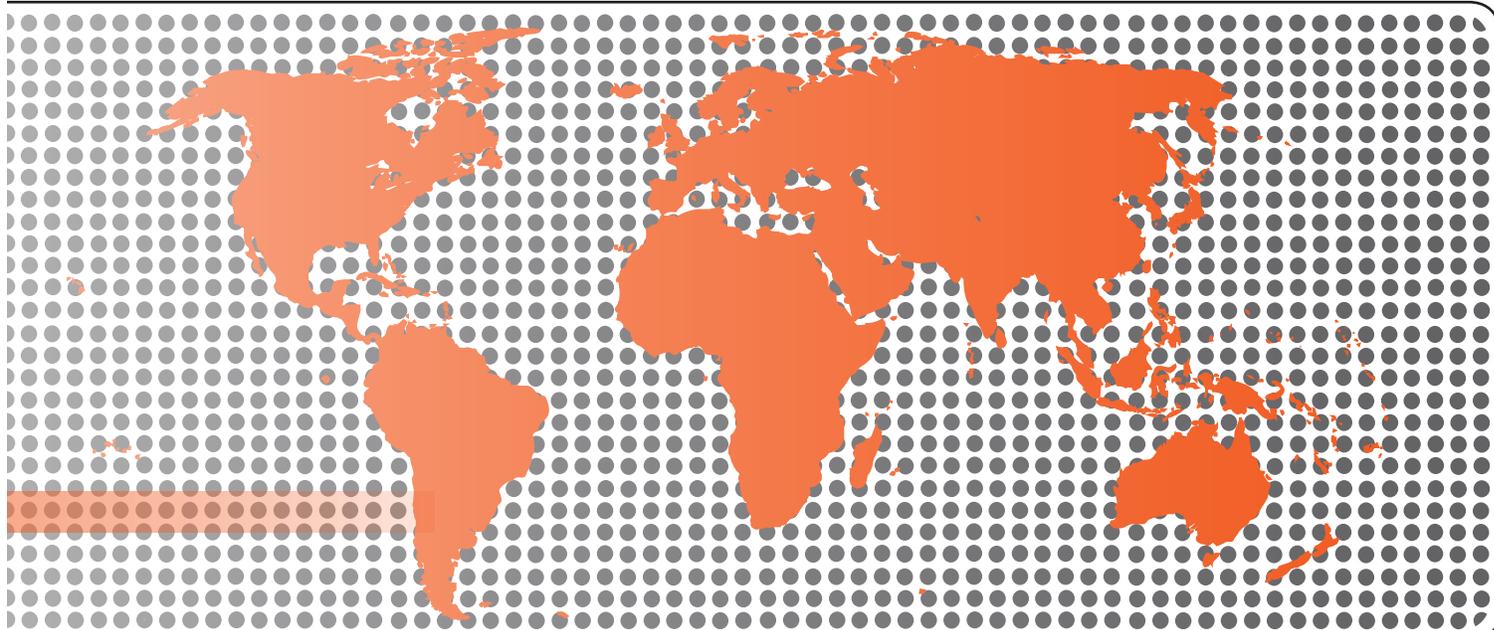


GTSS Global Adult Tobacco Survey (GATS)



Diffusion des données: Directives pour la publication initiale des données



**L'Enquête mondiale sur le tabagisme chez
l'adulte (GATS)
Diffusion des données : Directives
pour la publication initiale des
données**

Version 2.0
Novembre 2011

Enquête mondiale sur le tabagisme chez l'adulte (GATS) Protocole standard complet

.....

Questionnaire GATS

Questionnaire principal contenant les questions facultatives
Spécifications question par question

Modèle d'échantillon d'une enquête GATS

Manuel de conception de l'échantillonnage
Manuel de pondération de l'échantillon

Mise en application sur le terrain d'une enquête GATS

Manuel de l'enquêteur de terrain
Manuel du superviseur de terrain
Manuel de cartographie et listage

Gestion des données de l'enquête GATS

Guide du programmeur du système général de l'enquête
Spécifications de programmation du questionnaire principal
Plan d'application de la gestion des données
Guide de formation à la gestion de données

Assurance qualité GATS : Directives et documentation

Kit d'analyse et de rapport d'une enquête GATS

Modèle de fiche d'informations
Rapport national : Plan et ligne directrices relatives aux tabulations
Définitions des indicateurs

Publication et diffusion des données d'une enquête GATS

Politique de diffusion des données
Diffusion des données : Directives pour la diffusion initiale des données

Questions sur le tabagisme destinées aux enquêtes : Un ensemble de questions clés, tiré de l'enquête mondiale sur le tabagisme chez les adultes (GATS)

Citation proposée

Campagne pour enfance sans fumée. *Enquête mondiale sur le tabagisme chez l'adulte (GATS) Diffusion des données Directives pour la publication initiale des données, Version 2.0 2011.*

Remerciements

Organismes participant à l'enquête GATS

- Campaign for Tobacco Free Kids
- Centers for Disease Control and Prevention
- CDC Foundation
- International Union Against Tuberculosis and Lung Disease
- Johns Hopkins Bloomberg School of Public Health
- RTI International
- University of North Carolina Gillings School of Public Health
- Organisation mondiale de la Santé
- World Lung Foundation

Soutien financier

La réalisation de ce manuel est soutenue financièrement par l'Initiative Bloomberg de lutte contre le tabagisme (Bloomberg Initiative to Reduce Tobacco Use), un programme de Bloomberg Philanthropies, par le biais de la Fondation CDC.

Clause de non-responsabilité : Les opinions exprimées dans ce manuel ne sont pas nécessairement celles des organisations participant à l'enquête GATS.

Sommaire

Chapitre	Page
Introduction	1
Enquête mondiale sur le tabagisme chez l'adulte (GATS)	1
Planification de la publication des données de la GATS	3
Étape 1 : Clarification de l'objectif de diffusion des données de la GATS	3
Étape 2 : Création de partenariats	4
Étape 3 : Publication officielle des données de la GATS	6
Conclusion	10
Annexe A : Fiche d'informations du pays	11
Annexe B : Foire aux questions GATS	14

Introduction

L'Enquête mondiale sur le tabagisme chez l'adulte (Global Adult Tobacco Survey - GATS) est conçue pour observer la consommation de tabac chez l'adulte et un large éventail d'indicateurs clés de la lutte antitabac. En tant qu'outil de surveillance, la GATS augmente la capacité de chaque pays à concevoir, mettre en œuvre et évaluer les programmes de lutte antitabac. Dans la plupart des pays, le Ministère de la santé (MS) sera responsable de la diffusion initiale des données de la GATS. Ce document a pour objectif d'assister le Ministère de la santé dans ses efforts de diffusion de la GATS.

Les partisans de la lutte antitabac trouveront de nombreuses manières d'utiliser les données alors qu'ils travaillent à l'adoption et à la mise en œuvre de politiques efficaces de lutte antitabac. Ainsi, ils trouveront un intérêt accru dans ce que les données de la GATS soient largement diffusées et comprises. En tant que partenaires, les partisans de la lutte antitabac peuvent jouer un rôle important dans les efforts de diffusion faisant suite à la publication initiale des données. Des composantes supplémentaires pertinentes pour les partenaires concernant la diffusion des données sont abordés dans un document adjoint, *Utilisation des données de la GATS pour soutenir la lutte antitabac : Directives pour les partenaires*.

Les directives et recommandations proposées dans ce document devrait être considérées comme générales. Lors du travail de développement d'une approche pour la diffusion des données dans un pays, il est conseillé et recommandé d'adapter ces directives à la culture et au contexte dans lequel elles sont utilisées.

Enquête mondiale sur le tabagisme chez l'adulte (GATS)

La GATS est la plus récente des composantes du Système mondial de surveillance du tabagisme (Global Tobacco Surveillance System - GTSS) qui évalue aussi la consommation de tabac parmi les jeunes, les personnels scolaires et des professions de la santé. La GATS est une enquête conduite auprès de foyers représentatifs au niveau nationale de personnes de 15 ans et plus. Le système enregistre l'historique, l'usage du tabac (avec ou sans fumée), l'arrêt du tabac, le tabagisme passif, le contexte économique, l'exposition à la publicité et à la promotion, et les connaissances, l'attitude et la perception envers la consommation de tabac des personnes interrogées. Il aide aussi certains pays à remplir leurs obligations envers la Convention-cadre pour la lutte antitabac (Framework Convention on Tobacco Control - FCTC) de l'Organisation mondiale de la Santé (OMS) pour générer des données comparables au sein et entre les pays.¹

Les données générées par la GATS permettent aux pays d'avoir une compréhension claire de :

- la nature, magnitude et distribution du tabagisme dans le pays
- des connaissances, de l'attitude et des perceptions qui influencent la consommation de tabac ; et
- le contexte/environnement qui influence la consommation.

¹ La Convention-cadre pour la lutte antitabac de l'Organisation mondiale de la santé (World Health Organization Framework Convention on Tobacco Control - WHO FCTC) est un traité adopté en 2003 qui a pour objectif de « protéger les générations présentes et futures des effets économiques, environnementaux, sociaux et sanitaires dévastateurs résultant du tabagisme et du tabagisme passif. L'OMS CCLAT (WHO FCTC) fournit un cadre de mesures régionales, nationales et internationale pour la lutte antitabac, y compris la définition de limites générales quant à la production, vente, distribution, publicité, imposition et politique gouvernementale envers le tabac.

La GATS apporte des éléments quantifiables des modes consommation du tabac au sein de la population adultes. De telles informations permettent au pays de faire des projections quant aux conséquences économiques et sanitaires liées au tabagisme. La possibilité d'utiliser les données de la GATS pour anticiper les problèmes liés au tabagisme fait de la GATS un outil puissant pour démontrer l'urgence d'une action forte afin de prévenir et réduire le tabagisme.

Comme les données de surveillance de la GATS enregistrent les facteurs contextuels qui influencent le tabagisme, les données de la GATS peuvent être utilisés pour décider de stratégies en vue d'une diminution du tabagisme. Une fois les interventions de diminution du tabagisme mises en œuvre, la GATS peut être utilisée pour suivre l'efficacité de ces intervention et ajuster les stratégies quand besoin est. Avoir accès à des données organisées et exactes améliora la planification de la prévention du tabagisme et augmentera l'efficacité générale des efforts de réduction du tabagisme et ces conséquences négatives.

L'OMS a développé MPOWER, un programme d'assistance technique composé de six politiques basées sur des éléments de preuve, avec pour objectif d'inverser l'épidémie de tabagisme. Les six stratégies MPOWER sont :



Surveiller la consommation de tabac et les politiques de prévention

Protéger les personnes contre la fumée du tabac

Offrir une aide pour ceux qui veulent arrêter le tabac

Mettre en garde contre les dangers du tabagisme

Appliquer les interdictions de publicité, promotion et de parrainage du tabac,

Augmenter les taxes sur le tabac

En plus de ce manuel, les autres documents aidant au processus de diffusion comprennent :

- **Rapport national de la GATS** — Il détaille la pression exercé par le tabagisme sur le pays en terme de prévalence de la consommation, des tendances, des impacts économiques et sanitaires de la consommation, de politiques de lutte antitabac, de la méthodologie de la GATS, des résultats et conclusions clés et des recommandations pour agir. Ce document contient toutes les données de la GATS tirées de l'enquête nationale. Toute personne impliquée dans la planification et la diffusion des données devrait se familiariser avec le contenu de ce rapport.
- **Fiche d'information de la GATS** (Annexe A) — Cette fiche d'informations fournit une vue d'ensemble de l'enquête et des principales conclusions. Elle contient les grandes lignes des résultats de l'enquête sur le tabagisme, l'arrêt de tabac, le tabagisme passif, le contexte économique, les médias et les connaissances et attitudes face au tabagisme.
- **Foire aux questions** (Annexe B) — Ce document apporte des informations supplémentaires quant à la GATS et peut être utile pour répondre aux questions que vous pourriez recevoir de la part des médias et autres entités.
- **Utilisation des données de la GATS pour renforcer le soutien pour la lutte antitabac : Directives pour les partenaires** — Ce document joint se concentre sur la manière dont les

organisations partenaires peuvent aider à la diffusion et à l'utilisation des données de surveillance du tabagisme (à paraître).

- **Rapport de l'OMS sur l'épidémie mondiale de tabagisme, 2008 — le programme MPOWER** — présente la première analyse mondiale complète sur le tabagisme et les efforts de lutte antitabac et fournit aux pays un plan pour inverser l'épidémie mondiale de tabagisme dévastatrice qui pourrait tuer un milliard de personnes d'ici la fin de ce siècle. Ce rapport expose le programme MPOWER et est disponible à : <http://www.who.int/tobacco/mpower/en/>.

Planification de la publication des données de la GATS

En raison de leur potentiel d'influencer les efforts de la lutte antitabac, les stratégies de diffusion des données de la GATS devraient être soigneusement planifiées. Avant la publication initiale des données de la GATS, le Ministère de la santé, en tant qu'agence principale, devrait identifier les objectifs de la diffusion et identifier les partenaires de la lutte antitabac qui pourraient jouer des rôles importants dans les efforts de diffusion. Les sections ci-dessous ont pour objectif de dresser un plan d'action et de donner des directives sur ces éléments de la diffusion des données de la GATS ainsi que d'apporter des suggestions et outils pour la publication des données.

Étape 1 : Clarification de l'objectif de diffusion des données de la GATS

Point clé : L'objectif global de la diffusion des données est de souligner l'étendue du tabagisme dans un pays et de générer un soutien pour la politique de lutte antitabac parmi les publics clés.

La diffusion des données de la GATS prend racine dans la croyance qu'éduquer les publics clés quant à la nature de la consommation de tabac et à son impact sur la santé à long terme permet l'établissement ou l'amélioration des politiques antitabac qui adressent ces problèmes. C'est sur cette base que les activités de diffusion devraient se concentrer sur le partage d'informations concernant :

- **les données sur la consommation de tabac** — Cela inclut les données sur les comportements, les essais d'arrêt et l'exposition au tabagisme passif.
- **les données sur les attitudes, la connaissance et les facteurs de risque** — Cela inclut les données sur les attitudes face à la consommation de tabac, aux connaissances quant à la nocivité et à l'exposition aux autres facteurs de risque tels la publicité et l'accès facile aux produits tabac.
- **les solutions politiques apportées aux problèmes sanitaires liés au tabac** — Les efforts de diffusion des données devraient inclure des informations sur les politiques de lutte antitabac efficaces pour réduire le tabagisme telles que celles recommandées par le modèle MPOWER.

Afin d'optimiser l'utilisation des données de la GATS, il est essentiel que les individus impliqués dans le développement et la mise en œuvre des objectifs et programmes de lutte antitabac pour leur pays se familiarisent avec les données et les conclusions clés et réfléchissent à la manière dont les données renforcent la lutte antitabac. Toutes conclusions considérées comme non concluante ou discutable devront être traitées avec prudence, et seules les données concluantes et solides devraient être mises en

avant lors de la diffusion des données. Toutes données non concluantes devraient être mentionnées comme telles.

Les données de la GATS peuvent être publiées par étapes en tant qu'efforts constants pour, à la fois, développer un soutien pour la lutte antitabac dans le temps et pour souligner un besoin spécifique des efforts de lutte antitabac à un moment particulier dans le temps. Pour tirer avantage au maximum des opportunités potentielles, le Ministère de la santé devraient envisager le développement d'un plan de diffusion couvrant une période de 12 à 24 mois et qui inclut une phase des publications échelonnées des données. Les objectifs de diffusion devraient être établis pour différentes phases de publication.

Par exemple, le Ministère peut concentrer ses efforts de diffusion initiale sur les données prédominantes et les conclusions clés pour chaque sujet de manière à présenter une vue d'ensemble de la lutte antitabac dans le pays. Dans ce cas, l'objectif initial peut être d'éduquer les publics clés sur l'étendue du problème et le besoin de mise en place de politiques de lutte antitabac fortes telles que celles énoncées dans le programme MPOWER. Plus tard, le Ministère de la santé et/ou ses partenaires dans la lutte antitabac peuvent publier des données plus détaillées qui soutiennent le besoin d'une politique de lutte antitabac spécifique. Par exemple, si l'interdiction de fumer est une possibilité, éduquer les législateurs quant aux conséquences du tabagisme passif devrait être identifié comme un objectif de diffusion des données et les données sur le sujet devraient être au centre de la phase de diffusion suivante.

Étape 2 : Création de partenariats

Point clé : Une diffusion efficace des données requiert la création de partenariats avec des organisations ou individus qui peuvent élargir le champ de la diffusion et améliorer l'efficacité générale des efforts de communication.

Dans la plupart des pays, la principale agence chargée de la diffusion des données de la GATS est le Ministère de la santé. Dans quelques pays, ce rôle revient à une organisation non gouvernementale (ONG). Quel que soit l'agence chargée de ce rôle, les efforts de diffusion devraient faire intervenir les organisations et les experts qui ont aidé au développement des instruments de la GATS et au programme de recueil des données. Ce programme devrait aussi incorporer des partenariats avec d'autres groupes qui partagent des objectifs similaires ou connexes. Ces partenariats amélioreront et élargiront les efforts de diffusion en « ouvrant les portes » de la communication au sein de leurs propres constituants ainsi qu'avec les publics clés.

Les associations de défense du secteur de la santé sont des partenaires potentiels indéniables puisqu'elles sont vraisemblablement compétentes pour l'amélioration de la santé publique et possèdent un haut niveau de crédibilité parmi les publics visés. Ces associations peuvent inclure des associations de lutte contre le cancer, et des associations sur les maladies respiratoires et de protection de l'enfance. Comme ces partenaires comprennent l'importance de la lutte antitabac, ils peuvent être plus enclins à la participation aux activités de diffusion. La plupart des agences gouvernementales et autres agences sanitaires ont des liens avec des associations de défense de la santé, aussi il ne devrait pas être difficile de faire appels à leurs services.

Alors que les partenaires potentiels sont identifiés, le Ministère de la santé devrait identifier le rôle que chaque partenaire peut jouer pour soutenir l'/les objectif/s de diffusion. Des partenariats efficaces ou importants sont définis par des rôles clairs pour chaque partenaire et ces rôles devraient être complémentaires. Par exemple, il peut être inapproprié pour le Ministère de la santé (agence gouvernementale) d'avoir un rôle de défense fort. Cependant, une organisation de défense de la santé publique partenaire peut assumer le rôle de défense et appeler à agir. On devrait aussi s'attendre à ce que chaque partenaire engage leurs propres composantes et qu'il tire avantage de leurs partenariats existants et réputation pour soutenir les initiatives de lutte antitabac qui résultent de la diffusion des données de la GATS. Par exemple, si un partenaire a une influence considérable sur un législateur, le partenaire devrait organiser des réunions avec ce législateur. Ou, si un partenaire est connu du public, il peut être approprié de faire appel à ce partenaire pour obtenir le soutien du public dans la lutte antitabac.

Partenaires potentiels

Ministère de la santé
Ministère de l'éducation
et Ministère des
finances

Organisations et
professionnels
des soins de santé

Associations de
défenses des patients
et des soins de santé

Les partenaires peuvent aussi opérer, avoir accès ou produire des listes d'e-mails, des sites web ou des publications qui pourraient être utiles aux efforts de diffusion. Connaître la manière dont un partenaire peut assister dans le travail de diffusion indiquera aussi si ce partenaire doit avoir accès à une formation ou si une assistance quelconque peut l'aider à effectuer ses tâches au mieux ou s'il a tout simplement besoin de peu ou d'aucune aide,

Une fois que l'on comprend comment chaque partenaire potentiel pour remplir le(s) objectif(s) de diffusion, des représentants du Ministère de la santé devraient rencontrer les partenaires potentiels pour leur expliquer ce qu'est la GATS, demander leur implication et obtenir leur engagement dans cet effort. Ces réunions devraient inclure des discussions sur :

- 1) les objectifs de la GATS et son histoire dans le pays ;
- 2) les conclusions des données clés de la GATS ;
- 3) les objectifs de diffusion des données de la GATS et pourquoi ils sont importants ;
- 4) comment un partenariat bénéficierait à la mission de l'organisation ; et
- 5) comment le rôle du partenaire est envisagé.

Lors de ces réunions, suffisamment de temps devra être imparti pour permettre à l'organisation partenaire potentielle de poser des questions, et pour que l'on puisse répondre à ses inquiétudes et suggestions.

Une fois qu'un partenariat est établi, il est conseillé de faire connaître au public et lors de réunions ultérieures que l'existence de partenariat, quand approprié.

Veillez vous référer au document joint, *Utilisation des données de la GATS pour soutenir la lutte antitabac : Directives pour les partenaires*, pour obtenir de plus amples informations sur les rôles potentiels des partenaires, les outils de planification et les modèles pour les supports de diffusion

Étape 3 : Publication officielle des données de la GATS

Point clé : Les données de la GATS devraient être officiellement publiées de manière à attirer l'attention des médias et des législateurs.

Le travail de diffusion des données de la GATS devrait commencer par la publication officielle des données de la GATS. Cette publication officielle devrait viser principalement les médias, les législateurs et les décideurs. La préparation d'un tel événement devrait demander une attention particulière de planification d'avant événement et de suivi. Les partenaires devraient être stratégiquement impliqués afin de s'assurer que l'attention des législateurs concernant le tabagisme, ses conséquences sur la santé et le besoin d'une lutte antitabac ne retombe pas dans les semaines et les mois suivants la publication.

Le Ministère de la santé (ou l'organisation chargée de la GATS) devrait penser à organiser une conférence de presse pour annoncer les conclusions de la GATS. Les conférences de presse ont le potentiel d'atteindre un large public car des journalistes de différents médias y sont invités. Comme la GATS est la première enquête de son genre dans le pays et fait partie d'une initiative internationale et internationale, une conférence de presse sur la GATS a toutes les chances d'être considérée d'intérêt médiatique et d'attirer les journalistes.

Préparation de la conférence de presse

La préparation de la conférence de presse pour la publication des données de la GATS se concentrera sur le contenu et le déroulement de la conférence. Cela inclut la préparation des messages, l'identification des intervenants, l'avis à la presse, la préparation des informations pour la presse et la publication des informations sur Internet.

- **Messages et déclarations** — Le public le plus important pour conférence de presse de la GATS sera composé des législateurs et des décideurs. Par conséquent, les messages et les déclarations spécifiques délivrés pendant la conférence devront être soigneusement étudiés. Les messages ne devront pas seulement souligner un problème, mais ils devront aussi attirer l'attention sur sa solution. En tant qu' « appel à l'action », les déclarations de conférence de presse devraient être claires et concises, connectées avec le public visé et appeler à agir. Il n'est pas rare qu'une personne soit chargée d'ébaucher les déclarations de la conférence de presse de manière à ce qu'un thème et des messages cohérents soient manifestes parmi tous les intervenants. Bien entendu, les déclarations préparées devront être partagées avec les intervenants bien avant la conférence de manière qu'ils se familiarisent avec les informations.
- **Intervenants** — Les intervenants devraient non seulement être confortables devant la presse, mais ils devraient aussi avoir une bonne connaissance de la GATS et être crédibles auprès des législateurs. Dans certains pays, il peut être bon que les partenaires interviennent lors de la conférence de presse afin de souligner le message d'« appel à l'action » pour mettre en perspective et apporter une crédibilité enracinée dans une expérience personnelle des maladies liées au tabac. Qu'importe qui sont les intervenants, ils doivent comprendre l'importance de rester concentré et sur le sujet pendant la conférence de presse. C'est-à-dire, lorsqu'ils répondent aux questions, ils doivent rester vigilants et répéter les messages clés et rediriger les questions hors-sujet vers les messages principaux. Les intervenants aiment souvent avoir la chance de participer à une répétition de conférence de presse.

- **Notification de la presse** — Un avis aux médias alertera les médias de la conférence de manière succincte. L'avis doit spécifier ce qui va se passer, qui sera présent, l'importance, la date et le lieu de la conférence. Deux semaines avant la conférence de presse de la publication des données de la GATS, un avis aux médias devrait être envoyé aux différents médias via e-mails ou courrier postal.

Il est conseillé de suivre l'avis aux médias d'un appel téléphonique dans les deux jours précédents la conférence de presse afin d'encourager les journalistes à venir. Un communiqué de presse devra être publié le jour même de la conférence.

Un communiqué de presse est une déclaration écrite adressée aux membres des médias qui annoncent la nouvelle et qui encourage les journalistes à couvrir l'événement. Ayant plus ou moins la forme d'un article. Il devra inclure l'historique des informations de la GATS, les conclusions clés et des déclarations. Le communiqué de presse concernant les conclusions de la GATS devra être publié le jour de la conférence de presse.

- **Kits média** — Les kits média incluent des informations sur l'historique pour rendre le travail de couverture de l'événement plus facile pour les journalistes. Pour la conférence de presse GATS, le kit média devrait inclure les informations de base sur l'enquête, les fiches de renseignements pertinentes, le communiqué de presse de la conférence de presse, une biographie succincte des intervenants, une copie des discours des intervenants, des statistiques et graphiques, des informations sur les politiques efficaces de lutte antitabac et les coordonnées pour toute demande d'informations complémentaires.
- **Publication des informations sur Internet** — En même temps que la conférence de presse GATS, les données devraient être publiées sur le web. Le Ministère de la santé est bien placé pour publier les informations concernant les conclusions de l'enquête sur son site web. Au minimum, le site web du Ministère de la santé devrait publier le rapport national et les fiches de renseignements nationales, le WHO FCTC et le rapport de l'OMS de 2008 sur l'épidémie mondiale de tabagisme qui présente le programme MPOWER. Toutes les informations devraient être prêtes à être publiées sur le site du Ministère de la santé le jour de la conférence de presse.

Finalement, lors de la préparation de la conférence de presse, les organisateurs doivent penser aux détails pratiques, visuels et logistiques. Les organisateurs devraient s'assurer de/d' :

- organiser la conférence de presse à une date/heure, lieu et d'une durée qui conviennent aux journalistes.
- inclure des effets visuels intéressants visibles, surtout pour la télévision, tels que des logos à l'arrière-plan, des accessoires et bannières ou encore des photographies agrandies.
- avoir une table pour les kits média et une feuille d'émargement pour les journalistes.
- dire aux participants et personnels d'arriver sur les lieux de la conférence de presse bien en avance.

Contenu du kit média de la conférence de presse GATS

Fiche d'informations sur la GATS

Fiche d'informations nationale de la GATS

1- liste d'une page des conclusions clés de la GATS liés à l'objectif de la conférence

Copies des discours préparés des intervenants

Biographie succincte des intervenants (1 paragraphe)

Coordonnées pour la GATS

L'outil de planification de la conférence de presse à la page suivante aidera à l'organisation et gestion des principaux détails qui permettent la réussite d'un tel événement.

Modèle de planification pour la conférence de presse

Tâche de publication des données	Responsabilité	Echéance
Déterminer les messages clés pour la conférence de presse		
Déterminer la date/heure et lieu de la conférence de presse		
Identifier les intervenants et s'assurer de leur participation (4 au maximum)		
Travailler avec les partenaires pour déterminer la série d'activités suivant la conférence de presse		
Ébaucher les discours et les partager avec les intervenants et donner la chance à ces derniers de répéter leur discours et de répondre à des questions		
Déterminer et créer les éléments visuels pour la conférence de presse		
Préparer les conclusions des données de la GATS et autres informations pour les publier sur Internet		
Préparer et envoyer l'avis aux médias deux semaines avant la conférence de presse		
Préparer les kits médias		
Préparer et envoyer le communiqué de presse 24 heures avant la conférence de presse		
Dire aux intervenants et aux personnels quand arriver sur le lieu de la conférence de presse		
Publier les conclusions de la GATS sur Internet		
Nommer une personne chargée de la liaison avec les média pour répondre aux questions suite à la conférence de presse		
Conduire une conférence de presse		

Suivi de la conférence de presse

La conférence de presse marque uniquement le début de la diffusion des données de la GATS. Il est important que les législateurs et les décideurs continuent d'entendre parler des problèmes liés au tabagisme et des conséquences sanitaires et de leur rappeler qu'ils ont le pouvoir de faire quelque chose pour éviter ces problèmes.

Après la publication des données de la GATS, le Ministère de la santé devrait effectuer un suivi auprès a) des médias, b) des partenaires dans la lutte antitabac, et c) des législateurs.

- **Média** — De son côté, le Ministère de la santé devrait être prêt à répondre aux questions concernant les conclusions de la GATS ou sur la lutte antitabac une fois la conférence de presse terminée. C'est une bonne idée d'avoir une personne nommée au sein du Ministère responsable de répondre aux questions qui peuvent être posées dans le futur ou pour mettre en contact les journalistes avec les personnes du Ministère qui peuvent répondre aux questions. Comme toujours, quand des questions sont posées, l'intervenant devrait répondre de manière à ce que sa réponse garde le public concentré sur le message principal de l'effort de diffusion.
- **Partenaires de lutte antitabac** — Dans certains pays il peut être inapproprié pour les agences gouvernementales et officiels de faire pression pour que des mesures plus fortes soient prises en matière de lutte antitabac. Cependant, ce rôle peut être imparti aux organisations partenaires. Aussi, cela peut être une bonne idée d'inclure les partenaires non seulement dans la planification et la mise en œuvre de la conférence de presse, mais aussi dans les activités de suivi. Le document joint, *Utilisation des données de la GATS pour renforcer le soutien pour la lutte antitabac : Directives pour les partenaires*, décrit ce que les organisations partenaires peuvent proposer comme activités de suivi de la conférence de presse de diffusion de la GATS. Certaines de ces activités pourraient inclure des lettres aux éditeurs des médias, participer aux réunions des comités de presse des journaux pour encourager la couverture des problèmes de tabagisme et l'écriture d'articles d'opinion sur la lutte antitabac.
- **Législateurs** — Les représentants du Ministère devraient aussi organiser des réunions avec des officiels d'autres agences gouvernementales après la conférence de presse de manière à fournir des rapports plus complets sur les conclusions de la GATS. Décider avec quels individus/agences se réunir devrait être basé sur le pouvoir ou l'influence qu'ils/elles ont sur les politiques de lutte antitabac. Le Ministère devra aussi se poser la question de savoir si les partenaires dans la diffusion devraient aussi participer à ces briefings. Le document joint, *Utilisation des données de la GATS pour renforcer le soutien pour la lutte antitabac : Directives pour les partenaires*, donne des informations quant à la préparation de ces réunions.

Conclusion

Les efforts de lutte antitabac efficaces dans le monde ont conduit à des stratégies et campagnes soigneusement étudiées pour stimuler l'action. La diffusion des données de la GATS jouera un rôle critique dans tout effort de changer la politique de lutte antitabac dans les pays dans lesquels des données ont été recueillies. Mais les données seules ne sont pas suffisantes pour améliorer la lutte antitabac. Une diffusion des données de la GATS est ancrée dans l'énonciation d'objectifs clairs et requiert le ralliement de partenaires pour aider à communiquer des messages importants auprès des publics clés qui ont le pouvoir, l'autorité et l'influence de changer la politique de lutte antitabac.

La diffusion des données de la GATS par les Ministères de la santé est essentielle dans le changement des politiques de lutte antitabac dans le monde. Nous espérons que les informations et directives fournies dans ce document aideront à l'information de la publication initiale des données de la GATS et fourniront une base pour poursuivre le travail de diffusion.

Si vous souhaitez obtenir de l'aide quant à la diffusion de vos données de la GATS et dans les efforts de communication, veuillez contacter la Campagne « Enfance sans fumée » par e-mail à : info@tobaccofreecenter.org. Veuillez inscrire GATS dans la ligne Objet.

Annexe A : Fiche d'informations du pays

<Titre en haut de page>

Enquête mondiale sur le tabagisme chez l'adulte GATS

Fiche d'informations
NOM du PAYS [année]

<Colonne gauche>	<colonne droite>
<p>Objectifs de la GATS</p> <p>L'Enquête mondiale sur le tabagisme chez l'adulte (GATS) est un standard mondial pour systématiquement surveiller la consommation de tabac par les adultes (fumée et non fumée) et de suivre les indicateurs clés de la lutte antitabac.</p> <p>La GATS est une enquête représentative nationale, utilisant un protocole standard et cohérent à travers les pays y compris [PAYS]. La GATS améliore la capacité des pays à concevoir, mettre en œuvre et évaluer les programmes de lutte antitabac. Elle soutient aussi les pays afin qu'ils puissent remplir leur obligations dans le cadre de la Convention-cadre pour la lutte antitabac de l'Organisation mondiale de la santé (World Health Organisation Framework Convention on Tobacco Control – WHO FCTC) afin de générer des données comparables à travers les pays, L'OMS a développé le programme MPOWER, un programme de mesures réduites sélectionnées comprises dans la WHO FCTC :</p> <ul style="list-style-type: none">Surveiller la consommation du tabac et les politiques de préventionProtéger les personnes contre la fumée du tabacOffrir une aide à ceux qui veulent arrêter le tabacMettre en garde contre les dangers du tabagismeAppliquer les interdictions de publicité, promotion et de parrainage du tabac,Augmenter les taxes sur le tabac <p>Méthodologie de la GATS</p> <p>La GATS utilise une méthodologie mondiale standardisée. Elle inclut des informations sur l'historique des répondants, la consommation de tabac (avec ou sans fumée), l'arrêt du tabac, le tabagisme passif, le contexte économique, les médias, et les connaissances, la perception et l'attitude envers le tabagisme. En/Au/Aux [PAYS] la GATS a été conduite en [année] en tant qu'enquête auprès des personnes de 15 et plus par [AGENCE NATIONALE METTANT EN PLACE L'ENQUÊTE], sous la coordination du Ministère de la santé. Un modèle d'échantillon regroupé de plusieurs phases et géographiquement a été utilisé pour produire les données représentatives nationales. Un total de XXX foyers a été interrogé et un individu a été choisi au hasard pour chaque foyer choisi pour compléter l'enquête. Les données de l'enquête ont été recueillies grâce à l'usage d'un appareil portable. Il y a un total de XXXX entretiens individuels réalisés avec un pourcentage de réponse de X,XX %</p>	<p>Grandes lignes de la GATS</p> <p>CONSOMMATION DE TABAC</p> <ul style="list-style-type: none">x,xx % d'hommes, x,xx % de femmes, et x,xx global (x million d'adulte) ayant récemment fumé du tabac.x,xx % d'hommes, x,xx % de femmes, et x,xx global (x million d'adulte) utilisant actuellement du tabac sans fumée <p>ARRÊT DU TABAC</p> <ul style="list-style-type: none">x par 10 fumeurs actuels qui ont prévu d'arrêter de fumer ou qui y pensent. <p>TABAGISME PASSIF</p> <ul style="list-style-type: none">x,xx % d'adultes (x million d'adulte) qui ont été exposé à la fumée de tabac au travail.x,xx % d'adultes (x million d'adulte) qui ont été exposé à la fumée de tabac à la maison.x,xx % d'adultes (x million d'adulte) qui ont été exposé à la fumée de tabac dans les restaurants. <p>MÉDIA</p> <ul style="list-style-type: none">x pour 10 adultes qui ont remarqué des informations de lutte antitabac à la télévision ou à la radio.x pour 10 adultes qui ont remarqué des campagnes de marketing dans les magasins où les produits tabac sont vendusx pour 10 adultes qui ont remarqué des campagnes de marketing (autre que dans les magasins) ou des sponsors lors d'événements sportifs. <p>CONNAISSANCE, ATTITUDES ET PERCEPTION</p> <ul style="list-style-type: none">x,xx % d'adultes pensent que fumer provoque de sérieuses maladies

<Bas de page> identification des organisations participantes

<Titre de haut de page>

Enquête mondiale sur le tabagisme chez l'adulte GATS

Fiche d'informations
NOM du PAYS [année]

<colonne gauche>	<Colonne droite>																																																																																																								
<p>Consommation de tabac</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>FUMEURS</th> <th>Homme (%)</th> <th>Femme (%)</th> <th>Global (%)</th> </tr> </thead> <tbody> <tr><td>Fumeurs actuels</td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td>Fumeurs quotidiens</td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td>Fumeurs de cigarettes actuels ?</td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td>Fumeurs de cigarettes quotidiens</td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td>Anciens fumeurs quotidiens ? (parmi tous les adultes)</td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td>Anciens fumeurs quotidiens ? (parmi les fumeurs quotidiens)</td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td>CONSOMMATEURS DE TABAC SANS FUMÉE</td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td>Consommateurs de tabac sans fumée actuels</td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td>Consommateurs de tabac sans fumée de tabac quotidiens</td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td>Anciens consommateurs de tabac sans fumée de tabac ? (parmi tous les adultes)</td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td>Anciens consommateurs de tabac sans fumée de tabac ? (parmi les consommateurs quotidiens)</td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td>CONSOMMATEURS DE TABAC (AVEC OU SANS FUMÉE)</td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td>Consommateurs de tabac actuels</td><td></td><td></td><td></td></tr> </tbody> </table>	FUMEURS	Homme (%)	Femme (%)	Global (%)	Fumeurs actuels				Fumeurs quotidiens				Fumeurs de cigarettes actuels ?				Fumeurs de cigarettes quotidiens				Anciens fumeurs quotidiens ? (parmi tous les adultes)				Anciens fumeurs quotidiens ? (parmi les fumeurs quotidiens)				CONSOMMATEURS DE TABAC SANS FUMÉE				Consommateurs de tabac sans fumée actuels				Consommateurs de tabac sans fumée de tabac quotidiens				Anciens consommateurs de tabac sans fumée de tabac ? (parmi tous les adultes)				Anciens consommateurs de tabac sans fumée de tabac ? (parmi les consommateurs quotidiens)				CONSOMMATEURS DE TABAC (AVEC OU SANS FUMÉE)				Consommateurs de tabac actuels				<p>Média</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>PUBLICITÉ DE L'INDUSTRIE DU TABAC</th> <th>Fumeurs actuels (%)</th> <th>Non-fumeurs (%)</th> <th>Global (%)</th> </tr> </thead> <tbody> <tr><td>Adultes ayant remarqué des publicités sur les cigarettes dans les magasins vendant des cigarettes</td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td>Adultes ayant remarqué des publicités/promotions sur les cigarettes (autre que dans les magasins) ou parrainage d'événements sportifs</td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr> <td></td> <td>Consommateur de tabac sans fumée (%)</td> <td>Non consommateur (%)</td> <td>Global (%)</td> </tr> <tr><td>Adultes ayant remarqué des publicités sur les produits tabac sans fumée dans les magasins vendant des cigarettes</td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td>Adultes ayant remarqué des publicités/promotions sur les produits tabac sans fumée (autre que dans les magasins) ou parrainage d'événements sportifs</td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr> <td>CONTRE-PUBLICITÉ</td> <th>Homme (%)</th> <th>Femme (%)</th> <th>Global (%)</th> </tr> <tr><td>Fumeurs actuel ayant pensé à arrêter en raison d'un avertissement contre le tabac</td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr> <td></td> <td>Fumeurs actuels (%)</td> <td>Non-fumeurs (%)</td> <td>Global (%)</td> </tr> <tr><td>Adultes ayant remarqué des informations anti cigarette à la télévision ou radio</td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr> <td></td> <td>Homme (%)</td> <td>Femme (%)</td> <td>Global (%)</td> </tr> <tr><td>Consommateur de tabac sans fumée actuel ayant pensé à arrêter en raison</td><td></td><td></td><td></td></tr> </tbody> </table>	PUBLICITÉ DE L'INDUSTRIE DU TABAC	Fumeurs actuels (%)	Non-fumeurs (%)	Global (%)	Adultes ayant remarqué des publicités sur les cigarettes dans les magasins vendant des cigarettes				Adultes ayant remarqué des publicités/promotions sur les cigarettes (autre que dans les magasins) ou parrainage d'événements sportifs					Consommateur de tabac sans fumée (%)	Non consommateur (%)	Global (%)	Adultes ayant remarqué des publicités sur les produits tabac sans fumée dans les magasins vendant des cigarettes				Adultes ayant remarqué des publicités/promotions sur les produits tabac sans fumée (autre que dans les magasins) ou parrainage d'événements sportifs				CONTRE-PUBLICITÉ	Homme (%)	Femme (%)	Global (%)	Fumeurs actuel ayant pensé à arrêter en raison d'un avertissement contre le tabac					Fumeurs actuels (%)	Non-fumeurs (%)	Global (%)	Adultes ayant remarqué des informations anti cigarette à la télévision ou radio					Homme (%)	Femme (%)	Global (%)	Consommateur de tabac sans fumée actuel ayant pensé à arrêter en raison			
FUMEURS	Homme (%)	Femme (%)	Global (%)																																																																																																						
Fumeurs actuels																																																																																																									
Fumeurs quotidiens																																																																																																									
Fumeurs de cigarettes actuels ?																																																																																																									
Fumeurs de cigarettes quotidiens																																																																																																									
Anciens fumeurs quotidiens ? (parmi tous les adultes)																																																																																																									
Anciens fumeurs quotidiens ? (parmi les fumeurs quotidiens)																																																																																																									
CONSOMMATEURS DE TABAC SANS FUMÉE																																																																																																									
Consommateurs de tabac sans fumée actuels																																																																																																									
Consommateurs de tabac sans fumée de tabac quotidiens																																																																																																									
Anciens consommateurs de tabac sans fumée de tabac ? (parmi tous les adultes)																																																																																																									
Anciens consommateurs de tabac sans fumée de tabac ? (parmi les consommateurs quotidiens)																																																																																																									
CONSOMMATEURS DE TABAC (AVEC OU SANS FUMÉE)																																																																																																									
Consommateurs de tabac actuels																																																																																																									
PUBLICITÉ DE L'INDUSTRIE DU TABAC	Fumeurs actuels (%)	Non-fumeurs (%)	Global (%)																																																																																																						
Adultes ayant remarqué des publicités sur les cigarettes dans les magasins vendant des cigarettes																																																																																																									
Adultes ayant remarqué des publicités/promotions sur les cigarettes (autre que dans les magasins) ou parrainage d'événements sportifs																																																																																																									
	Consommateur de tabac sans fumée (%)	Non consommateur (%)	Global (%)																																																																																																						
Adultes ayant remarqué des publicités sur les produits tabac sans fumée dans les magasins vendant des cigarettes																																																																																																									
Adultes ayant remarqué des publicités/promotions sur les produits tabac sans fumée (autre que dans les magasins) ou parrainage d'événements sportifs																																																																																																									
CONTRE-PUBLICITÉ	Homme (%)	Femme (%)	Global (%)																																																																																																						
Fumeurs actuel ayant pensé à arrêter en raison d'un avertissement contre le tabac																																																																																																									
	Fumeurs actuels (%)	Non-fumeurs (%)	Global (%)																																																																																																						
Adultes ayant remarqué des informations anti cigarette à la télévision ou radio																																																																																																									
	Homme (%)	Femme (%)	Global (%)																																																																																																						
Consommateur de tabac sans fumée actuel ayant pensé à arrêter en raison																																																																																																									
<p>[ESPACE POUR GRAPHIQUE AVEC LES INDICATEURS CLÉS]</p>																																																																																																									
<p>Arrêt du tabac</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th></th> <th>Homme (%)</th> <th>Femme (%)</th> <th>Global (%)</th> </tr> </thead> <tbody> <tr><td>Fumeurs ayant essayé d'arrêter au moins une fois au cours des 12 derniers mois</td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td>Fumeurs actuels ayant essayé ou pensé à arrêter de fumer</td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td>Fumeurs à qui un professionnel de santé a conseillé d'arrêter de fumer au cours des 12 derniers mois</td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td>Consommateurs de tabac sans fumée ayant essayé d'arrêter au moins une fois au cours des 12 derniers mois</td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td>Consommateurs de tabac sans fumée actuels ayant essayé ou pensé à arrêter de fumer</td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td>Consommateurs de tabac sans</td><td></td><td></td><td></td></tr> </tbody> </table>		Homme (%)	Femme (%)	Global (%)	Fumeurs ayant essayé d'arrêter au moins une fois au cours des 12 derniers mois				Fumeurs actuels ayant essayé ou pensé à arrêter de fumer				Fumeurs à qui un professionnel de santé a conseillé d'arrêter de fumer au cours des 12 derniers mois				Consommateurs de tabac sans fumée ayant essayé d'arrêter au moins une fois au cours des 12 derniers mois				Consommateurs de tabac sans fumée actuels ayant essayé ou pensé à arrêter de fumer				Consommateurs de tabac sans																																																																																
	Homme (%)	Femme (%)	Global (%)																																																																																																						
Fumeurs ayant essayé d'arrêter au moins une fois au cours des 12 derniers mois																																																																																																									
Fumeurs actuels ayant essayé ou pensé à arrêter de fumer																																																																																																									
Fumeurs à qui un professionnel de santé a conseillé d'arrêter de fumer au cours des 12 derniers mois																																																																																																									
Consommateurs de tabac sans fumée ayant essayé d'arrêter au moins une fois au cours des 12 derniers mois																																																																																																									
Consommateurs de tabac sans fumée actuels ayant essayé ou pensé à arrêter de fumer																																																																																																									
Consommateurs de tabac sans																																																																																																									

fumée à qui un professionnel de santé a conseillé d'arrêter de fumer au cours des 12 derniers mois			
Tabagisme passif	Homme (%)	Femme (%)	Global (%)
Adultes exposés à la fumée sur le lieu de travail			
Adultes exposés à la fumée au domicile familiale au moins une fois par mois			
Adultes exposés à la fumée au restaurant			
Économie	Homme (%)	Femme (%)	Global (%)
Montant dépensé pour 20 cigarettes fabriquées (en devise locale)			
Coût de 100 paquets de cigarettes fabriquées en tant que pourcentage du Produit intérieur brut (PIB)			

d'un avertissement contre le tabac			
	Consommateur de tabac sans fumée (%)	Non consommateur (%)	Global (%)
Adultes ayant remarqué des informations anti-tabac sans fumée à la télévision ou radio			

Connaissances, attitudes et perceptions			
	Fumeurs actuels (%)	Non-fumeurs (%)	Global (%)
Adultes pensant que le tabac est responsable de maladies graves			
Adultes pensant que respirer la fumée des autres est responsable de maladies graves			
	Consommateur de tabac sans fumée (%)	Non consommateur (%)	Global (%)
Adultes pensant que le tabac sans fumée est responsable de maladies graves			

¹Inclut les cigarettes manufacturée et les cigarettes roulées. ² Non-fumeurs actuels. ³ Non-consommateurs actuels ⁴ Inclut les fumeurs actuels et ceux qui ont arrêté au cours des 12 derniers mois. ⁵ Parmi ceux ayant vu un professionnel de la santé au cours des 12 derniers mois. ⁶ Inclut les consommateurs de tabac sans fumée actuels et ceux qui ont arrêté au cours des 12 derniers mois. ⁷ Parmi ceux qui travaillent en dehors de la maison mais le plus souvent en bureau, ou à la fois en bureau et en extérieur. ⁸ Parmi ceux qui se sont rendus au restaurant au cours des 30 derniers jours. ⁹ [source et année PIB par habitant] ¹⁰ Inclut ceux qui remarque le prix des cigarettes en promotion ; les cadeaux gratuits ou remises lors de l'achat de cigarettes ; toute publicité ou panneau faisant la promotion de cigarettes dans un magasin vendant des cigarettes. ¹¹ Inclut ceux qui remarque le prix des produits tabac sans fumée en promotion ; les cadeaux gratuits ou remises lors de l'achat de produits tabac sans fumée ; toute publicité ou panneau faisant la promotion de cigarettes dans un magasin vendant des produits tabac sans fumée. † au cours des 30 derniers jours.

REMARQUE : La consommation actuelle fait référence à la consommation quotidienne ou moins que quotidienne. Adulte fait référence aux personnes de 15 ans et plus. Les données ont été pondérées pour être représentatives au niveau national de tous les hommes et femmes de 15 ans et plus non placés en établissement. Le pourcentage reflète la prévalence des indicateurs dans chaque groupe, non la distribution à travers le groupe.

Le **soutien financier** a été apporté par l'Initiative Bloomberg de lutte contre le tabagisme (Bloomberg Initiative to Reduce Tobacco Use), un programme de Bloomberg Philanthropies. L'assistance technique est fournie par les Centres pour le contrôle et la prévention des maladies (CDC), l'Organisation mondiale de la santé (OMS), École de santé publique Johns Hopkins Bloomberg et RTI International. Le soutien au programme est apporté par la CDC Foundation.

Annexe B : Foire aux questions GATS

Qu'est-ce que la GATS ?

L'Enquête mondiale sur le tabagisme chez l'adulte (Global Adult Tobacco Survey - GATS) est une enquête mondiale standardisée utilisée systématiquement pour surveiller le tabagisme et suivre les indicateurs clés de lutte antitabac. La GATS est une enquête réalisée auprès des foyers représentatifs nationaux d'adultes de 15 ans et plus, utilisant des protocoles cohérents et standards qui permettent des comparaisons entre pays et dans le temps pour les pays qui refont l'enquête. La GATS est une composante du Système mondial de surveillance du tabagisme (Global Tobacco Surveillance System - GTSS) qui inclut aussi : l'Enquête mondiale du tabagisme chez les jeunes (Global Youth Tobacco Survey - GYTS) ; l'Enquête mondiale sur les personnels scolaires (Global School Personnel Survey - GSPS) et l'Enquête mondiale auprès des étudiants des professions de la santé (Global Health Professions Student Survey - GHPSS).

Qui sont les partenaires nationaux ou internationaux de la GATS ?

Les partenaires nationaux sont principalement le Ministère de la santé en tant qu'agence coordinatrice de la GATS et soit une organisation de statistique national ou un institut de sondage reconnu comme agence de mise en œuvre. Les partenaires internationaux incluent l'Organisation mondiale de la santé (OMS), les Centres pour le contrôle et la prévention des maladies des Etats-Unis (CDC), Johns Hopkins Bloomberg School of Public Health, RTI International et la Fondation CDC.

Pourquoi surveiller le tabagisme chez l'adulte ?

Le tabagisme est une cause majeure de mortalité prématurée et de maladies évitables dans le monde entier. Le contrôle du tabagisme requiert un mécanisme de surveillance effectif pour suivre les tendances de la prévalence et autres indicateurs clés tels que les environnements de non-fumeurs, les interdictions publicitaires et l'arrêt. La surveillance et le monitoring sont des outils importants de l'usage du tabac pour la santé publique. Ils fournissent des informations cruciales permettant de renforcer les programmes et politiques, et d'évaluer leurs efficacité. « Vous ne pouvez gérer que ce que vous mesurez. »

Combien de pays ont participé à la GATS ?

Quatorze pays (le Bangladesh, le Brésil, la Chine, L'Égypte, l'Inde, le Mexique, les Philippines, le Pologne, la Fédération russe, la Thaïlande, la Turquie, l'Ukraine, l'Uruguay et le Vietnam) ont réalisé la GATS entre 2008 et 2010. Huit pays avaient l'intention de la mettre en œuvre en 2011 (l'Argentine, l'Indonésie, la Malaisie, le Nigeria, le Pakistan, Panama, la Roumanie et l'Afrique du sud). Le Thaïlande devait répéter l'enquête en 2011.

Quels sujets sont couverts par la GATS ?

Le système enregistre l'historique, l'usage du tabac (avec ou sans fumée), l'arrêt, le tabagisme passif, le contexte économique, l'exposition à la publicité et à la promotion, et les connaissances, l'attitude et la perception envers la consommation de tabac des personnes interrogées.

Qu'est-ce que la GATS peut accomplir au niveau national ?

Les pays posséderont des données représentatives nationales sur le tabagisme parmi les adultes et des mesures clés de lutte antitabac. De plus, les données recueillies peuvent être comparées entre pays qui ont mis en place la GATS. Aussi, les résultats de l'enquête peuvent être utilisés pour mieux comprendre les comportements comparatifs du tabagisme entre les pays. Ils peuvent être utilisés pour créer des programmes de lutte antitabac efficaces et surveiller l'impact de ces programmes. Dans le temps, la

GATS fournira des informations détaillées sur un éventail de sujets sur la lutte antitabac, y compris l'arrêt du tabac, le tabagisme passif, le contexte économique, les médias, les connaissances, les attitudes et la perception. Les pays auront aussi la possibilité de faire partie du réseau de la GTSS.

Comment est-ce que la GATS se rapporte à la Convention-cadre pour la lutte antitabac de l'Organisation mondiale de la Santé, CCLAT de l'OMS (WHO FCTC) et au programme MPOWER de l'OMS ?

Les données de la GATS aideront les pays à surveiller et suivre les éléments sélectionnés du WHO FCTC et leur permettront de développer, mettre en œuvre et évaluer les programmes nationaux complets, les politiques et plans d'action de lutte antitabac. L'article 20 de la CCLAT de l'OMS (WHO FCTC) appelle les pays à contrôler le tabagisme par la surveillance, le suivi et l'échange d'informations. Les pays qui sont parties prenantes à la CCLAT de l'OMS (WHO FCTC) peuvent aussi utiliser les données pour leurs rapports.

Les données de la GATS serviront d'outils pour suivre le programme MPOWER de l'OMS, un ensemble de mesures sélectionnées visant à réduire la demande du tabac et contenues dans la CCLAT de l'OMS.

Surveiller la consommation de tabac et les politiques de prévention

Protéger les personnes contre la fumée du tabac

Proposer une aide à l'arrêt du tabac

Mettre en garde contre les dangers du tabac

Faire respecter les interdictions de publicité en faveur du tabac, de la promotion et de parrainage

Augmenter les taxes sur le tabac

Quand les données de la GATS seront-elles disponibles au public ?

Les données de la GATS seront publiées une fois que le rapport national sera finalisé et publié par le gouvernement national (Ministère de la Santé), au plus tard une année après l'achèvement de la collecte des données et approbation par le Data Coordinating Center du CDC à Atlanta, Georgia, USA.

Quand la GATS sera-t-elle renouvelée ?

Les pays sont encouragés à renouveler l'enquête tous les 4-5 ans.

Quel est le rôle du Centre de coordination des données (DCC) ?

Le CDC sert de Centre de coordinations des données (Data Coordinating Center - DCC) et dépôt de données GTSS. Le DCC fournit la gestion des données, l'assurance qualité, la standardisation et des fonctions d'archivage des données avec la possibilité de partager, publier et diffuser les données. Le DCC s'assure que/qu' :

- chaque pays est assuré que ses données recevront le soutien de haute qualité ;
- A chaque fois que les pays conduisent l'enquête GATS, ils seront assurés que leurs analyses des tendances seront fondées sur des procédures et pratiques statistiques solides et cohérentes, et
- un processus coordonné permettra une analyse standardisée qui sera importante pour la direction et le développement de politiques et de programmes de lutte antitabac mondiaux.

En quoi la GATS est-elle différente des autres enquêtes ?

La GATS est une enquête autonome et approfondie utilisant un protocole standard et cohérent (questionnaire, conception d'échantillon, formation, collecte et gestion des données, assurance qualité, et analyse et rapport des données). Les données sont recueillies en personne à l'aide d'ordinateurs portables. L'utilisation d'un ensemble de questions standard de la GATS améliora la comparabilité des estimations de l'enquête et harmonisera ces estimations avec les résultats de la surveillance du tabagisme mondial et des activités de suivi.

Quels sont les prérequis pour qu'un pays fasse partie de la GATS et du système mondial de surveillance du tabagisme ?

Pour faire partie de la GATS et du GTSS, les pays doivent adhérer aux conditions scientifiques et techniques du protocole standard complet de la GATS. Cela signifie que le pays doit avoir son propre questionnaire sur le tabagisme approuvé par un comité de revue constitué de spécialistes de la GATS. En plus de revoir le questionnaire, le comité examinera la conception de l'échantillon, les pondérations de l'exemple, les mesures d'assurance qualité et la planification pour l'analyse des données obtenues. Si un pays souhaite incorporer des questions sur le tabagisme à ses enquêtes existantes, ce pays peut être considéré comme faisant partie du GTSS à condition qu'il suive les conditions techniques et scientifiques requises par le protocole standard complet de la GATS. Cela est fait afin de s'assurer de la standardisation et permettre des comparaisons entre pays.

Comment un pays devient-il impliqué dans la GATS ?

Si un pays est intéressé dans la mise en œuvre de la GATS, il doit contacter l'OMS ou le CDC.

Quel est le mécanisme pour les pays qui financent partiellement ou entièrement la GATS et qui voudraient faire partie du GTSS ?

Les pays peuvent décider de financer entièrement ou partiellement la mise en œuvre de la GATS. Cependant, pour faire partie du GTSS, les pays doivent adhérer aux conditions scientifiques et techniques du protocole standard complet de la GATS. L'assistance technique et la revue du protocole et son approbation par les experts sont disponibles auprès de l'OMS et du CDC pour tous les pays.

Quels mécanismes autres que la GATS autonome sont disponibles pour les pays pour surveiller le tabagisme ?

Afin de promouvoir la surveillance du tabagisme. Les pays peuvent utiliser un ensemble standard de 22 questions sélectionnées à partir du Questionnaire principal de la GATS intitulé « Questions sur le tabagisme pour l'enquête : Un ensemble de questions clés, tiré de l'enquête mondiale sur le tabagisme chez les adultes (GATS) ». Utiliser ces questions aidera les pays à améliorer la comparabilité de leurs estimations de l'enquête nationale dans le temps et les harmoniser avec les conclusions de la surveillance du tabagisme internationale et des activités de suivi. Au sein de leurs enquêtes nationales existantes, les pays peuvent ajouter leur propre module tabagisme et /ou incorporer l'ensemble standard des 22 questions de la GATS. Les données recueillies en utilisant le TQS peuvent ne pas générer des estimations mondiales comparables avec la GATS en raison de différences méthodologiques.



GLOBAL TOBACCO SURVEILLANCE SYSTEM (GTSS)

