et harmonisée avec le message central et le thème général de l'appel à l'action. Il peut également être utile, en publiant un message sur les réseaux sociaux, de cibler directement des profils bien précis parmi les sociétés de presse, les journalistes, les décideurs publics et les personnes influentes. Pour solliciter les abonnés et leur donner envie d'interagir avec le contenu proposé, il est possible de leur demander de republier, de partager et de commenter ce contenu. La représentation visuelle des données est également un outil efficace pour capter l'attention des internautes, car elle permet de simplifier le message et de le rendre plus facile à mémoriser.

**C. Les partenaires de la lutte antitabac** – Dans certains pays, le fait que des organes publics et des responsables gouvernementaux plaident en faveur d'une politique de lutte antitabac peut être mal vu. En revanche, les organisations partenaires peuvent prendre position avec plus de facilité. Par conséquent, il peut être intéressant de faire participer les acteurs concernés, non seulement à la conférence de presse initiale et à sa préparation, mais aussi aux activités de suivi. Le guide d'accompagnement « **Using The Global Adult Tobacco Survey (GATS) Data To Strengthen Tobacco Control Efforts: Guidance For Tobacco Control Advocates** » explique quelles activités de suivi peuvent entreprendre les organisations partenaires après la conférence de presse pour la diffusion des données de l'enquête GATS. Parmi ces activités, on peut notamment citer la rédaction d'articles d'opinion et/ou de lettres adressées aux rédacteurs en chef des médias d'actualité, l'interaction avec le grand public sur les réseaux sociaux, ou encore l'organisation d'événements communautaires destinés à mettre en avant les conclusions de l'enquête GATS et les conséquences qu'il faut en tirer.

**D. Les décideurs publics** – Après la conférence de presse, les responsables du Ministère doivent également organiser des réunions avec d'autres organes publics, afin de leur donner des informations plus approfondies sur les conclusions de l'enquête GATS. Le critère présidant au choix de ces organes publics ou des personnes à rencontrer doit être celui du pouvoir ou de l'influence qu'ils exercent sur les politiques de lutte antitabac. Le Ministère doit également choisir d'inviter ou non à ces réunions ses partenaires dans la diffusion des résultats de l'enquête. Le guide d'accompagnement « **Using The Global Adult Tobacco Survey (GATS) Data To Strengthen Tobacco Control Efforts: Guidance For Tobacco Control Advocates** » explique comment préparer ces réunions.

« En fin de compte, il est important que les preuves nous renseignent sans pour autant être insensible aux chiffres. Ajouter des visages aux données ».

Hargreaves, A. & Fullan, M. (2012). « Professional capital: Transforming teaching in every school » Teachers College Press.

## Conclusion

---



L'efficacité des actions de lutte antitabac à travers le monde s'est toujours fondée sur des stratégies élaborées avec soin et des campagnes pensées pour inciter à l'action. Dans les pays où l'enquête GATS a permis de collecter des données, leur diffusion jouera un rôle crucial pour orienter les politiques de lutte antitabac.

**Mais les données à elles seules ne suffiront pas à faire progresser la lutte antitabac.**

Afin que leur diffusion soit efficace, il faut définir des objectifs clairs et s'appuyer sur les partenaires pour communiquer les messages essentiels aux publics clés, ceux qui ont le pouvoir, l'autorité ou l'influence nécessaires à une modification des politiques de lutte antitabac.

Pour que cette modification ait lieu, partout dans le monde, les ministères de la Santé doivent prendre en charge la diffusion des données de l'enquête GATS. Nous espérons que les informations et directives présentées dans ce document faciliteront la publication initiale des données de l'enquête GATS et serviront de base à la poursuite du travail de diffusion.

---

Si vous souhaitez obtenir de l'aide pour diffuser l'enquête GATS et communiquer autour de cette initiative, veuillez contacter Campaign for Tobacco-Free Kids en envoyant un e-mail à l'adresse suivante : [info@tobaccofreekids.org](mailto:info@tobaccofreekids.org), en indiquant « GATS » en objet.

### ÉTUDE DE CAS 1.

#### **Ouganda : Collaborer avec des partenaires clés sur les événements organisés pour la publication des données et le suivi de l'enquête GATS (juillet 2014)**

En 2007, l'Ouganda a signé la FCTC. En 2012, conformément aux exigences de ce traité et soucieux de protéger la santé publique et de réguler l'industrie du tabac dans le pays, le Ministère de la Santé a présenté au Parlement de l'Ouganda la première version d'une loi antitabac, conçue en étroite collaboration avec des organisations issues de la société civile et les principales parties prenantes.

En 2013, pour garantir l'adoption de cette loi, le Ministère et les groupes issus de la société civile ont jugé qu'il était crucial de mettre en œuvre l'enquête GATS. Au mois de juillet 2014, jugeant que le moment était opportun pour partager les résultats de l'enquête GATS, le Ministère a publié le résumé analytique et la fiche d'information (la publication du rapport national, bien plus long et détaillé, est intervenue au mois de novembre 2015). Les conclusions de l'enquête GATS ont révélé que :

- Plus de **62 %** des adultes étaient exposés au tabagisme passif dans les bars et les discothèques. 
- Plus de **30 %** des fumeurs avaient envisagé le sevrage après avoir été exposés à des messages de mise en garde. 
- Environ **neuf personnes sur dix** souhaitaient la promulgation d'une loi interdisant toute forme de publicité pour les produits du tabac. 

Le Ministère de la Santé et ses partenaires se sont appuyés sur ces résultats pour faire pression en faveur d'une législation globale de lutte antitabac déjà présentée deux ans plus tôt, mais bloquée au stade de la discussion parlementaire. Cette législation proposait de transformer tous les espaces publics, sans exception, en zones non-fumeurs ; d'interdire les produits du tabac sur les étalages des points de vente ; de recouvrir 75 % des emballages (recto-verso) par des mises en garde sanitaires ; d'interdire la consommation de tabac à moins de 100 mètres d'un lieu public fermé, d'un lieu de travail fermé et de tout transport public ; d'interdire totalement les pratiques publicitaires, promotionnelles et le sponsoring en faveur du tabac.

Le Ministère de la Santé et ses partenaires ont élaboré ensemble un message central, en accord avec l'objectif de leur politique de lutte antitabac. Ce message central se décomposait ensuite en plusieurs domaines clés, tels que :

- **L'interdiction de fumer** : *il est nécessaire d'adopter des mesures interdisant totalement la consommation de tabac dans l'ensemble des lieux publics et des lieux de travail, afin de lutter contre le tabagisme passif et d'aider les fumeurs à réduire leur consommation de cigarettes.*
- **Les mises en garde visuelles contre les risques sanitaires** : *le déploiement d'images de mise en garde fortes empêchera les jeunes de commencer à fumer et encouragera les fumeurs à arrêter.*
- **Les pratiques publicitaires, promotionnelles et de sponsoring en faveur du tabac** : *l'interdiction de toutes les formes de publicité, de promotion et de sponsoring réduira la consommation de tabac et empêchera les jeunes de commencer à fumer.*

#### **Message central de la publication des données de l'enquête GATS en Ouganda :**

Sur la base des données solides fournies par l'enquête GATS menée en 2013, nous exhortons le législateur ougandais à adopter la loi antitabac et à protéger les générations présentes et futures contre le handicap, la maladie et la mort dus à la consommation de tabac et à l'exposition à la fumée.

---

Les résultats de l'enquête GATS menée en Ouganda ont été publiés au mois de juillet 2014, en même temps qu'une série d'événements, dématérialisés ou non, qui ont attiré l'attention de nombreux médias. Qu'ils soient numériques ou non, les moyens de communication utilisés ont permis de garantir aux résultats de l'enquête et aux appels à l'action une large diffusion. Parmi ces moyens de communication, on peut notamment citer la couverture médiatique écrite et audiovisuelle payante et acquise, les réseaux sociaux et l'envoi de messages SMS.

---

La stratégie de préparation à la publication consistait notamment à :

- Se concerter avec les responsables gouvernementaux et les partenaires pour choisir une date de lancement ; préparer les esprits des décideurs et le grand public en proposant aux médias des entretiens et en publiant sur les réseaux sociaux des messages inspirés par les données de l'Enquête mondiale sur le tabagisme chez les jeunes (Global Youth Tobacco Survey, GYTS) menée en Ouganda en 2011 ; lancer une invitation aux médias en amont des événements en soulignant le caractère urgent des problèmes soulevés par les résultats de l'enquête GATS.
  - Rédiger dans un style clair des fiches d'information relatives à la lutte antitabac, les traduire dans les quatre langues locales principales et les partager avec les médias et sur les réseaux sociaux.
- 

Les activités organisées le jour de la publication comprenaient notamment :

- Un petit déjeuner auquel ont participé plus de 150 personnes issues du gouvernement, de la société civile, du monde universitaire et des médias ; un événement au cours duquel sont intervenues des personnalités prestigieuses telles que le Ministre d'État à la santé, le Directeur général des services de santé, des membres du Parlement, le représentant de l'OMS en Ouganda, le directeur du Centre de lutte antitabac en Afrique, ainsi que des représentants du cabinet du Premier ministre et du Center for Disease Control and Prevention (CDC).
  - Des actions de sensibilisation destinées à garantir une couverture médiatique importante, dont : une conférence de presse à laquelle ont assisté plus d'une trentaine de journalistes issus de 15 médias audiovisuels et écrits différents ; une attention particulière accordée aux journalistes susceptibles d'aborder des questions variées telles que la santé, les affaires, le mode de vie, la religion et autres thèmes connexes ; la distribution d'un dossier de presse comprenant une copie du résumé analytique et de la fiche d'information de l'enquête GATS, ainsi qu'un communiqué de presse et les coordonnées des porte-parole ; des entretiens individuels accordés à des journalistes de la presse écrite et audiovisuelle.
  - Du contenu à destination du grand public et des réseaux sociaux : des articles de blog ; une représentation visuelle partagée sur toutes les plateformes de Ministère de la Santé et des partenaires ; un hashtag commun à l'ensemble des plateformes (#GatsUG).
- 

Les activités postérieures à la publication comprenaient :

- Une stratégie médiatique payante qui a permis aux ONG partenaires de commander au service public la diffusion d'une émission en direct consacrée à la loi antitabac. Les partenaires ont également pu organiser deux autres émissions de débat en direct, une semaine après la publication des données de l'enquête GATS sur les chaînes de radio et de télévision privées. Les personnes qui ont téléphoné pour intervenir en direct dans ces émissions ont exprimé leur inquiétude concernant les données alarmantes tirées de l'enquête. Les ONG ont également diffusé un publiereportage payant dans un journal.
- Les partenaires internationaux, tels que l'OMS et Campaign for Tobacco-Free Kids, ont publié des communiqués de presse reprenant le message central.
- Les partenaires ont organisé des discussions avec les médias en faisant intervenir des décideurs importants : une discussion avec l'Association des journalistes parlementaires qui a rassemblé

---

58 de ces journalistes et le député à l'origine du dépôt de la proposition de loi antitabac ; une discussion organisée à l'occasion de la Semaine de l'allaitement maternel en collaboration avec la Coalition ougandaise de la société civile, à laquelle ont participé 50 journalistes, nutritionnistes et représentants du cabinet du Premier Ministre ; une discussion avec 58 journalistes représentant l'ensemble des médias du district d'Arua – le plus grand centre urbain de la première région productrice de tabac – et des responsables locaux chargés de la santé et de l'agriculture au niveau des municipalités et des districts.

L'ensemble des activités énumérées ci-dessus ont permis de renforcer le message central en l'intégrant à tous les sujets de discussion abordés par les intervenants, aux supports promotionnels, aux publications sur les réseaux sociaux et à tous les autres supports et outils de communication.

Le 28 juillet 2015, le Parlement de l'Ouganda a adopté une loi antitabac ambitieuse, qui prévoyait notamment : l'interdiction de fumer dans tous les lieux publics ; des images de mise en garde couvrant 65 % des emballages ; une interdiction complète des pratiques publicitaires, promotionnelles et de sponsoring en faveur du tabac ; l'interdiction de vendre des cigarettes dans un rayon de 50 mètres autour des écoles, établissements de santé, cinémas, commissariats, prisons et de toute institution susceptible d'accueillir des enfants ; l'interdiction de vendre des produits du tabac à une personne de moins de 21 ans.

## ÉTUDE DE CAS 2.

### **Philippines : Mettre à profit une deuxième édition de l'enquête GATS pour lancer un appel à l'action en faveur du renforcement des politiques de lutte contre le tabagisme (mars 2017)**

En 2012, les Philippines ont adopté une loi de réforme fiscale (Sin Tax Reform Act) prévoyant l'augmentation des droits d'accise et la simplification de la structure de l'impôt sur les produits du tabac, jusqu'à l'adoption d'une taxe unitaire au mois de janvier 2017 et la mise en place d'une majoration annuelle de 4 %.

Les résultats de la seconde enquête GATS menée aux Philippines ont permis de mettre en évidence les effets de la réforme en affichant notamment une baisse de près de 20 % de la consommation de tabac chez les adultes entre 2009 et 2015, dates auxquelles ont été menées les deux enquêtes GATS.

Les stratégies de diffusion des résultats de la GATS-2 consistaient notamment à :

- Souligner la baisse considérable de la consommation de tabac chez les adultes, en la mettant sur le compte de la réforme.
- Organiser une grande conférence de presse pour annoncer les résultats de l'enquête et axer cette présentation sur des messages forts et des déclarations marquantes. Étaient notamment présents à cette conférence de presse le secrétaire au Ministère de la Santé, la sous-secrétaire au Ministère des Finances, le représentant de l'OMS aux Philippines, ainsi qu'une représentante de l'Unité économique de lutte antitabac au siège de l'OMS.
- Organiser tous les événements et supports de communication autour d'un ensemble de messages centraux destinés à attirer l'attention sur les mesures courageuses prises par le gouvernement pour lutter contre l'épidémie de tabac, tout en rappelant que des mesures supplémentaires restent nécessaires. La page suivante propose quelques exemples de citations issues de la conférence de presse illustrant les principaux messages





**Dr Paulyn Jean Rosell-Ubial,  
Secrétaire à la Santé**

« Nous devons maintenir et protéger les gains issus de la taxation du tabac, élargir la portée des politiques d'interdiction du tabac et renforcer nos mises en garde contre les dangers de la consommation de tabac. »

« Les mesures fiscales imposées depuis 2013 sur les produits du tabac ont rendu ces derniers plus coûteux et plus difficiles d'accès. Néanmoins, trop de Philippins consacrent encore une part importante de leur revenu mensuel à la consommation de tabac. »

« Nous avons encore beaucoup d'efforts à fournir au niveau national pour réduire et empêcher la consommation de tabac, en particulier chez nos concitoyens les plus défavorisés, qui sont aussi les plus touchés par les maladies liées à une consommation prolongée de ces produits. »



**Dr Gundo Weiler,  
Représentant de l'OMS aux Philippines**

« Bien que nous puissions nous réjouir de cette grande réussite, il nous faut encore redoubler d'efforts et renforcer les mesures qui ont déjà fait leurs preuves. »

« Les résultats exceptionnels mis en évidence par l'enquête GATS montrent que les Philippines font désormais partie des meilleurs élèves sur la scène internationale. Dans l'ensemble du Pacifique occidental et sur une aussi courte période, le pays affiche en effet un nombre record de personnes ayant arrêté de fumer. Je félicite chaleureusement le gouvernement philippin, ainsi que les Ministères de la Santé et des Finances, qui ont rendu possibles ces avancées. »



**Ma. Teresa Habitan,  
Secrétaire adjointe du ministère des Finances**

« Dans le même temps, la réforme fiscale a apporté une augmentation des fonds disponibles pour les programmes de santé. »

« Avec comme base la taxe de 32 milliards de pesos collectés en décembre 2012, 70,4 milliards de pesos ont été collectés en 2013 (1ère année de collecte de la « sin tax »), 75,5 milliards de pesos ont été collectés en 2014 ; et 100 milliards de pesos ont été collectés en 2015. »



**Dr Bungon Ritthiphakdee, Directeur général,  
Southeast Asia Tobacco Control Alliance (Alliance pour la lutte antitabac en  
Asie du Sud-Est, SEATCA)**

« La réforme fiscale mise en œuvre par les Philippines en 2012 offre un bel exemple aux autres pays. Les résultats de l'enquête GATS doivent encourager le gouvernement philippin à maintenir la taxe unitaire actuelle et à augmenter encore les taux, de manière à rendre les produits du tabac plus coûteux. »

Au mois de décembre 2017, le Congrès a adopté des dispositions dans le cadre d'un nouveau projet de réforme fiscale connu sous le nom de TRAIN et destiné à garantir une augmentation des droits d'accise sur le tabac relativement modeste, mais dépassant les 4 % prévus par la première *Sin Tax Reform Act*.

---

## ÉTUDE DE CAS 3.

### **Inde : Mettre à profit les données nationales et la publication des résultats d'une deuxième enquête GATS (GATS-2) pour orienter les politiques publiques nationales (juin 2017)**

En Inde, depuis 2003, les différents aspects de la lutte antitabac sont régis par la loi sur la cigarette et les autres produits du tabac, dite loi COTPA (Cigarettes and Other Tobacco Products). La population du pays – qui a signé en 2004 la FCTC – consomme une grande variété de produits du tabac avec ou sans fumée, tels que la bidî, la cigarette ou le gutka. Dans les différents États et districts indiens, la mise en œuvre des lois antitabac est facilitée par le Programme national de lutte antitabac, placé sous l'égide du Ministère de la Santé et du Bien-être familial.

L'Inde a mené sa première enquête GATS en 2009-2010. Les conclusions de la seconde enquête, menée en 2016-2017, ont révélé une diminution de 17 % de la consommation de tabac chez les adultes. La GATS-2 a permis de couvrir l'ensemble des 30 États indiens et deux territoires de l'Union, reflétant ainsi l'important engagement du gouvernement en faveur d'une meilleure appréhension de l'épidémie de tabac dans le pays et d'une meilleure surveillance des indicateurs de lutte antitabac. Les données ont finalement révélé des disparités entre États, aussi bien en matière de prévalence du tabagisme, de types de produits consommés que de niveau de mise en œuvre du Programme national de lutte antitabac.

En publiant les données de la GATS-2, le gouvernement avait pour objectif général de renforcer la capacité des autorités nationales et infranationales à mettre en œuvre des politiques et des programmes durables de lutte antitabac. Il s'agissait notamment de sensibiliser à la question du tabagisme les parties prenantes concernées ; d'offrir aux responsables du Programme national de lutte antitabac une plateforme destinée à évaluer leur performance, leurs réussites et leurs lacunes, que ce soit au niveau des États ou des districts ; de générer une couverture médiatique acquise et de gagner en visibilité, que ce soit à l'échelle du pays ou des États.

Pour atteindre ces objectifs, le gouvernement a choisi de procéder à la publication initiale d'une fiche d'information nationale sur l'enquête GATS, générant ainsi une importante couverture médiatique en amont des publications État par État. Cette publication initiale a ensuite laissé place à la publication des données des différents États, qui comprenait notamment des fiches d'information et s'appuyait sur une collaboration avec les autorités infranationales. La coopération entre les autorités et les différentes organisations a joué un rôle déterminant dans la réussite de cette publication, qui s'est avérée aussi stratégique que complexe. Cette collaboration reposait sur les points suivants (il est important de noter que ce plan prévoyant une publication échelonnée État par État faisait partie intégrante de la stratégie élaborée avant la mise en œuvre de l'enquête GATS) :

- Le leadership du Ministère de la Santé et du Bien-être familial, avec le soutien du bureau de pays de l'OMS en Inde pour la mise en œuvre de l'enquête.
- Des partenariats avec les cellules antitabac des États, l'ONG Voluntary Health Association of India, des organisations locales issues de la société civile et le Tata Institute of Social Sciences, organisme de mise en œuvre de la GATS-2.



- 
- Des événements organisés pour la publication des données et échelonnés, État par État, selon un calendrier adéquat.
  - Une stratégie de diffusion des données propre à chaque État, avec des événements organisés pour la publication des données et échelonnés, géographiquement, selon un calendrier adéquat.
  - Les États les plus performants ont partagé leur stratégie et les événements organisés pour la publication de leurs résultats afin d'en faire profiter les autres États et d'alimenter leur réflexion sur leur propre expérience.
  - Les événements organisés pour la publication des données ont fait intervenir les ministres de la Santé des États, de hauts fonctionnaires et plusieurs médias.
  - Les États ont organisé des tables rondes consacrées aux données en collaboration avec les autorités locales et municipales.
  - L'analyse des données a permis de repérer les lacunes et d'améliorer les stratégies de lutte antitabac à l'échelle des États.

La stratégie de lancement de la GATS-2 a connu un succès sans précédent et a fortement dynamisé la lutte antitabac à l'échelle du pays et des États. Parmi les conséquences positives de cette approche, on peut notamment citer : un engagement et une détermination politiques plus marqués de la part des responsables du Programme national de lutte antitabac ; des liens plus forts entre les responsables nationaux et étatiques du secteur de la santé et d'autres secteurs, ainsi qu'un soutien plus important des responsables étatiques au Programme national de lutte antitabac ; la sensibilisation de plus de 2 000 parties prenantes locales grâce aux activités organisées à l'échelle des États ; une couverture médiatique acquise de plus de 300 reportages nationaux et régionaux ; ainsi qu'une détermination nouvelle des États à planifier et à soutenir les stratégies de lutte antitabac.

Après la publication des données de l'enquête dans les grands États, le Ministère indien de la Santé a publié le rapport national et un ensemble de données destinées au grand public. Le rapport national a généré une nouvelle vague de couverture médiatique et une nouvelle prise de conscience concernant la nécessité de réduire la consommation de tabac. Le rapport national et l'ensemble des supports ont été distribués dans une boîte rappelant un paquet de cigarettes et recouverte à 100 % par des images de mise en garde.

# Foire aux questions sur l'enquête GATS

---



## En quoi consiste l'enquête GATS ?

L'enquête mondiale sur le tabagisme chez les adultes (GATS) est une enquête mondiale normalisée utilisée pour assurer une surveillance systématique du tabagisme chez les adultes et suivre les principaux indicateurs de la lutte antitabac. Il s'agit d'une enquête représentative à l'échelle nationale, menée auprès des ménages composés d'adultes de 15 ans ou plus, et reposant sur un protocole standard toujours identique qui permet de procéder à des comparaisons inédites entre pays et au fil du temps pour les pays où l'enquête est reconduite. L'enquête GATS est l'une des composantes du système mondial de surveillance du tabagisme (Global Tobacco Surveillance System, GTSS), lequel comprend également l'Enquête mondiale sur le tabagisme chez les jeunes (Global Youth Tobacco Survey, GYTS), les Questions sur le tabagisme à utiliser dans les enquêtes (Tobacco Questions for Surveys, TQS) et les Questions sur le tabagisme à utiliser dans les enquêtes auprès des jeunes (Tobacco Questions for Surveys of Youth, TQS-Youth).

## Quels sont les partenaires nationaux et internationaux de l'enquête GATS ?

Parmi les partenaires nationaux, on compte les Ministères de la Santé, principaux organismes de coordination de l'enquête GATS, ainsi que les organisations nationales de statistique ou des instituts de sondage réputés, chargés de sa mise en œuvre. Les partenaires internationaux comprennent l'Organisation mondiale de la Santé (OMS), les Centers for Disease Control and Prevention (CDC, États-Unis), l'Institut de santé publique Johns Hopkins Bloomberg (JHSPH), RTI International et la CDC Foundation.

## Pourquoi surveiller la consommation de tabac chez les adultes ?

Le tabagisme est la principale cause évitable de maladies et de mortalité précoces à travers le monde. La lutte antitabac exige le recours à un dispositif de surveillance efficace permettant de suivre les tendances en matière de prévalence, ainsi que d'autres indicateurs clés tels que les environnements non-fumeurs, les interdictions de publicité et le sevrage tabagique. Dans le domaine du tabagisme, la surveillance et le suivi sont des instruments de santé publique importants. Ils permettent d'accéder à des informations cruciales, propres à renforcer les programmes et les politiques de lutte antitabac, mais aussi à mesurer leur efficacité. « On ne maîtrise vraiment que ce que l'on peut mesurer ».

## Quels sujets l'enquête GATS aborde-t-elle ?

Le questionnaire principal de l'enquête GATS recueille différentes informations sur le milieu socioculturel, les habitudes en matière de consommation de tabac (tabagisme et tabac sans fumée), l'utilisation de cigarettes électroniques, le sevrage, le tabagisme passif, la situation économique, l'exposition aux médias de masse, ainsi que les connaissances, les mentalités et les perceptions des répondants relatives à la consommation de tabac. Des questions facultatives permettent également de couvrir d'autres sujets, tels que l'utilisation de produits de tabac chauffés.

## Que peut apporter l'enquête GATS au niveau national ?

Les pays disposeront de données représentatives à l'échelle nationale sur la consommation de tabac chez les adultes et sur les principales mesures de lutte antitabac. En outre, il sera possible de comparer les données recueillies par les différents pays ayant mis en œuvre l'enquête GATS ou au sein d'un même pays ayant participé plusieurs fois à l'enquête. Les résultats de l'enquête peuvent donc être utilisés pour mieux comprendre et comparer les différents modèles de consommation

## Foire aux questions sur l'enquête GATS

---

de tabac entre pays ou au sein d'un même pays, ce qui permettra de créer des programmes de lutte antitabac plus efficaces et de suivre leurs retombées. À long terme, l'enquête GATS fournira des informations détaillées sur diverses questions liées à la lutte antitabac, telles que le sevrage, le tabagisme passif, l'aspect économique, les médias, ainsi que les connaissances, mentalités et perceptions au sujet du tabac. Les pays auront également l'occasion d'intégrer le GTSS.

### Comment se situe l'enquête GATS par rapport à la Convention-cadre de l'OMS pour la lutte antitabac et au programme MPOWER ?

L'enquête GATS aide les pays à produire des données comparables aux niveaux national et international, une obligation qui leur incombe au titre de la Convention-cadre de l'OMS pour la lutte antitabac (FCTC). L'OMS a mis au point le programme MPOWER, un ensemble de mesures issues de la FCTC, visant à réduire la consommation de tabac :



**Monitor** (surveiller le tabagisme et les politiques de prévention)

**Protect** (protéger les personnes de la fumée du tabac)

**Offer** (proposer une aide au sevrage tabagique)

**Warn** (mettre en garde contre les dangers du tabac)

**Enforce** (appliquer les interdictions de publicité, promotion et parrainage du tabac)

**Raise** (augmenter les taxes sur le tabac)

### Quand les données de l'enquête GATS seront-elles rendues publiques ?

Les données de l'enquête GATS seront publiées après la finalisation du rapport national par le gouvernement central (Ministère de la Santé) au plus tard un an après la collecte et l'approbation des données par le Centre de coordination des données au CDC d'Atlanta, en Géorgie (États-Unis).

### À quelle fréquence l'enquête GATS est-elle renouvelée ?

Les pays sont encouragés à répéter l'enquête tous les quatre ou cinq ans.

### Quel est le rôle du Centre de coordination des données ?

Les CDC font office de Centre de coordination des données et de Centre de dépôt des données pour le GTSS. Le Centre de coordination des données assure la gestion des données, l'assurance qualité, la standardisation, le dépôt, mais également le partage, la publication et la diffusion des données. Le Centre de coordination des données garantit les aspects suivants :

- chaque pays est assuré que ses données recevront un traitement de qualité ;
- lorsqu'un pays participe plusieurs fois à l'enquête, il est assuré que l'analyse des tendances observées s'appuiera sur des procédures et pratiques statistiques fiables et cohérentes ;
- un processus coordonné permettra de mener des analyses standardisées, qui joueront un rôle important dans l'orientation et l'élaboration des politiques et programmes mondiaux de lutte antitabac.

# Foire aux questions sur l'enquête GATS

---



## **En quoi l'enquête GATS se distingue-t-elle des autres ?**

L'enquête GATS est une enquête indépendante et approfondie sur le thème du tabac, fondée sur un protocole standard immuable (questionnaire, plan d'échantillonnage, formation, collecte et gestion des données, assurance qualité, analyse des données et rédaction du rapport). Les données sont collectées à l'aide d'un ordinateur portable, dans le cadre d'un entretien en face à face. L'utilisation d'un ensemble de questions communes permettra d'améliorer la comparabilité des estimations à travers le temps et d'harmoniser ces estimations avec les résultats de la surveillance mondiale du tabagisme et des activités de suivi de la consommation de tabac.

## **Quelles conditions les pays doivent-ils remplir pour participer à l'enquête GATS et au système mondial de surveillance du tabagisme ?**

Pour pouvoir participer à l'enquête GATS, les pays doivent répondre aux exigences techniques et scientifiques décrites dans le protocole standard complet. Cela signifie que chaque pays doit soumettre sa proposition de questionnaire relatif à la consommation de tabac à l'approbation d'un comité d'examen de l'enquête GATS composé d'experts. Un comité d'examen de l'échantillon se chargera également d'étudier l'échantillon, la pondération de l'échantillon, les mesures d'assurance qualité, ainsi que le plan d'analyse des données obtenues.

## **Quelles démarches un pays doit-il entreprendre pour participer à l'enquête GATS ?**

Les pays intéressés par la mise en œuvre de l'enquête GATS doivent contacter le bureau régional de l'OMS ou les CDC.

## **Quel est le dispositif en place pour les pays qui financent eux-mêmes tout ou partie de l'enquête GATS et souhaitent intégrer le système mondial de surveillance du tabagisme ?**

Les pays peuvent choisir de financer eux-mêmes tout ou partie de la mise en œuvre de l'enquête GATS. Toutefois, pour pouvoir se réclamer officiellement du GTSS, les pays participants doivent répondre aux exigences techniques et scientifiques décrites dans le protocole standard complet de l'enquête. Chaque pays peut bénéficier d'une assistance technique, de l'examen de son protocole et de l'approbation d'experts en s'adressant à l'OMS et aux CDC.

## **En dehors de l'enquête GATS, quels sont les autres dispositifs dont disposent les pays pour suivre la consommation de tabac de leur population ?**

Le suivi systématique de la consommation de tabac par les pays du monde entier est encouragé par la mise à disposition d'un sous-ensemble normalisé de 22 questions tirées du questionnaire principal de l'enquête GATS, intitulé « *Questions sur le tabagisme à utiliser dans les enquêtes : sous-ensemble de questions essentielles tirées de l'enquête mondiale sur le tabagisme chez les adultes (GATS)* ». L'utilisation de ces questions permettra aux pays d'améliorer la comparabilité, à travers le temps, des estimations issues de leurs enquêtes nationales et d'harmoniser ces estimations avec les résultats de la surveillance mondiale du tabagisme et des activités de suivi de la consommation de tabac. Les pays peuvent ajouter aux enquêtes nationales existantes leur propre module de questions relatives au tabac et/ou y intégrer le sous-ensemble de 22 questions communes. Toutefois, en raison de différences méthodologiques, il est possible que les données collectées grâce à ce sous-ensemble ne produisent pas d'estimations comparables au niveau mondial.



## Annexe A : Plan de travail pour la publication des données de l'enquête GATS

Fiche d'information et résumé analytique - Calendrier de publication de l'échantillon									
Activités	Organisation et point de contact	Rôles et responsabilités	Nombre de mois avant publication						
			6	5	4	3	2	1	
<b>Finalisation de la fiche d'information et du résumé analytique</b>									
Décider si une traduction est nécessaire et, le cas échéant, ajuster le calendrier			■						
Vérifier l'exactitude des chiffres, du texte et de la traduction sur la première mouture			■						
Transmettre la version finale aux partenaires pour qu'ils la vérifient			■						
Fixer un délai pour les dernières vérifications			■						
Après vérification par les partenaires, opérer les changements requis									
Vérifier la version finale modifiée				■					
Obtenir la validation des Centers for Disease Control and Prevention (CDC, États-Unis) et des autorités publiques				■					
Si nécessaire, revoir la mise en page				■					
Imprimer la fiche d'information et le résumé analytique					■				
Expédier les supports vers le lieu de l'événement organisé pour la publication des données et transmettre des copies aux différents partenaires						■			
<b>Aspects logistiques de l'événement organisé pour la publication des données</b>									
Choisir un format pour la publication - Fiche d'information - Fiche d'information + résumé analytique - Fiche d'information + résumé analytique + rapport national			■						
Créer un groupe de coordination international comprenant le Ministère de la Santé, l'Organisation mondiale de la Santé (OMS), les organismes nationaux, Campaign for Tobacco-Free Kids et les CDC			■						
Réunir un comité national de planification chargé du soutien logistique et de la mise en œuvre			■						
Organiser une réunion de suivi de la planification par un comité chargé du soutien logistique et de la mise en œuvre				■					
S'efforcer de convaincre un haut responsable de présider la publication des données de l'enquête GATS				■					
Organiser des réunions officielles avec le Ministère de la Santé afin d'obtenir son approbation pour le rapport, la date de finalisation et assurer une couverture médiatique suffisante				■	■				
Confirmer la date de publication des données de l'enquête GATS					■				
Déposer le budget prévisionnel de l'événement (valable uniquement pour les financements externes)					■				
Organiser une réunion pour finaliser les messages et les stratégies, afin de garantir un soutien médiatique suffisant						■			
Élaborer un plan média - Expliquer aux journalistes en quoi consiste l'enquête GATS - Affiner les messages destinés aux médias - Répondre aux demandes d'entretien avec les porte-parole - Conférence de presse - Listes de diffusion et de médias à inviter - Réseaux sociaux - Si nécessaire, engager une agence de relations publiques - Adapter la communication aux médias étrangers ?						■			
Réserver le lieu où se déroulera l'événement						■			
Prévoir des intervenants clés, par exemple en envoyant des lettres d'invitation						■			
Prévoir la venue du personnel des CDC, par exemple en envoyant des lettres d'invitation						■			
Rédiger un ordre du jour							■		
Prévoir des activités postérieures à la publication des données								■	
Si nécessaire, préparer les discours des intervenants								■	
Préparer des sujets de discussion et des messages clés détaillés pour les intervenants								■	
Partager ces sujets de discussion et ces messages clés avec les principaux organisateurs								■	
Préparer un dossier de presse contenant les supports suivants : - Fiche d'information + résumé analytique - Communiqué de presse en [langue] - Messages clés et liste des publics visés								■	
Publier les contrôles logistiques des événements sur site									■

Publication de la fiche d'information et du résumé analytique de l'enquête GATS

Nom de la première personne à contacter au sujet du lancement initial de la publication des données :

Nom de la deuxième personne à contacter au sujet du lancement initial de la publication des résultats :

**WHO is revamping its digital presence.**  
Come and try our new website. [Go to new site](#)



**World Health Organization**  
Western Pacific Region

WHO Representative Office  
**Philippines**



[About WHO in the Philippines](#)
[Area of work](#)
[Health topics](#)
[Publications and information resources](#)
[Media centre](#)

## More than one million Filipinos have quit tobacco use

Joint DOH-DOF-WHO Press Release

**MANILA, 20 MARCH 2017** - The Philippine Department of Health (DOH) said on Monday/March 20 that a number of tobacco control interventions, particularly tobacco taxation has led to a significant drop in current smokers from 17 million (2009) to 15.9 million (2015). The Tobacco Tax Reform Law of 2012 was also called an "anti-cancer tax" that has a significant health outcome and has increased funds available for health.

"This figure represents a relative reduction of close to 20% of smokers or in simpler terms, one million Filipinos have quit tobacco use — the biggest decline we have seen in Philippine history, and we can do more to stop the suffering caused by this epidemic." Other measures that have contributed to the decline in smoking are graphic health warnings, local ordinances and advocacy of the health sector in strong partnership with civil society.

This notable reduction in tobacco use translates to a million Filipinos at lower risk for cancer, heart disease, asthma and chronic obstructive pulmonary disease, Philippine health officials said.

The 2015 Philippines' Global Adult Tobacco Survey (GATS) reported that currently only 15.9 Filipino adults currently smoked tobacco products — 40.3 among men and 5.1 % among women. Smoking among women declined by close to 50% - also a sign that measures to counteract smoking among women are working.

Health Secretary Paulym Jean Rosell-Ubial also said that the 2015 GATS shows that 3 out of 4 smokers in the Philippines wants to quit and that families and health providers should support Filipinos who want to get out of nicotine addiction. "We need to sustain and protect our gains in tobacco taxation, expand the scope of smoke-free policies and intensify our warnings against tobacco use."

Secretary Ubial expressed concern that while exposure to cancer-causing second hand smoke had declined significantly in public transport, government offices and workplaces — exposure to smoking in bars and nightclubs is as high as 86.2%, and in restaurants 33.6% - posing a threat to the health of non-smoking workers in bars, nightclubs and restaurants. She also warned families against going to restaurants where smoking is still allowed indoors, even in smoking designated areas — "second hand smoke circulates in any enclosed area, it is carcinogenic; therefore smoking designated areas in restaurants threaten the health of children and senior citizens, in particular", she added.

"The Philippines, as party to the WHO Framework Convention on Tobacco Control (FCTC) should comply with Article 9 of the Treaty that calls for a complete ban on smoking in public places. The Philippines has taken positive measures that led to the doubling of the prices of tobacco products and the imposition of strict labelling requirements on cigarette packs. In support of President Duterte's desire to replicate Davao City's strict enforcement of smoke-free policies 'we need to do more to prevent 87,000 annual deaths among Filipinos, which are more than the number of deaths due to HIV/AIDS, tuberculosis and malaria combined leading to an annual economic loss of approximately Php 188 billion from tobacco-related hospitalization and productivity losses', the Secretary added.

"The Department of Health stands firmly behind all initiatives that impose smoking bans in public places where non-smokers become unwillingly exposed to second-hand smoke. It is incumbent on both the national and local governments to protect the health of all Filipinos who choose not to be exposed to cancer-causing substances in second hand smoke." Secretary Ubial said.



Panel members of the press conference include Finance Assistant Secretary Maria Teresa Hacion, Health Secretary Paulym Jean Rosell-Ubial, WHO Philippine Representative Walter Gundo and Dr. Jean Tesche, of the WHO Headquarters Tobacco Control Economics Unit  
WHO/F. Luzon

[Share](#) [Print](#)



UHCA

# HEALTH UGANDA

This WordPress.com site is for media advocacy on health in Uganda



Uganda Health Communication Alliance

STRENGTHENING HEALTH COMMUNICATION IN UGANDA

[about us](#) / [resources](#) / [tobacco control campaign in uganda](#)

UHCA IN ACTION



Control the tobacco

UGANDA HEALTH COMMUNICATION ALLIANCE

Plot 16, Martyrs Way Ninda  
P. O. Box 30490 Kampala  
Uganda  
[www.healthuganda.org](http://www.healthuganda.org)  
+ 256-414-909-023  
Work: 9:00am - 5pm  
Days: Monday - Friday

FOLLOW UHCA BLOG VIA EMAIL

Enter your email address to follow UHCA blog and receive notifications of new posts by email.

## UGANDAN MINISTRY OF HEALTH TO LAUNCH GATS REPORT

July 3, 2014 by UGANDA HEALTH COMMUNICATION ALLIANCE (UHCA) in Uncategorized

This just in ...

The Ministry of Health and the Centre for Disease Control are set to launch the Global Adult Tobacco Survey on the 4th of July 2014. The event will be covered by local media and invited are also civil society and tobacco control advocates. We'll report soon on text sheets and data received at the launch.

Tags: Tobacco control tobacco in uganda UHCA

← Health ministry calls for increase in tobacco taxes
Over one million smokers in Uganda →

One response to "Ugandan Ministry of Health to launch GATS report"



**Beguma T R** July 3, 2014 at 1:40 pm Reply

This is very timely especially that the Tobacco Control Bill is before a committee of parliament.

Search

BLOGROLL

- Default
- Second hand smoke effect on you
- Tobacco bill debate
- Tobacco made expensive
- WHO asks government to raise taxes on cigarettes

META

- Register
- Log in



**Ministerio  
de SALUD**

**INVITACIÓN**

El Ministerio de Salud Pública tiene el agrado de invitar  
a la conferencia de prensa para la  
**“Difusión de los datos de la Encuesta Mundial de Tabaquismo en Adultos (GATS)”**.

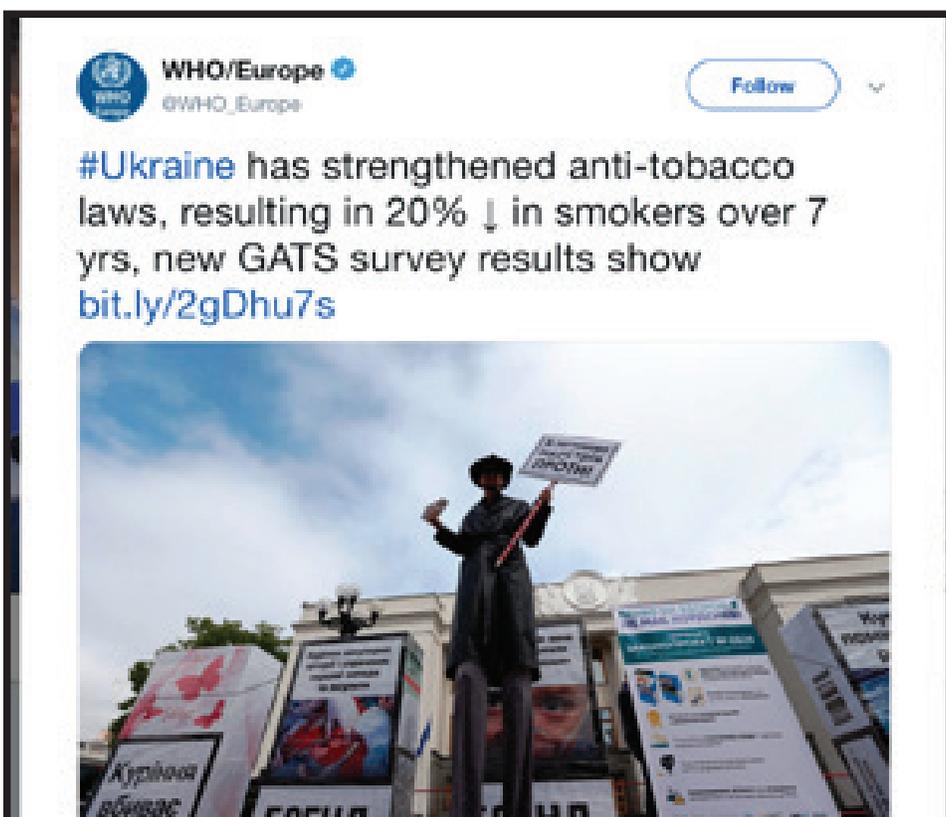
Participará el ministro de esta secretaría de estado  
Dr. Jorge Basso,  
representante de la OPS/OMS en Uruguay,  
Dr. Giovanni Escalante,  
la Directora del Instituto Nacional de Estadística y Censo,  
Ec. Laura Nalbarte y  
autoridades del Programa Nacional de Control de Tabaco,  
Dr. Enrique Soto y Dra. Ana Lorenzo.

Esperamos contar con su presencia.

**Fecha:** 16 de mayo de 2018  
**Lugar:** Sala de Sesiones MSP, 1er piso  
**Hora:** 10.00 hs.



Annexe E : Exemples de tweets sur l'enquête GATS



**Findings from the Global Adult Tobacco Survey - India**

2009-10 (Orange) | 2016-17 (Blue)

Category	2009-10 (%)	2016-17 (%)
Secondhand smoke in homes decreased	52.1%	38.7%
Adults who noticed health warning labels on packages of cigarettes increased	70.8%	83.0%
Adults who noticed any promotions of smokeless tobacco products decreased	8.8%	5.7%

cdc.gov/tobacco/global

---

**CDC Global**  
Like This Page · December 8, 2017 · 🌐

Data from the Global Adult Tobacco Survey show that India has improved on a number of key tobacco control measures. Learn more here: <http://bit.ly/2BUs0yZ>

18 | 1 Comment · 5 Shares

Like | Comment | Share

Most Relevant ▾

View 1 comment

Write a comment...

U.S. RESOURCES > GLOBAL ADVOCACY TOOLS ENGLISH >

f t
RESOURCES >

THE PROBLEM >
WHAT WE DO >
GET INVOLVED >
ABOUT US >

MEDIA >
BLOG
Q

TOBACCO UNFILTERED

## New Survey: Indonesia Has Highest Male Smoking Rate in the World

September 12, 2012

Indonesia has the highest male smoking rate among countries surveyed to date, according to results from the nation's first Global Adult Tobacco Survey (GATS) released today.

The survey underscored the scope of Indonesia's tobacco epidemic, which is fueled by cheap cigarettes, rampant tobacco advertising and weak government policies to reduce tobacco use. Smoking kills at least 200,000 people in Indonesia each year.

GATS is a standardized survey that has been conducted in 15 low- and middle-income countries with high rates of tobacco use. Highlights from the Indonesia survey include:

- Two-thirds of Indonesian males — 67 percent — smoke tobacco.
- 61 million Indonesians currently use tobacco, almost all of whom smoke tobacco.
- Among people who visit restaurants, 85.4 percent are exposed to tobacco smoke, while among those who use public transportation, 70 percent are exposed.
- Almost all adults (82.5 percent) reported seeing cigarette advertising or promotions in the last month, far exceeding exposure levels from any other country surveyed.
- Nearly 60 percent of current smokers plan to or are thinking about quitting; however, only 10.5 percent plan to quit within the next 12 months.
- Overall, four in five Indonesians believed that smoking causes serious illness (86.0 percent), specifically heart attacks (81.5 percent) and lung cancer (84.7 percent). However, knowledge of other specific illnesses caused by smoking was low: premature birth (49.5 percent), stroke (45.5 percent) and chronic obstructive pulmonary disease (36%).

An [Associated Press story](#) on the survey results describes the unrestrained tobacco marketing causing this epidemic: giant billboards promoting cigarettes, commercials on television and before movies in theatres, and tobacco industry sponsorship of sporting events and concerts. Many countries prohibit such marketing, but it is still allowed under Indonesia's lax laws.

"We have failed in protecting our people," Indonesian Health Minister Nafisah Mboli told the AP. "We have been defeated by the tobacco industry... we don't want this, we cannot accept this because our job is to protect people from cigarettes."

The survey report calls on Indonesia to take swift action and implement proven tobacco control policies to reduce tobacco's deadly grip on the country. Indonesia is the only country in Southeast Asia that has not signed the World Health Organization Framework Convention on Tobacco Control, the world's first public health treaty. The treaty requires ratifying countries to implement evidence-based measures to reduce tobacco use and exposure to secondhand smoke.

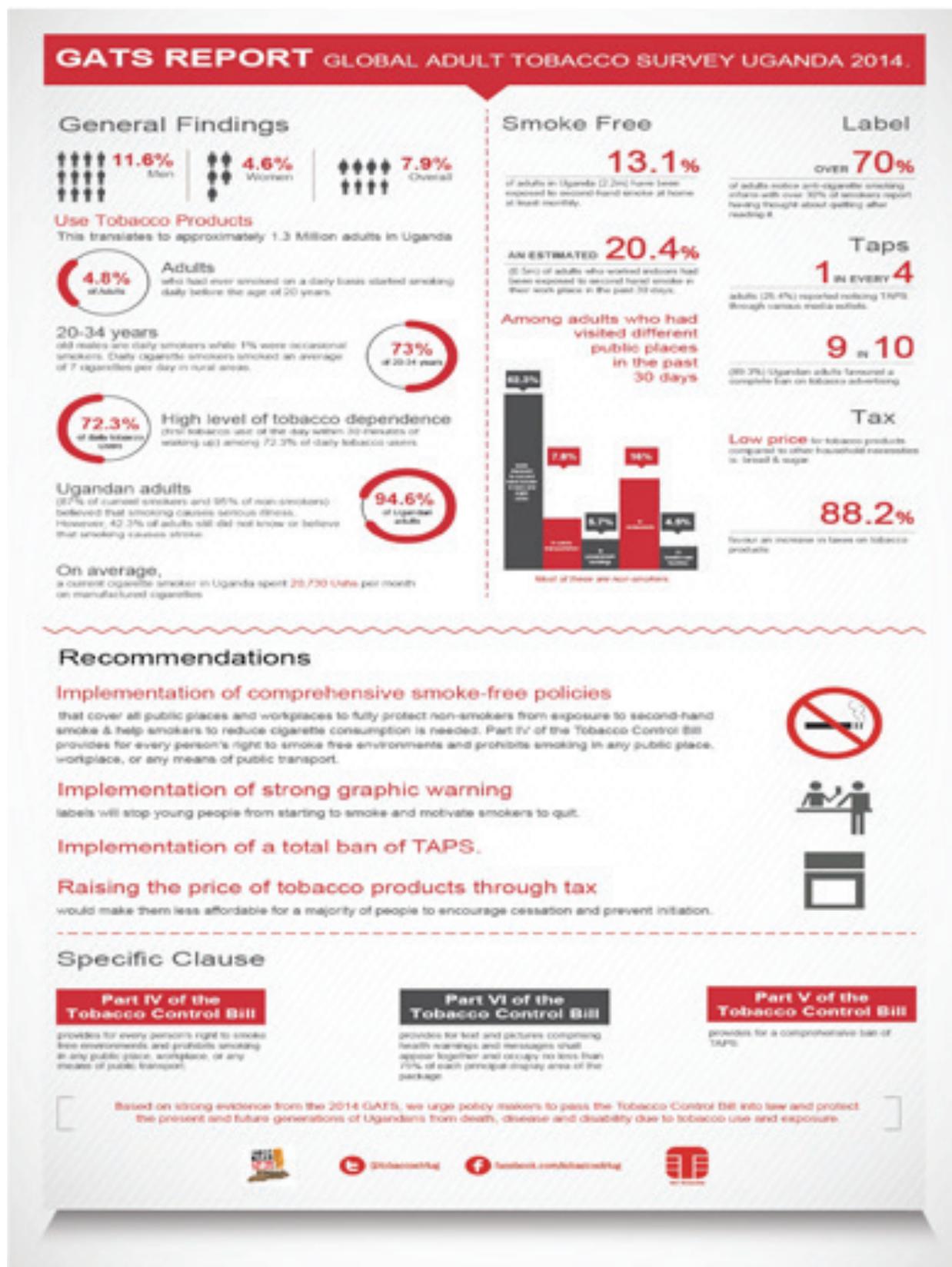
Download a [fact sheet summarizing the Indonesia survey](#).

### About this blog

We blog news and information about the global movement to reduce tobacco use and its devastating toll.

We expose the tobacco industry's deceitful practices and chronicle the work of advocates in the United States and around the globe who are battling the world's leading cause of preventable death.

[COMMENTS? FEEDBACK? >](#)







## Enquête mondiale sur le tabagisme chez les adultes (GATS)