

Ministère de la Santé Publique

LES INTERNAUTES TUNISIENS & LE TABAGISME

Synthèse des résultats



Octobre 2009

Sommaire

- Méthodologie
- Synthèse des résultats
- Recommandations
- Résultats globaux

Méthodologie

- Enquête en ligne: questionnaires administrés sur Internet.
- Communication de l'enquête : Mailing, bannières, buzz.
- Méthode d'échantillonnage: aléatoire.
- Date de l'enquête: Du 07 juin 2009 au 30 septembre 2009.
- Contrôle des réponses par les adresses IP et les adresses mails.
- Taille définitive de l'échantillon après épuration (4113).
- Analyse et traitement des données: SPSS 17.

Synthèse des résultats

Taux de tabagisme

- Le **taux des fumeurs de l'échantillon est de 43%**, répartis entre 6% de fumeurs occasionnels, 22% de fumeurs réguliers et 15% de grands fumeurs
- **77%** des individus de l'échantillon ont eu une **expérience avec la cigarette**.
- **L'entourage** est un facteur qui stimule la consommation de cigarettes ce qui en fait un phénomène de société: souvent la famille, les collègues au travail sont le premier prescripteur de la cigarette.

La campagne anti-tabac

- **50%** des internautes ont eu connaissance des campagnes de prévention anti-tabac en Tunisie, parmi eux 46% les trouvent efficaces (l'enquête a coïncidé avec le lancement de la dernière campagne anti-tabac), grâce à des explications claires, mais elles restent « **pas convaincantes sur le fond** » (49%) et « **pas assez répétées** » (39%) pour 36% des internautes non convaincus de leur efficacité.
- 71% des internautes tunisiens sont bien et très bien **informés** des **risques liés au tabagisme**.
- Les internautes préconisent des campagnes anti-tabac « **chocs** »: utilisant des images qui font **peur**, en déclenchant la **peur** de la maladie, en **interdisant** les ventes de cigarettes aux moins de 18 ans, en ayant recours aux **médecins** et **spécialistes**, etc.
- Les **supports sur internet** sont plébiscités par près de 70% des internautes en tant que media pour les campagnes anti-tabac, en plus des **SMS**, des messages à la **radio** et des **méthodes personnalisées**.
- Les internautes sont à 82% pour une interdiction totale de fumer dans les **lieux publics**, la **notoriété** de la loi anti-tabac sur la prévention des méfaits du tabac en Tunisie est de **61%**.
- Les sanctions pour le non respect de la loi anti-tabac ne sont connues que par **48%** des internautes, dont **56%** situent l'amende prévue par la loi si une personne fume dans un lieu public à **25 DT**.

Synthèse des résultats

Les fumeurs

- Les fumeurs se divisent en 3 catégories: les occasionnels, les réguliers et les grands. Les grands fumeurs ont en majorité 10 à 20 ans de cigarettes, les réguliers de 5 à 10 ans, et de 1 à 5 ans pour les occasionnels.
- A des degrés différents, le fumeur régulier et le grand fumeur sont très «**accros** » à la cigarette: **l'accoutumance** commence dès le **réveil**, en cours de journée, et dans les moments de stress, qui sont accompagnés de café, de thé, et parfois de boissons alcoolisées. La cigarette **s'incruste** dans le quotidien du fumeur et accompagne ses faits et gestes. 50% des fumeurs consomment en moyenne 1 paquet par jour.
- 37% des fumeurs en moyenne croient que les cigarettes « **light** » sont **moins nocives** pour la santé; Il n'y a **pas un attachement particulier à une marque** de cigarette, **l'essentiel c'est de fumer**.
- Les fumeurs ont **conscience** de la nocivité de la cigarette, et malgré cela près de **20%** en moyenne **n'essaient jamais d'arrêter**, appréciant le **plaisir** de la cigarette et fuyant la **difficulté du sevrage**.
- En effet, 80% des fumeurs ont essayé d'arrêter la cigarette au moins une fois. Les principales raisons avancées sont la survenue d'un problème de santé (39%) et l'accroissement du prix du tabac (35%). Ceci étant, la principale raison invoquée pour l'échec du sevrage est la difficulté d'arrêter de fumer sans assistance (58%).
- Pour ceux qui n'ont jamais essayé d'arrêter de fumer, ils sont freinés par le plaisir qu'ils tirent de la cigarette (52%) et la difficulté du sevrage (42%).
- 47% des fumeurs ont connaissance de campagne anti-tabac, dont plus de la moitié ne croient pas en leur efficacité pour les mêmes raisons que les non fumeurs (non convaincantes sur le fond et répétition insuffisante du message). Ceci étant, 69% des fumeurs déclarent être bien à très bien informés des dangers de la cigarette.
- La majorité des fumeurs sont pour l'utilisation des images chocs, et le recours à des spécialistes pour sensibiliser les fumeurs aux dangers de la cigarette.
- Même si 40% des fumeurs ne demandent pas la permission à leur entourage pour fumer dans un lieu public, 61% en moyenne connaissent l'existence de la loi anti-tabac et 72% sont pour l'interdiction totale de fumer dans les lieux publics.

Synthèse des résultats

Les Ex-fumeurs

- Les ex-fumeurs présentent les mêmes caractéristiques que les fumeurs: 66% d'entre eux ont été attirés par la cigarette de 10 à 19 ans, par curiosité.
- Plus d'une tentative a été nécessaire à 70% des ex fumeurs pour venir au bout de la cigarette. La principale raison pour le faire a été le désir de **ne plus dépendre** de la cigarette, et la **volonté** a été leur seul moyen pour le faire dans 84% des cas. D'ailleurs, 83% des ex-fumeurs soulignent le sentiment de santé et de bien-être après avoir arrêté de fumer.
- 61% des ex-fumeurs ont eu une ancienneté de 10 à plus de 30 ans avec la cigarette avant de s'arrêter de fumer, ce qui montre la difficulté du sevrage jugé moyennement difficile à très difficile par 71% des ex-fumeurs.
- Il est à souligner que plus de la moitié des ex-fumeurs sont tentés de refumer, principalement à cause des fumeurs de leur entourage, et ils sont 69% à conseiller les fumeurs de leur entourage d'arrêter de fumer.
- 51% des ex fumeurs ont eu connaissance d'une campagne anti-tabac, et ils se déclarent bien à très bien informés des dangers du tabac à 72%. Ils sont 64% à connaître la loi anti-tabac et 90% sont pour une interdiction totale de fumer dans les lieux publics.

Recommandations

Une campagne anti-tabac ne doit pas être centrée seulement sur les fumeurs, mais doit s'articuler sur les fumeurs, non fumeurs et ex fumeurs.

Les **non fumeurs et les ex fumeurs** doivent être **protégés** par des actions et mesures spécifiques pour éviter la tentation de la cigarette (programmes de sensibilisation pour les plus jeunes, actions de soutien pour les ex-fumeurs, etc.).

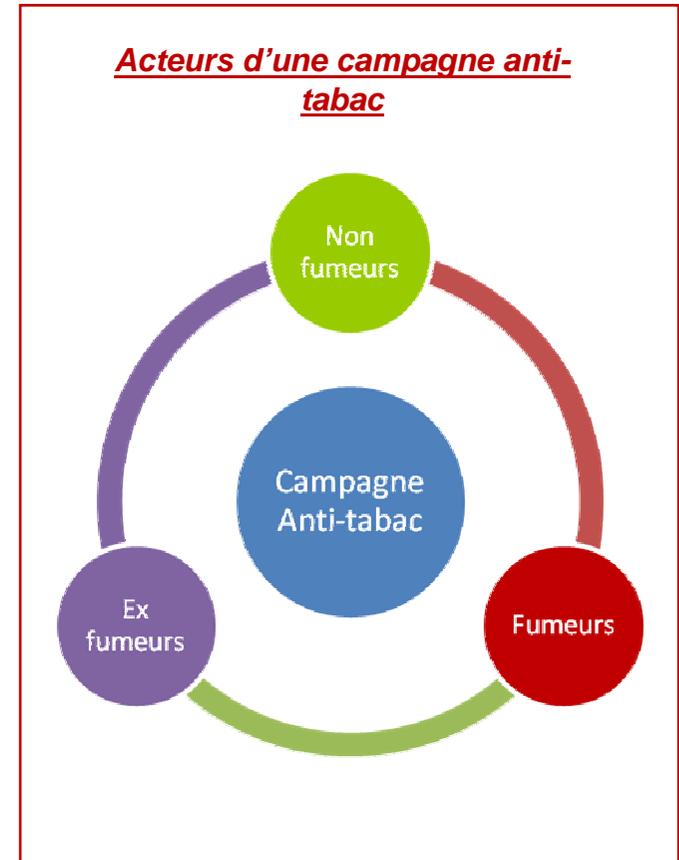
Ils sont aussi des **leviers sociaux** qui peuvent participer efficacement à la lutte contre le tabagisme et renforcer les **actions de communication** par des **actions plus opérationnelles** (conseils actifs aux fumeurs pour arrêter, participation à des forums, partages d'expériences, etc.)

Les fumeurs restent en général **faibles** devant la cigarette. Informés des dangers de la cigarette, au même titre que les non fumeurs et les fumeurs, ils n'arrivent pas à arrêter de fumer et affichent une dépendance claire, dans leur quotidien.

Il est alors évident que les **campagnes média anti-tabac sont insuffisantes** pour réaliser des objectifs de sevrage. Les fumeurs, face à la difficulté de la tâche, ont **besoin d'actions** et de **programmes personnalisés** en fonction de leurs dépendances, de leurs comportements et de leurs milieux. Des actions de terrain peuvent être organisées pour renforcer la sensibilisation contre le tabagisme dans les campagnes de communications (forums, etc.).

Les internautes jugent les **campagnes anti-tabac peu efficaces**, ils pensent qu'elles manquent de conviction sur le fond et qu'elle sont insuffisamment rediffusées. D'où leur accord sur le type de campagne anti-tabac à mettre en place, en préconisant **des campagnes chocs**, qui utilisent **la peur** et associent **des spécialistes**. Ces éléments donneraient plus de force au message à passer aux fumeurs. La **fréquence de passage** d'une campagne anti-tabac devrait aussi être augmentée pour avoir un impact significatif sur les fumeurs.

Les internautes sont en majorité pour **l'interdiction totale** de fumer dans les lieux publics. La **notoriété de la loi anti-tabac doit aussi être renforcée et la loi devrait être appliquée de façon plus rigoureuse**.



Recommandations

Pour les non fumeurs

- Intensifier la **sensibilisation** aux dangers du tabac dans les **lycées**, voire même aux niveaux des **classes primaires**.
- **Adapter** le discours et les méthodes des campagnes anti-tabac pour un public très jeune.
- Allouer des ressources pour le **dépistage des fumeurs potentiels à un stade précoce**.
- Utiliser les **non fumeurs** en tant que **relais familial/social** pour diminuer le tabagisme: participation à des forums/ dans la famille/ etc.
- Concevoir en parallèle des **programmes** anti-tabac **personnalisés** par **cibles**: lycéens, étudiants, travailleurs, etc. avec le concours de **spécialistes** et une **gestion par objectifs** (fixation de résultats à atteindre).

Pour les fumeurs

- **Sensibiliser** les fumeurs aux **dangers du tabagisme** passif et aux risques auxquels ils exposent leur entourage
- Essayer de **cibler plus spécifiquement les fumeurs occasionnels**, une cible plus réceptive que les autres catégories de fumeurs.
- Adapter les campagnes anti-tabac pour chaque type de fumeur.
- **Etudier** d'une manière détaillée le **comportement** de chaque type de fumeur afin de détecter les arguments sensibles qui peuvent être utilisées pour un programme de sevrage réussi.
- Mettre en évidence les **moments de dépendance** et le degré d'attachement à la cigarette
- Mettre à profit la **propension des fumeurs à arrêter** en motivant le maximum de fumeurs pour adhérer à des programmes de sevrage.
- Mieux informer les fumeurs sur les problèmes de santé liés au tabac pour une prise en charge précoce
- Concevoir des programmes de sevrage avec l'assistance de spécialistes

Pour les ex-fumeurs

- Sensibiliser les ex fumeurs sur les **risques de rechute**
- **Les impliquer** dans les programmes de sevrage de fumeurs et de sensibilisation pour les non-fumeurs

Actions communes

- Renforcer les **campagnes** anti-tabac dans les mass-media avec des **messages forts** (images chocs, peur de la maladie, témoignages...);
- Renforcer **l'application** de la **loi anti-tabac** dans les lieux publics (notamment dans les cafés).
- Etudier la possibilité **d'interdiction de la vente de tabac pour les moins de 18 ans** pour éviter les risques du tabagisme pour les jeunes.
- Les campagnes de communication sur les risques du tabac doivent être accompagnées de programmes spéciaux pour les fumeurs pour les aider à arrêter de fumer.
- Renforcer le rôle de la **volonté** du fumeur et de la **nécessité de persévérer** dans le sevrage pour augmenter le taux de réussite
- Comprendre et faire **véhiculer les expériences de sevrage des ex fumeurs**
- Utiliser les ex-fumeurs en tant que **relais** pour la réussite de programmes et actions spécifiques de sevrage du tabac

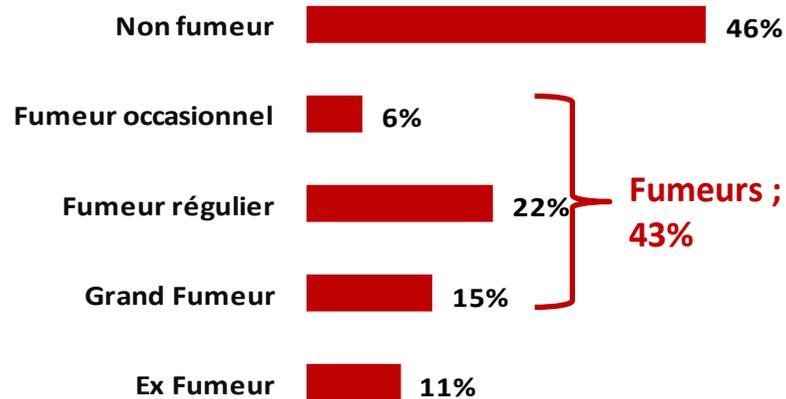
RÉSULTATS GLOBAUX

Plus de détails dans la version complète

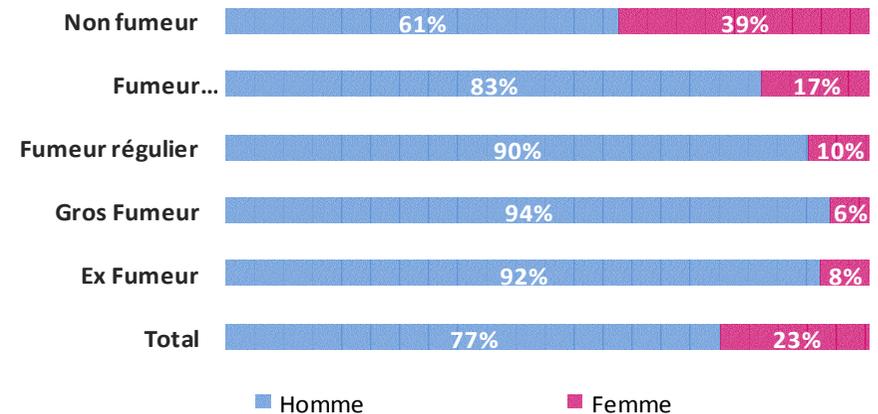
Principaux Résultats

Taux de tabagisme des internautes tunisiens

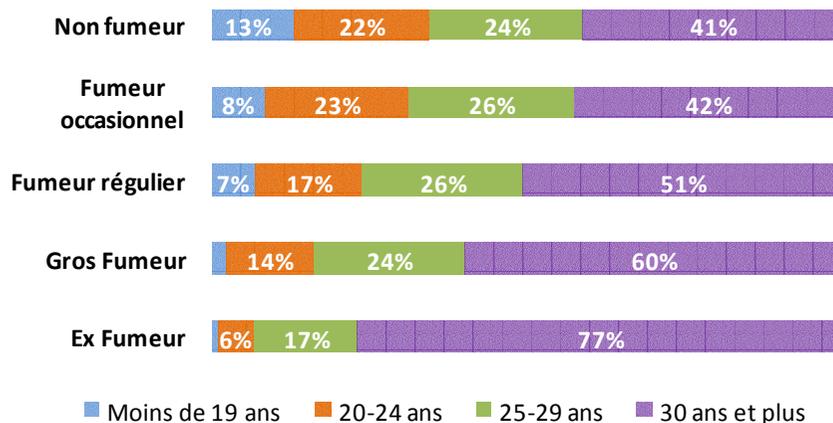
Les internautes tunisiens et la cigarette



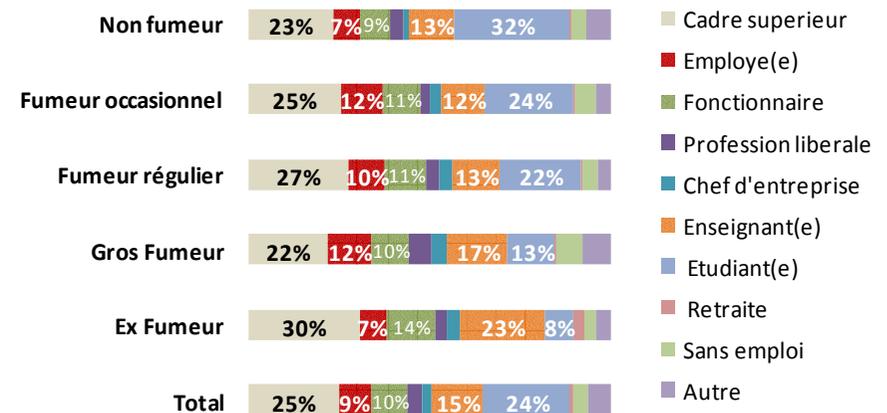
Répartition des répondants par genre



Répartition des répondants par âge



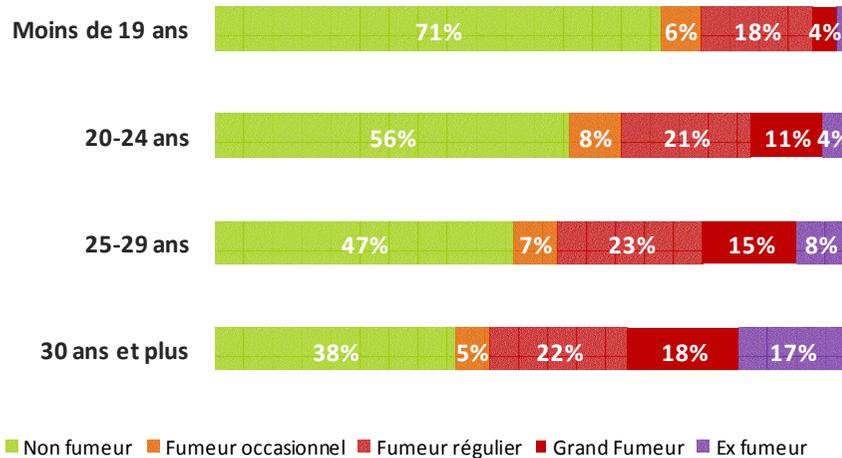
Répartition des répondants par profession



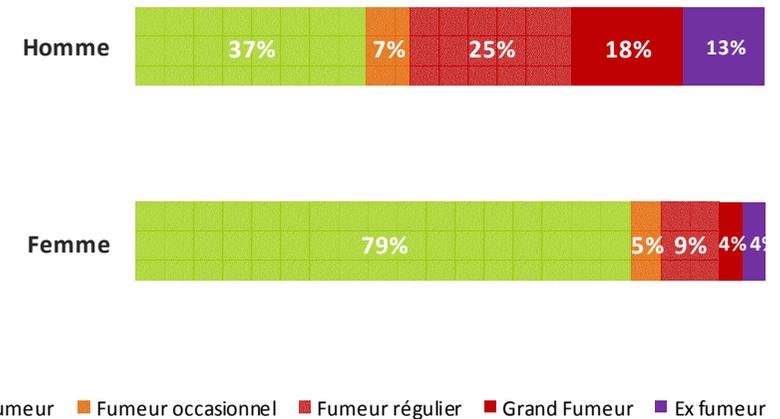
Résultats Globaux

Taux de tabagisme des internautes tunisiens

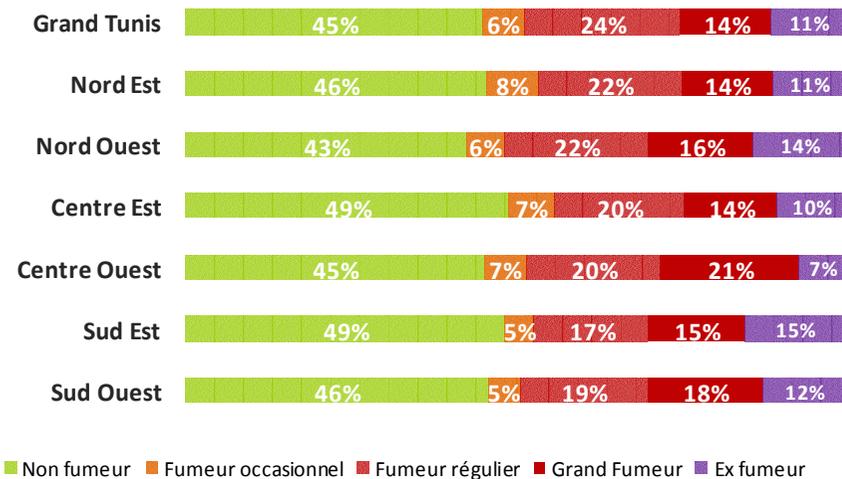
Ventilation des fumeurs/non fumeurs par âge



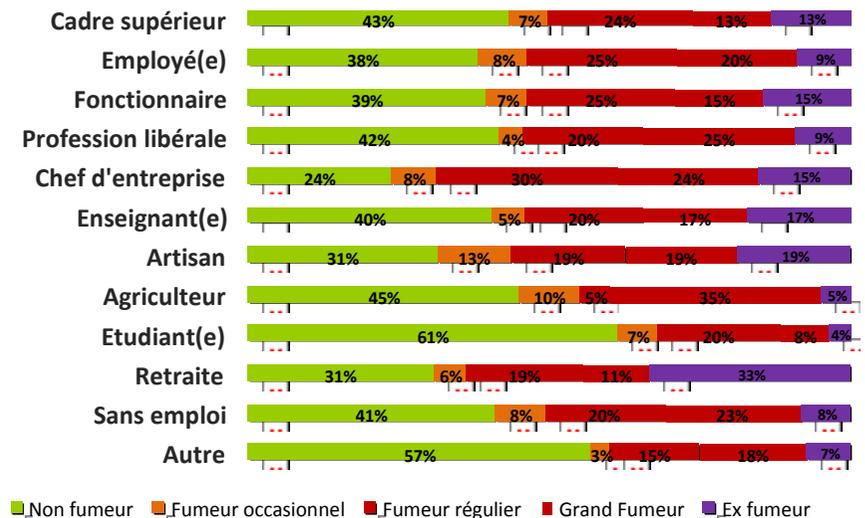
Ventilation des fumeurs/non fumeurs par genre



Ventilation des fumeurs/non fumeurs par région



Ventilation des fumeurs/non fumeurs par profession



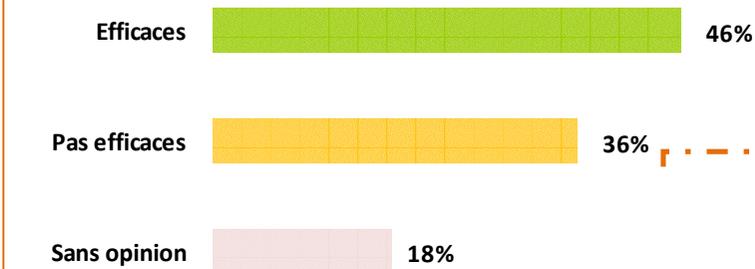
Résultats Globaux

Notoriété et perception des campagnes Anti-tabac

La notoriété globale des campagnes de prévention anti-tabac est de 50%.

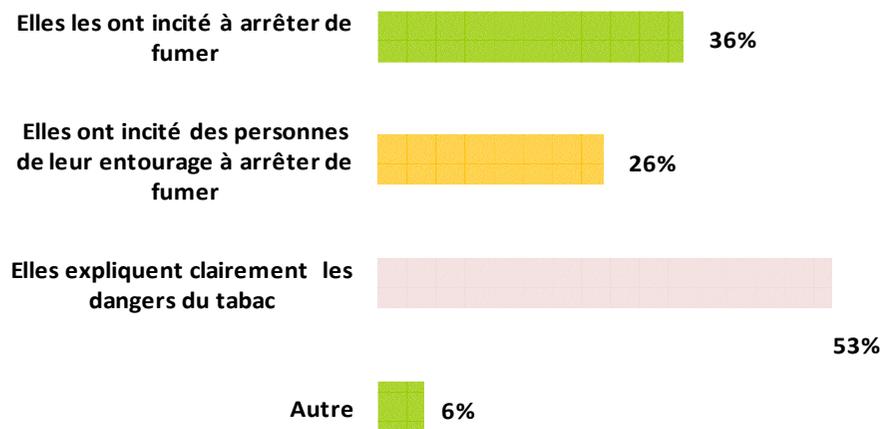
Avez-vous déjà eu connaissance de campagnes de prévention contre l'usage du tabac en Tunisie ?

Perception de l'efficacité des campagnes Anti-tabac



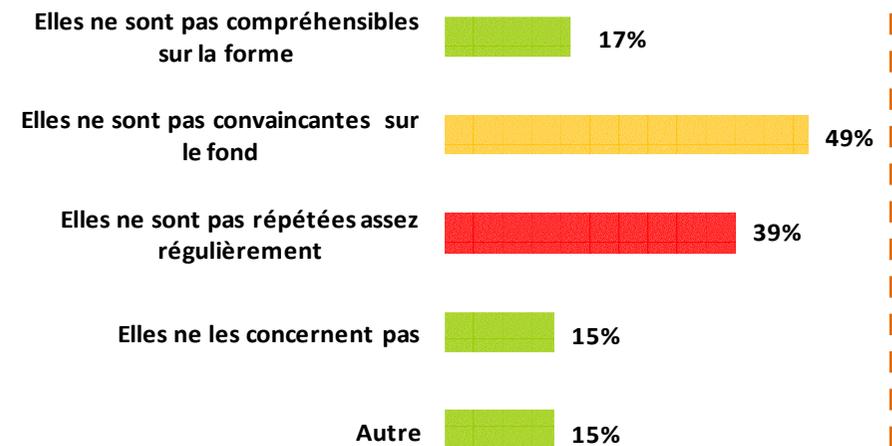
Avez-vous le sentiment que ces campagnes de prévention sont efficaces ?

Raisons d'efficacité des campagnes Anti-tabac



Pourquoi avez-vous trouvé ces campagnes efficaces ?

Raisons d'inefficacité des campagnes Anti-tabac

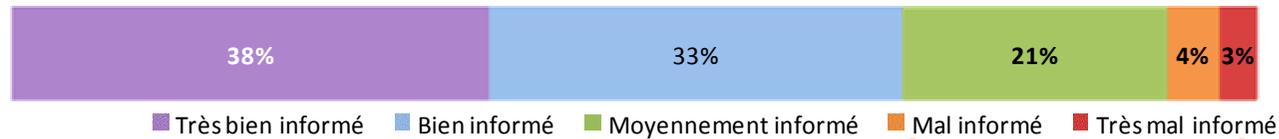


Pourquoi avez-vous trouvé ces campagnes inefficaces ?

Résultats Globaux

Moyens d'informations & sensibilisation sur le tabagisme

Information face aux dangers du tabac

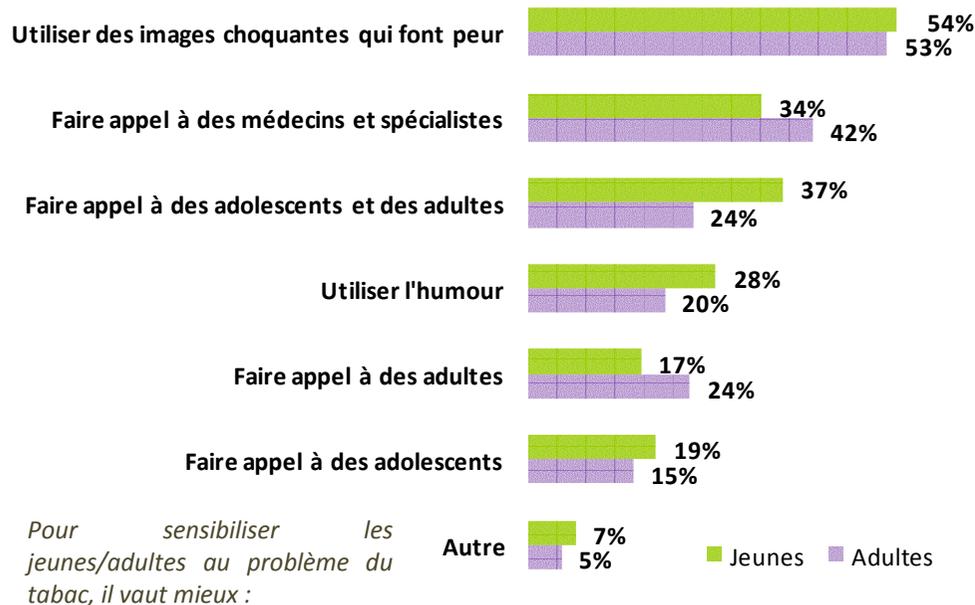


Concernant les risques liés au tabagisme, vous vous sentez :

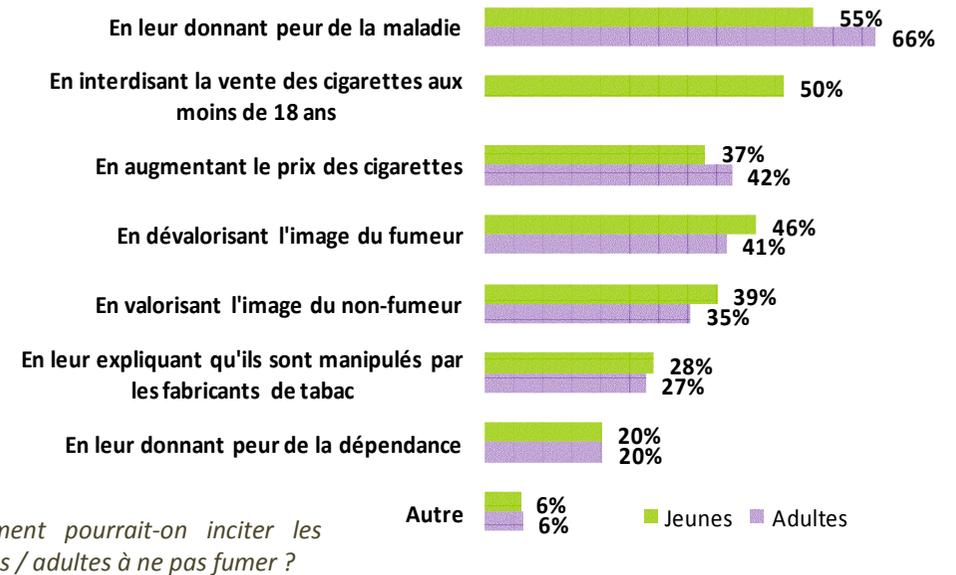
28% de Moyennement à mal informés sur les dangers du tabac

Les moyens et motifs de sensibilisation pour une campagne anti-tabac :

Moyens de sensibilisation des jeunes / adultes aux dangers du tabac



Comment inciter les jeunes/adultes à arrêter de fumer

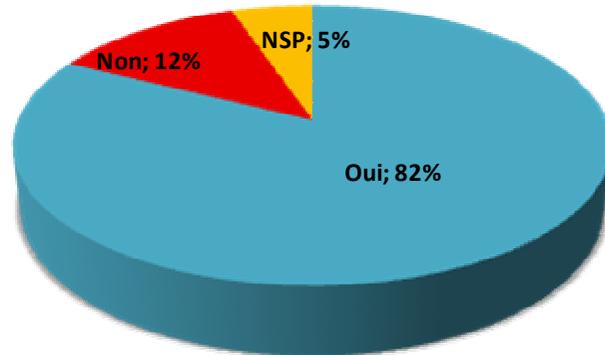


Les médias les plus demandés par les internautes pour une campagne anti-tabac sont les emails, les bandes dessinées, les bannières et banderoles sur Internet, ainsi que les brochures, les magazines et les SMS

Résultats Globaux

Fumer dans les lieux publics

Position pour une interdiction totale de fumer dans les lieux publics



Etes-vous favorable à l'interdiction totale de fumer dans les lieux publics ?

La notoriété globale des sanctions encourues si la loi anti-tabac n'est pas respectée est de 48%, dont 56% estiment que l'amende est à 25DT.

Connaissez-vous les sanctions encourues si la loi anti-tabac n'est pas respectée ?

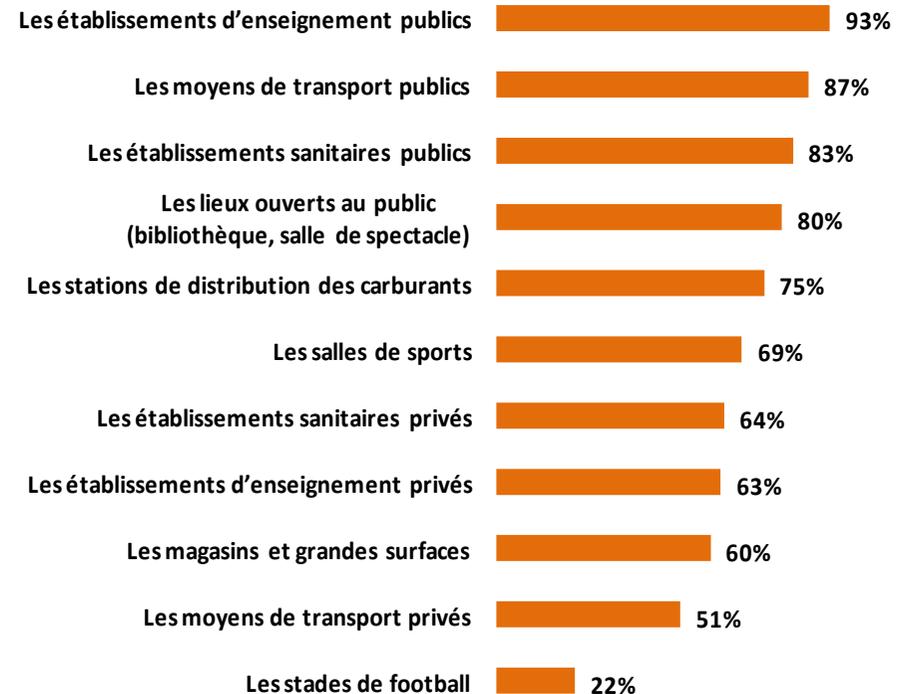
Notoriété de la loi sur la prévention des méfaits du tabac en Tunisie 61%

Savez-vous qu'il existe une loi sur la prévention des méfaits du tabac en Tunisie ?

Notoriété des endroits où il est interdit de fumer 84%

Connaissez-vous les endroits où il est interdit de fumer ?

Notoriété des lieux où il est interdit de fumer

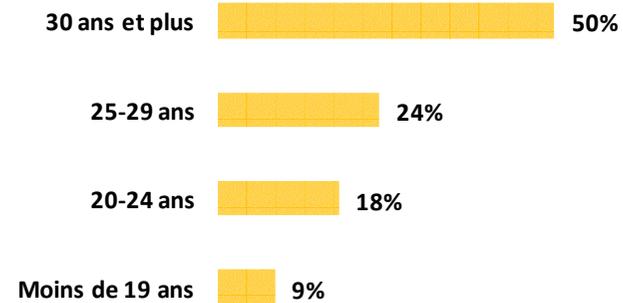


Cochez parmi les cases suivantes celles qui correspondent aux endroits où il est interdit de fumer

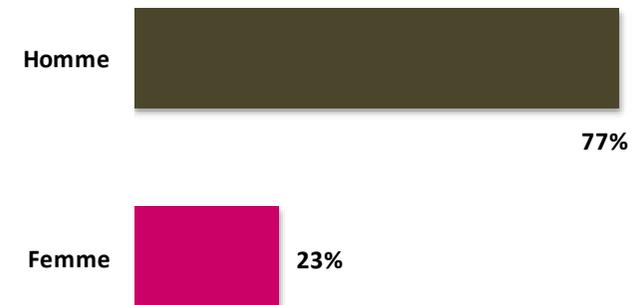
Résultats Globaux

Signalétique des répondants

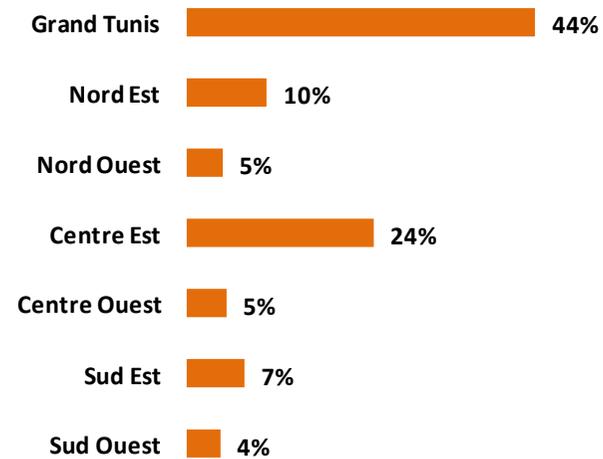
Âge des répondants



Genre répondants



Régions des répondants



Profession des répondants

