



GRANDS CIGARETTIERS PETITES CIBLES

L'INDUSTRIE DU TABAC
CIBLE LES ECOLES
AU CAMEROUN



Août 2016





Sommaire

Introduction	04
Méthodologie	05
Résultats	06
• Vente de produits du tabac autour des écoles	06
• Mode de vente des produits du tabac dans les épiceries	08
• Publicité autour des écoles et épiceries	10
• Publicité et promotion dans les épiceries	12
• Présence de signalisation dans les épiceries	12
Observations	14
Recommandations	16
Conclusion	18
Annexe	19





Introduction

Il existe des preuves indéniables que l'industrie du tabac cible délibérément et systématiquement les enfants afin de les encourager à fumer et à utiliser d'autres produits du tabac.

Elle le fait à travers l'utilisation fréquente de multiples stratégies, telles que le marketing, la publicité et la promotion autour des écoles, conduisant à l'expérimentation chez les jeunes élèves. Ils sont donc plus susceptibles de devenir dépendants du tabac et souffrent plus tard de problèmes de santé liés au tabagisme et/ou une mort précoce.

La consommation du tabac est connue comme cause de mortalité chez près de **50%** de ses utilisateurs. L'industrie du tabac, bien que consciente des conséquences

dévastatrices de la consommation du tabac, continue de cibler les jeunes car elle est plus préoccupée par les bénéfices que par la santé publique.¹

Le Cameroun ne fait pas exception à la stratégie de marketing de l'industrie du tabac. Publicité et vente de produits du tabac ciblent de plus en plus les enfants et les jeunes. Chez les jeunes élèves âgés de 13-15 ans, **31,2%** ont expérimenté la cigarette avant l'âge de 10 ans, **5,7%** fument des cigarettes et **9,5%** consomment d'autres produits du tabac.²

Cette enquête a été menée en vue de comprendre les pratiques de l'industrie du tabac relatives à la publicité, la promotion et la vente des produits du tabac à proximité des écoles à Yaoundé au Cameroun.

¹ Report on the Global Tobacco Epidemic, 2008: The MPOWER package. Geneva: World Health Organization.

² Enquête globale sur le tabagisme en milieu jeune (Cameroun), 2008.



Méthodologie

La méthodologie suivante a été adoptée pour mener l'enquête :

→ **Observation** : La méthodologie a été basée sur l'observation des points de vente et de la publicité des cigarettes et autres produits du tabac dans un rayon de 100 mètres autour des écoles.

→ **Outils** : Des formulaires d'observation ont été réalisés par une équipe d'experts pour servir d'outils de collecte de données.

→ **Sélection aléatoire des écoles** : Vingt (20) écoles primaires et secondaires de Yaoundé ont été choisies au hasard (voir annexe).

→ **Formation et collecte de données** : Une équipe a été formée pour une collecte systématique des données.

→ **Cartographie** : Une cartographie a été réalisée pour chaque école en vue d'évaluer l'ampleur et l'emplacement des points de vente et de la publicité dans ses environs.

→ **Images** : Des photos ont été prises pour illustrer la vente et la publicité des produits du tabac autour des écoles enquêtées.



Résultats

Vente de produits du tabac autour des écoles

Les élèves peuvent acheter des produits du tabac dans les points de vente ci-après :

🕒 Point de vente mobile

Le point de vente mobile était le type de point de vente le plus répandu avec un total de 130 et une moyenne d'environ 7 par école enquêtée. Le nombre de points de vente mobile autour de l'école primaire publique de Mvan était de 36 lors de l'enquête.

🕒 Kiosque

Il y avait un total de 18 kiosques vendant

des produits du tabac autour de 14 des 20 écoles enquêtées.

🕒 Epicerie

Il y avait un total de 18 épiceries vendant des produits du tabac autour de 9 des 20 écoles enquêtées.

🕒 Cafétéria

6 cafétérias vendant des produits du tabac ont été observées autour de 4 des 20 écoles enquêtées.

🕒 *Il y avait au total 173 points de vente des produits du tabac dans un rayon de 100 mètres autour des 20 écoles enquêtées. Soit une moyenne de 9 par école.*

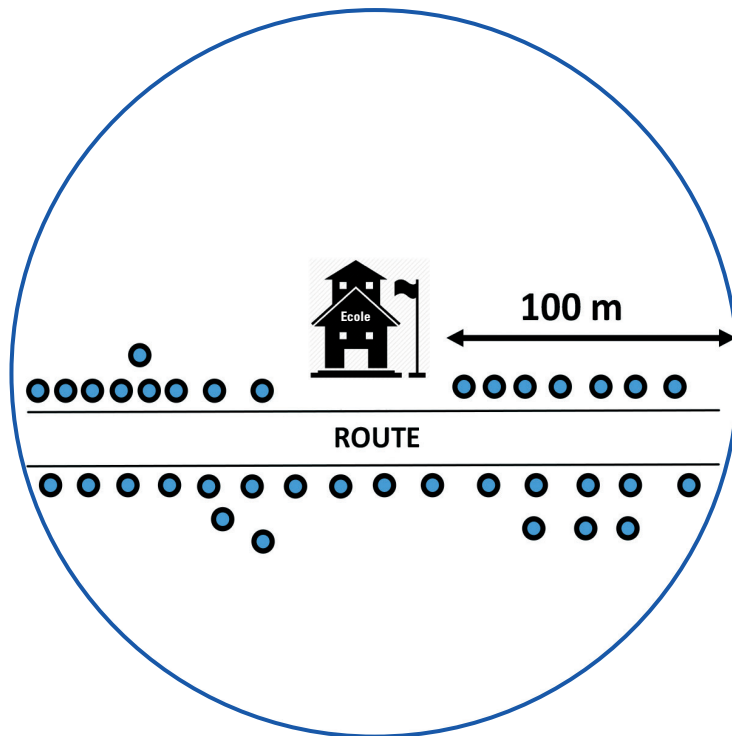
🕒 *85% des écoles enquêtées ont des points de vente très proche et visibles depuis leur portail.*



● Point de vente mobile

DERRIERE

COTE GAUCHE



COTE DROIT

DEVANT

*Cette carte montre
36 points de vente
mobile autour de
l'école primaire
publique du quartier
Mvan.*





Mode de vente des produits du tabac dans les épicereries

⊙ Vente de cigarettes à l'unité

100% des écoles enquêtées ont dans leurs environs des épicereries vendant des cigarettes à l'unité.

⊙ Vente de cigarettes dans des paquets de moins de 20

85% des écoles enquêtées ont dans leurs environs des épicereries vendant des cigarettes dans des paquets de moins de 20.

⊙ Vente de produits du tabac aromatisés

55% des écoles enquêtées ont dans leurs environs des épicereries vendant des produits du tabac aromatisés.

Les bâtons de cigarettes et les paquets de moins de 20 sont aussi vendus dans les kiosques et les points de vente mobile.





Point de vente des produits du tabac et publicité de cigarettes à l'entrée du Groupe scolaire maternel et primaire "Les Libellules" dans le quartier Mballa 2

**ATCA
TOBACCO INDUSTRY
ACCOUNTABILITY PROJECT**
**EXPOSER - DENONCER
L'INDUSTRIE DU TABAC**





Publicité autour des écoles et épiceries

La publicité des produits du tabac est faite de plusieurs manières autour des écoles et épiceries :

Sur les murs et bâtiments

40% des écoles enquêtées ont autour d'elles des murs et bâtiments ayant des publicités du tabac. 44 publicités ont été observées sur des murs et des bâtiments autour des épiceries situées à proximité des écoles.

Sur les affiches

55% des écoles enquêtées ont dans leurs environs des affiches publicitaires sur le tabac.

Sur les trottoirs

55% des écoles enquêtées ont dans leurs environs des publicités sur les trottoirs.

Sur les fenêtres et portes

40% des écoles ont autour d'elles des épiceries ayant des publicités de tabac sur leurs fenêtres et portes.





Publicité et vente des produits du tabac sur le trottoir à proximité du collège Siantou



Publicité des produits du tabac sur les portes d'un point de vente où les enfants et adolescents achètent des produits non tabagiques - Près de l'école maternelle du quartier Ekounou

ATCA
TOBACCO INDUSTRY
ACCOUNTABILITY PROJECT
**EXPOSER - DENONCER
L'INDUSTRIE DU TABAC**





Publicité et promotion dans les épiceries

Les épiceries à proximité des écoles font la promotion et la publicité des produits du tabac de plusieurs manières :

Publicité de cigarettes

45% des écoles enquêtées ont dans leurs environs des épiceries qui font la publicité de la cigarette.

Exposition sur le comptoir

85% des écoles enquêtées ont autour d'elles des épiceries qui exposent des produits du tabac sur le comptoir.

Exposition derrière le comptoir

70% des écoles enquêtées ont autour d'elles des épiceries qui exposent des produits du tabac derrière le comptoir.

Exposition avec les produits non tabagiques

75% des écoles enquêtées ont autour d'elles des épiceries qui exposent des produits du tabac avec des produits non tabagiques.

Présence de signalisation dans les épiceries

Signalisation "Vente interdite aux mineurs"

Aucune des épiceries et autres points de vente dans les environs des écoles enquêtées n'a affiché la signalisation "vente interdite aux mineurs".





Point de vente sans signalisation "Vente interdite aux mineurs" à l'entrée de l'école primaire bilingue Queens Way. Les produits du tabac sont exposés avec les produits appréciés par les enfants.

**ATCA
TOBACCO INDUSTRY
ACCOUNTABILITY PROJECT**

**EXPOSER - DENONCER
L'INDUSTRIE DU TABAC**



Observations

Les résultats de l'enquête autour des écoles à Yaoundé ont conduit aux observations suivantes :

⊙ **Le nombre de points de vente des produits du tabac autour des écoles est très élevé**

L'industrie du tabac encourage délibérément l'installation des points de vente autour des écoles afin d'accroître l'accessibilité des produits du tabac aux jeunes élèves et de favoriser leur initiation à la consommation.

⊙ **Les points de vente de produits du tabac sont très proches des établissements scolaires**

La proximité des points de vente des produits du tabac des écoles rend plus facile l'achat des cigarettes et autres produits du tabac par les jeunes élèves.

⊙ **La publicité et la promotion des produits du tabac à travers les affiches sont très fréquentes et omniprésentes autour des écoles**

L'industrie du tabac utilise plusieurs canaux pour la publicité et la promotion des produits du tabac à proximité des écoles afin d'attirer l'attention des enfants et de faire paraître l'usage du tabac comme un comportement normal bien qu'il tue un fumeur sur deux.

⊙ **La plupart des épiceries autour des écoles exposent les produits du tabac ensemble avec d'autres produits**

Cette forme d'exposition incite les enfants à acheter et à essayer les produits du tabac.

⊙ **La vente de cigarettes à l'unité et en paquets de moins de 20 est largement disponible et accessible autour des écoles**

La vente à l'unité et en paquets de moins de 20 augmente l'accessibilité des cigarettes aux jeunes élèves et encourage le



tabagisme et la dépendance au tabac à un âge précoce.

◎ **Les produits du tabac aromatisés sont vendus autour des écoles**

C'est une autre stratégie largement utilisée par l'industrie du tabac pour attirer les enfants vers le tabagisme.

◎ **L'absence d'un avis d'interdiction de la vente du tabac aux mineurs**

Ceci est en violation de l'article 16 de la Convention-Cadre de l'Organisation mondiale de la Santé pour la Lutte Antitabac (CCLAT) que le Cameroun a ratifié en 2006 et qui exige que les points de vente des produits du tabac affichent une indication claire et visible sur l'interdiction de la vente du tabac aux mineurs.



Point de vente mobile à proximité du Lycée Charles Atangana à Yaoundé Bastos



Recommandations

À la lumière des résultats de l'enquête, les recommandations suivantes sont formulées afin d'éviter la publicité et la vente des produits du tabac aux jeunes élèves autour des écoles au Cameroun :

- **Interdire toutes formes de publicité, de promotion des produits du tabac et toutes formes de parrainage par l'industrie du tabac**
- **Veiller à l'application effective de l'interdiction de la publicité et la promotion du tabac, ainsi que le parrainage**
- **Interdire la vente des produits du tabac autour des établissements scolaires**
- **Interdire l'exposition des produits du tabac dans les points de vente**
- **Interdire la fabrication, l'importation et la vente de produits du tabac aromatisés**

- **Interdire la vente de cigarettes à l'unité et en paquets de moins de 20**
- **Instaurer l'affichage de la mention « Vente interdite aux mineurs » dans tous les points de vente**
- **Prévenir l'ingérence de l'industrie du tabac dans les politiques de lutte contre le tabagisme ainsi que dans la mise en œuvre des programmes**
- **Soutenir les efforts de la société civile afin qu'elle puisse contribuer à l'adoption et à la mise en œuvre des politiques efficaces de lutte antitabac.**

Ces changements ne peuvent être effectifs que par le biais de l'adoption d'une législation de lutte antitabac au Cameroun en conformité avec la Convention-cadre de l'Organisation mondiale de la Santé pour la Lutte Antitabac (CCLAT).



Paquets de cigarettes exposés sur le comptoir avec des produits non tabagiques dans un point de vente près de l'école primaire catholique de Mvolye

**ATCA
TOBACCO INDUSTRY
ACCOUNTABILITY PROJECT**
**EXPOSER - DENONCER
L'INDUSTRIE DU TABAC**





Conclusion

Au Cameroun, les pratiques malveillantes de l'industrie du tabac liées à la publicité, la promotion et la vente des produits du tabac à proximité des écoles sont réelles et perceptibles.

L'industrie du tabac nie de telles pratiques. En se fondant sur des actions entreprises par British American Tobacco et d'autres compagnies du tabac, un tribunal américain a constaté en 2006 que ces compagnies nient à tort avoir commercialisé aux jeunes :

"La preuve est claire et convaincante - et au-delà de tout doute - que les Défenseurs [les compagnies du tabac] ont commercialisé aux jeunes... alors qu'ils nient sans cesse, publiquement, et à tort qu'ils le font" ³

Les résultats de cette enquête montrent que l'industrie du tabac continue de cibler les jeunes, les enfants en âge scolaire.

Le Cameroun a ratifié la Convention-Cadre de l'Organisation mondiale de la Santé pour la Lutte Antitabac (CCLAT) en 2006 et sa Constitution de 2008 lie le pays aux conventions et traités qu'il a ratifiés. Au vu de ce qui précède, Il devrait maintenant prendre des mesures urgentes pour empêcher l'industrie du tabac de cibler les enfants et les protéger contre les effets néfastes et autres conséquences de l'usage du tabac sur la santé.

³ Source : U.S. District Court. U.S. vs. Philip Morris USA, Inc., et. al., 99-CV-02396GK, Final Opinion (2006). Para. 3296.
Disponible à: http://www.library.ucsf.edu/sites/all/files/ucsf_assets/FinalOpinion_full_version.pdf



Annexe

Liste des écoles enquêtées

1	Ecole primaire et secondaire Body Zibi
2	Collège Charles et Thérèse Mbakop
3	Collège Meyong Meyeme
4	Collège Technique le Bon Berger
5	Complexe Scolaire International Dada et Fils
6	Ecole Départementale Melen
7	Ecole Maternelle Publique de Nkolndongo
8	Ecole Primaire Catholique de Mvolye
9	Ecole Primaire de Mvan
10	Ecole Primaire Publique de Ekounou
11	Groupe Scolaire les Biquetins
12	Groupe Scolaire les Coccinelles
13	Groupe Scolaire les Libellules
14	Institut Siantou Secondaire
15	ISDIG Mballa 2
16	Lycée Ekounou
17	Lycée Mballa 2
18	Lycée de Tsinga
19	Lycée Technique Charles Atangana
20	Queens Way Bilingual School

Cette enquête a été réalisée dans le cadre du projet Tobacco Industry Accountability. Elle a été financée par Campaign for Tobacco Free Kids (CTFK) et mise en oeuvre par l'Alliance pour le Contrôle du Tabac en Afrique (ACTA) et son partenaire pays, Coalition Camerounaise Contre le Tabac (C3T).

Les marques de cigarettes en vente autour des écoles enquêtées

- Gold Seal • D & G • D & G Bleu • Benson & Hedges • Marlboro
- St Moritz • Business Club • Oris • L&B • Rothmans • Diplomat



