



This material was produced
by The International Union
Against Tuberculosis and Lung
Disease and is now supported
by the Tobacco Control
Division of Vital Strategies.

Find it at VitalStrategies.org/tobaccocontrol

Évaluation de la conformité en matière d'interdiction de la publicité en faveur du tabac, de la promotion et du parrainage du tabac (TAPS) :

Guide pratique pour réaliser des études de conformité de la publicité en faveur du tabac aux points de vente et à l'étalage de produits du tabac, de la publicité extérieure et du conditionnement des produits du tabac



Table des matières

Introduction	1
Étape 1 : Connaître les interdictions et les réglementations TAPS	2
Étape 2 : Définir l'objectif de l'évaluation de conformité	3
Étape 3 : Reconnaître les TAPS	4
Étape 4 : Évaluer les ressources	5
Étape 5 : Clarifier la portée de l'étude de conformité	6
Étape 6 : Planifier l'étude de conformité	7
Étape 7 : Adapter les outils et procédures de collecte des données	7
Étape 8 : Sélectionner votre échantillon	9
Étape 9 : Effectuer des observations de conformité	11
Étape 10 : Analyser les résultats	12
Étape 11 : Utiliser les résultats	13
Récapitulatif	14
ANNEXE A : Exemple de planning	15
ANNEXE B : Formulaire d'observation des POINTS DE VENTE (Article 13 de la CCLAT)	16
ANNEXE C : Formulaire d'observation de la PUBLICITÉ À L'EXTÉRIEUR (Article 13 de la CCLAT)	17
ANNEXE D : Formulaire d'observation du CONDITIONNEMENT ET DE L'ÉTIQUETAGE (Articles 11 et 13 de la CCLAT)	18
Contributeurs	19

Introduction

L'industrie du tabac utilise la publicité, la promotion et le parrainage (TAPS) du tabac afin d'augmenter la consommation de ses produits. Les activités de TAPS ont pour conséquence d'accroître la consommation de tabac chez les utilisateurs actuels, d'attirer de nouveaux consommateurs et d'encourager les anciens consommateurs à reprendre. L'industrie du tabac utilise des tactiques trompeuses, mensongères et prédatrices pour faire paraître la consommation de tabac comme prestigieuse et socialement acceptable, tout en minimisant la perception des effets néfastes de ses produits sur la santé.

Il a été démontré que l'interdiction globale des activités de TAPS permettait de réduire le tabagisme. Les interdictions partielles sont nettement moins efficaces car l'industrie du tabac oriente alors ses activités de marketing vers des zones pour lesquelles il n'y a pas d'interdiction. L'Organisation mondiale de la santé (OMS) appelle les parties à mettre en œuvre, de façon intégrale, les mesures de contrôle du tabac ainsi que les protocoles décrits dans la Convention-cadre pour la lutte antitabac (CCLAT) ; cependant, la législation qui régit les articles de la Convention-cadre finit souvent par être adoptée. L'article 13 de la CCLAT définit les interdictions et restrictions sur la publicité en faveur du tabac, la promotion et le parrainage du tabac, qui incluent un ensemble d'activités diverses diffusées par l'intermédiaire de nombreuses voies, et qui nécessitent par conséquent des méthodes d'évaluation différentes. C'est pourquoi, la marche à suivre pour l'évaluation de la conformité des TAPS fournie par la Johns Hopkins Bloomberg School of Public Health (JHSPH), Action pour une enfance sans tabac (CTFK) et l'Union internationale contre la tuberculose et les maladies respiratoires (l'Union) comprendra une série de guides, dont chacun se concentrera sur une gamme étroite de dispositions généralement incluses dans une interdiction de TAPS exhaustive.

Ce guide couvre l'évaluation de la conformité des activités de TAPS observées aux points de vente et sur la publicité extérieure, ainsi que celles présentes sur les emballages et étiquettes de tabac. Bien que les dispositions relatives au conditionnement, à l'étiquetage et aux encarts des produits du tabac soient adressées dans l'Article 11 de la CCLAT, le conditionnement du tabac est un outil utilisé par l'industrie du tabac comme une forme de publicité. Les informations figurant sur l'emballage et l'étiquette du tabac sont importantes pour les activités de TAPS et la collecte de ces données est facilement incorporée dans un protocole d'étude sur les points de vente et la publicité extérieure.

Ce guide propose des instructions sur la conduite d'une évaluation de la conformité des activités de TAPS observées sur la publicité aux points de vente, à l'extérieur et sur les emballages et étiquettes de tabac. Ce guide est conçu pour être personnalisé en fonction de la zone géographique, de la culture et du contexte législatif de l'étude. Les études d'évaluation de la conformité telles que celles décrites dans ce guide peuvent également être utilisées pour identifier les failles de la législation actuelles afin de consolider davantage les interdictions imposées aux activités de TAPS.

Étape 1 : Connaître les interdictions et les réglementations TAPS

L'article 13 de la Convention-cadre de l'OMS pour la lutte antitabac appelle les parties à exiger une **interdiction totale de toute forme de publicité, de promotion et de parrainage du tabac**. Dans les domaines pour lesquels les organismes de réglementation n'ont pas d'autorité pour imposer de telles interdictions, les parties sont tenues d'appliquer une législation aussi contraignante que possible. La législation de contrôle du tabac varie considérablement entre et au sein des différents pays, états ou districts. Afin de pouvoir évaluer la conformité des interdictions existantes sur les TAPS, vous devez identifier la législation la plus actuelle dans le domaine concernée. Les restrictions nationales et régionales imposées aux activités de TAPS doivent être prises en considération lors de la planification d'une évaluation de conformité.

Lorsque vous évaluez la conformité des activités de TAPS par rapport à la réglementation, vous devez également être conscient des lacunes qui existent dans la législation actuelle. Des définitions et interdictions médiocres et partielles peuvent avoir pour conséquence une extension de marque, la publicité et la promotion qui ne sont pas soumises à une interdiction. Étant donné que la législation relative aux TAPS peut comporter des failles qui sont exploitées par l'industrie du tabac, ces lacunes doivent être prises en compte dans les outils d'évaluation. Une connaissance approfondie de la loi permet d'identifier et de documenter ces lacunes dans le cadre de l'étude de conformité.

Les affichages de produits du tabac aux points de vente constituent des outils publicitaires et des moyens de promotion pour l'industrie du tabac. Les affichages de produits du tabac fonctionnent comme un signal incitant les utilisateurs existants à consommer du tabac, favorisent la promotion du tabac en tant que norme sociale, soutiennent les efforts menés par l'industrie pour attirer de nouveaux consommateurs, suscitent l'achat impulsif de produits du tabac et agissent comme un obstacle dans l'arrêt de la consommation de tabac. Au fur et à mesure que les interdictions sur des moyens de diffusion plus traditionnels de publicité et de promotion du tabac sont renforcées, l'industrie du tabac compte largement sur les étalages aux points de vente, notamment les emballages de tabac eux-mêmes, pour promouvoir leurs produits et générer des ventes.

L'article 13 de la CCLAT de l'OMS recommande une **interdiction totale de l'étalage de produits du tabac dans les points de vente**. Cette interdiction comprend l'affichage des produits du tabac dans les points de vente au détail fixes et ambulants.

L'article 13 recommande également l'utilisation d'emballages neutres pour les produits du tabac afin de limiter l'effet de publicité et de promotion. Les paquets doivent présenter une forme, une taille et un matériel standard et ne doivent pas comprendre de publicité ou de promotion attachée au paquet ou insérée dans celui-ci.

Des ressources sont à votre disposition pour identifier la législation la plus actuelle. La plupart des agences gouvernementales mettent leur législation à la disposition du public et sont aussi accessibles en ligne. Des ressources supplémentaires sont disponibles auprès des organisations non gouvernementales, telles que la base de données des lois antitabac développée par Action pour une enfance sans tabac (CTFK) (www.tobaccocontrolaws.org).



Kiss Pack, Russie, avec la permission de CTFK

Étape 2 : Définir l'objectif de l'évaluation de conformité

Les études de conformité doivent être menées uniquement pour répondre à un objectif stratégique. Réfléchissez à la raison pour laquelle vous souhaitez réaliser une étude de conformité et à la façon dont vous prévoyez d'utiliser les résultats. Lorsque vous aurez une idée précise quant à l'utilisation des résultats, vous pourrez vous concentrer sur la conception de votre étude, déterminer les données à collecter et à analyser, et prévoir le mode de présentation du rapport et de diffusion des résultats.

L'objectif le plus courant d'une étude de conformité est d'informer le gouvernement de la nécessité de renforcer l'application et d'indiquer les endroits où ces mesures et ressources éducatives doivent être appliquées. Par exemple, des taux de conformité faibles peuvent être utilisés pour stimuler un renforcement actif de la loi. Les résultats peuvent également déceler des lacunes dans la planification et indiquer les types d'activités de TAPS qui nécessitent une intervention plus ciblée. Autres objectifs fréquents des études de conformité :

- **Évaluer les progrès réalisés.** Des études de conformité périodiques peuvent être utilisées pour évaluer les progrès réalisés en documentant les changements observés en termes de conformité sur une certaine période.
- **Éduquer le public et les revendeurs.** Les études peuvent servir à éduquer les législateurs, les revendeurs et/ou le grand public sur l'existence de restrictions TAPS et sur le statut de conformité.

- **Démontrer la conformité par rapport aux réglementations.** Un argument couramment avancé par l'industrie du tabac après la mise en vigueur d'une loi forte contre les TAPS est que la loi est largement ignorée. Ces affirmations sont souvent fausses ou sont pour le moins exagérées. Une étude de conformité peut indiquer que la conformité à la loi est élevée et contrer ainsi les affirmations de l'industrie selon lesquelles la loi n'est pas efficace.
- **Fournir des preuves indiquant pourquoi les failles ou les lacunes de la loi doivent être résolues.** Comme indiqué à la section « Connaître les interdictions et réglementations TAPS », certaines lois n'interdisent la publicité en faveur du tabac, la promotion et le parrainage du tabac que de façon partielle. Une étude de conformité peut être utilisée pour indiquer aux législateurs que ces failles affaiblissent les protections prévues par la loi. Les informations peuvent ensuite être utilisées dans le cadre d'une campagne visant à convaincre les législateurs de la nécessité de promulguer des interdictions de TAPS globales.



Panneau publicitaire Sampoerna en Indonésie (Août 2011)
Avec la permission de NCCP

Étape 3 : Reconnaître la publicité en faveur du tabac, la promotion et le parrainage du tabac

Pour savoir comment mesurer la conformité par rapport aux interdictions imposées à la publicité en faveur du tabac, à la promotion et au parrainage du tabac, vous devez comprendre et être capable de reconnaître les nombreuses formes de diffusion des TAPS. Comme indiqué précédemment, ce guide met l'accent sur la publicité en faveur du tabac et la promotion du tabac aux points de vente, sur la publicité à l'extérieur et sur le conditionnement des produits du tabac. Étant donné que les réglementations et interdictions réelles sur les activités de TAPS varient de manière significative d'une région à l'autre, la conformité doit être spécifiquement personnalisée afin d'évaluer les législations ou réglementations nationales ou régionales applicables.

Les activités de TAPS au point de vente peuvent comprendre, entre autres, les exemples suivants :

- Les étalages muraux de produits du tabac qui positionnent les produits de sorte à promouvoir une marque ou un produit spécifique.
- Les étalages de produits du tabac sur les comptoirs, étagères ou caddys sur lesquels figurent le logo, le symbole, la marque et/ou la couleur de produits du tabac. Ceux-ci peuvent utiliser des lumières, du mouvement, des logos et des couleurs pour attirer l'attention du client et promouvoir les marques ou des produits du tabac.
- Des affiches, panneaux publicitaires, meubles, objets ou uniformes au point de vente portant le logo, le symbole, la marque et/ou la couleur de produits du tabac.
- Les étiquettes de prix qui dissimulent les avertissements sanitaires.

- Les promotions de produits tels que les offres spéciales, les rabais à l'achat de plusieurs paquets, les bons de remise, les cadeaux gratuits à l'achat, les prix et les concours pour les produits du tabac.

La publicité à l'extérieur apparaît le plus souvent sous la forme de panneaux publicitaires, d'affiches, de peintures sur la devanture des magasins et d'articles promouvant la marque, comme les grands parapluies. Ces annonces deviennent des composants omniprésents dans de nombreuses cultures et servent à promouvoir le tabagisme en tant que norme sociale, et fonctionnent également comme un signal incitant à la consommation et à l'utilisation des produits du tabac.

Les emballages de tabac constituent un autre moyen de publicité et de promotion. L'emballage intègre souvent des caractéristiques de conception telles que les logos, polices de caractères, couleurs, descripteurs, encarts et nouveautés en termes de conception, pour exercer un attrait sur les consommateurs. L'industrie du tabac utilise des emballages créatifs qui incorporent des éléments tels que la féminité ou la musique, afin de cibler une catégorie de consommateurs en particulier, par exemple les femmes ou les jeunes, en faisant du paquet lui-même un objet de convoitise. Ces caractéristiques peuvent susciter un attrait chez les nouveaux utilisateurs, encourager un utilisateur existant à explorer les différents produits d'une même marque et détourner l'attention des avertissements sanitaires. Une étude de conformité peut aider à identifier les fabricants qui négligent les lois sur le conditionnement, ou les zones qui nécessitent un renforcement de la réglementation.



Point de vente, Brésil 2012
Carmen Washington, IGTC

Étape 4 : Évaluer les ressources disponibles et recruter les ressources nécessaires

Lors de la planification de votre étude de conformité, il est essentiel de connaître les ressources dont vous disposez et les frais que vous devrez engager. Élaborez un plan réaliste et faisable. Les ressources clés nécessaires pour réaliser une étude de conformité comprennent la main d'œuvre et le financement.

Main d'œuvre

Un certain nombre de tâches sont associées à la réalisation d'une étude de conformité, dont certaines exigent une expertise technique. Les partenariats avec des groupes techniques, tels qu'une université ou un groupe de recherche local, ainsi que des groupes de pression, peuvent vous apporter l'ensemble des compétences dont vous avez besoin. Lorsque vous sélectionnez les personnes qui seront chargées d'effectuer les diverses tâches, prévoyez les ressources suivantes :

Un **coordinateur d'étude** qui sera responsable de vérifier que toutes les tâches sont accomplies dans les délais et selon les normes établies pour l'étude. Le coordinateur doit s'assurer que les collecteurs de données ont reçu les documents et la formation nécessaires avant de procéder à la collecte des données. Le coordinateur joue également le rôle de personne de contact lors de la collecte de données en cas de difficultés lors du recueil des observations.

Les **collecteurs de données** peuvent être rémunérés, mais vous pouvez également recruter des bénévoles pour mener des observations. Dans les deux cas, ces personnes doivent être correctement formées.

Les **experts techniques** doivent être consultés afin de garantir que l'approche d'échantillonnage et les outils de collecte des données sont appropriés.

Financement

Une étude de conformité n'est pas nécessairement coûteuse à entreprendre. Le coût d'une étude dépend généralement du nombre d'emplacements qui seront visités et du statut des personnes qui effectueront les visites, à savoir rémunérées ou bénévoles. Une université locale peut constituer une excellente source de bénévoles disposant de l'expertise technique, étant donné que les étudiants doivent souvent effectuer un certain nombre d'heures de bénévolat pour remplir les exigences en vue de l'obtention du diplôme. Une étude de conformité qui comprend l'achat de produits du tabac nécessite des fonds supplémentaires. Une autre solution peu coûteuse consiste à récupérer les paquets jetés. Limiter le nombre de produits ou de marques peut également aider à réduire les frais de l'étude. Ce point sera abordé ultérieurement, dans la section « Échantillonnage » de ce guide.

Étape 5 : Clarifier la portée de l'étude de conformité

La portée de votre étude de conformité a des conséquences importantes sur les délais, l'approche d'échantillonnage et les procédures nécessaires pour procéder aux observations. En plus de votre objectif et des ressources disponibles, la portée est également définie par la zone géographique couverte et par les informations supplémentaires que vous avez l'intention de collecter.

Étendue géographique

Un des facteurs à prendre en considération lors de la définition de la portée des études de conformité est le niveau politique (national, régional/provincial, ville, district ou autre juridiction) que vous souhaitez influencer et la manière dont vous voulez l'influencer. Un dilemme fréquent est de trouver un équilibre entre les ressources et la zone géographique couverte.

Une question clé qu'il faut se poser pour déterminer la portée de l'étude est la façon dont les résultats seront utilisés. Si vous menez une étude de conformité dont le but est d'influencer les législateurs au niveau national afin d'obtenir des ressources supplémentaires pour faire appliquer la loi, vous devez vous demander si les législateurs répondront uniquement aux données issues d'une enquête réalisée à l'échelle nationale. Dans un pays relativement grand, il peut être onéreux d'obtenir un échantillon représentatif sur le plan national. Les législateurs peuvent trouver que les données obtenues dans deux ou trois villes sont suffisamment convaincantes. La sélection stratégique des emplacements permettra d'appuyer des études plus petites ou réalisées avec moins de ressources.

Par exemple, vous pouvez évaluer la conformité dans trois villes principales présentant des caractéristiques culturelles, économiques ou sociales différentes. Vous pouvez aussi étudier plusieurs quartiers d'une même ville qui sont représentatifs de types culturels, de densité ou de niveaux économiques divers.

En outre, vous devrez examiner attentivement le mode de financement et de mise en œuvre des activités visant à faire appliquer la loi. Dans de nombreux endroits, l'allocation des ressources de répression se fait au niveau régional. Il peut dès lors être plus judicieux de mener des études portant sur les entités régionales afin d'influencer les décideurs locaux.

Étendue des informations

Une deuxième décision importante à prendre avant de débiter une étude de conformité concerne le type d'informations à collecter. De nombreux aspects doivent être pris en considération dans le contexte des points de vente, de la publicité extérieure et en particulier à l'égard du conditionnement du tabac. Les composants qui rentrent en jeu dans le conditionnement du tabac sont nombreux et peuvent être spécifiques à la culture (en faisant référence à des couleurs, des symboles, des images ou un langage empreint de connotations). Une analyse complète de ces caractéristiques nécessiterait nettement plus de temps et de ressources pour coder, saisir et analyser les données. Ce guide recommande de définir une limite raisonnable d'exhaustivité des données prélevées et analysées, de sorte à pouvoir les aligner correctement sur vos objectifs, vos ressources et les délais nécessaires.



Kiosque Marlboro, Argentine (date non connue)

Étape 6 : Planifier et définir les délais de l'étude de conformité

Pour planifier correctement l'étude de conformité, vous devez élaborer un planning pour les activités qui vous permettra de préparer les étapes pratiques et d'optimiser l'utilisation des résultats.

Lorsque vous développez le planning, essayez de déterminer s'il y a un moment idéal pour publier les résultats ; par exemple, pendant les discussions législatives sur les TAPS ou à la date du premier anniversaire de l'entrée en vigueur d'une loi. Si c'est le cas, cette date doit servir de point final pour votre planning, et toutes les autres tâches doivent être entrées dans le planning en revenant en arrière par rapport à ce point.

Un certain nombre de tâches doivent être incorporées au planning. Ces tâches se produisent au cours de trois phases :

1. Préalablement à la mise en œuvre : avant de procéder aux observations de conformité
2. Durant la mise en œuvre : au cours de la collecte de données
3. À l'issue de la mise en œuvre : après que les observations de conformité ont été effectuées

ÉTAPES D'UNE ÉTUDE DE CONFORMITÉ

- Mener les recherches préliminaires
- Adapter la liste de contrôle et les procédures de conformité
- Tester les outils de contrôle et les procédures de conformité
- Choisir les emplacements à visiter
- Effectuer des observations de conformité
- Analyser vos données de conformité
- Utiliser les résultats

Étape 7 : Adapter les outils et procédures de collecte des données

Les listes de contrôle et procédures de conformité doivent correspondre aux dispositions des lois relatives aux activités de TAPS. Le personnel ou les bénévoles qui procèdent aux observations doit comprendre de manière précise ce qu'ils doivent faire lorsqu'ils se rendent dans un endroit et comment ils doivent enregistrer leur observations. Par conséquent, vous devez personnaliser les outils de collecte de données standard et élaborer une procédure claire et détaillée afin de guider les collecteurs de données.

La portée de l'étude de conformité a des implications sur les outils et procédures utilisés pour évaluer la conformité. Par exemple, les outils et procédures nécessaires pour évaluer la conformité aux interdictions imposées sur les TAPS aux points de vente ou sur la publicité extérieure diffèrent de ceux utilisés pour évaluer les emballages, les étiquettes et les encarts du tabac en raison des différences de caractéristiques.

Développement des outils de collecte des données

Formulaires de données

Un outil de collecte de données unique doit être développé afin de guider la collecte de données d'observation à chaque emplacement. Des listes de contrôle avec « oui/non » comme options sont simples à utiliser et fournissent un processus normalisé de collecte des données. Pour garantir la qualité des données recueillies, veillez à ce que vos questions soient claires et spécifiques.

Intégrez des éléments qui reflètent les dispositions principales de la loi que vous souhaitez évaluer. Ces variables seront utilisées pour déterminer si l'emplacement respecte la loi. Veillez également à inclure des éléments qui permettront d'identifier les failles éventuelles de la législation présente, telles que les définitions ou interdictions déficientes qui sont incomplètes et qui autorisent la publicité et la promotion d'activités ou des produits non réglementés.

Étape 7 : Adapter les outils et procédures de collecte des données (suite)

Les éléments possibles à inclure dans une évaluation de conformité des TAPS sont nombreux et doivent être sélectionnés de manière stratégique. Les éléments essentiels à noter dépendent de la nature des activités de TAPS du domaine qui fait l'objet de l'évaluation. Des exemples de formulaires de données sont fournis aux annexes B, C et D.

Prévoyez de l'espace en bas du formulaire afin que le collecteur de données puisse noter tout autre commentaire pertinent. Par exemple, il peut être utile de noter s'il existe des circonstances particulières concernant une observation spécifique, ou des détails importants qui ne peuvent pas être intégrés au formulaire.

Élaboration de procédures

Vous devez élaborer une procédure standard pour mener chaque type d'observation, dans laquelle chaque étape du processus est décrite. Il est préférable de développer une procédure facile à suivre à laquelle les collecteurs de données peuvent être facilement formés. Toutefois, la procédure doit aussi être suffisamment détaillée pour permettre la collecte de données standard.

La procédure doit couvrir les éléments suivants :

- **Définition de chacune des variables figurant dans la liste de contrôle d'observation**
- **Endroits où les collecteurs de données doivent se rendre dans le quartier**
- **Points de vente et publicités extérieures qui doivent être observés**
- **Paquets, étiquettes et encarts de tabac qui doivent être collectés ou achetés dans le cadre de l'observation**
- **Informations sur ce que les collecteurs de données peuvent dire lorsqu'ils visitent les endroits pour y collecter des données.** Le protocole doit spécifier si les collecteurs de données sont tenus d'informer le responsable ou le personnel de leurs actions, de la quantité d'informations qu'ils peuvent fournir et de l'attitude à adopter s'ils se trouvent face à un propriétaire ou un gérant d'établissement hostile.

Collecte de données sur papier ou en format électronique

Lorsque vous prenez une décision concernant l'utilisation de formulaires papier ou de PDA (assistants numériques personnels) pour la collecte des données, réfléchissez au moyen qui sera le plus pratique en fonction du contexte et des ressources.

Les PDA présentent certains avantages uniques :

- Ils permettent de moins attirer l'attention et de passer plus inaperçu lors de la collecte de données.
- L'analyse de données peut commencer plus tôt car aucune étape supplémentaire de saisie des données n'est requise.

Les PDA nécessitent davantage de ressources :

- Coûts de démarrage pour l'acquisition des appareils.
- Nécessité de programmer les formulaires de collecte des données dans les PDA.
- Formation des collecteurs à l'utilisation du PDA.

- **Politiques de sécurité.** La procédure doit indiquer les mesures à prendre dans le cas où un collecteur de données se retrouverait dans un lieu à risque (présence de bagarres, vente de drogue, etc.). L'instruction doit être de quitter l'emplacement.
- **Dispositions à prendre en ce qui concerne les formulaires de collecte de données et les exemples d'emballage de produit une fois la collecte de données terminée.** Les collecteurs de données doivent savoir exactement où et quand ils doivent retourner les formulaires.

Étape 8 : Sélectionner votre échantillon

Les lieux visités dans le cadre d'une évaluation de conformité des TAPS doivent être définis par l'étendue des lois interdisant ou limitant les activités de TAPS qui font l'objet de l'étude. Étant donné que les activités de TAPS sont particulièrement répandues, il convient d'établir une méthode pour choisir un sous-ensemble de zones à observer au cours de l'étude. Le nombre et la sélection des villes, ainsi que la sélection des marques pour lesquelles l'emballage, l'étiquetage et les encarts doivent être observés, dépend de l'échelle de votre étude (locale, provinciale ou nationale), et des spécifications des interdictions de TAPS dans les zones géographiques concernées. Dans chaque ville, des quartiers spécifiques doivent être définis et sélectionnés en vue de l'observation. Nous vous conseillons vivement de vous référer à la législation de votre région d'intérêt lors de la planification de vos méthodes d'échantillonnage, et d'inclure des observations qui mettront en évidence les failles ou les problèmes de conformité susceptibles d'inciter les législateurs à prendre des mesures.

La section suivante fournit des recommandations en matière d'approche d'échantillonnage et de conception d'un échantillon. Cette section propose tout d'abord une brève présentation des stratégies d'échantillonnage, suivie de conseils sur le choix des échantillons à utiliser pour des études de portée diverse.

Approches d'échantillonnage

En général, il y a deux approches en termes d'échantillonnage : aléatoire et de commodité.

Dans le cas de l'échantillonnage aléatoire (ou de probabilité), chaque unité d'échantillonnage est choisie au hasard à partir de la population qui fait l'objet de l'étude. Les approches d'échantillonnage aléatoire comprennent à la fois (1) un échantillonnage aléatoire simple ou systématique dans lequel chaque unité d'échantillonnage a la même chance d'être sélectionnée ; et (2) les approches d'échantillonnage par regroupement, dans lesquelles la population est divisée en sous-groupes et les unités d'échantillonnage sont choisies au hasard dans les regroupements. Si elle est effectuée de façon correcte, une approche d'échantillonnage aléatoire permet de généraliser les résultats de l'étude à une population plus large.

Lors d'un échantillonnage de commodité (ou de non-probabilité), la sélection de l'échantillon est basée sur l'aspect pratique, sur des considérations logistiques ou sur d'autres critères. Par exemple, il n'est peut-être pas envisageable d'effectuer une sélection aléatoire d'un ensemble de quartiers dans une très grande ville. Un ensemble de regroupements peut

être choisi en fonction de certaines caractéristiques du regroupement ou de considérations logistiques en fonction des endroits dans lesquels les collecteurs de données peuvent se rendre facilement. Ou, il peut être plus utile d'allouer des ressources chargées d'évaluer la conformité par rapport aux lois sur les étiquettes d'avertissement et à d'autres lois relatives aux emballages pour les principales marques de produits du tabac, plutôt que pour un échantillon aléatoire. Il est important de comprendre que, dans le cas d'un échantillon de commodité, il n'est pas possible de conclure que les résultats seront représentatifs de l'ensemble de la population visée. Toutefois, si la collecte de données est menée correctement, elle peut fournir une indication utile des niveaux de conformité dans les lieux observés.

Conceptions de l'échantillonnage

Point de vente et publicité extérieure

Dans le cas d'une évaluation des taux de conformité au point de vente et dans la publicité extérieure, une approche d'échantillonnage par regroupement est recommandée. La section ci-dessous propose une description des méthodes d'échantillonnage suggérées au niveau urbain et présente une discussion sur les options d'étendre l'étude aux niveaux régional/provincial ou national. Le terme « quartier » est utilisé pour désigner les regroupements au sein de chaque ville. Des limites précises doivent être identifiées pour chaque quartier.

Échantillonnage dans une ville

Quatre quartiers au moins doivent être choisis dans chaque ville. Veillez à choisir des quartiers qui comprennent des activités commerciales, notamment des commerces et de la publicité extérieure. Un ensemble d'échantillons peut être sélectionné en identifiant un point central fixe dans chaque quartier, puis en sélectionnant des endroits environnants ou situés dans un certain rayon par rapport à ce point. Par exemple, dans chaque quartier, huit rues peuvent être couvertes en observant deux rues parallèles dans chaque direction. La sélection intentionnelle de quartiers à inclure dans l'échantillon (par exemple, par statut socio-économique) peut renforcer la possibilité de généralisation ou susciter l'intérêt des législateurs pour votre étude. Les collecteurs de données doivent observer un minimum de deux points de vente et d'un panneau publicitaire extérieur par rue. Si les collecteurs de données constatent la présence d'activités de TAPS en zone rurale, il peut être nécessaire d'accroître le rayon d'un quartier afin de respecter la taille d'échantillon minimum.

Étape 8 : Sélectionner votre échantillon (suite)

Régional ou provincial

Pour mener une étude de conformité des activités de TAPS au niveau régional ou provincial, vous pouvez suivre le même protocole que celui utilisé pour l'échantillonnage dans une ville. Les villes d'une région ou d'une province peuvent être choisies de manière aléatoire ou au moyen de méthodes d'échantillonnage basées sur la non-probabilité. Dans le cas de régions ou de provinces de grande taille, il peut être plus réaliste de choisir un échantillon de commodité ou intentionnel de villes.

Le nombre de villes qui seront sélectionnées est basé sur un compromis entre les objectifs et la faisabilité de l'étude. Si le but est de fournir une indication raisonnable sur la conformité dans l'ensemble de la région/province, un nombre de villes aussi élevé que possible doit être sélectionné. Dans la plupart des cas, la sélection de quatre à six villes peut fournir une indication raisonnable de la conformité aux réglementations sur les TAPS. Dans le cas de grandes régions ou provinces présentant une variation de produits significative (différences d'activités de TAPS et de disponibilité des produits du tabac entre les zones, souvent basées sur les caractéristiques démographiques de la population), il peut être nécessaire d'utiliser un plus grand nombre de villes pour capturer les variations importantes dans l'ensemble de la zone. Il est également conseillé d'inclure un éventail de zones géographiques différentes dans votre échantillon, telles qu'une métropole, une grande ville, deux villes de petite taille et une zone rurale. La sélection du reste de l'échantillon suit alors la procédure décrite dans la section précédente, « Échantillonnage dans une ville ».

L'évaluation exacte d'un taux de conformité pour une région ou une province entière n'est pas possible au moyen d'une approche d'échantillonnage par regroupement basée sur la non-probabilité, et les résultats peuvent dissimuler des variations importantes de conformité dans l'ensemble des villes. Cependant, les données prélevées dans l'ensemble des villes peuvent être combinées afin de produire un taux de conformité global, qui constitue une estimation pour les centres combinés. Lorsque vous fournissez un taux de conformité global, il est important d'indiquer que ce taux ne doit pas être considéré comme représentatif de la région ou de la province entière. Les taux de conformité pour chaque ville peuvent servir à identifier les endroits où des efforts de mise en application de la loi sont nécessaires.

Nombre de villes à surveiller

L'estimation du nombre de centres à évaluer dépend principalement des éléments suivants :

1. Précision des statistiques (par exemple, niveau de confiance) que vous souhaitez pour les résultats de l'étude, et
2. Ressources disponibles pour effectuer l'étude de conformité

Si vous avez accès à un expert en échantillonnage, celui-ci peut vous aider à prendre des décisions sur la façon d'équilibrer le niveau de confiance que vous pouvez avoir dans vos résultats en fonction de vos ressources disponibles.

Conditionnement et étiquetage

La législation en matière de TAPS et les conditionnements du tabac varient considérablement parmi les régions et les pays. Le conditionnement du tabac reflète les décisions qui sont prises au niveau de la fabrication. Une évaluation de conformité vise, notamment, à identifier les entreprises de tabac qui commettent des infractions vis-à-vis de la loi. Ces décisions de fabrication (à savoir, de se conformer ou non aux réglementations existantes) sont souvent cohérentes dans une même marque ou une même région. Par conséquent, l'évaluation d'un paquet de tabac peut être représentative du niveau de conformité de l'entreprise entière. Pour évaluer la conformité aux exigences de conditionnement et d'étiquetage du tabac, un échantillon de commodité est recommandé, portant sur un minimum de 10 paquets de produits parmi l'éventail de fabricants de produits du tabac dans le pays en question. Un échantillon varié de produits du tabac fournit des résultats les plus utiles pour évaluer l'activité de conditionnement et identifier les failles dans la législation existante. L'échantillon doit inclure des paquets qui varient en apparence. Des informations concernant les marques les plus prisées de chaque pays sont disponibles dans l'enquête mondiale sur le tabagisme chez l'adulte (GATS, Global Adult Tobacco Survey) de l'Organisation mondiale de la santé.

<http://www.who.int/tobacco/surveillance/gats/en/index.html>

Étape 9 : Effectuer des observations de conformité

Formation du personnel

Veillez à ce que vos collecteurs de données soient formés à chaque aspect de la procédure et qu'ils sachent ce qu'ils doivent faire et rechercher. Une session de formation doit comprendre une discussion sur l'objectif de l'étude et un temps suffisamment long pour examiner les procédures de conduite des observations et d'enregistrement des informations. Utilisez une multitude de photos pour familiariser les collecteurs de données aux types d'articles qu'ils seront amenés à examiner. Des formations sur le terrain avec observations pratiques et formulaires de collecte des données doivent faire partie des activités de formation.

Supervision de la collecte de données

Lors de leurs observations sur le terrain, les collecteurs de données doivent faire des rapports réguliers au coordinateur de l'étude et soumettre les formulaires d'étude complétés. Le coordinateur doit examiner attentivement les formulaires afin de garantir qu'ils sont remplis correctement et de fournir des commentaires aux collecteurs de données concernant leur travail.

Exemple 1 : Conformité des emballages de cigarettes en Russie et en Ukraine

Une étude a été réalisée afin d'évaluer la conformité des paquets de cigarettes par rapport à la CCLAT et à la législation nationale dans huit anciens pays d'Union soviétique, notamment la Fédération de Russie et l'Ukraine. Les paquets de cigarettes de chacune des 10 marques les plus consommées dans chaque pays ont été analysés en termes de placement, de taille et de contenu de l'étiquette d'avertissement sanitaire, ainsi que de l'usage de terminologie trompeuse. L'étiquette de tabac a été analysée au regard de la législation nationale et de l'Article 11 de la CCLAT afin d'évaluer sa conformité.

En Russie, tous les paquets comprenaient les avertissements sanitaires, utilisaient des étiquettes d'avertissement variées, affichaient l'avertissement dans la langue principale du pays et respectaient les directives de la législation nationale en matière de dimensions. Les paquets examinés en Russie n'étaient en revanche pas conformes en ce qui concerne l'utilisation d'étiquettes d'avertissement spécifiques (par opposition à générales), et utilisaient en moyenne 2,4 étiquettes trompeuses par paquet (bien que cette pratique ne soit pas condamnée par la législation). En Ukraine, les paquets étaient conformes et présentaient des étiquettes d'avertissement sanitaire variées. La législation nationale en Ukraine n'exige pas la présence d'avertissements sanitaires spécifiques, ni l'affichage de l'avertissement dans la langue principale du pays. En revanche, la loi stipule qu'au moins 50 % de la face avant et arrière du paquet doit être recouvert par un avertissement sanitaire. L'étude a indiqué que les paquets n'étaient pas conformes à cette loi, puisque les étiquettes d'avertissement ne recouvraient que 30 % de la surface à l'avant et à l'arrière du paquet. La loi en Ukraine interdit également l'usage d'étiquettes trompeuses, même si les paquets n'étaient pas conformes et utilisaient en moyenne 2,8 étiquettes trompeuses par paquet. Ces observations démontrent le besoin d'une application plus forte de la loi en ce qui concerne les réglementations sur les emballages, et montrent les écarts par rapport à la législation nationale sur les avertissements et les étiquettes (en particulier sur l'utilisation de la langue principale du pays et l'interdiction d'utilisation d'étiquettes trompeuses).

Étape 10 : Analyser les résultats de votre étude de conformité

Une fois les données recueillies, la qualité des données doit être vérifiée et des analyses doivent être effectuées pour répondre aux questions de votre étude.

Vérification de la qualité des données

Pour garantir la qualité des données, il est essentiel de planifier soigneusement chaque étape de votre étude. Les protocoles que vous établissez et la formation que vous dispensez à votre personnel sont particulièrement utiles pour mener à bien ce processus. Une fois les données collectées, il est important de les examiner afin de vérifier qu'elles sont clairement enregistrées, et qu'elles sont complètes et cohérentes pour l'ensemble des réponses. À l'issue de cette vérification, les données peuvent être saisies dans un logiciel d'analyse des données, par exemple Excel.

Analyse des données d'observation

L'analyse des données consiste en statistiques principalement descriptives, telles que des pourcentages, des nombres et des moyennes. De nombreux programmes logiciels de statistiques sont accessibles pour ces types d'analyses, tels que Microsoft Excel, EpiInfo, SPSS, Stata ou SAS. L'analyse des données doit être guidée par les questions clés auxquelles vous devez apporter des réponses, par exemple :

- Quel est le taux global de conformité aux interdictions de TAPS dans l'ensemble des emplacements visités ?
- Quel est le taux de conformité pour chaque quartier et pour les quartiers combinés (ville) ?
- Quels sont les taux de conformité pour les marques spécifiques ?
- Où se situent les taux de conformité par rapport aux études précédentes ?

Exemple 2 : Surveillance de panneaux publicitaires et de points de vente au Mexique

En octobre 2000, le Mexique a adopté une loi interdisant :

- La publicité en faveur du tabac à la radio, à la télévision et sur les sites Internet
- La publicité en faveur du tabac sur des panneaux publicitaires situés dans un rayon de 250 mètres autour des écoles (y compris du secondaire), des hôpitaux, des parcs récréatifs ou d'autres centres de sports et familiaux

Une étude pilote a été menée dans les villes de Cuernavaca et de Culiacán dans le but d'évaluer le niveau de conformité aux lois régissant la publicité du tabac et leur impact sur les étudiants du secondaire. La présence ou l'absence de panneaux publicitaires et de publicité du tabac a été observée et enregistrée à proximité de 30 écoles et dans 163 points de vente. Les collecteurs de données ont constaté la présence de panneaux publicitaires aux abords des écoles, et d'annonces à la fois externes et internes dans les points de vente. À Cuernavaca, la publicité en faveur du tabac a été observée sur des panneaux publicitaires situés à proximité des écoles, et à l'intérieur et à l'extérieur des points de vente, ce qui démontre le non-respect de la loi sur les trois plans. À Culiacán, des annonces ont été observées à l'intérieur des points de vente. Ces résultats indiquent le besoin de renforcer l'application de la législation existante. Par ailleurs, la publicité en faveur du tabac a été observée près des arrêts de bus d'étudiants et le long d'itinéraires sur lesquels sont situées des écoles, mettant ainsi en évidence des zones qui nécessitent un renforcement de la loi.

Étape 11 : Utiliser les résultats

Les résultats de l'étude de conformité doivent être utilisés selon des méthodes qui correspondent à l'objectif de l'étude et qui sont appropriées compte tenu de la méthodologie utilisée. Lorsque vous utilisez les résultats, veillez à définir le profil de votre public, à développer des messages clés adaptés en fonction de l'objectif de l'étude et de les disséminer de façon à atteindre et à influencer votre public cible. Ce guide recommande de collaborer avec des défenseurs expérimentés et des experts en communications et en relations publiques afin d'obtenir des conseils sur la diffusion des résultats. Les publics type et stratégies de diffusion les plus fréquents sont, notamment :

Les législateurs

Les cibles principales des travaux de diffusion des études de conformité sont souvent les législateurs et les autorités responsables de faire appliquer la loi. Les résultats doivent clairement indiquer aux législateurs dans quelle mesure la loi est respectée et inclure un recours pour les ressources supplémentaires nécessaires à l'amélioration des niveaux de conformité. Les données finales peuvent également être utilisées afin de démontrer les failles existantes qui sont exploitées par l'industrie du tabac et auxquelles les législateurs et les autorités répressives doivent remédier. Les résultats peuvent être présentés dans le cadre d'exposés privés avec des législateurs et les représentants haut placés du gouvernement, et/ou être communiqués aux médias par la voie de conférences de presse ou d'autres événements.

Les organismes chargés de faire respecter la loi

Les exposés privés présentés aux organismes chargés de faire appliquer la loi constituent une pratique utile de diffusion publique des résultats. Ils contribuent en effet à instaurer une certaine confiance et ont plus de chances d'aboutir à la prise de mesures par ces organismes.

Les propriétaires ou gérants des établissements visités

Vous pouvez choisir d'envoyer une lettre ou de présenter les résultats de l'étude aux propriétaires ou aux gérants des établissements visités afin de les informer du statut de conformité générale. La présentation des résultats peut être utilisée pour les avertir que des vérifications de conformité sont en cours et pour les encourager à se conformer à la loi. Ne manquez pas de féliciter ceux qui se sont avérés être conformes à la loi.

Le public

Les médias de masse peuvent être utilisés pour informer le public des niveaux de conformité par rapport à la loi, et pour appeler à un renforcement de l'application de la loi par le gouvernement. La communication des failles existantes au public peut également créer une demande pour faire adopter une législation plus stricte, qui incitera les législateurs à prendre des dispositions.



Annonce dans un point de vente, Brésil 2011
Leah Jarvis



Voiture Parliament, Russie 2012
Avec la permission de CTFK

Récapitulatif

L'objectif global d'une étude de conformité des TAPS est d'évaluer le degré de conformité aux interdictions imposées sur les TAPS dans un domaine particulier. La législation relative aux activités de TAPS comporte des dispositions qui spécifient ce qui est autorisé ou non par la loi. **Il est essentiel de connaître ces dispositions pour comprendre dans quelle mesure elles sont appliquées. Ces dispositions doivent guider la conception et la réalisation des études de conformité.** Ce guide décrit les étapes clés de la conduite d'une étude de conformité, en mettant l'accent sur les éléments suivants :

- Les études de conformité peuvent avoir plusieurs objectifs, mais elles doivent toujours être liées à un plan stratégique plus vaste. Ceci implique d'être extrêmement précis concernant les raisons pour lesquelles l'étude est menée et les suites à donner aux résultats.
- Les organisations qui effectuent ces études doivent être réalistes en ce qui concerne les ressources dont elles disposent et celles qui devront être recrutées pour mener l'étude de conformité.
- La portée de l'étude de conformité doit diriger sa conception. La portée de l'étude est définie par le niveau géographique auquel la conformité sera évaluée, le ou les types d'activités de TAPS à surveiller et les lois de votre région. Une bonne connaissance de la loi et des suites à donner aux résultats favorisera une prise de décision adéquate en ce qui concerne la portée de l'étude. Il n'y a pas d'approche meilleure que d'autres pour déterminer la portée de l'étude, et les ressources seront souvent un facteur clé dans les décisions.
- La conduite d'une étude de conformité doit suivre un planning clair et complet qui permettra à toutes les personnes impliquées de comprendre et de se préparer de manière adéquate à toutes les étapes pratiques liées à l'enregistrement des observations sur site et à l'utilisation optimale des résultats.
- La collecte de données nécessite l'utilisation d'outils normalisés qui correspondent aux dispositions prévues en matière d'interdiction des TAPS, ainsi que de procédures visant à garantir la qualité des données recueillies. Les collecteurs de données doivent comprendre précisément ce qu'ils sont supposés faire lorsqu'ils se rendent dans un lieu et comment ils doivent enregistrer leur observations.
- Les organisations sont encouragées à s'adresser à une personne disposant d'une expertise en échantillonnage pour choisir la taille de l'échantillon, et qu'elles pourront consulter au cours de la période de collecte des données.
- Lorsque l'échantillon de l'étude a été défini, la collecte des données peut commencer. La collecte efficace de données débute par la formation appropriée des collecteurs de données et comprend des possibilités de pratique de la collecte de données dans des emplacements similaires à ceux qui seront inclus dans l'échantillon de l'étude (mais pas intégrés à celle-ci). Les collecteurs de données doivent être supervisés lorsqu'ils effectuent une collecte de données sur le terrain.
- Avant d'utiliser les résultats d'une étude de conformité des TAPS, l'organisateur de l'étude doit revoir la raison initiale à la base de l'étude. Une étude de conformité doit être liée à un plan de défense stratégique plus vaste. Un rappel de l'objectif de l'étude et du plan stratégiques plus vaste permet de définir les observations qui doivent être partagées avec les publics cibles au moyen de messages soigneusement adaptés.
- Ce guide décrit les modes de planification et de mise en œuvre d'une étude de conformité des TAPS portant sur les points de vente, la publicité extérieure et les emballages, étiquettes et encarts de tabac. Toutefois, il existe de nombreux autres moyens de diffusion qui peuvent également être considérés comme des activités de TAPS. Ceux-ci feront l'objet d'autres guides de conformité qui comprendront des conseils supplémentaires d'évaluation de la conformité des TAPS fournis par la JHSPH, la CTFK et l'Union.



Publicité dans un point de vente en Ukraine, février 2011
Photo gracieusement offerte par LIFE

ANNEXE A : Exemple de planning

TÂCHES	SEMAINE	PERSONNES IMPLIQUÉES	PERSONNE RESPONSABLE /SUPERVISEUR	DÉLAI D'EXÉCUTION
Tâches réalisables à la mise en œuvre				
Définition des objectifs de l'étude				
Développement de l'outil de collecte des données				
Élaboration des procédures de l'étude				
Développement de l'échantillon				
Formation des collecteurs de données				
Outils de test et procédures pilotes				
Tâches de mise en œuvre				
Vérifications de la conformité				
Tâches postérieures à la mise en œuvre				
Saisie des données				
Vérification de la qualité des données				
Analyse des données				
Interprétation des observations				
Utilisation des résultats de l'étude de conformité				

ANNEXE B : Formulaire d'observation des points de vente

Formulaire d'observation de la publicité en faveur du tabac et des activités de promotion : POINTS DE VENTE (Article 13 de la CCLAT)

PAYS	VILLE	QUARTIER	RUE
Nom du magasin ou de la boutique (le cas échéant) :		Date d'observation	
Adresse et/ou coordonnées complètes :			
Type de point de vente (sélectionner une seule réponse)			
Supermarché		Café	
Supérette/épicerie		Kiosque permanent	
Bureau de tabac		Chariots de tabac	
Autre (préciser) _____			
Nom/code du collecteur de données			
Articles observés	Présent	Conforme à la loi	Commentaires/Notes et nom des marques en infraction
Publicité			
Présence de publicité en faveur des produits du tabac (<i>se référer à la loi de votre pays pour connaître les spécifications concernant la taille, la visibilité, le placement et les termes utilisés</i>)			
Présence de cadeau à l'achat, d'offre spéciale ou à durée limitée (<i>se référer à la loi de votre pays pour connaître les spécifications</i>)			
Présence de rabais à l'achat de plusieurs paquets (<i>se référer à la loi de votre pays pour connaître les spécifications</i>)			
Présence de publicité rétro-éclairée ou illuminée (<i>se référer à la loi de votre pays pour connaître les spécifications</i>)			
Utilisation de références culturelles, telles que des images, symboles ou couleurs spéciales (<i>se référer à la loi de votre pays ou contactez vos représentants locaux pour plus de détails</i>)			
Publicité en faveur du tabac sans fumée ou aromatisé (<i>se référer à la loi de votre pays pour connaître les spécifications</i>)			
Placement du produit (étalages)			
Produits étalés sur un comptoir ou un étalage mural (<i>se référer à la loi de votre pays pour connaître les spécifications concernant la taille, la visibilité, le placement et les termes utilisés</i>)			
Présence d'objets sur lesquels figure le logo/symbole/marque d'un produit du tabac (<i>se référer à la loi de votre pays pour connaître les spécifications concernant les articles tels que les briquets, cendriers, horloges, caddies, etc.</i>)			
Avertissement			
Présence d'exigence en termes de signaux (<i>se référer à la loi de votre pays pour connaître les spécifications concernant la taille, la visibilité, le placement, les termes utilisés et les représentations graphiques</i>)			
Présence d'informations sur des moyens d'aide au sevrage du tabac (<i>se référer à la loi de votre pays pour connaître les spécifications</i>)			

Annexe C : Formulaire d'observation de la publicité à l'extérieur

Formulaire d'observation de la publicité en faveur du tabac et des activités de promotion : PUBLICITÉ À L'EXTÉRIEUR (Article 13 de la CCLAT)

PAYS	VILLE	QUARTIER	RUE
Nom du magasin ou de la boutique (le cas échéant) :		Date d'observation	
Adresse et/ou coordonnées complètes :			
Type de publicité extérieure (sélectionner une seule réponse)			
Panneau publicitaire ou pavillon autonome		Sur des structures, bâtiments, stations de transport collectif	
Écran TV public		Sur des véhicules de transport collectif	
Autre (préciser) _____			
Nom/code du collecteur de données			
Articles observés	Oui	Non	Commentaires/Notes et nom des marques en infraction
La publicité est-elle nettement visible depuis un point de circulation piéton ou automobile normal ?			
L'annonce respecte-t-elle les exigences de taille ? <i>(se référer à la loi de votre pays pour connaître les spécifications)</i>			
Présence d'avertissement sanitaire sur les annonces <i>(se référer à la loi de votre pays pour connaître les spécifications concernant la taille, la visibilité, le placement, les termes utilisés et les représentations graphiques)</i>			
Utilisation de références culturelles, telles que des images, symboles ou couleurs spéciales <i>(se référer à la loi de votre pays ou contactez vos représentants locaux pour plus de détails)</i>			
Y a-t-il une annonce sur le tabac sans fumée ou aromatisé ? <i>(se référer à la loi de votre pays pour connaître les spécifications)</i>			
La publicité utilise-t-elle des articles fonctionnels tels que des parapluies, etc. ? <i>(se référer à la loi de votre pays pour connaître les spécifications)</i>			

Annexe D : Formulaire d'observation du conditionnement et de l'étiquetage

Formulaire d'observation de la publicité en faveur du tabac et des activités de promotion du tabac : CONDITIONNEMENT ET ÉTIQUETAGE (Article 13 de la CCLAT)

PAYS	VILLE	QUARTIER	RUE
Date d'observation			
Type de point de vente dans lequel le paquet a été collecté (le cas échéant)			
Supermarché		Café	
Supérette/épicerie		Kiosque permanent	
Bureau de tabac		Chariots de tabac	
Autre (préciser) _____			
Méthode d'observation du paquet :			
Acheté	Ramassé par terre	Photo/observation du point de vente	Autre
Nom/code du collecteur de données			
Articles observés	Conforme à la loi		Commentaires/Notes et nom des marques en infraction
	Oui	Non	
La taille, forme, couleur, matière, texture etc. du paquet respecte les normes de réglementation (<i>se référer à la loi de votre pays pour connaître les spécifications</i>) ^{a, b}			
Nombre de cigarettes par paquet (<i>se référer à la loi de votre pays pour connaître les spécifications</i>) ^a			
Articles observés	Présent	Conforme à la loi	Commentaires/Notes et nom des marques en infraction
Représentation de l'étiquette d'avertissement sanitaire (<i>se référer à la loi de votre pays pour connaître les spécifications concernant la taille, la visibilité, le placement, les termes utilisés et les représentations graphiques</i>) ^a			
Informations sur l'aide au sevrage du tabac figurant sur le paquet ^a			
Utilisation de mots qui suggèrent le goût ou la réduction de la teneur en goudron ou en nicotine comme légère, ultra-légère ou light (<i>se référer à la loi de votre pays pour connaître les spécifications</i>) ^{a, b}			
Présence de doubles paquets (<i>se référer à la loi de votre pays pour connaître les spécifications</i>) ^b			
Utilisation de références culturelles, telles que des images, symboles ou couleurs spéciales (<i>se référer à la loi de votre pays ou contactez vos représentants locaux pour plus de détails</i>) ^b			
^a Article 11 de la CCLAT			
^b Article 13 de la CCLAT			

Contributeurs

AUTEURS

Action pour une enfance sans tabac

Ellen Feighery, MS

Institute for Global Tobacco Control, Johns Hopkins Bloomberg School of Public Health

Joanna Cohen, PhD

Ashley Grant, MPH

Asim Khan, MA

Union internationale contre la tuberculose et les maladies respiratoires

Ehsan Latif

REMERCIEMENTS

Ce guide est issu des travaux menés conjointement par Action pour une enfance sans tabac, la Johns Hopkins Bloomberg School of Public Health et l'Union internationale contre la tuberculose et les maladies respiratoires. Ce document est financé par Bloomberg Philanthropies dans le cadre de la Bloomberg Initiative to Reduce Tobacco Use.

Cette publication est disponible sur le site :

www.globaltobaccocontrol.org.

www.jhsph.edu/igtc

Pour plus d'informations, contacter :

Institute for Global Tobacco Control,

2213 McElderry Street, 4th Floor

Baltimore, MD 21205, États-Unis

igtc@jhsph.edu