

This paper was prepared by ATLAT-Togo, L'association Togolaise de Lutte contre l'Alcoolisme et les Autres Toxicomanies, for the San Francisco Tobacco Free Project.
July 2001

L'une des caractéristiques majeures de la population togolaise est son extrême jeunesse. En effet, 70% des togolais ont moins de 20 ans (1). Cette jeunesse est susceptible de développer une certaine fidélité à l'égard des marques de cigarettes; cette situation n'est pas sans attirer la convoitise de l'industrie du tabac.

Les difficultés économiques et l'ignorance font du Togo une proie facile pour les multinationales du tabac. Comparé à certains pays de la sous - région comme le Ghana ou le Sénégal, le Togo ne produit pas de tabac en quantité industrielle. Toutefois, le tabac inonde le marché national et il urge de le régulariser. Les initiatives allant dans ce sens sont pour le moment timides.

La Prevalence

Il n'y a pas de données sur la prévalence du tabagisme au Togo, néanmoins certains indicateurs nous autorisent à affirmer que le tabagisme va en croissant.

En effet, la consommation annuelle par tête de cigarette est passée de 341 bâtons en 1995 à 492 bâtons (2) en 1998 induisant ainsi un accroissement des importations de cigarettes qui passent de 747 millions de bâtons en 1995 à 1173 millions de bâtons en 1998 (2). En terme de poids, les importations sont passées de 784916 kg en 1995 à 1149622 kg en 1997 (2) soit un accroissement de plus de 46%.

Cette augmentation de la consommation de cigarettes est due à une campagne publicitaire agressive des multinationales du tabac. L'augmentation des décès liés aux maladies résultant de l'usage du tabac sera certaine dans les années à venir. Ses conséquences sur la santé seront plus désastreuses si rien n'est entrepris dès à présent. Des études doivent être menées pour révéler l'impact du tabagisme sur la santé au Togo.

Le Commerce du Tabac

En valeur douanière, les importations de tabac sont passées de 4,263,588,563 francs CFA à 7,183,798,579 francs CFA soit de

\$US 6,090,841 \$US10,285,426 (3). Pour ne prendre en considération que le circuit régulier et connu du tabac. Ceci traduit à suffisance l'importance du tabac dans la balance commerciale du TOGO vu que pour l'année 1997 les importations du tabac représentaient 3% de la totalité des importations des biens et services (3).

Le commerce du tabac est tenu par des compagnies étrangères. Aussi pouvons - nous souligner que la quasi totalité du tabac consommée au Togo est importée. La distribution locale du tabac est essentiellement assurée au détail par les femmes. En effet, sur 100 mètres de route à Lomé, on rencontre en moyenne deux revendeuses de cigarettes.

Les prix au détail vont de 15 francs CFA à 50 francs CFA le bâton ou de 300 francs CFA à 1000 francs CFA le paquet soit de \$US 0.50 à \$US 1.50. Ces prix peuvent apparaître relativement bas par rapport au niveau de vie aux USA mais dans un pays où le salaire minimum interprofessionnel garanti (SMIG) est de 18,000 francs CFA soit \$US 28.50, ils représentent une lourde dépense pour le fumeur. En dehors des revendeuses du secteur informel, les cigarettes sont aussi vendues dans les bars, les boîtes de nuit et dans certains restaurants.

Aujourd'hui , seulement 0,17% des terres cultivées sont consacrées à la culture traditionnelle du tabac (5). Mais il est inquiétant d'apprendre qu'une industrie du tabac sera bientôt installée au TOGO.

La Publicité

La publicité se fait toujours plus agressive au mépris des règles existantes. Au TOGO le sport roi est le football. De ce fait, la marque «Royals» réunit chaque année les meilleures équipes de football du pays en une compétition qu'elle finance intégralement avec la bénédiction de la Fédération Togolaise de Football. Pire encore, le championnat national de football de l'année 2001 est financé par cette même marque.

Le tour cycliste du TOGO compte parmi ses meilleurs sponsors la marque « FINE ». Aux trophées de la musique togolaise, en 2000, cette même marque a remporté le prix du meilleur sponsor. Tous ces événements sont couverts par la télévision nationale qui, pour le moment, est la seule chaîne émettant du TOGO. Soulignons aussi que la distribution gratuite de T-shirt, de briquets, de cigarettes, de casquettes...aux logos des différentes marques est courante au TOGO.

L'industrie du tabac a réussi à inculquer aux jeunes togolais un lien entre ses produits, la musique et le sport—

- La marque « FINE » est d'ailleurs connue pour son slogan « fine et le rythme est en toi ».
- La marque « Bond Street » quant à elle a pour slogan « bond street, pour ceux qui savent » et pour
- MARLBORO: « le goût de l'aventure »

Pour ne citer que ces trois marques. Le paquet de cigarette est alors considéré par les jeunes comme faisant partie de l'élégance et ceux qui en font usage se passent pour être plus civilisés que les autres.

Les femmes et les filles sont aussi visées par la publicité du tabac car les panneaux publicitaires montrent souvent de beaux garçons et de très jolies filles dans un style érotique et fascinant qui ne laisse indifférents les jeunes.

Une autre stratégie de l'industrie du tabac est de banaliser dans la tête des jeunes les dangers de l'usage du tabac. De ce fait, les cigarettes sont vendues sur le même étalage que les bonbons, les biscuits, le lait et autres produits alimentaires.

Les Mesures de Contrôle

Il n'y a pas encore de texte réglementant la production, le commerce et la consommation du tabac mais il existe des dispositions légales interdisant les publicités radiodiffusées (4) et un Arrêté ministériel portant interdiction de l'usage des cigarettes dans les écoles et à l'université (5).

Ces dispositions sont quotidiennement violées puisque les publicités radiodiffusées sont fréquentes et certains élèves et enseignants fument dans les établissements scolaires pendant les activités culturelles et les récréations.

Cet handicap juridique fait du TOGO une terre de prédilection pour l'accroissement des affaires de l'industrie du tabac. La loi de finance 2001 a augmenté de 12F CFA les Droits de consommation sur la cigarette⁽⁶⁾ mais depuis l'entrée en vigueur de ce texte, les prix n'ont pas été affectés sur le marché. Les explications doivent être recherchés du côté de la contrebande.

L'action des Ong

Les ONG se mobilisent malgré la complexité de la tâche . Le Réseau des ONG Anti -Drogue (ROAD TOGO) dont ATLAT est membre mène la lutte aux moyens de la sensibilisation et de l'information.

Les ONG œuvrent aussi pour l'adhésion du TOGO à la Convention Cadre de Lutte Anti Tabac notamment par la publication d'un plaidoyer à l'attention des pouvoirs publics et de la population.

Conclusion

LE TOGO ne peut seul résister à l'assaut des multinationales du tabac qui sont financièrement puissantes. Avec la globalisation, il faut souligner qu'il y a péril en la demeure. Cette épidémie appelle alors a un combat global et seuls des outils comme la Convention Cadre de Lutte Anti-Tabac peuvent aider de petits Etats comme le TOGO a régleménté effectivement et efficacement le phénomène du tabagisme

References

- 1 MARCHES NOUVEAUX TOGO JANVIER 98
- 2 TOBACCO CONTROL COUNTRY PROFILES
- 3 DIRECTION GENERAL DE LA DUOUANE STATISTIQUES DOUANIERES
- 4 ARTICLE 41 DE LA LOI SUR LA COMMUNICATION
- 5 ARRETE 50 MENRS 1979
- 6 NOTE DE SERVICE 6 AD / DG RELATIVE AUX DROITS D'ASSISES EN APPLICATION DE L'ARTICLE 4 DE LA LOI DE FINANCE 2001

An important characteristic of the Togolese population is its extreme youth, - in fact 70% of Togolese are under the age of 20. (1). This young and impressionable population attracts transnational tobacco companies to market their product in Togo in search of new smokers. For these youth are highly susceptible to the aggressive marketing tactics of the transnational tobacco companies (TNTs) seeking to create cigarette brand loyalty.

The economic problems and lack of knowledge of the health hazards of tobacco use make the people of Togo an easy prey for TNTs. Unlike other countries in West Africa such as Ghana or Senegal, Togo does not produce tobacco for manufacturing purposes. However the marketing of tobacco products is increasing nationally and it is important that the marketing and sale of tobacco products be regulated. Currently there are only weak tobacco regulations in Togo.

Prevalence

There are no statistics available on the prevalence of nicotine addiction in Togo - however other significant indicators confirm that nicotine addiction is increasing. The annual per capita consumption of cigarettes rose from 341 cigarettes in 1995 to 492 cigarettes (2) in 1998. Subsequently the amount of cigarettes imported rose from 747 million cigarettes in 1993 to 1173 million cigarettes in 1998. In terms of weight, imports of cigarettes rose from 78916 Kg in 1995 to 1149622 kg in 1997. This amounts to a phenomenal 65% increase in the space of two years. This 65% increase coincides with the expansion of aggressive marketing campaigns of tobacco products by transnational tobacco companies. The increase in cigarette imports together with more marketing and advertising of cigarettes has led to increased consumption. Deaths due to tobacco consumption will certainly rise in the future. If nothing is done now, the devastating health effects of tobacco will be felt in the coming years. Comprehensive studies must be conducted on the health impacts of tobacco consumption in Togo.

Tobacco Commerce in Togo

The vast majority of all tobacco products in Togo are imported. Tobacco imports account for 3% of all goods and services imported into Togo. The value of tobacco imports rose from 4,263,588,563 CFA to 7,183,798,579 CFA, in US dollars from \$6,090,841 to \$10,285,426 (3).

Most cigarettes are sold through street vendors - most of who are women. On 100 meters of road in Lomé, the capital of Togo, there is a minimum of two tobacco sellers. Cigarettes are also sold in bars, pubs, nightclubs, and in some restaurants. Cigarettes are sold in the same stalls with candies, cookies, milk and other food.

A cigarette can be bought for 15 to 50 CFA. The price of a pack of cigarettes is from 300 to 1,000 CFA or US \$.50-1.50. This may seem relatively cheap by US standards - however the minimum guaranteed wage in Togo is about 18,000 CFA or US \$28.50 per week - representing a large expense for the smoker. Only .17percent of agricultural lands are devoted to traditional tobacco growing (2), but it has been alarming to learn that a tobacco producing industry will be started soon in Togo.

Advertising

Advertising and marketing continues to be conducted aggressively and in contempt of existing laws. The transnational tobacco industry has succeeded in equating its products with music and sports in the minds of the Togolese. In Togo soccer is King. In cooperation with the Togolese soccer Federation, Royals cigarettes sponsor an annual competition to identify the best soccer team in the country. The 2001 National Soccer Championship will be financed by the same brand (Royals). The cyclist tour of Togo ranks among its best sponsors the brand "Fine." Fine also sponsored the 2000 Togo Music Awards. Advertisements for these events are broadcast by the national Television Company, presently it is the only television station broadcasting in Togo. It should be noted that the free distribution of T-shirts, lighters, cigarettes, and caps with different logos is common in Togo.

- The band FINE is known for its advertising phrase “fine et le rythme est en toi” which means “Fine and the rhythm is in you”.
- The brand BOND STREET says “bond street pour ceux qui savent” or “ Bond street for those who know.”
- MARLBORO says “the taste of adventure” or “le goût de l’aventure.”
- Cigarette packs are seen as statements by teenagers that they are more hip and elegant than other people. Women and girls are also targeted by advertising as billboards often show a handsome guy and beautiful girls in a sensual and sexy situation.

Tobacco Control Measures

Presently no laws exist governing the production, trade or consumption of tobacco, but there are some regulations banning the broadcasting of radio advertising (4) and a Ministerial Provision restricting smoking in schools and universities. These provisions are violated daily with radio advertisements for cigarettes broadcast frequently and many students and teachers smoking during breaks and cultural activities. This environment makes Togo fertile ground for the growth of the Tobacco Industry. The 2001 fiscal budget raised cigarette taxes to 12 CFA (6) but since this tax was implemented cigarette prices have remained unchanged. This may be due to smuggling.

ACTION OF Non-Governmental Organizations (NGOs)/ Conclusion

Despite the complexity of the task, NGOs have mobilised to call for increased regulation of tobacco marketing and products. ATLAT as part of an anti-drug network helps lead the fight against tobacco addiction by heightening public awareness of the devastating toll of tobacco through information campaigns. NGOs are also calling for a strong and enforceable Framework Convention on Tobacco Control currently being negotiated by the member states of the

World Health Organization. The FCTC will establish global tobacco control guidelines to stem the tide of the worldwide tobacco epidemic. Togo can't fight the assault of financially powerful transnational tobacco companies alone. The globalization of tobacco will continue to increase the consumption of tobacco and subsequently death and disease due to tobacco use. This global epidemic needs a global response. The Framework convention on Tobacco control can help small countries such as Togo work more effectively to reduce tobacco use.