



Recherche Action Prévention Accompagnement des Addictions

Organisation Non Gouvernementale N°895/MPD/2017

Siège : 55 Rue Tindine, Tokoin Super Taco, Lomé-Togo

Adresse postale : 14 BP 172 Lomé 14 Togo

Tél : +(228) 22 37 26 83 / 90 70 50 82 / 99 40 71 13

Email: assorapaa@assorapaa.com

Site web: www.assorapaa.com

ONG R A P A A



**RAPPORT D'ENQUÊTE
LÉGÈRE SUR LES
COMPORTEMENTS ET
PRATIQUES EN MATIÈRE
D'USAGE DE LA CHICHA**

Siège social 55 Rue Tindine, Tokoin Super Taco, Lomé Togo

Banque Atlantique Togo N° Compte : 40170270002

IBAN: TG53 TG53 8010 0104 01 04 01 70 2700 0272

SWIFT: ATGTGTGXXX

Table des matières

1. Contexte et justification de l'étude	1
2. Objectifs de l'étude.....	2
2.1. Objectif général	2
2.2. Objectifs spécifiques :.....	2
3. Méthodologie	2
3.1. Méthode de collecte de données.....	2
3.2. Cadre d'étude.....	3
3.3. Echantillonnage :	3
3.4. Composition de l'équipe :.....	3
3.5. Exploitation des résultats :.....	3
4. Résultats.....	4
5. Analyse des résultats et perspectives.	27

1. Contexte et justification de l'étude

Selon l'Organisation Mondiale de la Santé (OMS), l'on désigne par substance psychoactive une substance qui lorsqu'elle est ingérée ou administrée, altère les processus mentaux, comme les fonctions cognitifs ou l'affect. Pour l'OMS, la consommation de substances psychoactives constitue un problème de santé publique qui touche la quasi-totalité des pays.

La Chicha, connue sous le nom de narguilé ou encore de « Shisha » fait partie de ces substances psychoactives. Elle se caractérise par une sorte de grande pipe à eau utilisée principalement au Moyen-Orient ou en Asie pour fumer le tabac. Elle est généralement partagée par plusieurs personnes dans le cadre d'évènements festifs. Véritable ustensile de rassemblement pour certain, elle connaît un essor dans le monde entier.

L'Afrique de l'Ouest dont le Togo est de plus en plus touchée par le phénomène de Chicha. Elle est rentrée progressivement dans les habitudes de beaucoup de Togolais. Dans les pubs, les bars et restaurants de la capitale (Lomé), elle « fait tabac » surtout auprès de la jeunesse, indifféremment de sexe et de classes sociales. De plus en plus de soirées à thème « chichas » sont organisés dans certains pubs. Les jeunes sont très attirés par ces soirées et par la chicha. Celle-ci peut être aromatisée et est considéré comme convivial. Sa fumée, pour certains, n'a pas d'effets néfastes sur le fumeur et son entourage contrairement à la cigarette.

Or, ce sont des idées reçues. Tandis qu'un fumeur consommera une cigarette entre 5 et 7 minutes et inhalera un volume de fumée compris entre 0.5 et 0.6 litre de fumée, un fumeur de chicha consommera entre 20 à 80 minutes et inhalera 50 à 200 bouffées de fumée allant de 0.15 à 1 litre chacune. On en déduit donc qu'un fumeur de chicha inhalerait l'équivalent de fumée de 100 cigarettes environ. Un autre problème se pose chez les fumeurs de cigarettes s'adonnant à la Chicha. Une bouffée de chicha ne contient pas autant de nicotine qu'une bouffée de cigarette. Cela peut entraîner un fumeur à prendre plus de bouffées pour assouvir son manque de nicotine. Ils inhalent généralement plus de fumée que les simples fumeurs de chicha. Ils inhaleront donc plus de substances chimiques et plus de gaz dangereux comme le monoxyde de carbone.

L'ONG Recherche Action Prévention Accompagnement des Addictions RAPAA spécialisée dans la lutte contre les addictions et plus particulièrement contre les addictions aux substances psychoactives, a eu l'occasion de constater lors de ses différentes sensibilisations auprès des jeunes que ces derniers ne sont pas informés sur la chicha et ses risques et que leurs connaissances s'arrêtent à des stéréotypes, des idées reçues.

Devant cette augmentation de la consommation de la Chicha chez les jeunes, des idées reçues qu'ils ont et des dangers de la chicha, l'ONG RAPAA a décidé d'effectuer une enquête légère CAP auprès des jeunes consommateurs de Chicha afin de mieux définir la stratégie de prévention (objectifs, démarche, cibles, lieux, messages, canaux, outils, résultats attendus).

2. Objectifs de l'étude

2.1. Objectif général

L'étude a pour objectif de recueillir et d'analyser les connaissances, attitudes et pratiques des jeunes consommateurs de chicha dans de la ville de Lomé.

2.2. Objectifs spécifiques :

Les objectifs spécifiques de l'étude sont de :

- Recueillir des informations sur les pratiques de la Chicha des jeunes consommateurs.
- Evaluer les connaissances des jeunes consommateurs concernant la Chicha.
- Evaluer les motivations des jeunes consommateurs de Chicha à vouloir consommer, diminuer ou ne pas diminuer.
- Sensibiliser indirectement les jeunes consommateurs par une réflexion sur les risques de la chicha lors de la transmission du questionnaire.
- Mieux définir la stratégie de prévention liée à la consommation de la Chicha chez les jeunes.
- Améliorer les pratiques et les connaissances de l'ONG.

3. Méthodologie

3.1. Méthode de collecte de données

La méthodologie retenue pour la collecte des données est la réalisation d'un questionnaire (Annexe 1) sous format papier à transmettre à chaque personne consommatrice de Chicha dans le groupe cible des 15-30 ans.

L'élaboration du questionnaire s'est réalisée à partir de la méthode QQQCCP. Cette méthode permet de prendre en compte tous les aspects de la thématique.

Quoi ? Quand ? Où ? Qui ? Comment ? Combien ? Pourquoi ? Cela permet d'établir une liste de questions préalables à ne pas oublier.

On ajoute à cela, les questions élaborées à partir des objectifs spécifiques énumérés plus haut.

Le questionnaire est constitué de questions fermés et de questions ouvertes permettant ainsi d'avoir des données quantitatives et qualitatives par rapport à la consommation de Chicha chez les jeunes.

L'enquête a débuté par une pré-enquête de terrain dans les lieux de consommation de la Chicha. Le déroulement de cette pré-enquête, ses enseignements et ses limites sont détaillées en Annexe 2. Cette méthodologie n'a pas été retenue.

A la suite des limites rencontrées lors de la pré-enquête, il a été décidé de transmettre le questionnaire à des jeunes consommateurs qui ne consommaient pas au moment de la passation. Pour cela, il fallait identifier des jeunes consommateurs. La

méthode la plus adaptée est de demander aux membres de RAPAA de faire remplir les questionnaires par leurs amis et autres contacts.

Pour finir, l'Université de Lomé a été sollicitée, notamment des étudiants en sociologie qui connaissaient des jeunes consommateurs de Chicha. Ils ont accepté d'aider l'ONG RAPAA. C'est une véritable opportunité pour eux, futurs sociologues. 4 étudiants en sociologie se sont vus remettre 20 questionnaires pour un quota minimum demandé de 15 questionnaires remplis.

Cette méthode de contacts permet d'établir un lien de confiance entre l'enquêteur et les enquêtés.

3.2. Cadre d'étude

L'étude s'est déroulée dans la ville de Lomé, Togo. Les différentes personnes sollicitées pour l'enquête ont été libres concernant les lieux puisque ce sont leurs connaissances, leurs contacts qu'ils ont questionnés.

Cela peut donc se passer dans des lieux de consommation, chez des amis, chez la famille...

3.3. Echantillonnage :

La cible de cette enquête sont les jeunes de 15 à 30 ans. Si on considère que la jeunesse constitue « une phase de la vie intermédiaire entre l'enfance et l'âge adulte, marquée par un accès progressif à l'autonomie » alors l'étendue 15 à 30 ans est justifiée.

Les sciences humaines utilisent le plus souvent l'intervalle d'âge des 15-24 ans, qui est défini également par les Nations Unies. Or, le contexte togolais, d'après les sociologues de l'ONG RAPAA, ne permet pas toujours d'être autonome dès 24 ans. C'est pourquoi l'étendue a été augmentée jusqu'à 30 ans.

Sources : Observationsociété.fr

L'échantillon comprend 100 personnes âgées de 15 à 30 ans. Sur ces 100 personnes, on compte 16 femmes. La parité n'est donc pas respectée mais on peut en déduire que la consommation de Chicha est peut-être une pratique plutôt masculine que féminine.

3.4. Composition de l'équipe :

L'équipe chargée de l'étude est composée d'un stagiaire en prévention de la santé appuyé par le responsable du volet Recherche et Etudes de l'ONG RAPAA (psychologue) et de la Présidente de l'ONG RAPAA (sociologue) pour l'élaboration du questionnaire et de la méthodologie de collecte.

L'enquête sur le terrain a été effectuée par le stagiaire en prévention de la santé, par un gestionnaire et par 6 étudiants en sociologie dont 2 de l'ONG RAPAA.

3.5. Exploitation des résultats :

L'exploitation des résultats a été réalisée à l'aide du logiciel Microsoft Excel.

4. Résultats

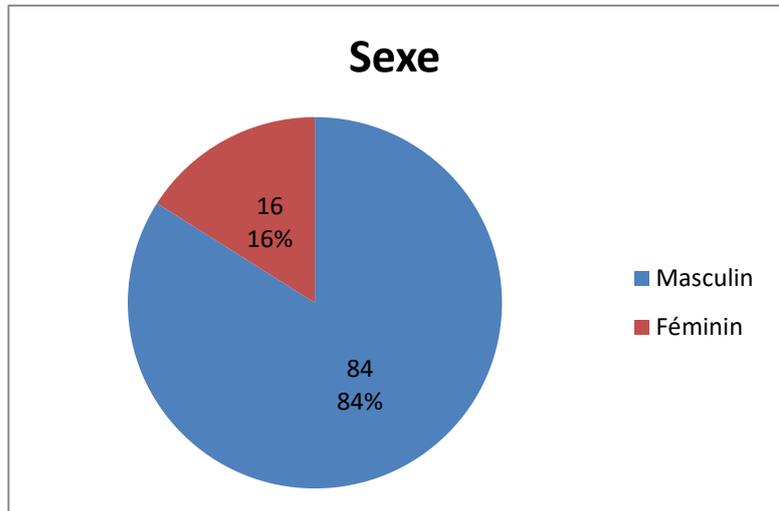
Les résultats seront décrits pour chaque question posée du questionnaire. Chaque résultat sera exprimé sous forme d'un diagramme et/ou d'un histogramme et sous forme d'un tableau. Les diagrammes permettront de mettre en exergue les proportions des réponses. Si le diagramme n'est pas assez représentatif des proportions, il sera complétement d'un histogramme. Toutes les questions à réponses multiples seront illustrées par un histogramme à la place du diagramme.

Lorsque la mention « Autres » sera présente, elle sera détaillée à la suite de cette façon : Exemple (12). Le mot « Exemple » correspond à l'intitulé de la réponse et le (12) correspond au nombre de personnes ayant répondu cet intitulé.

Question 1 : Sexe

Sur les 100 personnes interrogées : 84 sont des hommes et 16 sont des femmes. Ce qui correspond à 84% d'hommes et 16% de femmes.

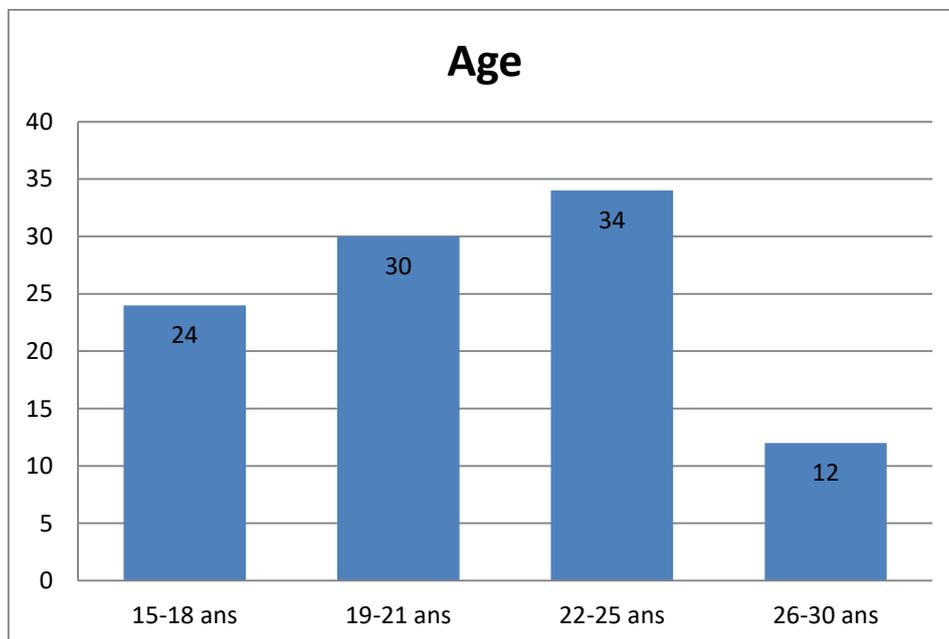
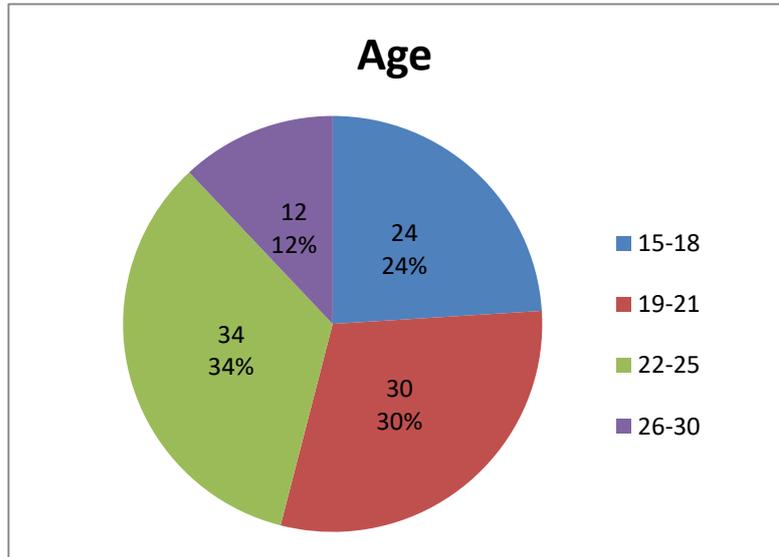
Masculin	84
Féminin	16
Total	100



Question 2 : Age

Sur les 100 personnes interrogées : 24 ont entre 15 et 18 ans, 30 ont entre 19 et 21 ans, 34 ont entre 22 et 25 ans et 12 ont entre 26 et 30 ans. Ce qui correspond à 24% de 15-18 ans, 30% de 19-21 ans, 34% de 22-25 ans et 12% de 26-30 ans.

15-18	24
19-21	30
22-25	34
26-30	12
Total	100

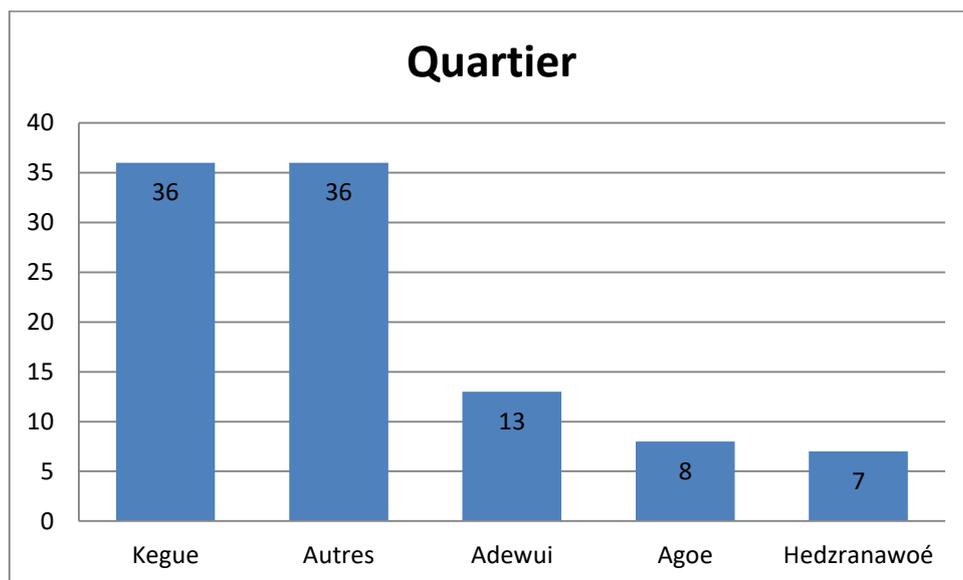
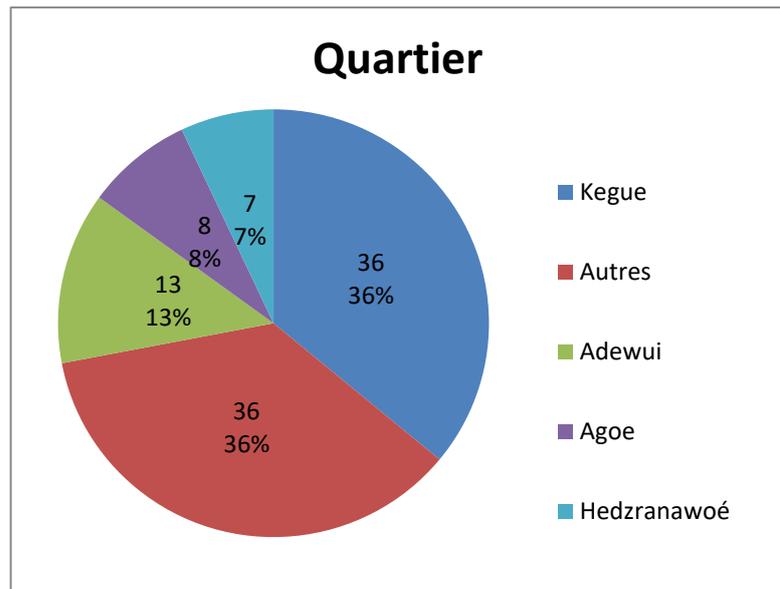


Question 3 : Quartier

Sur les 100 personnes interrogées : 36 habitent le quartier de Kegue, 13 celui d'Adewui, 8 celui d'Agee et 7 celui d'Hedzranawoé. Ce qui correspond à 36% à Kegue, 36% Autres, 13% à Adewui, 8% à Agee et 7% à Hedzranawoé

Autres : Adidogomé (3), Attiegou (3), Kellegougan (3), Zogbedji (3), Adidoadin (2), Aguiya Komé (2), Be Kpota (2), Djudjolé (2), Gobossimé (2), Totsi (2), Agbalepedo (1), Altikoumé (1), Cacaveli (1), Campus Cité (1), Didsule (1), Dounasane (1), Kagounou (1), Kpenenou (1), Novissi (1), Nyekonakpoe (1), Togo 2000 (1), Tokoin (1).

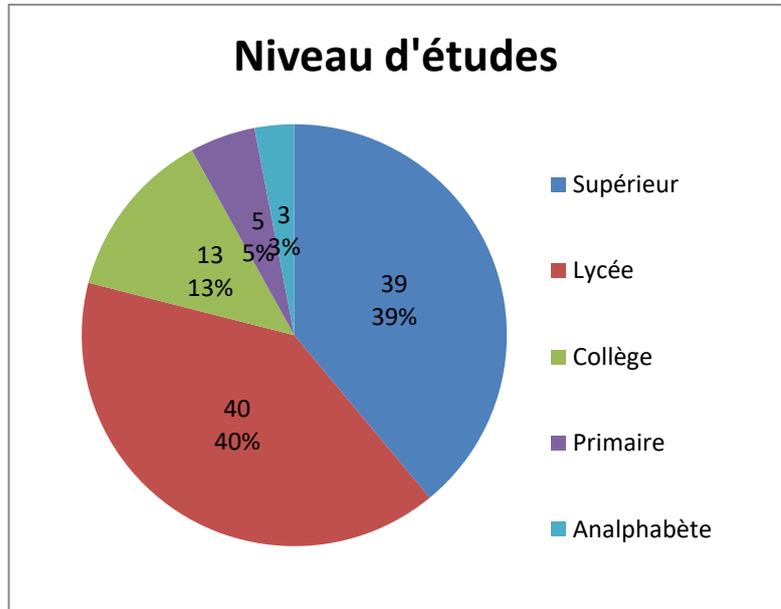
Kegue	36
Autres	36
Adewui	13
Agee	8
Hedzranawoé	7
Total	100



Question 4 : Niveau d'études

Sur les 100 personnes interrogées : 39 ont un niveau d'études supérieur, 40 lycée, 13 collège, 5 primaire et 3 sont analphabètes. Ce qui correspond à 39% d'études supérieurs, 40% lycée, 13% collège, 5% primaire et 3% d'analphabètes.

Supérieur	39
Lycée	40
Collège	13
Primaire	5
Analphabète	3
Total	100

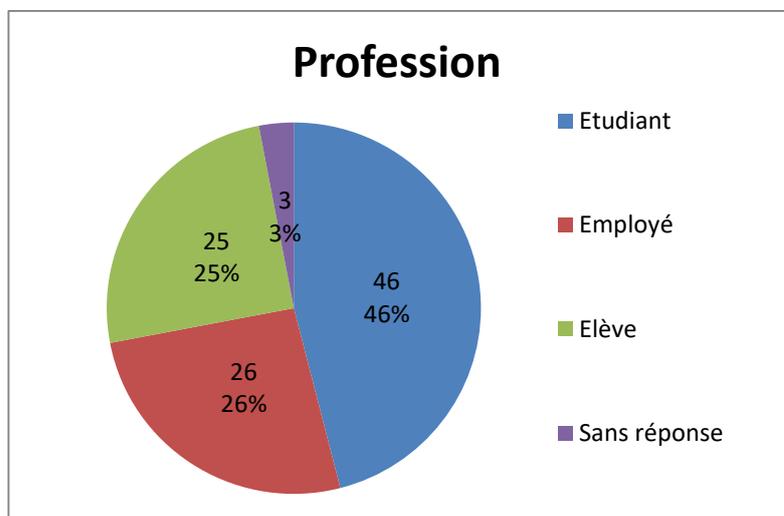


Question 5 : Profession

Sur les 100 personnes interrogées : 46 sont des étudiants, 26 des employés, 25 des élèves et 3 sans réponse. Ce qui correspond à 46% d'étudiants, 26% d'employés, 25% d'élèves et 3% de sans réponse.

Employés : Commerçant (5), Apprenti menuisier (2), Employé (2), Meunier (2), Coiffeur (1), Apprenti électricien (1), Apprenti tapissier (1), Artiste-Dessinateur (1), Auditeur et Contrôleur de gestion (1), Brodeur (1), Couturier (1), Débrouillard (1), Démarcheur (1), Infirmière (1), Peintre (1), Réalisateur (1), Stagiaire comptable (1), Technicien (1), Vendeur (1).

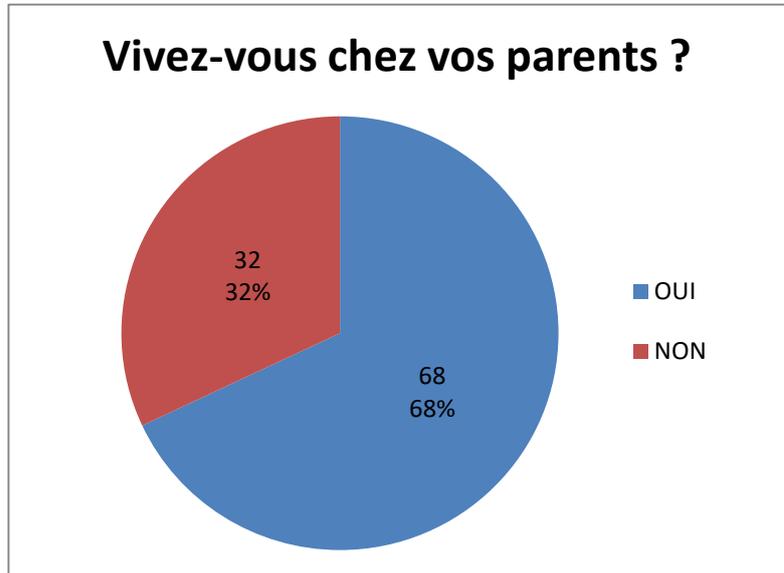
Etudiant	46
Employé	26
Elève	25
Sans réponse	3
Total	100



Question 6 : Vivez-vous chez vos parents ?

Sur les 100 personnes interrogées : 68 vivent chez leurs parents et 32 ne vivent pas chez leurs parents. Ce qui correspond à 68% de personnes qui vivent chez leurs parents et 32% qui n'y vivent pas.

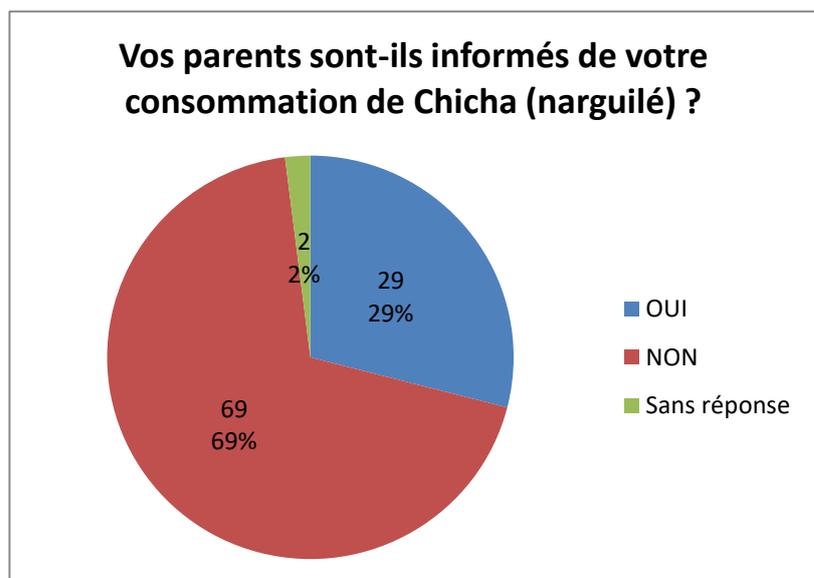
OUI	68
NON	32
Total	100



Question 7 : Vos parents sont-ils informés de votre consommation de Chicha (narguilé) ?

Sur les 100 personnes interrogées : 29 personnes répondent que leurs parents sont informés de leur consommation, 69 personnes répondent que leurs parents ne sont pas informés de leur consommation et 2 sans réponse. Ce qui correspond à 29% de parents informés, 69% de parents non informés et 2% de sans réponse.

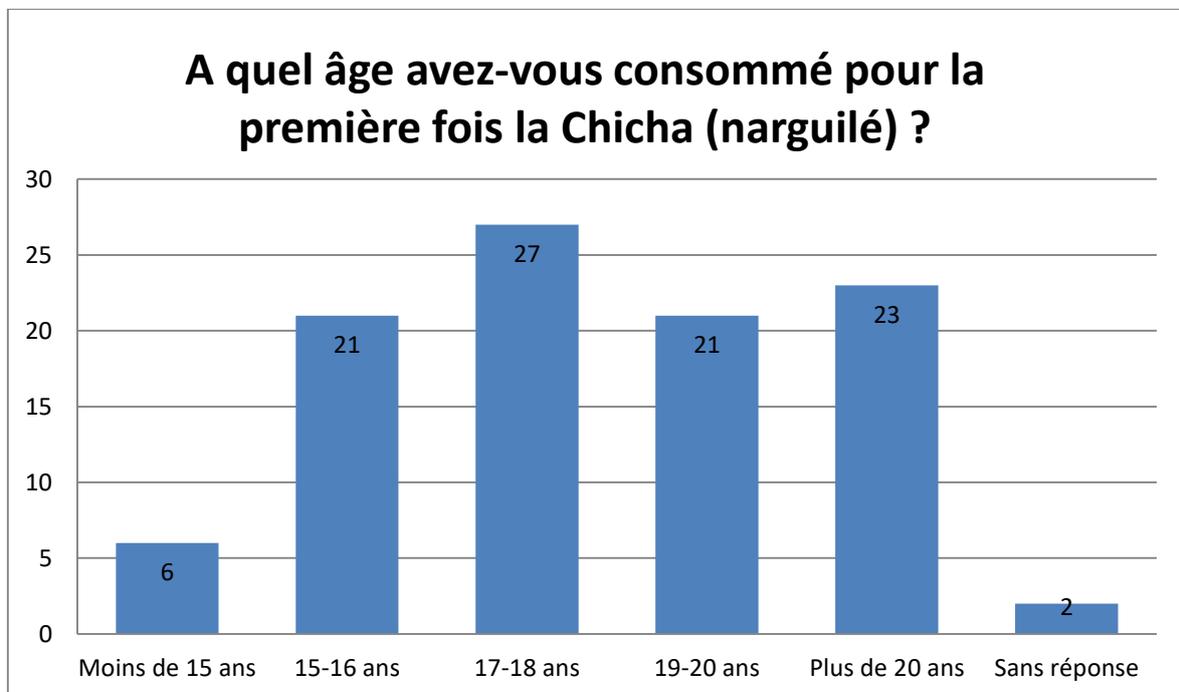
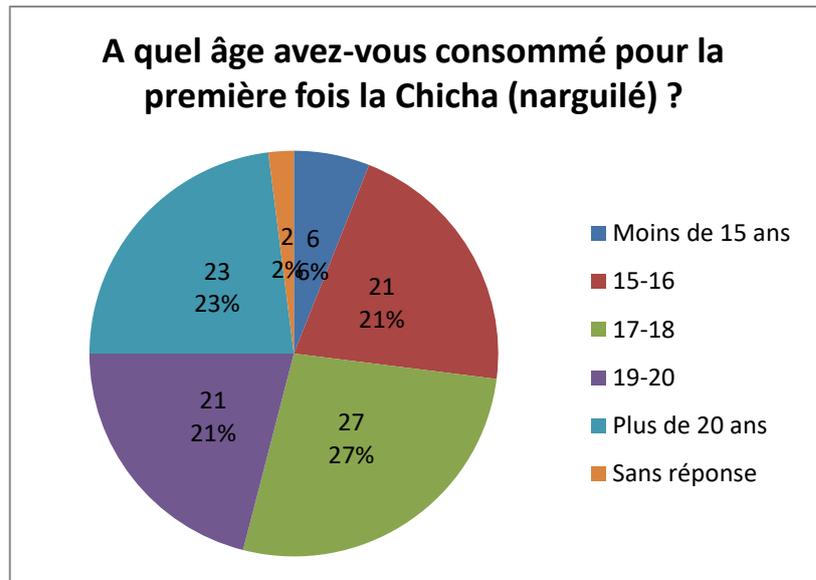
OUI	29
NON	69
Sans réponse	2
Total	100



Question 8 : A quel âge avez-vous consommé pour la première fois la Chicha (narguilé) ?

Sur les 100 personnes interrogées : 6 ont consommé la première fois la Chicha à moins de 15 ans, 21 entre 15 et 16 ans, 27 entre 17 et 18 ans, 21 entre 19 et 20 ans, 23 à plus de 20 ans et 2 sans réponse. Ce qui correspond à 6% de première consommation à moins de 15 ans, 21% entre 15 et 16 ans, 27% entre 17 et 18 ans, 21% entre 19 et 20 ans, 23 % à plus de 20 ans et 2% sans réponse.

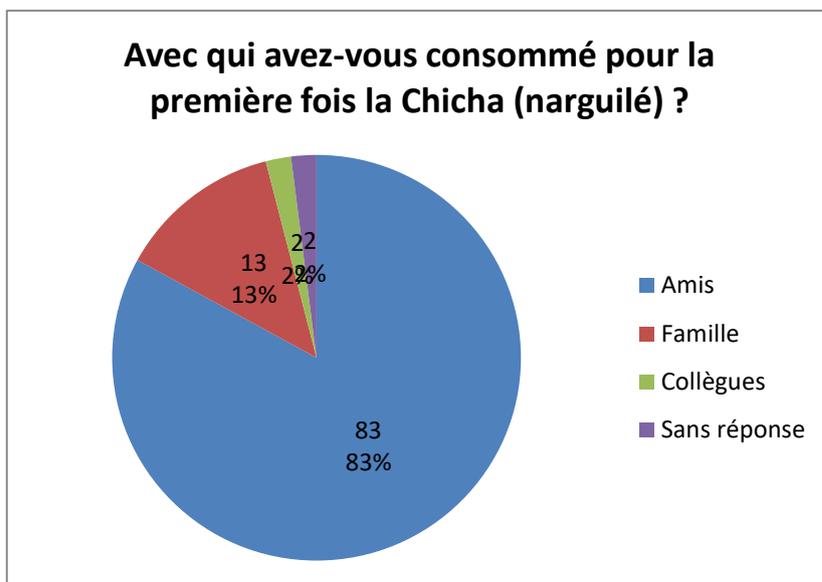
Moins de 15 ans	6
15-16	21
17-18	27
19-20	21
Plus de 20 ans	23
Sans réponse	2
Total	100



Question 9 : Avec qui avez-vous consommé pour la première fois la Chicha (narguilé) ?

Sur les 100 personnes interrogées : 83 ont consommé pour la première fois avec des amis, 13 avec un ou plusieurs membres de leur famille, 2 avec des collègues de travail, 2 sans réponse. Cela correspond à 83% de consommation pour la première fois avec des amis, 13% avec un ou plusieurs membres de leur famille, 2% avec des collègues de travail et 2% sans réponse.

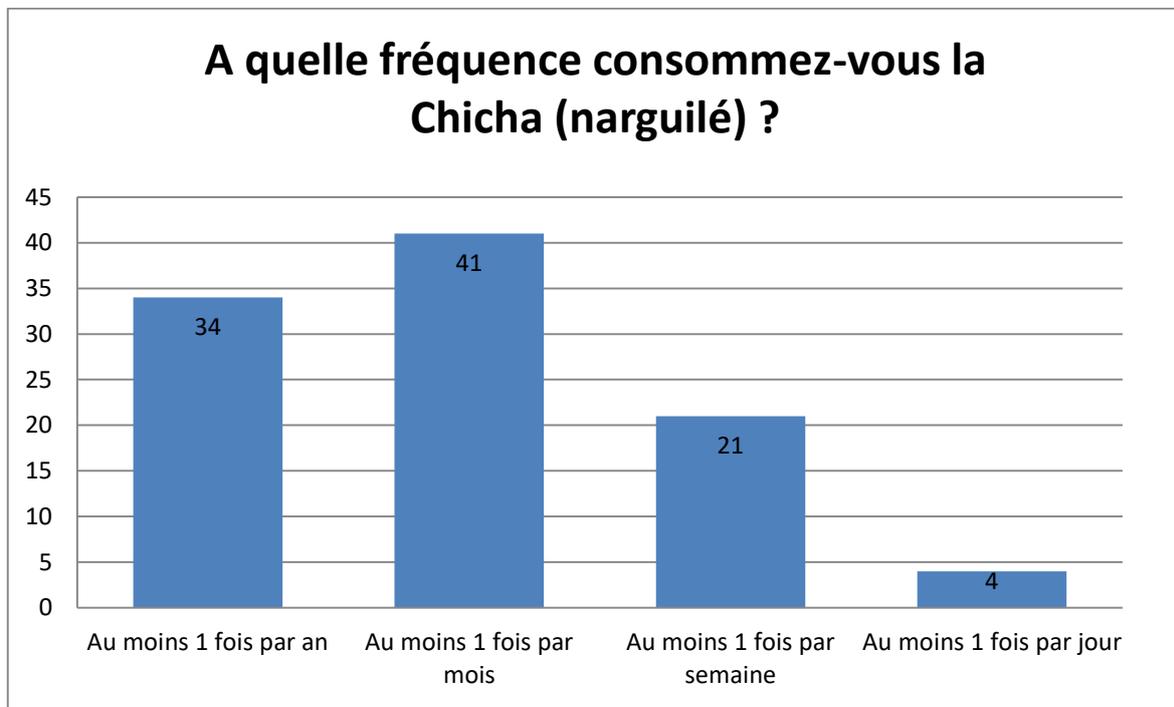
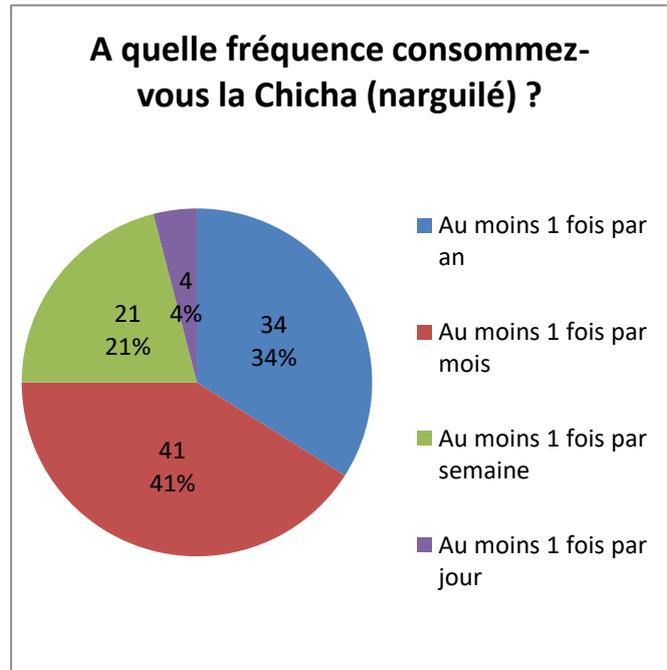
Amis	83
Famille	13
Collègues	2
Sans réponse	2
Total	100



Question 10 : A quelle fréquence consommez-vous la Chicha (narguilé) ?

Sur les 100 personnes interrogées : 34 consomment au moins 1 fois par an, 41 au moins 1 fois par mois, 21 au moins 1 fois par semaine et 4 au moins 1 fois par jour. Cela correspond à 34% des consommateurs qui consomment au moins 1 fois par an, 41% au moins 1 fois par mois, 21% au moins 1 fois par semaine et 4% au moins 1 fois par jour.

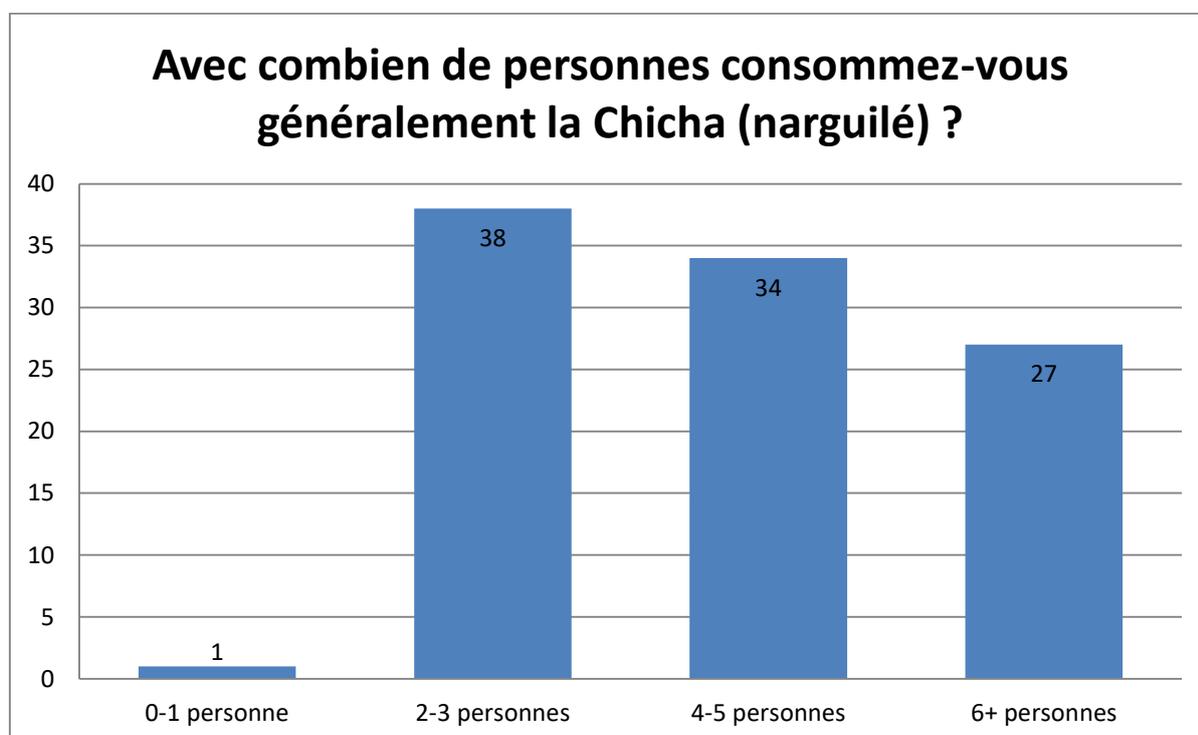
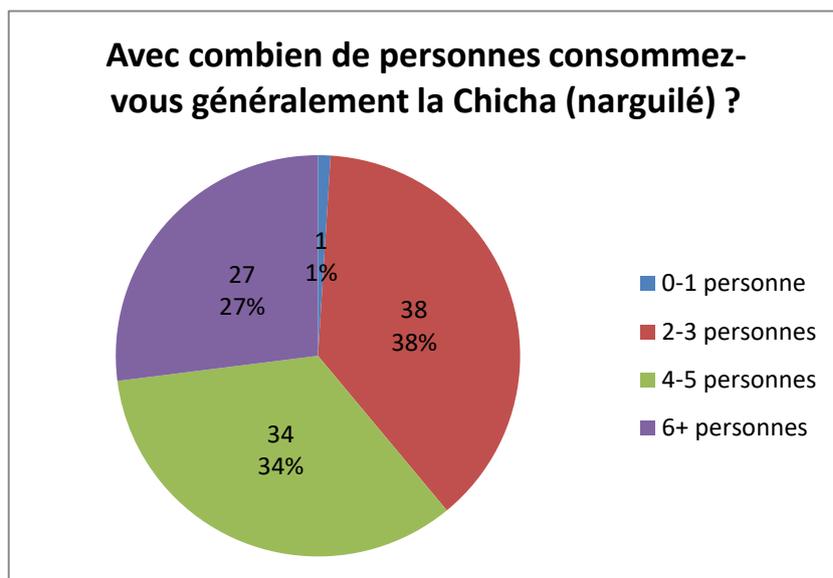
Au moins 1 fois par an	34
Au moins 1 fois par mois	41
Au moins 1 fois par semaine	21
Au moins 1 fois par jour	4
Total	100



Question 11 : Avec combien de personnes consommez-vous généralement la Chicha (narguilé) ?

Sur 100 personnes interrogées : 1 consomme avec 0-1 personne, 38 avec 2-3 personnes, 34 avec 4-5 personnes et 27 avec 6 personnes et plus. Cela correspond à 1% de consommateur qui consomme avec 0-1 personne, 38% avec 2-3 personnes, 34% avec 4-5 personnes et 27% avec 6 personnes et plus.

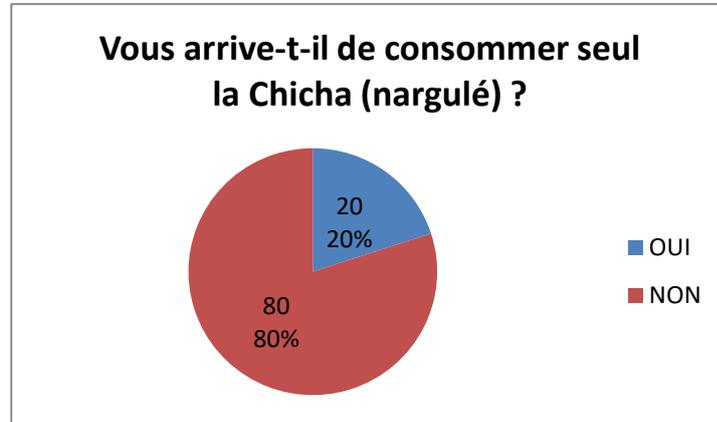
0-1 personne	1
2-3 personnes	38
4-5 personnes	34
6+ personnes	27
Total	100



Question 12 : Vous arrive-t-il de consommer seul la Chicha (narguilé) ?

Sur les 100 personnes interrogées : 20 peuvent consommer seul et 80 ne consomment pas seul. Cela correspond à 20% des consommateurs qui peuvent consommer seul et 80% qui ne consomment pas seul.

OUI	20
NON	80
Total	100

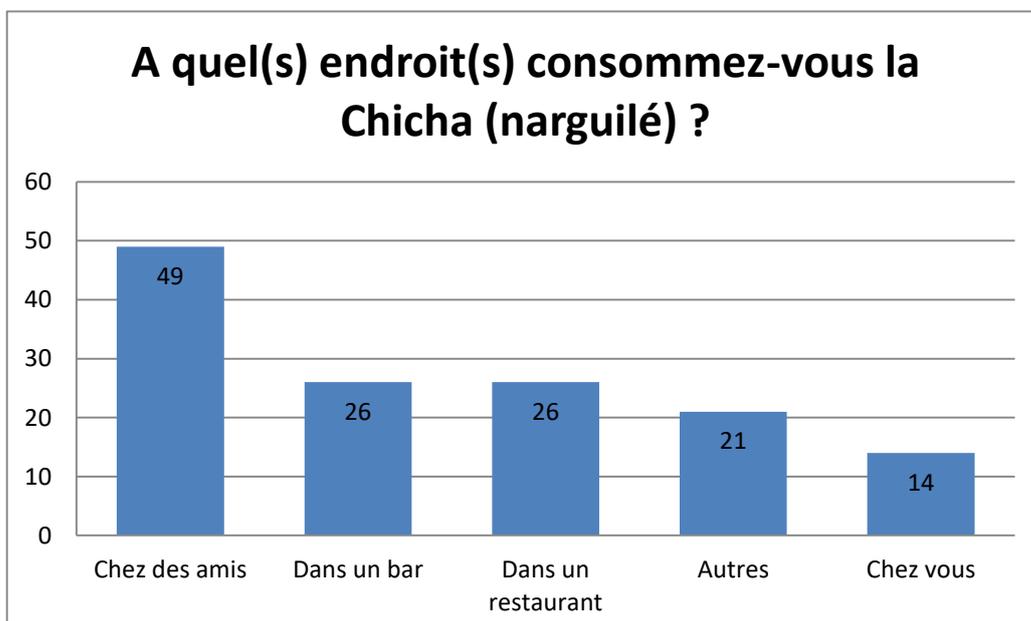


Question 13 : A quel(s) endroit(s) consommez-vous la Chicha (narguilé) ?

Sur 100 personnes interrogées, 136 réponses ont été données : 49 personnes consomment chez des amis, 26 dans un bar, 26 dans un restaurant, 21 dans d'autres endroits et 14 chez eux. Cela correspond à 49% de personnes qui consomment chez des amis, 26% dans un bar, 26% dans un restaurant, 21% dans d'autres endroits et 14% chez eux.

Autres : Au marché (9), A la foire (5), Au Chicha Club (2), Dans les boîtes de nuits (2), A la mosquée (1), A l'école (1), N'importe où (1).

Chez des amis	49
Dans un bar	26
Dans un restaurant	26
Autres	21
Chez vous	14
Total	136
Nombre d'enquêtés ayant répondu	100

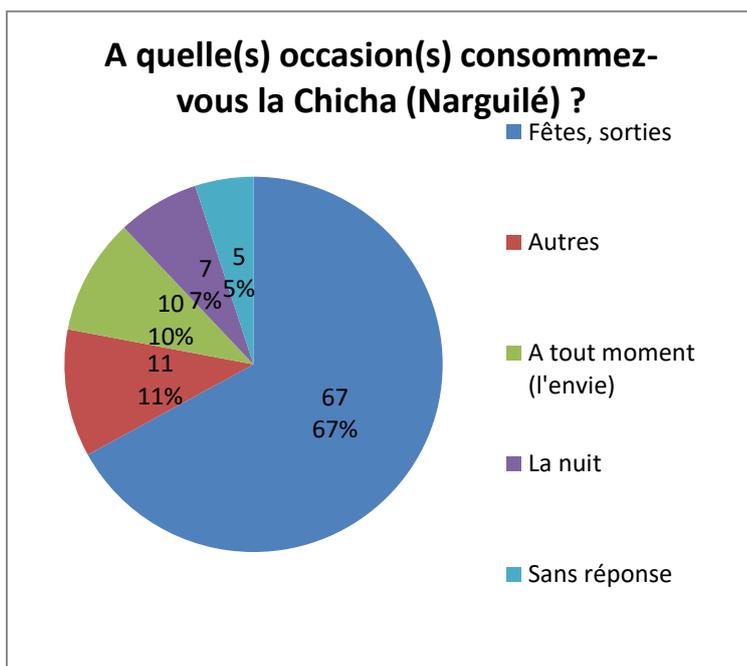


Question 14 : A quelle(s) occasion(s) consommez-vous la Chicha (narguilé) ?

Sur 100 personnes interrogées : 67 consomment lors de fêtes et de sorties, 11 à d'autres moments, 10 à tout moment, 7 la nuit et 5 sans réponse. Cela correspond à 67% de consommateurs qui consomment à l'occasion de fêtes et de sorties, 11% à d'autres moments, 10% à tout moment, 7% la nuit et 5% sans réponse.

Autres moments : Quand les autres apportent la Chicha (3), Pour se détendre (2), Quand je m'ennui (2), Après le travail (1), Pour avoir l'appétit (1), Quand je vois les autres fumer (1), le Week-end (1).

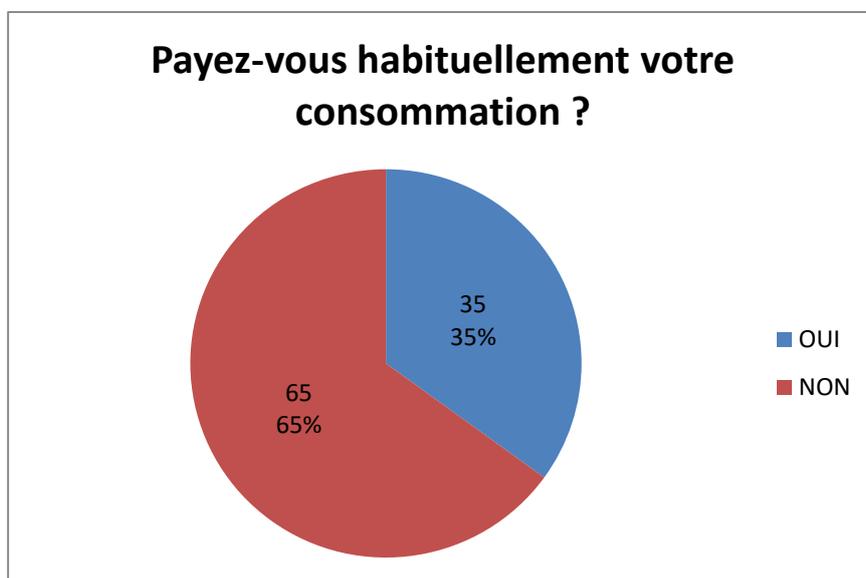
Fêtes, sorties	67
Autres	11
A tout moment (l'envie)	10
La nuit	7
Sans réponse	5
Total	100



Question 15 : Payez-vous habituellement votre consommation ?

Sur 100 personnes interrogées : 35 paient habituellement leur consommation tandis que 65 ne paient pas. Cela correspond à 35% de consommateurs qui paient leur consommation et 65% qui ne paient habituellement pas.

OUI	35
NON	65
Total	100



Question 16 : Combien vous coûte en moyenne une session, séance de Chicha (narguilé) ?

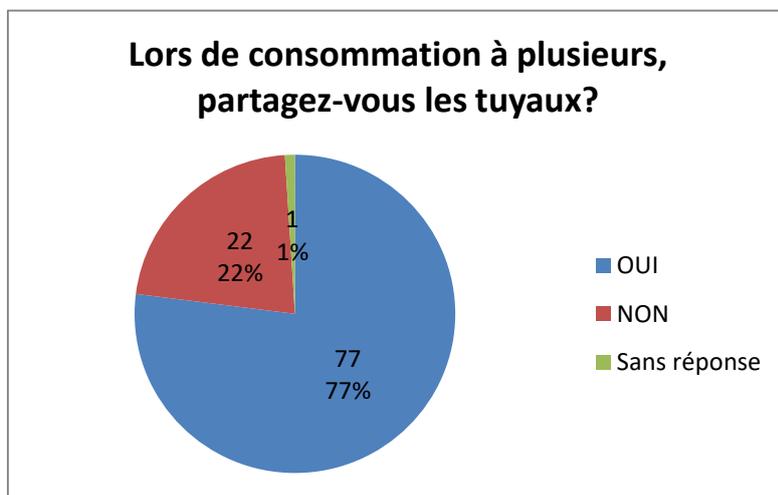
53 personnes ont répondu à cette question. Lorsque les personnes répondaient « Non » à la question 15, ils pouvaient quand même répondre à cette question s'ils payaient de temps en temps leur consommation.

Une moyenne a été réalisée en fonction des réponses données. Cette moyenne s'élève à environ 1560 Francs CFA.

Question 17 : Lors de consommation à plusieurs, partagez-vous les tuyaux ?

Sur 100 personnes interrogées : 77 partagent leur tuyau lors de consommation avec plusieurs personnes, 22 ne partagent pas leur tuyau et 1 sans réponse. Cela correspond à 77% de consommateurs qui partagent les tuyaux lors de consommation à plusieurs, 22% qui ne partagent pas les tuyaux et 1% de sans réponse.

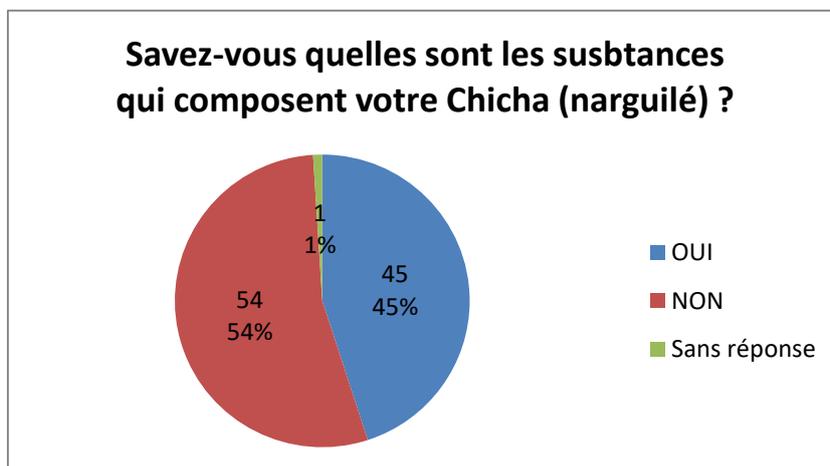
OUI	77
NON	22
Sans réponse	1
Total	100



Question 18 : Savez-vous quelles sont les substances qui composent votre Chicha (narguilé) ?

Sur 100 personnes interrogées : 45 savent quelles substances composent leur Chicha, 54 ne savent pas ce qu'elle contient et 1 sans réponse. Cela correspond à 45% de consommateurs qui connaissent les substances qui composent leur Chicha, 54% ne le savent pas et 1% sans réponse.

OUI	45
NON	54
Sans réponse	1
Total	100



Question 19 : Si oui, lesquelles ?

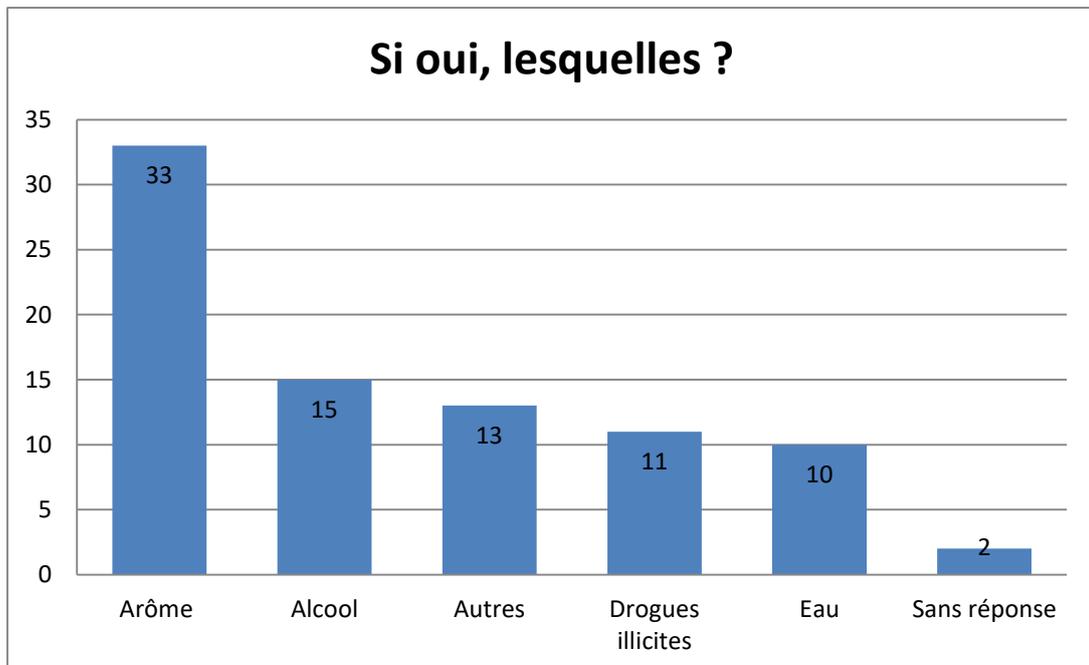
Sur les 45 personnes qui connaissaient les substances qui composent leur Chicha, 84 réponses ont été données : 33 savent que leur chicha est composé d'un arôme, 15 d'alcool, 13 d'autres substances, 11 de drogues illicites, 10 d'eau et 2 sans réponse. Cela correspond à 73,3% de consommateurs qui savent que dans leur chicha il y a de l'arôme, 33% savent qu'il y a de l'alcool, 29% savent qu'il y a d'autres substances, 24% savent qu'il y a des drogues illicites, 22% savent qu'il y a de l'eau et 4% sans réponse.

Lorsque les personnes mentionnaient l'alcool, ont été cités : Vody, Vodka, Vin, Whisky, Tchouk, Liqueur.

Lorsque les personnes mentionnaient les drogues illicites, ont été citées : Cannabis, Cocaïne, Feuille d'Opium, Beuh, Weed, Herbe.

Autres substances : Boissons non alcoolisées (4 ; ont été citées : Bissap, Gingembre), Tabac (4), Composé chimique (1), Liquide (1), Nicotine (1), Substances chimiques toxiques et cancérigènes (1), Tempo (1).

Arôme	33
Alcool	15
Autres	13
Drogues illicites	11
Eau	10
Sans réponse	2
Total	84
Nombre d'enquêtés ayant répondu	45

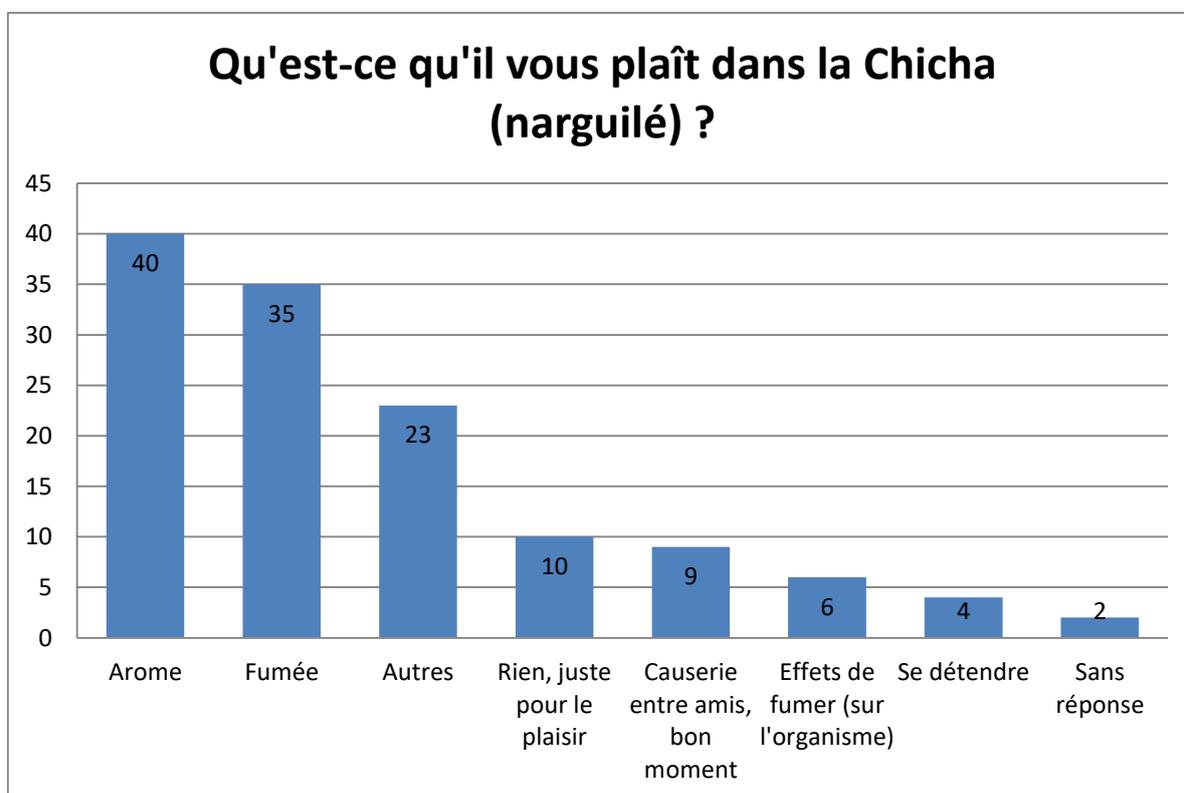


Question 20 : Qu'est-ce qu'il vous plaît dans la Chicha (narguilé) ?

Sur 100 personnes interrogées, 129 réponses ont été données : 40 répondent que ce qui leur plaît dans la Chicha c'est l'arôme (goût, odeur...), 35 la fumée, 23 autres, 10 rien juste pour le plaisir, 9 le bon moment entre amis, 6 les effets de fumer sur l'organisme, 4 se détendre et 2 sans réponse. Cela correspond à 40% de consommateurs qui répondent que ce qui leur plaît dans la Chicha c'est l'arôme, 35% la fumée, 23% autres, 10% rien juste pour le plaisir, 9% le bon moment entre amis, 6% les effets de fumer sur l'organisme, 4% se détendre et 2% sans réponse.

Autres : Donne de la joie (3), Donne l'appétit (3), Augmente l'adrénaline (2), Donne de la fierté (2), Tout (2), A la mode (1), Association avec d'autres pratiques (1), Donne de la force (1), Donne de l'inspiration (1), Donne l'insomnie (1), La Chaleur (1), Moins toxique que la cigarette (1), Oublier les soucis (1), Permet de bien dormir (1), Pour bien digérer (1), Rend de bonne humeur (1).

Arome	40
Fumée	35
Autres	23
Rien, juste pour le plaisir	10
Causerie entre amis, bon moment	9
Effets de fumer (sur l'organisme)	6
Se détendre	4
Sans réponse	2
Total	129
Nombre d'enquêtés ayant répondu	100



Question 21 : Avez-vous déjà lu ou vu des informations sur la Chicha (narguilé) ?

Sur 100 personnes interrogées : 47 ont déjà lu ou vu des informations sur la Chicha et 53% n'ont jamais lu ou vu des informations sur la Chicha. Cela correspond à 47% de consommateurs qui ont déjà lu ou vu des informations sur la Chicha et 53% qui n'en n'ont jamais vu ou lu.

OUI	47
NON	53
Total	100



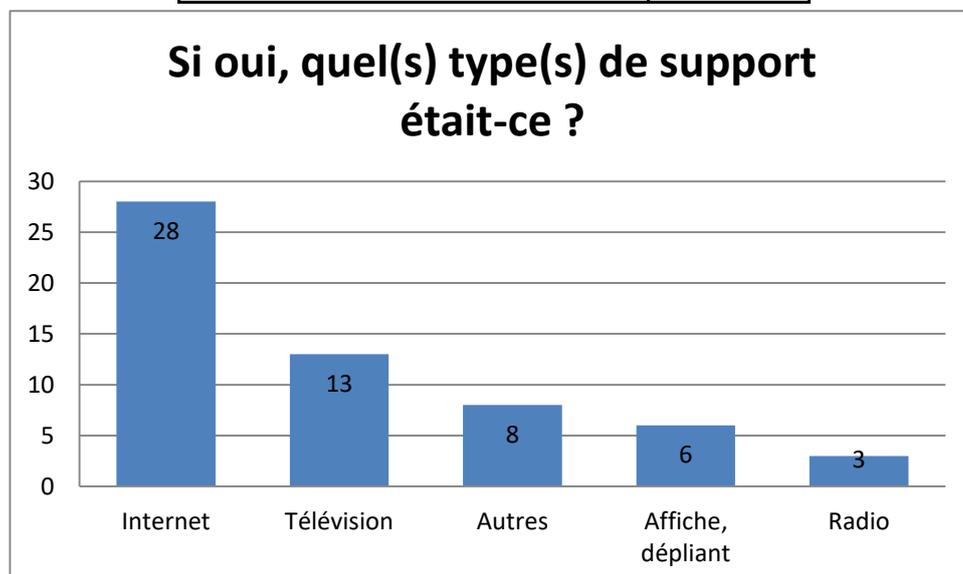
Question 22 : Si oui, quel(s) type(s) de support était-ce ?

Sur les 47 personnes qui avaient déjà lu ou vu des informations sur la Chicha, 58 réponses ont été données : 28 avaient déjà lu ou vu des informations sur la Chicha sur Internet, 13 à la télévision, 8 sur d'autres supports, 6 sur des affiches et/ou dépliants et 3 à la radio. Cela correspond à 60% de consommateurs qui ont déjà lu ou vu des informations sur la Chicha sur Internet, 28% à la télévision, 17% sur d'autres supports, 13% sur des affiches et/ou dépliants et 6% à la radio.

Lorsque les personnes mentionnaient la radio, a été citée : RFI « Priorité Santé ».

Autres supports : L'enseignant à l'école (3), Oral (2), WhatsApp (2), Facebook (1).

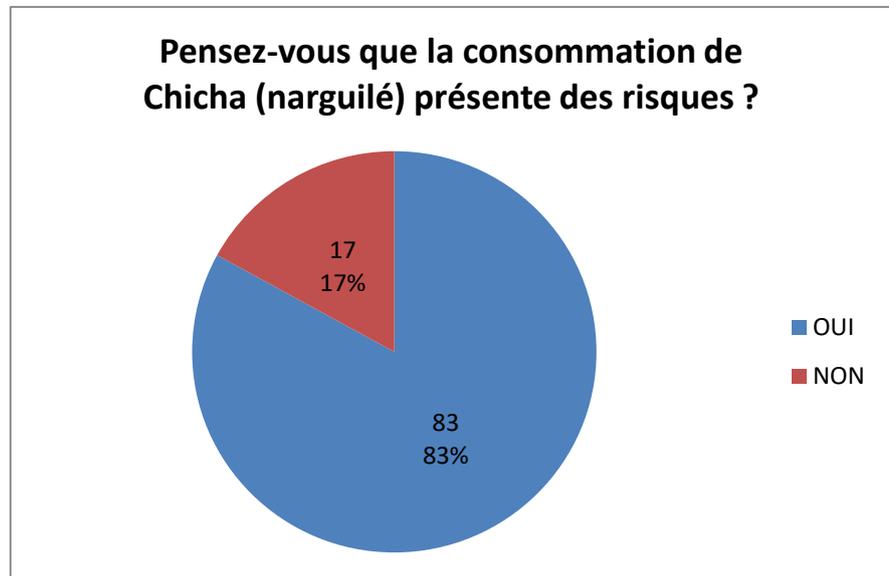
Internet	28
Télévision	13
Autres	8
Affiche, dépliant	6
Radio	3
Total	58
Nombre d'enquêtés ayant répondu	47



Question 23 : Pensez-vous que la consommation de Chicha (narguilé) présente des risques ?

Sur 100 personnes interrogées : 83 pensent que la consommation de Chicha présente des risques et 17 pensent que non. Cela correspond à 83% de consommateurs qui ne pensent pas que la consommation de Chicha présente des risques et 17% qui pensent que non.

OUI	83
NON	17
Total	100

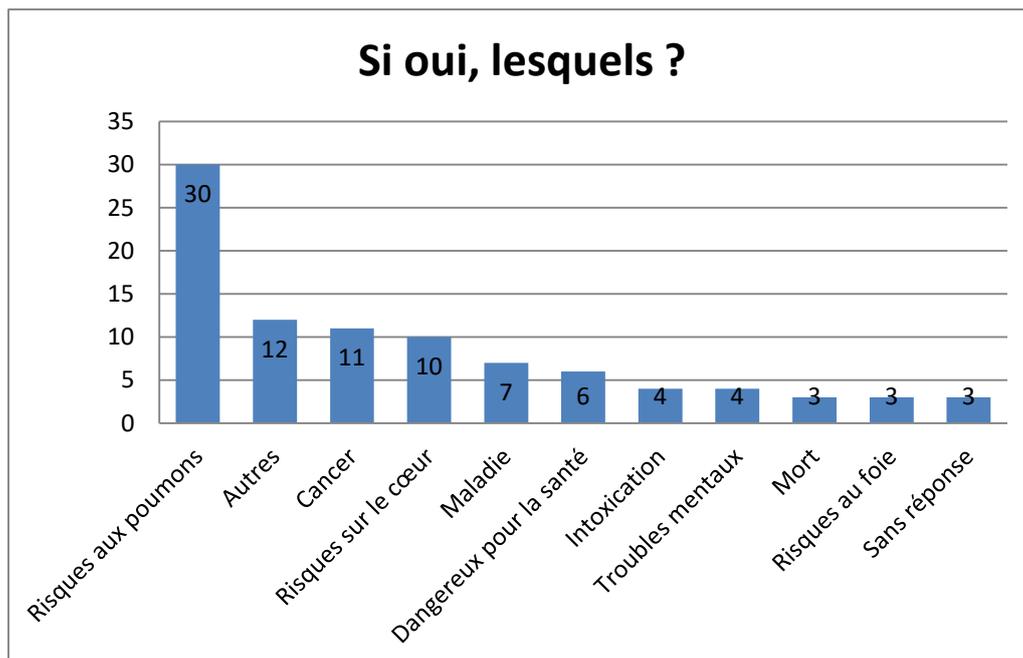


Question 24 : Si oui, lesquels ?

Sur les 83 personnes qui pensent que la consommation de la Chicha présente des risques, 93 réponses ont été données : 30 pensent que la consommation de Chicha présente des risques aux poumons, 12 d'autres risques, 11 des risques de cancer, 10 des risques au cœur, 7 des maladies, 6 pensent que c'est dangereux pour la santé, 4 des risques d'intoxication, 4 de troubles mentaux, 3 de mort, 3 des risques au foie et 3 sans réponse. Cela correspond à 36% de consommateurs qui pensent que la consommation de Chicha présente des risques aux poumons, 14% d'autres risques, 13% des risques de cancer, 13% des risques au cœur, 8% des maladies, 7% pensent que c'est dangereux pour la santé, 5% des risques d'intoxication, 5% de troubles mentaux, 4% de mort, 4% des risques au foie et 4% sans réponse.

Autres risques : Ne sais pas (2), Addiction (1), Donne la faim (1), Fatigue (1), Hépatite (1), Ne donne pas une bonne image de soi (1), Problème respiratoire (1), Risque à la gorge (1), Risque sur les reins (1), Troubles sexuels (1), Tuberculose (1).

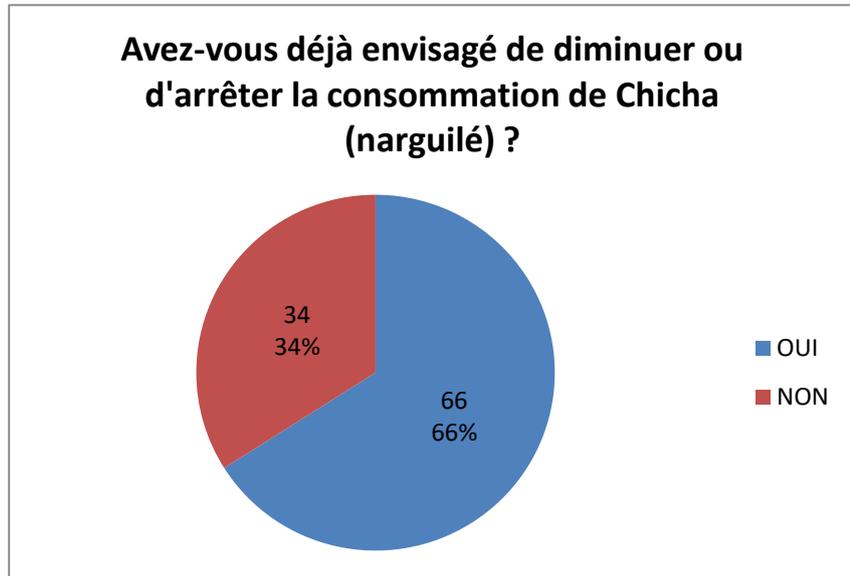
Risques aux poumons	30
Autres	12
Cancer	11
Risques sur le cœur	10
Maladie	7
Dangereux pour la santé	6
Intoxication	4
Troubles mentaux	4
Mort	3
Risques au foie	3
Sans réponse	3
Total	93
Nombre d'enquêtés ayant répondu	83



Question 25 : Avez-vous déjà envisagé de diminuer ou d'arrêter la consommation de Chicha (narguilé) ?

Sur 100 personnes interrogées : 66 ont déjà envisagé de diminuer ou d'arrêter la consommation de Chicha (narguilé) et 34 ne l'ont jamais envisagé. Cela correspond à 66% de consommateurs qui ont déjà envisagé de diminuer ou d'arrêter la consommation de Chicha et 34% qui ne l'ont jamais envisagé.

OUI	66
NON	34
Total	100

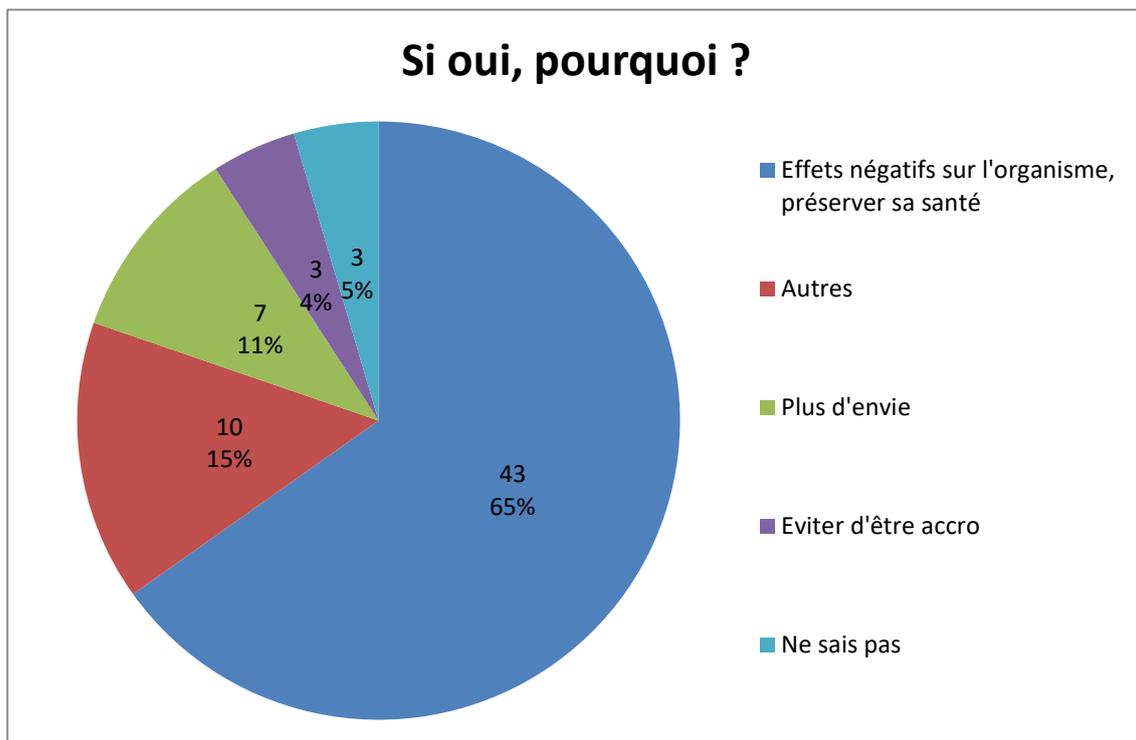


Question 26 : Si oui, pourquoi ?

Sur les 66 personnes qui ont déjà envisagé de diminuer ou d'arrêter la consommation de Chicha : 43 l'ont déjà envisagé à cause des effets négatifs de la Chicha sur l'organisme afin de préserver sa santé, 10 pour d'autres raisons, 7 car plus d'envie, 3 pour éviter d'être accro et 3 ne savent pas. Cela correspond à 65% de consommateurs qui ont déjà envisagé d'arrêter la consommation de Chicha à cause de ses effets négatifs sur l'organisme afin de préserver sa santé, 15% pour d'autres raisons, 11% car plus d'envie, 4% pour éviter d'être accro et 4% ne savent pas.

Autres raisons : Autre (2 : Réponses non comprises), Cela peut détruire les études (1), A cause des inconvénients (1), Devenu infirmière (1), Influencé par les amis (1) Interdiction des proches (1), Maintenir son physique (1), Ne pas mourir trop vite (1), Je suis un être conscient (1).

Effets négatifs sur l'organisme, préserver sa santé	43
Autres	10
Plus d'envie	7
Eviter d'être accro	3
Ne sais pas	3
Total	66

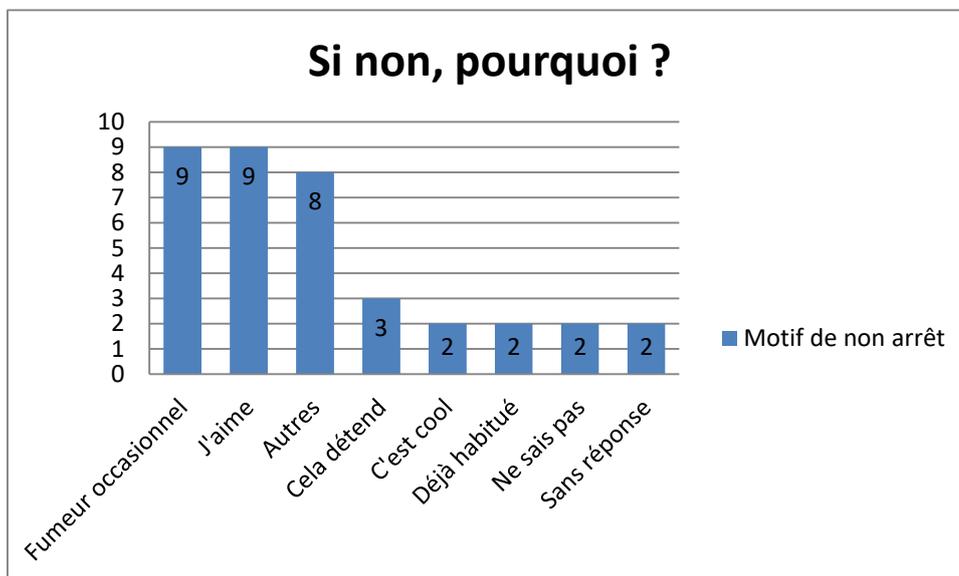


Question 27 : Si non, pourquoi ?

Sur les 34 personnes qui n'ont jamais envisagé de diminuer ou d'arrêter la consommation de Chicha, 37 réponses ont été données : 9 ne l'ont jamais envisagé car ce sont des fumeurs occasionnels, 9 car ils aiment cela, 8 pour d'autres raisons, 3 car cela détend, 2 car c'est cool, 2 car ils sont déjà habitués, 2 ne savent pas et 2 sans réponse. Cela correspond à 26% de consommateurs qui n'ont jamais envisagé de diminuer ou d'arrêter la consommation de Chicha car ce sont des fumeurs occasionnels, 26% car ils aiment cela, 24% pour d'autres raisons, 9% car cela détend, 6% car c'est cool, 6% car ils sont déjà habitués, 6% ne savent pas et 6% sans réponse.

Autres raisons : Autre (1 : Réponse non comprise), Cela fait danser (1), Cela me réjouit (1), Ce n'est pas mauvais (1), Donne de l'inspiration pour d'autres activités (1), Ne peut pas (1), Pour se divertir (1), Se sent capable d'arrêter (1).

Fumeur occasionnel	9
J'aime	9
Autres	8
Cela détend	3
C'est cool	2
Déjà habitué	2
Ne sais pas	2
Sans réponse	2
Total	37
Nombre d'enquêtés ayant répondu	34



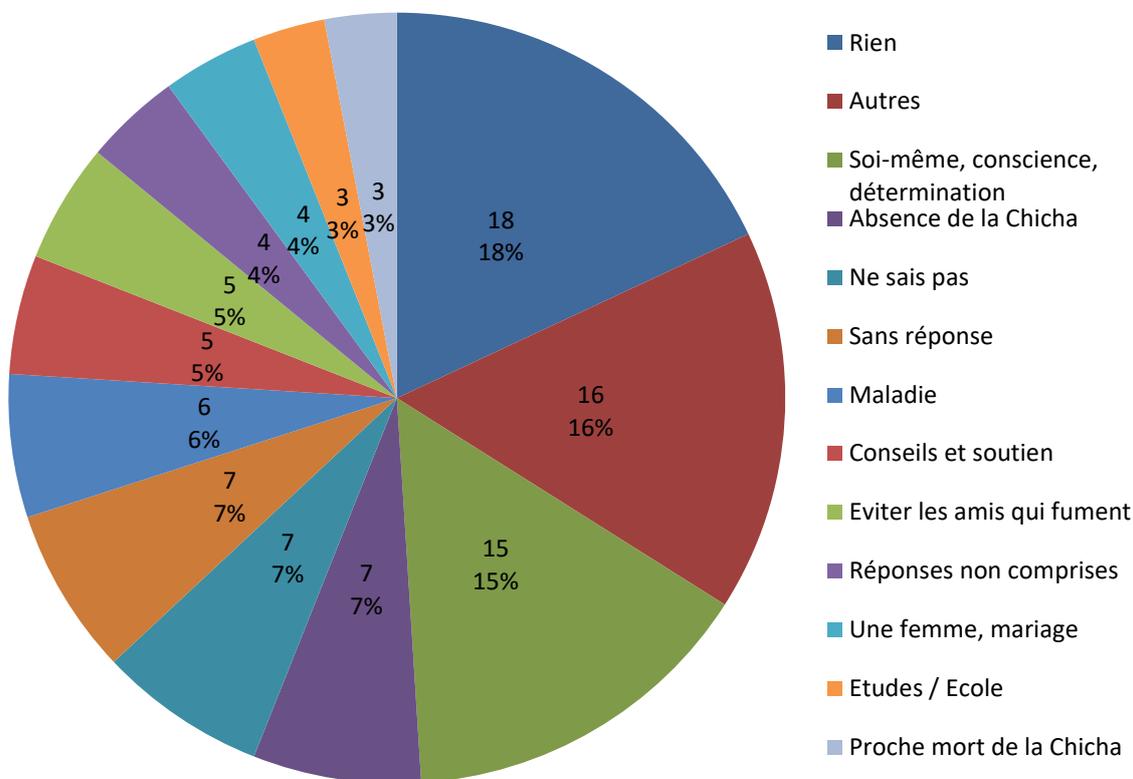
Question 28 : Qu'est-ce qui pourrait vous faire arrêter la consommation de Chicha (narguilé) ?

Sur 100 personnes interrogées : 18 pensent que ce qui pourrait les faire arrêter de consommer la Chicha est rien, 16 d'autres raisons, 15 soi-même, leur conscience, leur détermination, 7 l'absence de Chicha, 7 ne savent pas, 7 sans réponse, 6 la maladie, 5 les conseils et soutien, 5 éviter les amis qui consomment, 4 réponses non comprises, 4 une femme, le mariage, 3 les études, l'école et 3 un proche mort de la Chicha. Cela correspond à 18% de consommateurs qui pensent que ce qui pourrait les faire arrêter de consommer la Chicha est rien, 16% d'autres raisons, 15% soi-même, leur conscience, leur détermination, 7% l'absence de Chicha, 7% ne savent pas, 7% sans réponse, 6% la maladie, 5% les conseils et soutien, 5% éviter les amis qui consomment, 4% réponses non comprises, 4% une femme, le mariage, 3% les études, l'école et 3% un proche mort de la Chicha.

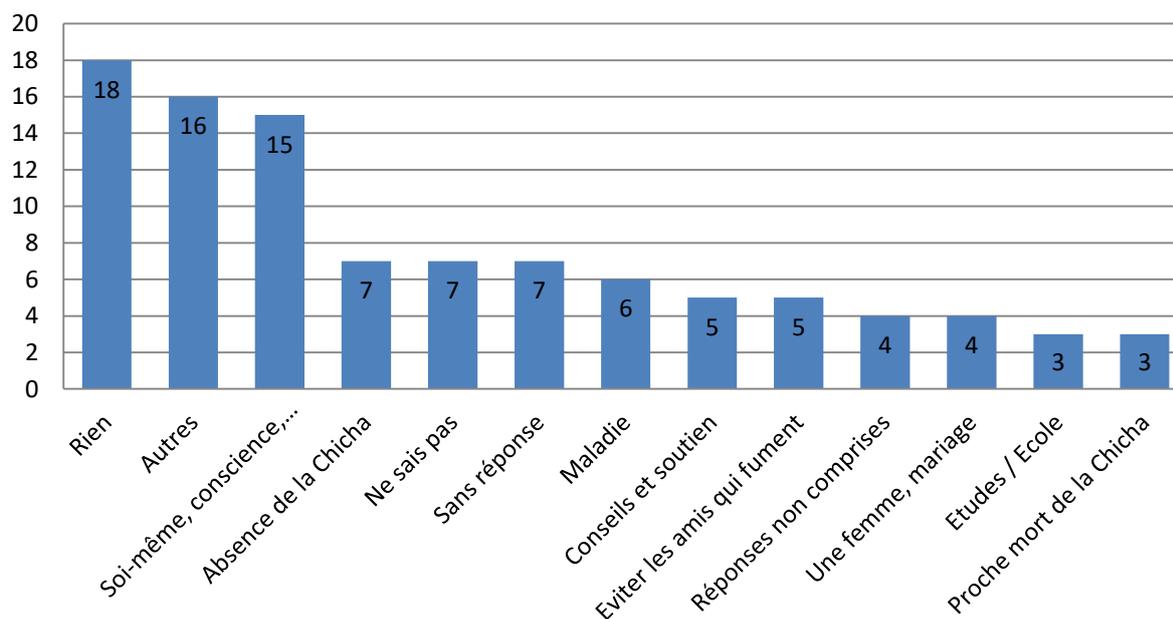
Autres raisons : Arrêter les sorties, éviter les bars (2), Projet d'avenir (2), Risque de mourir (2), Effets secondaires (1), Interdiction à l'hôpital (1), Jésus (1), Montrer l'exemple (1), Ne sait pas comment arrêter (1), Réduction du nombre de Chicha Club (1), Sortir avec filles (1), Un substitut (1), Un travail (1), Une preuve de sa nocivité (1).

Rien	18
Autres	16
Soi-même, conscience, détermination	15
Absence de la Chicha	7
Ne sais pas	7
Sans réponse	7
Maladie	6
Conseils et soutien	5
Eviter les amis qui fument	5
Réponses non comprises	4
Une femme, mariage	4
Etudes / Ecole	3
Proche mort de la Chicha	3
Total	100

Qu'est-ce qui pourrait vous faire arrêter la consommation de Chicha (narguilé) ?



Qu'est-ce qui pourrait vous faire arrêter la consommation de Chicha (narguilé) ?



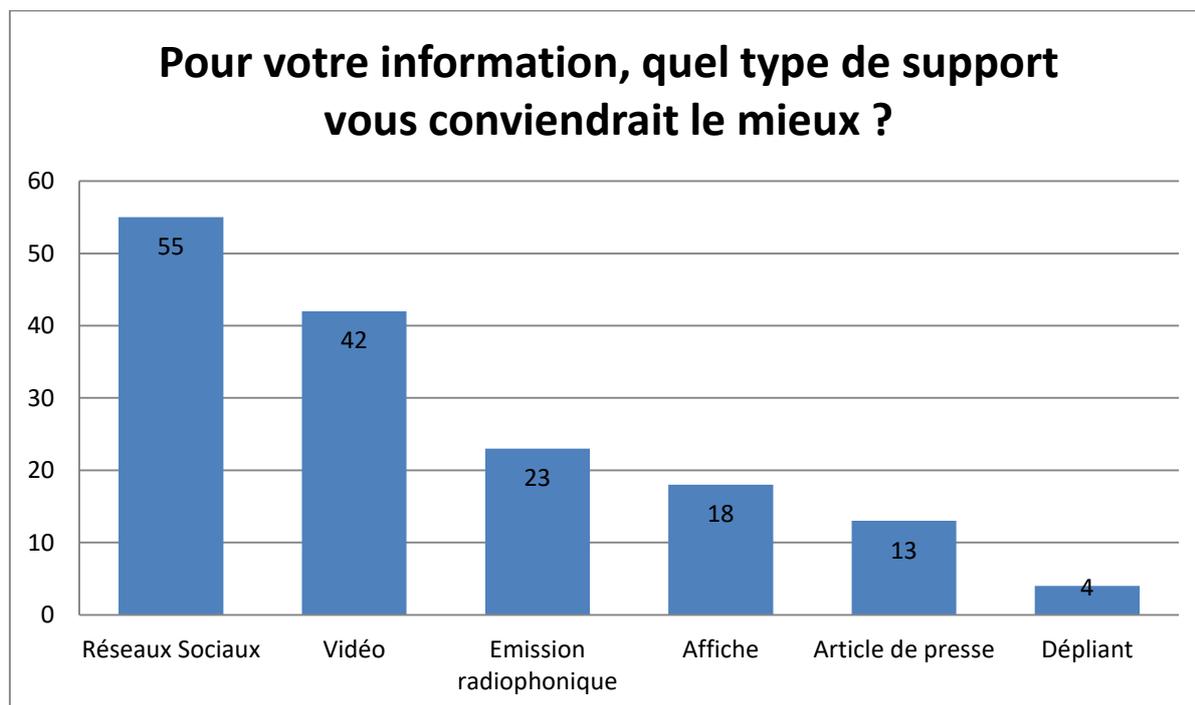
Question 29 : Pour votre information, quel type de support vous conviendrait le mieux ?

Sur 100 personnes interrogées, 155 réponses ont été données : 55 répondent que ce qui leur conviendrait le mieux serait les réseaux sociaux, 42 une vidéo, 23 un message dans une émission radiophonique, 18 une affiche et 4 un dépliant. Cela correspond à 55% de consommateurs qui répondent que ce qui leur conviendrait le mieux serait les réseaux sociaux, 42% une vidéo, 23% un message dans une émission radiophonique, 18% une affiche et 4% un dépliant.

Lorsque les personnes mentionnaient les réseaux sociaux, a été cité : WhatsApp.

Lorsque les personnes mentionnaient l'émission radiophonique, a été citée : RFI.

Réseaux Sociaux	55
Vidéo	42
Emission radiophonique	23
Affiche	18
Article de presse	13
Dépliant	4
Total	155
Nombre d'enquêtés ayant répondu	100



5. Analyse des résultats et perspectives.

Suite à l'exploitation des résultats, des enseignements ainsi que des perspectives, liées à la stratégie de prévention liée à la consommation de Chicha chez les jeunes consommateurs, peuvent être constatés :

- 69% des consommateurs vivent chez leurs parents et 68% des parents des consommateurs ne sont pas informés de leur consommation. Il serait envisageable d'informer ces parents ou les parents en général par le biais de la brochure réalisée par RAPAA destinée aux familles des consommateurs et au moment des groupes de paroles pour maman.
- Dans 75% des cas, la première consommation s'effectue avant l'âge de 21 ans (exclu) et dans 54% des cas, elle s'effectue avant 19 ans (exclu) soit un peu plus de la moitié. La prévention liée à la consommation de Chicha doit s'effectuer dès le collège pour éviter la première consommation. De plus, 71% des enquêtés sont des élèves ou des étudiants. Il faut donc effectuer de la prévention et de la sensibilisation dans les collèges et les lycées.
- Les consommateurs consomment pour la première fois à 83% avec des amis. Dans la prévention, la dimension sociale du groupe doit être prise en compte. De plus, l'enquête montre qu'une session de Chicha est une pratique qui se pratique à plusieurs, seule une personne déclare consommer généralement seul ou avec une autre personne. Cette notion de groupe doit être appréhendée dans la composition d'un outil de prévention.
- C'est lors de fêtes et de sorties que les consommateurs consomment en général (semaine culturelle, anniversaire, réjouissance...). On peut sensibiliser les consommateurs lors des semaines culturelles et essayer de trouver des substituts à la Chicha.
- D'après l'enquête, en moyenne, un consommateur paie 1560 Francs CFA par session. C'est relativement cher si on le compare à un paquet de cigarette qui coûte au plus 1000 Francs. Or, les 2/3 ne paient généralement pas leur consommation. On nous a expliqué que cela pouvait être dû à l'achat groupé d'une Chicha, ou encore d'un seul ami qui paie lorsqu'il invite ses amis. Ce dernier point est plausible quand on sait que lorsqu'une personne invite d'autres personnes dans un bar ou un dans un restaurant, c'est lui qui paie pour tout le monde. On pourra néanmoins mentionner cette moyenne dans la prévention.
- 77% des consommateurs interrogés partagent leur tuyau lors des consommations à plusieurs. La transmission de maladies transmissibles par la salive est possible. Ces maladies peuvent être l'hépatite, la tuberculose, l'herpès ou encore la gastroentérite. Ces maladies et risques encourus par les consommateurs doivent

être présents dans la composition d'un outil de prévention. On pourra mentionner l'existence de « bec » qui permet de diminuer la transmission de salive mais cela ne permet pas de consommer sans risques. Les becs sont des petits bouts en caoutchouc que l'on accroche au bout du tuyau. Chaque personne devrait avoir en un. Or, lorsque la session a commencé depuis un certain temps, on peut ne plus penser à insérer son bec ou à le retirer.

- Un peu plus de la moitié des consommateurs ne savent pas ce que contient leur Chicha. Pour ceux qui le savent, 74% environ des consommateurs savent qu'il y a de l'arôme et en deuxième position on retrouve l'alcool à seulement 33%. Cela montre bien qu'il existe de l'ignorance même chez les personnes qui savent qu'il y a de l'arôme dans leur Chicha. De plus, avec des réponses données comme l'alcool (33%) et les drogues illicites (24%), toutes personnes devraient connaître la composition de leur Chicha pour éviter les « mauvaises surprises ». Dans un outil de prévention, il faut mentionner l'usage de substances psychoactives telles que l'alcool et la drogue illicite pour que les personnes prennent plus attention à ce qu'ils consomment et pourront même refuser de consommer. Aucune personne enquêtée n'a mentionné le charbon, nécessaire à l'alimentation de la Chicha et très dangereux pour l'organisme.
- Les jeunes consommateurs aiment l'arôme (40%) et la fumée (35%) que dégage leur Chicha. Pour le reste, c'est généralement dû à des sensations physiques ou mentales comme « Donne de la joie » ou encore « Donne l'appétit ». On mentionnera dans un outil de prévention que l'odeur, le goût d'une Chicha n'enlève en rien les risques liés au tabac aromatisé et au charbon.
- Un peu plus de la moitié des jeunes consommateurs n'ont jamais vus ou lus des informations sur la Chicha. Sur les personnes qui ont lus ou vus des informations là-dessus, c'était en majorité sur Internet puis à la Radio. Cela montre que ces deux derniers supports de l'information sont importants. Une personne a mentionnée RFI « Priorité Santé », ce qui montre qu'il existe des émissions qui parlent du phénomène de la Chicha. Lorsqu'un outil de prévention sera mis en place, il faudrait, si possible, le rendre visible sur Internet et en parler via une émission radiophonique.
- 83% des consommateurs reconnaissent le fait que la Chicha présente des risques. Cela veut dire que 17% pensent qu'il n'y en a pas. Les effets liés à la Chicha et ses risques seront mentionnés dans un outil de prévention. De plus, les personnes qui pensent que la Chicha présente des risques, 11 personnes ne connaissent pas les risques. On peut donc le ramener à 72% des personnes qui connaissent les risques. Beaucoup de réponses ont été données, et chaque réponse est vraie. Chaque maladie, risques devraient être mentionnées dans un outil de prévention.

- Les 2/3 des consommateurs interrogés ont déjà envisagés de diminuer ou d'arrêter et la plupart pour des raisons de santé. Il est donc envisageable de mentionner les possibilités d'arrêts pour ces consommateurs avec l'aide qu'offre RAPAA.
- L'autre 1/3 n'a jamais envisagé une diminution ou un arrêt. En effet, pour 9 d'entre eux, ce sont des fumeurs occasionnels donc ils minimisent les risques. Or, même un fumeur occasionnel peut ressentir de l'addiction et peut contracter des maladies liées à la Chicha, tout dépend de l'organisme et de la session. Cet aspect doit être mentionné : les fumeurs occasionnels sont aussi assujettis à des maladies liées à la Chicha.
- Environ 1/5 des consommateurs pensent que rien ne peut les faire arrêter de consommer. Par rapport à ce point, l'outil de prévention doit faire apparaître des exemples ou images concrètes de ce qu'il peut arriver (comme la mort d'un proche, une image choc...). Environ 15% des jeunes consommateurs estiment que leur simple détermination pourrait les faire arrêter. Il faut mettre en avant cet aspect dans un outil de prévention en mentionnant RAPAA qui est présente pour accompagner les jeunes consommateurs voulant diminuer ou arrêter la consommation.
- Lorsqu'un outil de prévention sera mis en place, il faudrait le rendre accessible sur les réseaux sociaux car cela conviendrait à plus de la moitié des jeunes consommateurs. Cet outil de prévention, selon les jeunes, devrait être sous la forme d'une vidéo à 42%. Cette question va permettre de prioriser la mise en place des outils de prévention, sachant que dans l'absolu, tous les outils de prévention qui existent doivent être exploités.

En résumé :

- Il faut informer les familles des jeunes consommateurs par une sensibilisation lors des groupes de paroles des mamans et sous la forme d'un texte dans la brochure réalisée par RAPAA destinée aux familles.
- De la prévention doit être effectué dès le collège.
- L'outil de prévention doit mentionner la dimension sociale du groupe.
- De la sensibilisation doit être effectué lors de fêtes comme les semaines culturelles.
- Le coût moyen d'une session de Chicha doit être mentionné dans un outil de prévention.
- Les maladies transmissibles par salives doivent être mentionnées dans un outil de prévention.
- L'importance de savoir ce que l'on consomme doit être mentionnée dans un outil de prévention.

- L'arôme n'enlève en rien les risques liés au tabac et au charbon présents dans la Chicha. Le charbon doit être mentionné dans un outil de prévention.
- Lorsqu'un outil de prévention sera mis en place, il faudrait qu'il soit visible sur Internet.
- L'outil de prévention devra mentionner tous les risques et maladies liées à la consommation de la Chicha.
- L'accompagnement que propose RAPAA doit être mentionné dans un outil de prévention.
- Les fumeurs occasionnels sont aussi assujettis à des maladies liées à la Chicha.
- L'outil de prévention doit être accessible via les réseaux sociaux.
- Le format vidéo de l'outil de prévention est le format qui a été le plus demandé.