



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) 70 45 64 16 / 90 70 50 82 / 99 40 71 13

Email: [assorapaa@assorapaa.com](mailto:assorapaa@assorapaa.com)

Site web: [w.assorapaa.com](http://w.assorapaa.com)

---

---

# ETUDE SOCIOCULTURELLE ET LINGUISTIQUE SUR LES BOISSONS ALCOOLISEES LOCALES (*Sodabi*)

*Une enquête menée à Lomé, Togo*

RAPPORT FINAL  
NOVEMBRE 2020

# TABLE DES MATIÈRES

<b>LISTE DES SIGLES .....</b>	<b>6</b>
<b>LISTE DES FIGURES.....</b>	<b>7</b>
<b>LISTE DES TABLEAUX .....</b>	<b>9</b>
<b>AVANT-PROPOS .....</b>	<b>11</b>
<b>REMERCIEMENTS.....</b>	<b>15</b>
<b>INTRODUCTION .....</b>	<b>16</b>
<b>1. Contexte et justification.....</b>	<b>16</b>
<b>2. Objectifs.....</b>	<b>18</b>
2.1. Objectif général .....	18
2.2. Objectifs spécifiques .....	18
<b>3. Méthodologie.....</b>	<b>19</b>
3.1. Cadre de l'étude .....	19
3.2. Equipe de recherche .....	19
3.3. Déroulement de l'étude .....	20
3.4. Techniques et outils d'enquête .....	20
3.5. Particularités de l'étude.....	22
3.6. Limites de l'étude .....	22
<b>RESULTATS DE L'ETUDE .....</b>	<b>23</b>
<b>1. Données sociodémographiques des personnes enquêtées .....</b>	<b>23</b>
1.1. Genre .....	23
1.2. Age .....	23
1.3. Niveau d'études .....	24
1.4. Situation matrimoniale.....	24
1.5. Durée de résidence à Lomé.....	25
1.6. Religion .....	25
1.7. Emploi occupé.....	26
<b>2. Enquête connaissances, attitudes et pratiques sur les boissons alcoolisées locales .....</b>	<b>27</b>
2.1. Connaissances sur les boissons alcoolisées locales.....	27
2.1.1. Composition des boissons alcoolisées locales consommées .....	27
2.1.2. Effets des boissons alcoolisées locales sur la santé mentale .....	27
2.1.3. Effets des boissons alcoolisées locales sur la santé physique .....	28
2.2. Attitudes .....	28

2.2.1.	Consommation en cas de maladie .....	28
2.2.2.	Consommation en cas de bien-être .....	29
2.2.3.	Consommation au cours des occasions familiales .....	30
2.2.4.	Consommation des boissons alcoolisées locales dans certaines cérémonies religieuses . .....	31
2.2.5.	Lieux de consommation .....	31
2.3.	Pratiques des boissons alcoolisées locales .....	32
2.3.1.	Consommation des boissons alcoolisées locales .....	32
2.3.2.	Préférence entre les boissons locales (Sodabi, Tchouk, vin de palme) .....	33
2.3.3.	Moments de la journée au cours desquels les boissons alcoolisées sont consommées	34
2.3.4.	Personnes avec lesquelles les boissons alcoolisées locales sont consommées.....	34
2.3.5.	Nombre de verres consommés par semaine .....	35
2.3.6.	Autres substances associées aux boissons alcoolisées locales .....	35
2.3.7.	Dépenses journalières pour la consommation de boissons alcoolisées locales .....	36
2.3.8.	Nombre de verres de sodabi induisant un état d'ébriété .....	37
2.3.9.	Nombre de calebasses de tchouk provoquant un état d'ébriété.....	37
2.3.10.	Périodes de l'année au cours desquelles les boissons alcoolisées sont consommées .....	38
<b>3.</b>	<b>Etude des représentations sociales sur la consommation de boissons alcoolisées locales .....</b>	<b>39</b>
3.1.	Perceptions sur l'évolution de la consommation des boissons alcoolisées locales .....	39
3.2.	Perceptions sur la consommation de boissons alcoolisées importées .....	42
3.3.	Perceptions sur la consommation d'alcool et la réussite sociale .....	44
3.4.	Perceptions sur la consommation d'alcool et l'emploi occupé .....	45
3.5.	Perceptions sur la consommation d'alcool et le genre .....	46
3.5.1.	Perceptions sur la consommation d'alcool par les femmes de nos jours .....	47
3.5.2.	Perceptions sur les restrictions à la consommation d'alcool pour les femmes .....	48
3.6.	Perceptions sur la consommation d'alcool et l'âge .....	49
3.6.1.	Perceptions sur la consommation de boissons alcoolisées par les jeunes de nos jours	50
3.6.2.	Perceptions sur la consommation de boissons alcoolisées locales par les jeunes.....	51
3.6.3.	Perceptions sur les restrictions à la consommation d'alcool pour les jeunes .....	54
3.7.	Perceptions sur la consommation de l'alcool et l'appartenance ethnique .....	55
3.8.	Perceptions sur l'utilisation des boissons alcoolisées locales au cours des cérémonies à caractère familial et social.....	56
3.9.	Perceptions sur l'usage des boissons alcoolisées locales dans la gestion des conflits .....	60
3.10.	Perceptions sur l'usage des boissons alcoolisées locales dans les pratiques religieuses ..	61
3.11.	Perceptions sur l'utilisation de l'alcool dans la médecine traditionnelle.....	64
3.12.	Perceptions sur l'efficacité des produits thérapeutiques à base d'alcool .....	64
3.13.	Perceptions des interdits et tabous liés à la consommation de boissons alcoolisées .....	65
3.14.	Perceptions sur la dépendance aux boissons alcoolisées locales .....	66
3.14.1.	Sortie de la dépendance à l'alcool .....	66

3.14.2.	Méthodes modernes pour sortir de la dépendance au sodabi .....	67
3.14.3.	Méthodes traditionnelles pour sortir de la dépendance au sodabi .....	68
3.15.	Représentation d'une personne dépendante du <i>sodabi</i> .....	68
3.15.1.	Pour les hommes.....	68
3.15.2.	Pour les femmes.....	69
<b>4.</b>	<b>Enquête qualitative auprès des producteurs vendeurs utilisateurs de <i>Sodabi</i> .....</b>	<b>71</b>
4.1.	Les producteurs de Sodabi .....	71
4.1.1.	Profil des producteurs de Sodabi.....	71
4.1.2.	Représentations sur le métier de producteur de Sodabi .....	71
4.1.3.	Evolution du métier de producteur de Sodabi.....	72
4.1.4.	Modalités de production du Sodabi .....	72
4.1.4.1.	Main d'œuvre et appuis pour la production de Sodabi .....	73
4.1.4.2.	Equipements pour la production de <i>Sodabi</i> .....	74
4.1.5.	Rituels et cérémoniaux avant la production de Sodabi.....	74
4.1.6.	Nature des produits.....	75
4.1.7.	Qualité du Sodabi .....	76
4.1.8.	Revenus des producteurs de Sodabi.....	77
4.1.9.	Clientèle .....	77
4.1.10.	Difficultés rencontrées par les producteurs de Sodabi .....	78
4.2.	Les vendeurs / vendeuses <i>de Sodabi</i> .....	79
4.2.1.	Profil des vendeurs / vendeuses de Sodabi .....	79
4.2.2.	Perceptions du métier .....	80
4.2.3.	Aide et Appuis .....	80
4.2.4.	Approvisionnement en Sodabi.....	81
4.2.5.	Préparation des boissons alcoolisées (mélanges) .....	82
4.2.6.	Produits vendus .....	82
4.2.7.	Clientèle .....	84
4.2.7.1.	Nombre.....	84
4.2.7.2.	Régularité .....	84
4.2.7.3.	Sexe .....	85
4.2.7.4.	Age .....	85
4.2.7.5.	Situation socio professionnelle .....	85
4.2.7.6.	Ethnie .....	86
4.2.8.	Modalités de vente.....	86
4.2.9.	Revenus et dépenses .....	87
4.2.10.	Difficultés rencontrées .....	88
4.3.	Les thérapeutes traditionnels .....	89
4.3.1.	Profil des thérapeutes .....	89
4.3.2.	Utilisation de l'alcool par les tradipraticiens .....	90
4.3.3.	Clientèle .....	92

4.3.4.	Difficultés rencontrées dans l'exercice de l'activité .....	94
4.4.	Les religieux (Prêtre vaudou) .....	95
4.4.1.	Rôle et profil .....	95
4.4.2.	Utilisation des produits alcoolisés .....	95
4.4.3.	Perception de l'alcool .....	96
<b>5.</b>	<b>Etude socio linguistique .....</b>	<b>97</b>
5.1.	Analyse des termes recueillis selon la source ou la provenance.....	97
5.2.	Analyse morphosyntaxique et socioculturelle de la terminologie des boissons alcoolisées locales (Sodabi) .....	105
5.3.	Analyse des champs lexicaux .....	159
5.3.1.	Termes ayant trait à la composition et aux mélanges .....	159
5.3.2.	Termes ayant trait au feu .....	161
5.3.3.	Termes ayant trait aux mesures / aux doses .....	162
5.3.4.	Termes ayant trait aux prix .....	163
5.3.5.	Termes ayant trait aux odeurs et aux couleurs.....	165
5.3.6.	Termes ayant trait au corps humain .....	167
5.3.7.	Termes ayant trait à la qualité du Sodabi .....	169
5.3.8.	Termes ayant trait à l'effet du produit .....	171
5.3.9.	Termes ayant trait au mode de consommation et expressions utilisées pour dissimuler le fait de consommer de l'alcool .....	173
5.3.10.	Termes ayant trait aux différentes catégories d'usagers.....	175
5.3.11.	Termes ayant trait aux circonstances de la consommation .....	177
5.3.12.	Termes ayant trait aux lieux de consommation .....	179
5.4.	Emprunts à l'Anglais, au Français et autres langues .....	181
<b>CONCLUSION .....</b>		<b>182</b>
<b>RECOMMANDATIONS .....</b>		<b>185</b>
<b>ANNEXES .....</b>		<b>189</b>

# LISTE DES SIGLES

BOAD	Banque Ouest Africaine de Développement
CAP	Connaissances Attitudes et Pratiques
CNAD	Comité National Anti-Drogue
OIF	Organisation Internationale de la Francophonie
OMS	Organisation Mondiale de la Santé
ONG	Organisation Non Gouvernementale
RAPAA	Recherche Action Prévention Accompagnement des Addictions
UL	Université de Lomé

# LISTE DES FIGURES

Figure 1	Répartition de l'échantillon selon le sexe
Figure 2	Répartition de l'échantillon selon la composition des boissons alcoolisées locales
Figure 3	Répartition de l'échantillon selon les effets des boissons alcoolisées locales sur la santé mentale
Figure 4	Répartition de l'échantillon selon les effets des boissons alcoolisées locales sur la santé physique
Figure 5	Répartition de l'échantillon selon la consommation de boissons alcoolisées locales en cas de maladie
Figure 6	Répartition de l'échantillon selon la consommation de boissons alcoolisées locales en cas de bien-être
Figure 7	Répartition de l'échantillon selon la consommation de boissons alcoolisées locales au cours des occasions familiales
Figure 8	Répartition de l'échantillon selon la consommation de boissons alcoolisées locales au cours de certaines cérémonies religieuses
Figure 9	Répartition de l'échantillon selon les lieux de consommation des boissons alcoolisées locales
Figure 10	Répartition de l'échantillon selon la consommation de boissons importées
Figure 11	Répartition de l'échantillon selon la consommation d'alcool et la réussite sociale
Figure 12	Répartition de l'échantillon selon la consommation d'alcool et l'emploi occupé
Figure 13	Répartition de l'échantillon selon la consommation d'alcool et le genre
Figure 14	Répartition de l'échantillon selon la perception de la consommation d'alcool par les femmes de nos jours
Figure 15	Répartition de l'échantillon selon les restrictions à la consommation d'alcool pour les femmes
Figure 16	Répartition de l'échantillon selon la consommation d'alcool liée à l'âge
Figure 17	Répartition de l'échantillon selon les restrictions à la consommation d'alcool pour les jeunes

Figure 18	Répartition de l'échantillon selon la perception de la consommation de boissons alcoolisées et l'appartenance ethnique
Figure 19	Répartition de l'échantillon selon la perception de l'usage de l'alcool dans la gestion de conflits
Figure 20	Répartition de l'échantillon selon la perception de l'usage des boissons alcoolisées locales dans les pratiques religieuses
Figure 21	Répartition de l'échantillon selon la perception de l'efficacité des produits thérapeutiques à base de Sodabi
Figure 22	Répartition de l'échantillon selon les interdits et tabous liés à la consommation de boissons alcoolisées
Figure 23	Répartition de l'échantillon selon la perception de la dépendance à l'alcool
Figure 24	Répartition de l'échantillon selon la sortie de la dépendance à l'alcool
Figure 25	Répartition de l'échantillon selon les méthodes modernes de sortie de la dépendance au Sodabi
Figure 26	Répartition de l'échantillon selon les méthodes traditionnelles de sortie de la dépendance au Sodabi



# LISTE DES TABLEAUX

Tableau 1	Répartition de l'échantillon selon l'âge
Tableau 2	Répartition de l'échantillon selon le niveau d'études
Tableau 3	Répartition de l'échantillon selon la situation matrimoniale
Tableau 4	Répartition de l'échantillon selon la durée de résidence à Lomé
Tableau 5	Répartition de l'échantillon selon la religion
Tableau 6	Répartition de l'échantillon selon la profession
Tableau 7	Répartition de l'échantillon selon la pratique des boissons alcoolisées locales
Tableau 8	Répartition de l'échantillon selon la préférence entre les boissons alcoolisées locales
Tableau 9	Répartition de l'échantillon selon la période de consommation dans la journée
Tableau 10	Répartition de l'échantillon selon la personne avec laquelle la boisson est consommée
Tableau 11	Répartition de l'échantillon selon le nombre de verres consommés
Tableau 12	Répartition de l'échantillon selon les substances associées aux boissons alcoolisées locales
Tableau 13	Répartition de l'échantillon selon la dépendance journalière
Tableau 14	Répartition de l'échantillon selon la tolérance au Sodabi
Tableau 15	Répartition de l'échantillon selon la tolérance au Tchouk
Tableau 16	Répartition de l'échantillon selon la perception de l'évolution de la consommation des boissons alcoolisées locales
Tableau 17	Répartition de l'échantillon selon la perception de la consommation d'alcool par les jeunes de nos jours
Tableau 18	Répartition de l'échantillon selon la perception de la consommation des boissons alcoolisées locales par les jeunes de nos jours
Tableau 19	Répartition de l'échantillon selon la perception de l'utilisation des boissons alcoolisées importées dans les cérémonies de dot
Tableau 20	Répartition de l'échantillon selon la perception de l'utilisation des boissons alcoolisées locales dans les cérémonies de dot
Tableau 21	Répartition de l'échantillon selon la perception de l'utilisation des boissons alcoolisées importées dans les cérémonies de mariage

Tableau 22	Répartition de l'échantillon selon la perception de l'utilisation des boissons alcoolisées locales dans les cérémonies de mariage
Tableau 23	Répartition de l'échantillon selon la perception de l'utilisation des boissons alcoolisées importées dans les cérémonies de baptême
Tableau 24	Répartition de l'échantillon selon la perception de l'utilisation des boissons alcoolisées locales dans les cérémonies de baptême
Tableau 25	Répartition de l'échantillon selon la perception de l'utilisation des boissons alcoolisées importées dans les cérémonies de funérailles
Tableau 26	Répartition de l'échantillon selon la perception de l'utilisation des boissons alcoolisées locales dans les cérémonies de funérailles
Tableau 27	Répartition de l'échantillon selon la perception de l'utilisation des boissons alcoolisées importées dans les cérémonies d'initiation
Tableau 28	Répartition de l'échantillon selon la perception de l'utilisation des boissons alcoolisées locales dans les cérémonies d'initiation
Tableau 29	Répartition de l'échantillon selon la perception de l'utilisation des boissons alcoolisées importées dans les cérémonies de récoltes
Tableau 30	Répartition de l'échantillon selon la perception de l'utilisation des boissons alcoolisées locales dans les cérémonies de récoltes
Tableau 31	Répartition de l'échantillon selon la perception de l'utilisation des boissons alcoolisées locales dans les rituels religieux
Tableau 32	Répartition de l'échantillon selon la perception de l'utilisation des boissons alcoolisées locales et états seconds
Tableau 33	Répartition de l'échantillon selon la perception de l'utilisation des boissons alcoolisées dans la médecine traditionnelle

# AVANT-PROPOS

L'ONG Recherche Action Prevention Accompagnement (RAPAAA) créée à Lomé en 2013 s'intéresse aux phénomènes de l'addiction. Elle privilégie une approche holistique qui associe la recherche aux actions de prévention et de prise en charge des personnes souffrant d'addiction. En effet, les recherches appliquées que mène RAPAA doivent permettre de mieux cerner les problèmes de la dépendance comportementale aux substances psycho actives dans leur dimension socioculturelle et psychosociale : les types et modes de consommation, les produits utilisés et leur provenance, les représentations sociales et croyances, les habitudes et pratiques de consommation, les besoins et attentes des usagers. Ces études visent à concevoir des stratégies et outils de prévention appropriés au contexte socioéconomique et socioculturel et à adapter les modalités d'accompagnement aux réalités des clients reçus au centre d'écoute et aux demandes de leur famille.

Ainsi à ce jour, l'ONG RAPAA a conduit sur ses fonds propres différentes enquêtes et études à savoir :

- Un sondage d'opinions à la plage de Lomé sur les connaissances et perceptions des jeunes quant à la consommation de substances psychoactives (2014) ;
- Une enquête CAP en milieu scolaire dans huit établissements secondaires de Lomé et environs sur les connaissances attitudes et perceptions des élèves en matière de consommation de substances psychoactives (2015) ;
- Une étude sociolinguistique sur la terminologie utilisée par les usagers de substances dans la ville de Lomé (2016) ;
- Une enquête sur l'usage de la chicha devenu un phénomène de mode très répandu parmi les jeunes (2017) ;
- Une enquête légère sur les connaissances attitudes perceptions sur les substances psycho actives dans le village d'Assomé, Préfecture de Zio (2017) ;
- Une enquête légère sur les conditions de vie des usagers de drogue dans un ilot de consommation de la ville de Lomé (2018).

Les résultats de ces études ont été présentés et partagés lors de différents congrès qui se sont tenus au Togo ou dans la sous-région ouest africaine comme le congrès de santé mentale de

Cotonou en 2016. Ces études ont aussi fait l'objet d'articles publiés dans des revues spécialisées.

L'ONG RAPAA a cherché à établir des relations de collaboration avec des structures nationales de recherche notamment avec l'Université de Lomé dans les domaines de la sociologie, de la toxicologie et de la linguistique afin de maximaliser l'expertise nationale en matière de recherche.

Parmi les recherches conduites par RAPAA, figure une étude sociolinguistique sur la terminologie Ewe utilisée par les usagers de drogue pour qualifier les substances psycho actives et leur utilisation. Cette étude réalisée sur les fonds propres de l'ONG a été présentée en novembre 2016 lors d'un atelier de restitution financée par l'Organisation Internationale de la Francophonie (OIF), atelier auquel ont participé des professeurs, des chercheurs et étudiants de l'Université de Lomé mais aussi des psychologues praticiens et les usagers de drogue ayant participé à la collecte des données. Cette recherche sociolinguistique a suscité beaucoup d'intérêt de la part des participants. Lors de cette étude, un nombre important de termes ayant trait à l'alcool notamment aux boissons alcoolisées locales avait été répertorié, recueilli... Il a semblé important d'exploiter ce corpus, de l'élargir en collectant d'autres termes et expressions de langue auprès des usagers, des producteurs et revendeurs/revendeuses de boissons alcoolisées locales. Il est aussi apparu important de compléter cette étude sociolinguistique par un volet socio culturel à travers une enquête auprès des consommateurs et autres informateurs afin de mieux comprendre les réalités et les contours de ce phénomène qu'est l'usage des boissons alcoolisées locales en particulier le *Sodabi*.

Cette étude socioculturelle et sociolinguistique figurait dans la programmation triennale de RAPAA (2018-2021) au compte du volet Recherche et Etudes et constituait un des projets de recherche du document de mobilisation des fonds soumis aux différents partenaires techniques et financiers. L'usage abusif d'alcool étant devenu un réel problème de santé publique qui affecte surtout la jeunesse et dont le coût économique et social limite les efforts de développement, ce projet de recherche constituait une réelle priorité. La Banque Ouest Africaine de Développement (BOAD) a montré de l'intérêt pour ce projet d'étude et a accepté de le sponsoriser. Cette contribution financière a permis à l'ONG de conduire à bien cette recherche.

L'étude a été menée par le volet Recherche Etudes de l'ONG RAPAA en partenariat avec l'équipe du Professeur Atchon de l'Université de Lomé. Professeurs, chercheurs, étudiants en sociologie ont été associés. Suivant le chronogramme établi, l'étude a suivi différentes étapes : la finalisation de la méthodologie et la conception des outils d'enquête, la formation des

enquêteurs, le travail d'enquête terrain pour la collecte des données quantitatives et qualitatives, la saisie des données, l'exploitation des informations, l'analyse des résultats obtenus, la rédaction d'un rapport provisoire de l'étude, l'organisation d'un atelier de restitution des résultats puis la finalisation du rapport de l'étude

Les conclusions et perspectives de ce travail d'enquête ont été en effet présentées lors d'un atelier de restitution qui s'est tenu le 19 novembre 2020 et a associé les parties prenantes à savoir les consommateurs, les chercheurs et étudiants, les psychologues praticiens, les partenaires techniques et financiers, les services publics concernés.

L'étude sur les boissons alcoolisées traditionnelles a permis de porter un éclairage intéressant sur ce phénomène social, de dégager les représentations sur les boissons alcoolisées locales notamment les symboliques liées au *Sodabi* et les vertus qui lui sont traditionnellement attribuées. Elle a établi un parallèle entre les perceptions des boissons locales et des boissons importées. La recherche analyse aussi les pratiques en matière de consommation d'alcool en distinguant les groupes d'usagers hommes, femmes, jeunes en précisant les niveaux, les circonstances et les modalités de consommation. L'étude porte sur la représentation de la dépendance à l'alcool, ses causes, ses effets, ses traitements ainsi que sur les images et stéréotypes des personnes souffrant d'alcoolisme. L'étude s'est encore intéressée aux producteurs et vendeurs de *Sodabi* ainsi qu'à l'utilisation de l'alcool traditionnel par les tradithérapeutes et les religieux...

Cette recherche présente certaines limites qu'il convient de souligner : la couverture géographique de l'étude qui s'est centrée sur la ville de Lomé et ses environs, la taille de l'échantillon enquêté, le champ couvert qui s'intéresse principalement aux boissons locales et non aux boissons importées et énergisantes.

Nul doute que la pandémie du COVID 19 se présente comme la principale limite, l'étude ayant été menée avant l'apparition du coronavirus. L'épidémie a changé les habitudes de tous et de chacun notamment les habitudes et mode de consommation des boissons alcoolisées ce qui peut limiter les résultats obtenus. La fermeture des bars, le confinement, le travail à domicile, l'isolement de certaines localités, la limitation des cérémonies et des événements sociaux, culturels, religieux, les changements dans la vie familiale et sociale, le stress avec les incertitudes et inquiétudes du lendemain, le spectre de la maladie et de la mort sont autant de facteurs qui ont pu modifier drastiquement les habitudes, pratiques et comportements en matière de consommation de substances (drogue, alcool, tabac). Ces contraintes et interrogations, ces

changements et modifications doivent être des opportunités pour conduire la réflexion sur l'existant après COVID, pour poursuivre les recherches afin de mieux comprendre et s'adapter aux mutations en cours.

Puisse cette étude socio linguistique et socio culturelle permettre d'enrichir la connaissance sur le phénomène de la consommation de boissons alcoolisées, susciter la réflexion et la curiosité des chercheurs, encourager les étudiants à mener des recherches sur ce phénomène de l'addiction et surtout d'aider les praticiens à mieux comprendre la dimension sociale, culturelle de la consommation d'alcool pour des stratégies de prévention adaptées aux besoins, pour un meilleur accompagnement des clients souffrant d'addiction aux substances.

*Madame Touré Khadija Catherine*

*Présidente de l'ONG RAPAA*

# REMERCIEMENTS

Nos sincères remerciements s'adressent à tous ceux qui ont contribué au succès de ce travail de recherche :

- A la Banque Ouest Africaine de Développement (BOAD) pour avoir mesuré l'acuité de ce problème de société qu'est la consommation de boissons alcoolisées et pour avoir soutenu financièrement cette recherche appliquée dont les résultats permettront de mieux prévenir l'usage abusif d'alcool.
- Aux informateurs et personnes enquêtées (consommateurs, revendeurs, producteurs, personnes ressources) qui se sont prêtées aux jeux des questions, ont livré leurs connaissances, ont parlé de leurs pratiques et de leurs perceptions.
- Aux professeurs et chercheurs de l'Université de Lomé pour leur appui technique, leurs conseils et orientations.
- Aux participants à l'atelier de restitution dont les apports et commentaires ont enrichi les conclusions de l'étude.

Nous témoignons notre reconnaissance,

- Au responsable du volet Recherche et Etudes de l'ONG RAPAA, DEGBOE Zinsou Selom pour avoir coordonné ce travail de recherche.
- A AJAVON Ayayi Jerry Wisdom pour avoir conduit l'étude sociolinguistique.
- A MENSANVI Kouassi Emmanuel pour l'élaboration des outils d'enquête et l'exploitation des données collectées.
- Aux équipes de terrain, DJONNA Batoma, FOLLY Winnie, EDRIH Gbédonessé, NADOR Edoh Denis-Prosper, KISSODE Didier, ADJABLI Nobert, NOUWADE Rodolphe, ZOYIKPO Komitse, TOSSOU Koffi, qui dans des conditions souvent difficiles, ont collecté les informations et passé les questionnaires.
- Aux personnes chargées de la saisie des données : TOSSOU Nénon, AMADOU Rahila, KOUTONE Kossiwa, HALIDOU Saleye.
- Aux membres de la Direction Exécutive de RAPAA pour le soutien logistique et l'appui à la gestion administrative et financière de l'étude.

A tous les membres de l'ONG RAPAA pour leur engagement sans pareil et pour les sacrifices consentis au quotidien pour le succès de nos actions.

*Le Conseil d'Administration de l'ONG RAPA*

# INTRODUCTION

## 1. Contexte et justification

L'ONG RAPAA implantée à Lomé (Togo) depuis 2013 mène des activités de recherche, de prévention, d'accompagnement sur toutes les formes d'addiction notamment sur la consommation de substances psychoactives. Elle s'intéresse particulièrement à l'usage abusif d'alcool tant dans la prise en charge des personnes dépendantes à l'alcool que dans les actions de sensibilisation qu'elle conduit afin de limiter la consommation de boissons alcoolisées.

En effet, selon l'OMS (2010), la consommation de boissons alcoolisées chez les plus de 15 ans est de 3,7 litres, les deux sexes confondus. Cette pratique est observée lors de nombreuses circonstances (Gumede, 1995 ; Parry et Bennets, 1998 ; Room et al., 2002 ; Degboe et al., 2019). Avec l'évolution des mœurs et les nombreux changements économiques et sociaux, la consommation des boissons alcoolisées, qu'elles soient locales ou importées, a connu une réelle progression.

Certains déterminants sociaux de la consommation d'alcool sont identifiés, à savoir la précarité et le manque d'emploi, le stress et les conditions de travail, le statut matrimonial des femmes, le changement de statut au cours de la vie comme le stade de l'adolescence ou le passage à la retraite (Gay Zins, 2011).

La consommation d'alcool est à l'origine de certaines maladies infectieuses, de troubles cognitifs et du comportement, d'affections psychiatriques, d'accidents de la circulation, de violences, de suicide (Inserm, 2000) ; (Corrao et al., 2004) ; (Rehm et al., 2006) (Rehm et al., 2010). L'alcool est pareillement un facteur causal de cancers des voies aérodigestives supérieures (bouche, pharynx, œsophage, larynx), et provoque des cirrhoses du foie et des pancréatites, deux pathologies qui jouent un rôle dans la survenue de cancers de ces organes ; il est également soupçonné d'induire les cancers colorectaux et du sein. De ce fait, l'abus de boissons alcoolisées a un coût social et financier énorme pour les personnes, les familles et les états.

Au Togo, l'éthanol fabriqué est ancré dans la culture traditionnelle africaine, particulièrement au sud du pays. Malgré la modernisation et le fort taux de pénétration des boissons étrangères, telles le vin, le gin et le whisky, l'utilisation du « *Sodabi* » (boisson alcoolisée fabriquée à base de vin de palme) y est très accrue, même au sein de la jeunesse (McGovern, 2009).



Plusieurs éléments contribuent à favoriser la consommation abusive de *Sodabi* d'une part son coût abordable, la dose minimale se vend à 50 FCFA et d'autre part, la croyance généralisée de ses vertus thérapeutiques.

Les bars et gargotes servent diverses mixtures à base de *Sodabi*. Généralement, ces mélanges sont constitués d'alcool et de plantes, racines ou feuilles (parfois même de cannabis), de fruits, en tranches, de graines, ou d'autres substances tels que le café. Ces boissons sont très prisées par les consommateurs et sont particulièrement utilisées lors des événements sociaux (funérailles, mariages) et lors des cérémonies traditionnelles (culte vaudou).

Pour permettre à ses équipes, ses collaborateurs et autres professionnels confrontés à ce problème de santé publique qu'est la dépendance à l'alcool, l'ONG RAPAA a entrepris une étude sur le thème de la consommation de boissons alcoolisées locales (*Sodabi*). Cette recherche fait suite à une étude sociolinguistique sur la terminologie Ewe utilisée par les usagers de drogue pour qualifier les substances psychoactives et leurs utilisations.

Cette étude réalisée sur les fonds propres de l'ONG a été présentée en novembre 2016 lors d'un atelier de restitution financé par l'Organisation Internationale de la Francophonie (OIF), auquel ont participé des professeurs, des chercheurs et des étudiants de l'Université de Lomé (UL) mais aussi des psychologues praticiens et des usagers de drogue. Cette recherche sociolinguistique a suscité beaucoup d'intérêt de la part des participants. Lors de cette étude, un nombre important de termes ayant trait à l'alcool notamment aux boissons alcoolisées locales a été répertorié, recueilli. Il a donc semblé important d'exploiter ce corpus et de l'élargir en collectant d'autres termes et expressions de langue auprès des usagers, des producteurs et des revendeurs/revendeuses de boissons alcoolisées locales. De même, il est apparu important de compléter cette étude sociolinguistique par un volet socio culturel afin de mieux comprendre les réalités et les contours de ce phénomène qu'est l'usage des boissons alcoolisées locales.

Ainsi, la présente recherche a pour spécificité de comporter trois volets ou angles d'analyse qui se complètent, à savoir :

- Une enquête sur les Connaissances Attitudes et Pratiques (CAP) des consommateurs de boissons alcoolisées locales.
- Une étude qualitative sur les représentations et les perceptions menée auprès des usagers, des producteurs et des vendeurs de boissons ainsi qu'auprès de quelques thérapeutes traditionnels, religieux et autres informateurs.
- Une étude socio linguistique sur les terminologies employées pour qualifier les boissons alcoolisées locales.

## **2. Objectifs**

### **2.1. Objectif général**

L'objectif général est d'étudier le phénomène de la consommation de boissons alcoolisées locales (Sodabi) à travers l'angle socioculturel et sociolinguistique par le recueil et l'analyse des connaissances, pratiques, perceptions et faits de langue liés à l'usage d'alcool.

### **2.2. Objectifs spécifiques**

L'étude devait permettre de :

- Mieux maîtriser l'ampleur du phénomène de la consommation de boissons alcoolisées locales et d'en préciser les caractéristiques.
- Comprendre les pratiques traditionnelles et modernes en matière de consommation d'alcool en fonction du genre, de l'âge, de la position sociale.
- Etudier la symbolique des boissons alcoolisées locales et prendre en compte les vertus attribuées à l'alcool et à la composition de produits thérapeutiques à base d'alcool.
- Répertorier et analyser les différents types de boissons alcoolisées vendues et consommées.
- Analyser les pratiques de production, achat, vente et consommation, de ces produits alcoolisés.
- Etudier les effets, dangers, bienfaits attribués aux boissons alcoolisées locales.
- Analyser l'acceptation sociale des pratiques de consommation ainsi que les notions de déviance et de stigmatisation en matière d'usage abusif d'alcool.
- Analyser le phénomène de l'usage des boissons alcoolisées sous l'angle sociolinguistique par l'étude des particularités et variations de langue.
- Répertorier, analyser, catégoriser les termes et expressions utilisés par différents groupes de consommateurs mais aussi par les producteurs et vendeurs pour caractériser les boissons alcoolisées, leur usage, leur achat et leur vente.
- Produire un lexique des terminologies Ewé/Français/Anglais utilisées pour classer et qualifier les boissons alcoolisées et leur usage.

- Faire des recommandations afin de concevoir des campagnes de prévention avec des messages et une démarche adaptée dans le contenu et la forme aux publics ciblés.
- Faire des recommandations quant à l'utilisation des termes et expressions pour les activités de prévention et de prise en charge.

### **3. Méthodologie**

#### **3.1. Cadre de l'étude**

L'étude a été effectuée dans deux (02) cantons de Lomé, capitale du Togo, à savoir le canton de Bè, situé au sud de Lomé et le canton de Sagbado situé au Nord-Est de la ville.

Le choix de ces deux cantons a été motivé par leur position géographique, ils sont considérés comme des fiefs des autochtones de la ville de Lomé. Outre ces deux zones, la collecte des données auprès des producteurs s'est faite à Adétikopé dans la préfecture d'Agoé-Nyivé et à Abôbô dans la Préfecture de Vo, Région Maritime au sud Togo.

#### **3.2. Equipe de recherche**

L'équipe de recherche pluridisciplinaire était composée de praticiens et de chercheurs de différents profils :

- Une sociologue senior, spécialiste des méthodes qualitatives, a dirigé la recherche. Elle a eu la charge de la supervision de l'étude et la responsabilité de la qualité du travail. Elle a entre autres validé la méthodologie d'enquête, participé à la formation des enquêteurs, supervisé le travail d'enquête, analysé les données qualitatives et les aspects socio-culturels de l'étude, et produit le rapport final.
- Un psychologue senior, qui a déjà conduit de nombreuses recherches et études, a coordonné le travail d'enquête, contribué à l'analyse des données, produit les rapports intermédiaires et le rapport final, préparé et animé l'atelier de restitution.
- Un linguiste a eu la charge du volet sociolinguistique : confection des outils de collecte, supervision du travail de terrain, transcription des termes recueillis, analyse des termes, production du lexique, rédaction des rapports, préparation et animation de l'atelier de restitution.

- Une équipe d'enquêteurs de profil sociologues formés et supervisés par l'ONG RAPAA.

### **3.3. Déroulement de l'étude**

L'étude s'est déroulée suivant les étapes suivantes :

- L'élaboration des outils d'enquête (avril 2019).
- La formation des agents de collecte (07 mai 2019).
- La collecte des données (06 juillet au 31 août 2019).
- La saisie des données (septembre 2019).
- L'exploitation et l'interprétation des données (octobre-décembre 2019).
- La rédaction d'un rapport provisoire (mars 2020).
- La tenue d'un atelier de restitution (19 novembre 2020).
- La rédaction du rapport final de l'étude (fin novembre 2020).

### **3.4. Techniques et outils d'enquête**

Pour l'enquête sur les Connaissances et Attitudes et Pratiques (CAP) et les représentations socioculturelles, les questionnaires ont été élaborés en s'inspirant du questionnaire de l'enquête CAP menée par l'ONG RAPAA en 2015, qui à son tour s'est inspiré de l'outil ASSIST de l'OMS. Cet outil est composé de questions fermées et ouvertes auxquelles le sujet est invité à répondre. La méthode *ad hoc* de tout venant a été utilisée pour sélectionner les participants de l'étude. Comme critère de sélection le participant devait être âgé de 18 ans et plus. L'échantillon a porté sur 530 personnes.

Les logiciels des données statistiques Epi Data New 3.1 et SPSS 21 ont été utilisés pour respectueusement saisir et exploiter les données. Un code spécial a été utilisé pour les données manquantes afin que ces dernières ne soient pas comptabilisées.

L'étude qualitative vient compléter l'enquête quantitative. Elle s'intéresse davantage aux représentations et perceptions. Les données ont été collectées à partir d'entretiens semi directifs pour lesquels une grille d'entretien a été préalablement conçue et testée. Les personnes ciblées auprès desquelles les données ont été collectées sont limitées en nombre. Les personnes

interrogées sont : les consommateurs, les revendeurs<sup>1</sup>, les producteurs, les thérapeutes traditionnels, les religieux et les informateurs ou personnes ressources. L'analyse socio culturelle a porté sur les classifications traditionnelles des boissons alcoolisées ; sur les perceptions en termes de symboliques : risques, dangers, bienfaits, méfaits, vertus thérapeutiques ; sur les pratiques de consommation et d'usage de l'alcool en fonction de l'âge, du genre, des circonstances de la consommation, des fêtes et des pratiques religieuses ou mystiques ainsi que sur la notion de dépendance à l'alcool et les recours possibles pour sortir de l'accoutumance.

Pour l'étude sur les terminologies utilisées pour désigner la boisson alcoolisée locale appelée « *sodabi* », l'entretien semi-dirigé a été utilisé pour collecter les données. Une grille de collecte a été conçue et testée à cet effet.

Les termes utilisés pour désigner les boissons alcoolisées dans les langues nationales notamment en Ewé mais aussi en français et en anglais ont été recueillis auprès des groupes cibles : les consommateurs, les producteurs et les revendeur(euse)s<sup>2</sup> de boissons ainsi qu'auprès d'informateurs. L'analyse linguistique a porté sur plusieurs domaines : l'analyse phonétique basée sur la transcription de tous les termes, l'analyse morphologique ou décomposition du mot en morphèmes ou unités signifiantes, l'analyse sémantique ou analyse du sens, l'analyse synchronique et diachronique, l'analyse lexicale ou analyse du champ référentiel, l'analyse comparative des terminologies, l'analyse sociolinguistique des terminologies en fonction des différents groupes sociaux et de certaines variables : genre, âge, catégorie sociale et socioprofessionnelle. L'exploitation du corpus et des terminologies a permis de produire un lexique des terminologies français /langues nationales utilisées pour les boissons alcoolisées.

---

<sup>1</sup> Tout au long de ce document, les personnes cibles sont des deux sexes.

<sup>2</sup> L'étude prend en compte la dimension genre. Tout au long de ce document, les personnes cibles sont des deux sexes. Pour ce qui est de la vente des boissons alcoolisées locales, elle est aussi assurée par des femmes

### **3.5. Particularités de l'étude**

L'étude conduite présente de nombreux intérêts et apports :

- La pertinence de la thématique qui répond à un problème de santé publique préoccupant.
- La pluridisciplinarité de la recherche qui analyse le phénomène de la consommation de boissons alcoolisées en s'appuyant sur des approches quantitatives et qualitatives mais aussi sur plusieurs disciplines sociologie, linguistique, psychologie...
- La collaboration avec les chercheurs et les étudiants de l'Université de Lomé qui répond au souci de RAPAA de nouer des partenariats avec des institutions de recherche au Togo et à l'étranger.
- Le caractère opérationnel de la recherche dont les résultats sont utilisables pour améliorer les programmes de prévention sur les risques liés aux boissons alcoolisées et de prise en charge des personnes dépendantes à l'alcool.

### **3.6. Limites de l'étude**

L'étude sur les boissons alcoolisées locales présente certaines limites qu'il convient de souligner : la couverture géographique de l'étude centrée sur la ville de Lomé et ses environs, la taille de l'échantillon enquêté, le champ couvert qui s'intéresse principalement aux boissons locales et moins aux boissons importées et énergisantes.

Nul doute que la pandémie du COVID 19 se présente comme la principale limite ; l'étude ayant été menée avant l'apparition de la maladie du coronavirus. L'épidémie a changé les habitudes de tous notamment les pratiques et modes de consommation des boissons alcoolisées, ce qui aujourd'hui peut limiter les résultats obtenus. La fermeture des bars, le confinement, le travail à domicile, l'isolement de certaines localités, la limitation des cérémonies et des événements sociaux, culturels et religieux, les changements dans la vie familiale et sociale, le stress lié aux incertitudes et inquiétudes du lendemain, le spectre de la maladie et de la mort sont autant de facteurs qui ont pu modifier drastiquement les habitudes, pratiques et comportements en matière de consommation de substances (drogue, alcool, tabac). Ces contraintes et interrogations, ces changements et modifications doivent être des opportunités pour conduire la réflexion sur l'existant après COVID, pour poursuivre la recherche afin de mieux comprendre les mutations en cours et s'y adapter.

# RESULTATS DE L'ETUDE

## 1. Données sociodémographiques des personnes enquêtées

### 1.1. Genre

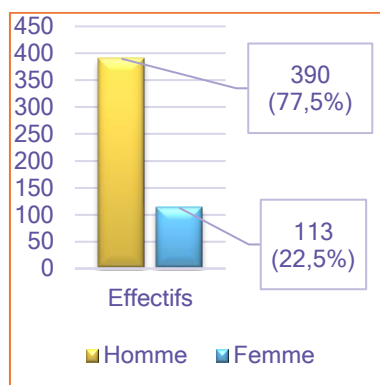


Figure 1 : Répartition de l'échantillon selon le sexe

L'échantillon de l'étude est composé de 390 hommes soit 77,50% et 113 femmes soit 22,50%.

### 1.2. Age

Tableau 1

*Répartition de l'échantillon selon l'âge*

Classe d'âge	Effectifs (n)	Pourcentage (%)
12-16	02	0,4
17-20	30	6,0
21-24	53	10,5
25-28	73	14,5
29 et plus	338	67,2
Total	503	100,0

A l'analyse des données de ce tableau, on note une prédominance de la tranche d'âge des 29 ans et plus avec 67,20%.

27,1% des personnes ont entre 28 et 16 ans et 0,4% se trouve dans la tranche d'âge 12-16 ans.

### 1.3. Niveau d'études

Tableau 2

*Répartition de l'échantillon selon le niveau d'études*

Niveau d'études	Effectifs(n)	Pourcentage (%)
Non scolarisé	28	5,6
Primaire	155	30,8
Secondaire	188	37,4
Supérieur	121	24,1
Total	503	100,0

30,80% des enquêtés ont un niveau d'études primaires, 37,4% ont un niveau d'études secondaires et 24,1% ont un niveau d'études supérieures, 5,6% n'ont pas été scolarisés.

### 1.4. Situation matrimoniale

Tableau 3

*Répartition de l'échantillon selon la situation matrimoniale*

Situation matrimoniale	Effectifs (n)	Pourcentage (%)
Célibataire	164	32,6
Concubin	77	15,3
Marié	244	48,5
Divorcé	12	2,4
Veuf	4	0,8
Total	503	100,0

L'analyse de ce tableau montre que les personnes mariées sont majoritaires soit 48,5%, suivi des célibataires soit 32,6%, des concubins soit 15,30%, des divorcés soit 2,4% et enfin des veufs soit 0,8%.



## 1.5. Durée de résidence à Lomé

Tableau 4

*Répartition de l'échantillon selon la durée de résidence à Lomé*

Durée de résidence à Lomé	Effectifs (n)	Pourcentage (%)
1-4	30	6,0
5-8	24	4,8
9-12	27	5,4
13-16	38	7,6
17 et Plus	336	66,8
<b>Total</b>	<b>503</b>	<b>100,0</b>

Il ressort de ce tableau que 66,80% des enquêtés vivent à Lomé depuis plus de 17 ans tandis que 6% y vivent depuis moins de 5 ans.

## 1.6. Religion

Tableau 5

*Répartition de l'échantillon selon la religion des enquêtés*

Religion	Effectifs (n)	Pourcentage (%)
Christianisme	323	79,0
Islam	36	8,8
Animisme	27	6,6
Athée	18	4,4
Autres	2	0,5
Systeme manquant	3	0,7
<b>Total</b>	<b>409</b>	<b>100,0</b>

79% des enquêtés sont chrétiens, 8,8% sont musulmans, 6,6% se considèrent animistes et environ 5% athées ou autres.

## 1.7. Emploi occupé

Tableau 6

*Répartition de l'échantillon selon la profession de l'enquêté*

<b>Profession</b>	<b>Pourcentage (%)</b>
<b>Secteur primaire (agriculteurs)</b>	03.0%
<b>Sans emploi</b>	06,0%
<b>Elèves étudiants</b>	12,0%
<b>Commerçants</b>	12.0%
<b>Secteur tertiaire (fonctionnaires, employés, professions libérales)</b>	30.0%
<b>Secteur informel (artisans)</b>	37.0%
<b>Total</b>	100,0

Parmi l'échantillon des personnes enquêtées, 37% occupent un emploi dans le secteur informel ou sont des artisans ; 30% proviennent du secteur tertiaire (fonctionnaires, employés, professions libérales}. Les commerçants représentent 12% de l'échantillon tout comme les élèves et étudiants. 6% des enquêtés sont sans emploi dont les mères au foyer. Parmi les personnes interrogées, 3% appartiennent au secteur primaire (agriculture/élevage).

## 2. Enquête connaissances, attitudes et pratiques sur les boissons alcoolisées locales

### 2.1. Connaissances sur les boissons alcoolisées locales

#### 2.1.1. Composition des boissons alcoolisées locales consommées

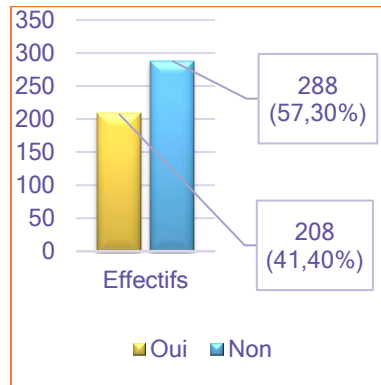


Figure 2 : *Répartition de l'échantillon selon la composition des boissons alcoolisées locales consommées*

Les données de ce graphique montrent que 57,3% des enquêtés ne connaissent pas la composition des boissons alcoolisées locales qu'ils consomment alors qu'environ 40% connaissent les compositions consommées.

#### 2.1.2. Effets des boissons alcoolisées locales sur la santé mentale

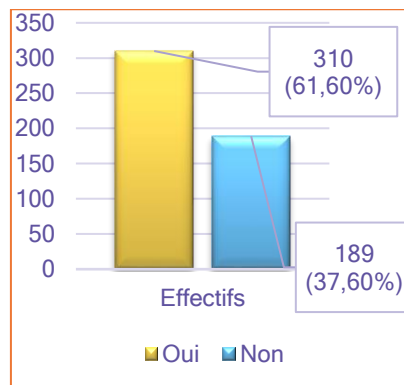


Figure 3 : *Répartition de l'échantillon selon les effets des boissons alcoolisées locales sur la santé mentale*

Parmi les participants à l'étude, 61,60% d'entre eux affirment que les boissons alcoolisées locales ont des effets sur la santé mentale alors que 37,60% sont d'avis contraire. Ainsi, près de 4 enquêtés sur 10 ne savent pas que l'alcool peut avoir des effets néfastes sur le cerveau.

### 2.1.3. Effets des boissons alcoolisées locales sur la santé physique

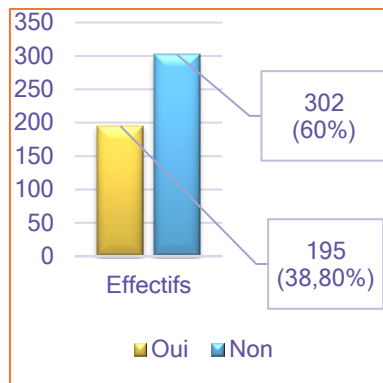


Figure 4 : *Répartition de l'échantillon selon les effets des boissons alcoolisées locales sur la santé physique*

60% des participants à l'étude affirment que les boissons alcoolisées locales n'ont pas d'effets sur la santé physique contre 38,80% qui sont d'avis contraire. Ainsi 6 enquêtés sur 10 ne savent pas que la consommation de boissons alcoolisées locales peut avoir des effets néfastes sur la santé physique.

## 2.2. Attitudes

### 2.2.1. Consommation en cas de maladie

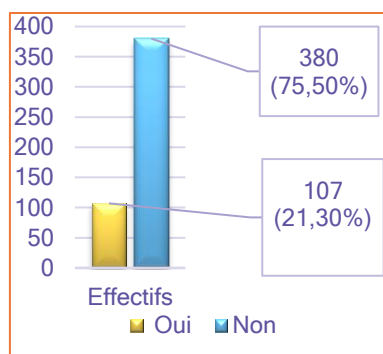


Figure 5 : *Répartition de l'échantillon selon la consommation en cas de maladie*

La majeure partie des enquêtés, soit 75,50%, consomme du *sodabi* en cas de maladie contre une minorité d'entre eux qui n'en consomme pas. Cet élément très important montre que pour les consommateurs, l'alcool traditionnel a des vertus thérapeutiques.

### Encadré 1

Ceux qui consomment du *sodabi* en cas de maladie le font pour traiter de nombreuses maladies. Ainsi les enquêtés ont cité : le paludisme, la constipation l'anorexie, les règles douloureuses, les plaies, les maux de ventre, les maux d'oreille, les hémorroïdes, les maux de tête, les maux de hanche, les infections mais aussi l'énervernement et la faiblesse sexuelle.

#### 2.2.2. Consommation en cas de bien-être

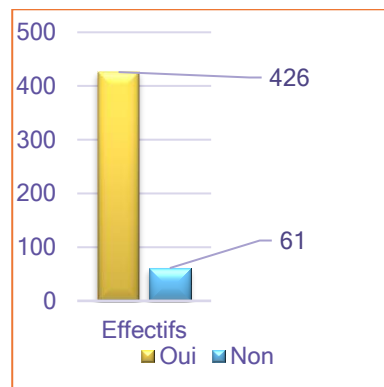


Figure 6 : *Répartition de l'échantillon selon la consommation en cas de bien-être*

La majeure partie des enquêtés, soit 84,70%, consomme du *sodabi* seulement en cas de bien-être alors qu'une minorité d'entre eux n'en consomme pas.

### 2.2.3. Consommation au cours des occasions familiales

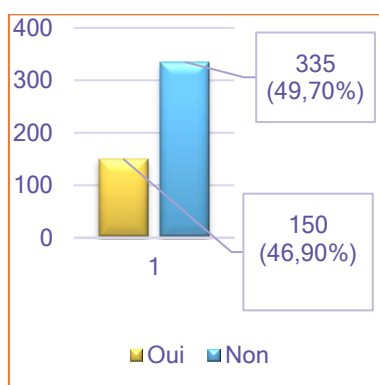


Figure 7 : *Répartition de l'échantillon selon la consommation au cours des occasions familiales*

De l'ensemble des enquêtés, 46,90% consomment du *sodabi* lors des occasions familiales soit près d'1 enquêté sur 2.

#### Encadré2

Les occasions familiales citées par les enquêtés au cours desquelles ils consomment du *sodabi* sont les funérailles, la dot, les mariages, la naissance et les baptêmes, les réunions familiales, les fêtes d'anniversaire, les retrouvailles, les libérations professionnelles (cérémonies de fin d'apprentissage).

#### 2.2.4. Consommation des boissons alcoolisées locales dans certaines cérémonies religieuses

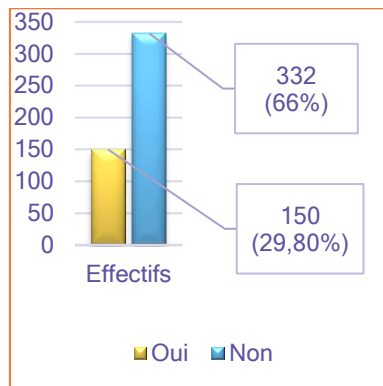


Figure 8 : Répartition de l'échantillon selon la consommation de boissons alcoolisées locales dans certaines cérémonies religieuses

La majeure partie des enquêtés, soit 66%, consomme du *sodabi* au cours de certaines cérémonies religieuses tandis que 29,80% d'entre eux n'en consomment pas. Il s'agit surtout des cérémonies traditionnelles.

#### 2.2.5. Lieux de consommation

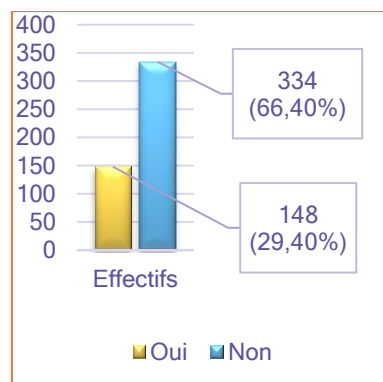


Figure 9 : Répartition de l'échantillon selon les lieux de consommation de boissons locales

De l'ensemble des enquêtés, 66,40% des participants consomment hors de leur domicile contre 26,80% d'entre eux qui consomment les boissons alcoolisées locales à la maison.

## 2.3. Pratiques des boissons alcoolisées locales

### 2.3.1. Consommation des boissons alcoolisées locales

Tableau 7

Répartition de l'échantillon selon la pratique des boissons alcoolisées locales

Pratiques des boissons alcoolisées locales	Effectifs (n)		Pourcentage (%)	
	Oui	Non	Oui	Non
Consommation de la boisson alcoolisée locale	107	380	8,90	90,90
Consommation du vin de Palme	119	384	23,58	76,42

Parmi les enquêtés, 8,90% affirment consommer les boissons alcoolisées locales, tandis que 90,90% d'entre eux affirment le contraire. De même, 23,58% consomment du vin de palme contre 76,42% qui n'en consomment pas.

#### Encadré 3

- Les enquêtés qui ont répondu par l'affirmative expliquent leur consommation de boissons alcoolisées *sodabi* par l'oubli du souci, le caractère original (naturel), nutritif. La consommation de cette boisson aide au bien-être, à lutter contre la fatigue, le stress, l'irritabilité, à stimuler la libido et à réfléchir. Elle permet de se détendre. Elle aide à surmonter la honte et à stimuler l'appétit.
- Les enquêtés qui ont répondu par la négation expliquent qu'ils ne consomment pas de boissons alcoolisées surtout le *sodabi* par des arguments liés à l'interdiction par la religion, le déplaisir, les conséquences néfastes nuisible pour la santé. D'aucuns disent être repoussés par l'odeur du *sodabi*. Pour certains, ils n'ont pas l'habitude de consommer les boissons alcoolisées locales



### 2.3.2. Préférence entre les boissons locales (Sodabi<sup>3</sup>, Tchouk<sup>4</sup>, vin de palme)

Tableau 8

Répartition de l'échantillon selon la préférence entre les boissons locales (Sodabi, Tchouk, vin de palme)

Préférence des boissons locales	Effectifs (n)	Pourcentage (%)
<i>Sodabi</i>	435	95,18
<i>Tchouk</i>	381	83,36
<i>Vin de palme</i>	246	53,83

En matière de consommation des boissons locales, 95,18% des participants à l'étude préfèrent le *sodabi*, 83,36% d'entre eux le *tchouk* et 53,83% de l'échantillon le vin de palme.

#### Encadré 4

Les raisons de la préférence du *sodabi* telles qu'évoquées par les enquêtés sont : son originalité, sa qualité pure, sa douceur, son goût, son accessibilité. De plus, cette boisson locale est moins chère.

---

<sup>3</sup> *Sodabi* : boisson alcoolisée fabriquée à base du vin de palme au sud Togo, Bénin et Ghana et dans les régions où il y a la culture des palmiers

<sup>4</sup> *Tchouk* : boisson alcoolisée fabriquée à base de mil dans les régions septentrionales du Togo, Bénin et Ghana

### 2.3.3. Moments de la journée au cours desquels les boissons alcoolisées sont consommées

Tableau 9

*Répartition de l'échantillon selon la période de consommation dans la journée*

<b>Moments de consommation dans la journée</b>	<b>Effectifs (n)</b>	<b>Pourcentage (%)</b>
<b>Matin</b>	209	41,6
<b>Midi</b>	89	17,7
<b>Soir</b>	144	28,6
<b>Total</b>	503	100,0

La majorité des participants à l'étude soit 41,60% disent consommer les boissons alcoolisées le matin, 28,6% en consomment le soir et la minorité d'entre eux, 17,7%, consomment les boissons alcoolisées le midi. Il est important de noter qu'une grande partie des usagers consomment la boisson alcoolisée locale tôt le matin. L'étude qualitative confirme et renseigne sur cette pratique.

### 2.3.4. Personnes avec lesquelles les boissons alcoolisées locales sont consommées

Tableau 10

*Répartition de l'échantillon selon la personne avec qui la boisson est consommée*

<b>Compagnie de la consommation</b>	<b>Effectifs (n)</b>	<b>Pourcentage (%)</b>
<b>Seul</b>	329	65,4
<b>Avec des amis</b>	77	15,3
<b>En famille</b>	21	4,2
<b>Entre collègues</b>	4	0,8

En ce qui concerne les personnes avec lesquelles les enquêtés consomment la boisson locale, la majorité d'entre eux soit 65,40% boivent seuls, 15,3% avec des amis, 4,2% avec des membres de la famille et la minorité soit 0,8% consomment avec leurs collègues.

### 2.3.5. Nombre de verres consommés par semaine

Tableau 11

*Répartition de l'échantillon selon le nombre de verres consommés<sup>5</sup>*

<b>Nombres de verres consommés 1 verre : 62, 05 ml</b>	<b>Effectifs (n)</b>	<b>Pourcentage (%)</b>
<b>Moins de trois verres</b>	274	54,5
<b>Trois à six verres</b>	115	22,9
<b>Supérieur à sept verres</b>	08	1,6

L'analyse des données de ce tableau révèle que 54,50% des enquêtés consomment moins de trois verres par semaine, 22,90% prennent trois à six verres par semaine et 1,60% de ces participants consomment plus de sept verres de *sodabi* par semaine

### 2.3.6. Autres substances associées aux boissons alcoolisées locales

Tableau 12

*Répartition de l'échantillon selon les substances associées aux boissons alcoolisées locales*

<b>Autres substances consommées associées aux boissons locales</b>	<b>Effectifs (n)</b>	<b>Pourcentage (%)</b>
<b>Cannabis</b>	10	2,0
<b>Cocaïne</b>	5	1,0
<b>Tramadol</b>	16	3,2
<b>Boissons énergisantes</b>	81	16,1
<b>Autres à préciser</b>	33	6,6

28,9% des enquêtés disent consommer les boissons alcoolisées locales avec d'autres substances parmi lesquelles 16,1% associent le *sodabi* avec des boissons énergisantes, 3,2% avec du tramadol, 2% avec du cannabis et 1% avec de la cocaïne.

---

<sup>5</sup> Notons qu'un verre de *Sodabi* équivaut à 62,05ml

### Encadré 5

Parmi les autres substances associées au *Sodabi*, les participants à l'enquête ont cité : l'alcool importé tel que le Whisky crème, les bières BB (Pis, Lager), le café rhum, les boissons énergisantes (KO Energy Drink, Vody, Caseria, Rush), les sucreries des Brasseries du Bénin (Coca Cola, Malta), la poudre de tabac.

#### 2.3.7. Dépenses journalières pour la consommation de boissons alcoolisées locales

Tableau 13

*Répartition de l'échantillon selon la dépense journalière*

<b>Dépense journalière de consommation</b>	<b>Effectifs (n)</b>	<b>Pourcentage (%)</b>
<b>Moins de 500fr</b>	339	67,4
<b>500 et 1000fr</b>	89	17,7
<b>1000 et 2000fr</b>	14	2,8

La majeure partie des personnes interrogées soit 67,40% de l'échantillon dépense moins de 500 FCFA par jour, 17,7% dépensent entre 500 et 1000 FCFA et la minorité d'entre eux soit 2,8% dépensent entre 1 000 FCFA et 2 000 FCFA. Ainsi environ 85% des enquêtés dépensent moins de 1000 FCFA par jour, c'est dire le prix très abordable du Sodabi.

### 2.3.8. Nombre de verres de sodabi induisant un état d'ébriété

Tableau 14

*Répartition de l'échantillon selon la tolérance au nombre de verres de Sodabi*

<b>Tolérance au nombre de verres</b> <b>Un verre : 62,05 ml</b>	<b>Effectifs (n)</b>	<b>Pourcentage (%)</b>
<b>1</b>	191	38,0
<b>2</b>	135	26,8
<b>3</b>	34	6,8
<b>4</b>	01	0,2
<b>7</b>	01	0,2
<b>8</b>	03	0,6

38% des enquêtés présentent un état d'ébriété en consommant un verre de *sodabi*. Deux verres induisent un état d'ébriété chez 26,80% des enquêtés et trois conduisent à un état d'ébriété pour 6,80% d'entre eux.

### 2.3.9. Nombre de calebasses de tchouk<sup>6</sup> provoquant un état d'ébriété

Tableau 15

*Répartition de l'échantillon selon la tolérance au nombre de calebasses de Tchouk*

<b>Tolérance du nombre de</b> <b>calebasse de Tchouk</b> <b>Une calebasse : 500 ml</b>	<b>Effectifs (n)</b>	<b>Pourcentage (%)</b>
<b>2 à 4 calebasses</b>	130	25,8
<b>5 à 6 calebasses</b>	137	27,2
<b>Plus de 7 calebasses</b>	28	5,6

De l'ensemble, 25,8% présentent un état d'ébriété en consommant 2 à 4 calebasses de tchouk. 5 à 6 calebasses induisent un état d'ébriété chez 27,20% et 5,6% d'entre eux tolèrent jusqu'à 7 calebasses.

<sup>6</sup> Notons qu'une calebasse de Tchouk équivaut à 500 ml

### 2.3.10. Périodes de l'année au cours desquelles les boissons alcoolisées sont consommées

Les personnes interrogées ont cité :

- Les fêtes de fin d'année (1<sup>er</sup> janvier) ;
- Les fêtes religieuses (Noël, Pâques, Pentecôte, Tabaski) ;
- La fête du Travail (1<sup>er</sup> mai) ;
- La fête de la saint Valentin (14 février) ;
- Les fêtes de famille ;
- Les fêtes d'anniversaires ;
- Les fêtes à caractère social, les funérailles, les mariages, les baptêmes, les cérémonies de dot ;
- Les fêtes et cérémonies traditionnelles ;
- Les cérémonies de libération des apprentis ;
- Les travaux champêtres.

Outre ces moments festifs, les enquêtés ont signalé **l'importance des moments de repos** au cours desquels la consommation d'alcool est plus fréquente : dimanche, jours fériés, week-end, vacances.

Les enquêtés ont aussi largement mis en relation **la consommation de boissons alcoolisées avec les saisons**, les températures et la pluviométrie : « *Le climat, la pluie, le froid, la fraîcheur, la mousson, l'harmattan* » « *L'alcool permet de réchauffer le corps, d'avoir de la chaleur dans le corps* ».

Les enquêtés ont mis en évidence **l'importance de la fête, du caractère festif** auquel l'alcool est associé « *Sans alcool, il n'y a pas de fête* ».

Les termes utilisés sont nombreux pour désigner les moments festifs au cours desquels les boissons alcoolisées sont consommées :

- Ambiance, animation, récréation, amusement, divertissement, réjouissances, célébration ;
- Gaité, plaisir, bonheur, joie, liberté, harmonie ;
- Retrouvailles ;
- Repos, détente ;
- Oubli, soulagement, évasion.

### 3. Etude des représentations sociales sur la consommation de boissons alcoolisées locales

#### 3.1. Perceptions sur l'évolution de la consommation des boissons alcoolisées locales

Tableau 16

*Répartition de l'échantillon selon la perception de l'évolution de la consommation de boissons alcoolisées locales*

	Effectifs (n)	Pourcentage (%)
Oui	300	73,3
Non	107	26,2
Système manquant	02	0,5
Total	409	100,0

73% des personnes enquêtées pensent que la consommation des boissons alcoolisées locales a évolué avec une augmentation de la consommation de l'alcool en général et des boissons alcoolisées locales en particulier, « *La consommation s'est généralisée. Avant c'étaient surtout les vieux, maintenant c'est tout le monde.* ».

Parmi les raisons évoquées, les enquêtés ont cité l'augmentation de l'offre d'abord au niveau de la production, « *Les producteurs sont plus nombreux et produisent en plus grandes quantités* ». Mais la plupart ont évoqué la multiplication des lieux de vente « *On vend du Sobadi un peu partout* » « *On voit le rideau blanc partout dans mon quartier* ».

L'offre de boissons locales a donc augmenté mais la demande s'est aussi amplifiée à cause de l'évolution de la société et des changements sociaux. Les conditions de vie difficiles notamment les problèmes socioéconomiques (chômage, problèmes financiers) seraient parmi les raisons majeures de la consommation d'alcool, « *Pour oublier les soucis* ».

Les enquêtés soulignent également dans leur grande majorité le coût abordable de l'alcool local, « *C'est moins cher* » « *C'est moins coûteux* » « *Avec 50 FCFA on est déjà saoul* ».

Un autre élément important signalé par les enquêtés est **la référence identitaire**, « *C'est de chez nous* » *C'est la tradition togolaise* ».

Certains citent **le côté « naturel », « facile à conserver »** des boissons locales.

Parmi les changements notés, si certains enquêtés ont cité une amélioration de la qualité des boissons alcoolisées locales, nombre d'entre eux ont signalé **une baisse de la qualité** des produits et ont abordé le problème de **l'alcool frelaté**.



## Encadré 6

### *Quelques représentations sociales sur les boissons alcoolisées locales*

Certains participants ont une représentation négative des boissons alcoolisées. Ils les perçoivent comme un échec dans la vie des consommateurs, pensent que ces boissons provoquent une mort insidieuse, qu'elles constituent un danger pour le consommateur, un frein pour le développement du Togo. Cependant d'autres enquêtés ont une perception plus positive et les considèrent comme un moyen de détente, l'un des composants des médicaments traditionnels, nécessaires lors des rituels traditionnels, une fierté culturelle. Ces boissons sont assimilées au sacré, sont aussi une source de revenus, et la boisson préférée des classes sociales défavorisées.

#### **Connotations positives (termes cités par les enquêtés)**

**Vertus thérapeutiques :** « *L'alcool rentre dans la fabrication des médicaments* ».

**Energie, puissance :** « *C'est une boisson forte* ». « *C'est très puissant* ».

**Sacré :** « *Liens avec Dieu* » « *Evocation des esprits* ».

**Authenticité :** « *C'est local* ».

**Cérémonial :** « *Surtout consommées lors des cérémonies de funérailles* » « *boisson des grands jours* ».

**Tradition :** « *C'est notre héritage* » « *Ces boissons font partie de notre culture* ».

**Valeur, patrimoine :** « *C'est une richesse* » « *L'alcool constitue une ressource importante* » « *Une valeur locale* » « *Une valorisation de la culture* ».

**Unité, solidarité :** « *Réunit les peuples, réunit les hommes* ».

#### **Cohésion sociale**

**Hospitalité :** « *On utilise l'alcool pour l'accueil, les retrouvailles* ».

**Fierté :** « *Une fierté pour la population togolaise* ».

**Divertissement, plaisir, joie, amusement :** « *Oubli des soucis* ».

**Source de revenus :** « *C'est un nouveau business* » « *Un commerce* » « *Un moyen de gagner de l'argent pour certains* ».

#### **Connotations négatives (termes cités par les enquêtés)**

##### **Danger**

**Nuisance :** « *Nuit à la santé* ».

##### **Echec**

##### **Ruine**

##### **Source de problèmes**

##### **Fléau social**

##### **Frein au développement**

##### **Vices**

##### **Troubles**

**Accidents :** « *L'alcool est cause de la multiplicité des accidents* ».

##### **Source de conflits**

**Maladie :** « *Sa consommation nuit gravement à la santé* ».

**Mort :** « *On peut mourir lorsque l'on boit sans limite* ».

### 3.2. Perceptions sur la consommation de boissons alcoolisées importées

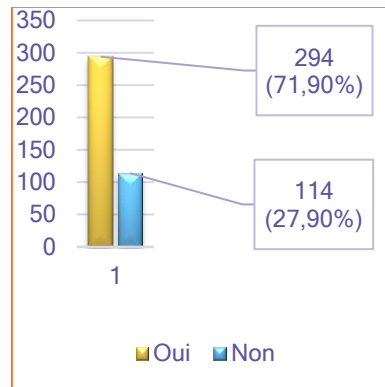


Figure 10 : *Répartition de l'échantillon selon la perception de la consommation de boissons alcoolisées importées*

A l'analyse des données de ce tableau, 71,9% des participants à l'étude pensent que la consommation des boissons importées a évolué tandis que 27,90% sont d'avis contraire. En effet, la plupart des enquêtés pensent que **la consommation de boissons importées a évolué et qu'elle a beaucoup augmenté**. Ils la perçoivent en expansion constante avec **une généralisation** à tous les âges, les genres, les catégories sociales « *Aujourd'hui tout le monde consomme et consomme trop* ». La consommation des boissons importées est perçue comme **un phénomène de mode, un phénomène générationnel**. Elle est liée à la vie nocturne. **La prolifération des bars, des cabarets, des boîtes de nuit** est citée comme un facteur majeur expliquant ce changement d'habitude. De même, **les événements sociaux notamment les mariages, les baptêmes ou encore les fêtes de famille** ou entre amis sont des occasions de consommation de boissons importées.

Certains soulignent **la diversité des produits**, « *Il y a des nouveautés chaque jour* », mais surtout **la qualité** « *Ces produits sont de bonne qualité* » et la possibilité de « *connaître le dosage en alcool* ».

Bon nombre d'enquêtés ont évoqué le coût des boissons importées plus élevé que celui des boissons alcoolisées locales même si la production locale de ces boissons « étrangères » permet d'offrir des prix plus abordables avec **une démocratisation** de ces pratiques de consommation, « *Il y a même des sachets de vin à 100 FCFA* ».

Sur le plan des représentations sociales, les boissons importées restent **un élément de prestige social, d'acculturation, d'imitation de l'occident, d'urbanisation**, « *Les citadins aiment les boissons importées* ».

### Encadré 7

Pour les enquêtés qui ont répondu OUI, la consommation des boissons alcoolisées importées a évolué à Lomé parce que :

- Les bars et les night-clubs ont connu une prolifération ;
- Les consommateurs sont de plus en plus accros ;
- Les mœurs ont changé ;
- Les boissons alcoolisées importées sont de plus en plus accessibles sur le marché ;
- Il existe plusieurs types de boissons alcoolisées importées ;
- Les gens en consomment de plus en plus par suivisme ;
- Les boissons alcoolisées constituent un signe de prestige ;
- Les firmes productrices des boissons alcoolisées importées font beaucoup de publicité pour ces produits.

Selon les répondants du Non, la consommation des boissons alcoolisées importées n'a pas évolué à Lomé parce que :

- Elles sont très chères et constituent un gaspillage d'argent ;
- Elles ont des effets néfastes sur l'organisme.

### 3.3. Perceptions sur la consommation d'alcool et la réussite sociale

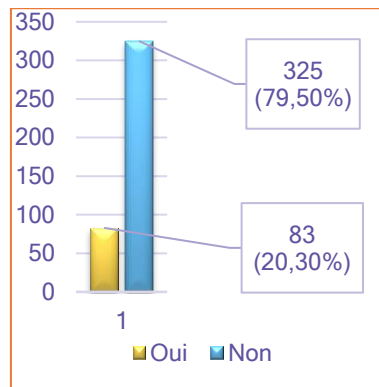


Figure 11 : *Répartition de l'échantillon selon la perception de la consommation d'alcool et la réussite sociale*

Selon les données de la Figure 11, une minorité soit 20,30% pense que la consommation de l'alcool est liée à la réussite sociale tandis qu'une majorité soit 79,50% est d'avis contraire. Cette perception pourrait s'expliquer par le fait que les boissons alcoolisées locales sont très abordables financièrement et donc accessibles à tous. En revanche, les boissons importées sont plus coûteuses et donc moins accessibles. Elles sont d'ailleurs souvent perçues comme un signe de prestige.

Pres de 80% des enquêtés pensent que **la consommation d'alcool n'est pas liée à la réussite sociale**, « *Tout le monde consomme, ceux qui réussissent comme les démunis* ». Ils avancent surtout des raisons **de coût et d'accessibilité**, « *C'est à la portée de tous* » « *Les boissons locales ne sont pas coûteuses* ». Pour certains, consommer est plutôt en lien avec d'autres facteurs comme la volonté, les problèmes personnels, le destin...

Cependant, pour 20% des enquêtés, la consommation d'alcool est liée à la réussite sociale. Les boissons alcoolisées locales seraient réservées aux couches défavorisées, « *Elles sont pour ceux qui n'ont pas réussi dans la vie* » « *Ce sont les pauvres qui s'adonnent à l'alcool, ceux qui sont aisés préfèrent acheter les boissons alcoolisées importées ou industrielles* ». Pour ces enquêtés **consommer de l'alcool importé est un signe d'aisance sociale**, « *Les riches consomment beaucoup* » « *Les riches consomment pour affirmer leur argent* » « *Les personnes se concurrencent même dans la consommation des boissons alcoolisées* ».

### 3.4. Perceptions sur la consommation d'alcool et l'emploi occupé

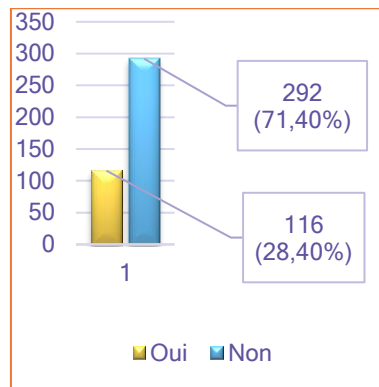


Figure 12 : Répartition de l'échantillon selon la perception de la consommation d'alcool selon l'emploi occupé

Plus de 7 enquêtés sur 10 pensent que la consommation d'alcool local n'est pas liée à l'emploi occupé, « Peu importe le métier, tout le monde consomme » « Tout le monde consomme sans distinction sociale ou professionnelle ».

Pour ces enquêtés, la consommation d'alcool est dû non à l'emploi occupé mais à d'autres facteurs comme la volonté, l'état d'esprit, l'éducation, la conscience, l'habitude, « Consommer ne dépend pas de l'emploi, consommer dépend de soi ». Certains enquêtés soulignent que la possession ou la consommation d'alcool est interdite sur les lieux de travail. Pour d'autres, consommer des boissons alcoolisées présente plutôt des inconvénients pour l'exercice d'un métier, « baisse des capacités » « absentéisme » « perte de l'emploi ».

Le manque d'emploi, le chômage seraient pour nombre d'enquêtés un motif de consommation de l'alcool local, « Les chômeurs consomment l'alcool local d'autant que ce n'est pas cher » « Les sans-emploi essaient d'oublier leur souci. ».

20 % des personnes interrogées pensent que la consommation d'alcool est liée à la profession. Pour ces enquêtés, l'alcool local permet de bien travailler et certains métiers nécessitent de consommer de l'alcool comme le travail de force, le travail de nuit, le travail pénible. Selon eux, l'alcool permet de « réduire la fatigue, d'avoir de la force, d'oublier le stress au travail ».

### 3.5. Perceptions sur la consommation d'alcool et le genre

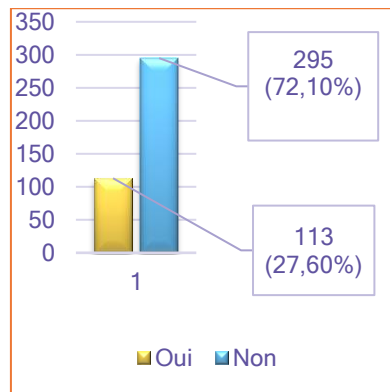


Figure 13 : *Répartition de l'échantillon selon la perception de la consommation d'alcool liée au genre*

Dans leur très grande majorité, les enquêtés pensent que la consommation d'alcool n'est pas liée au genre, « *Aujourd'hui tous boivent hommes et femmes* » « *C'est un phénomène général sans distinction de genre* » « *La consommation dépend de chacun femme comme hommes* ». Certains soulignent qu'il n'y a « *pas d'interdit de sexe et que les femmes peuvent consommer de l'alcool* ».

Pour certains, 27%, il y a une différence entre les hommes et les femmes. Les hommes consomment plus que les femmes. Ainsi, consommer de l'alcool local serait du domaine des hommes. L'alcool ne serait pas bon, pas conseillé pour les femmes. Par conséquent, seuls les hommes peuvent en consommer sans danger. L'alcool représente pour les hommes :

- Un patrimoine : « *C'est le patrimoine des hommes* ».
- Une autorité : « *L'alcool c'est l'autorité des hommes* ».
- Une nécessité : « *C'est une nécessité pour les hommes* ».
- Un besoin : « *Les hommes ressentent plus le besoin que les femmes* ».
- Un privilège : « *L'alcool est destiné aux hommes* ».

### 3.5.1. Perceptions sur la consommation d'alcool par les femmes de nos jours

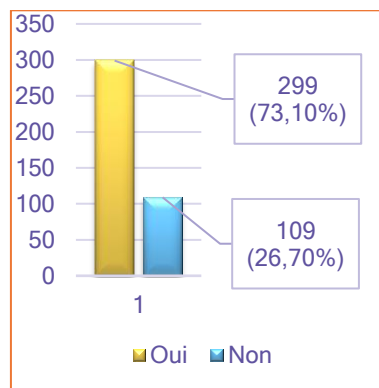


Figure 14 : *Répartition de l'échantillon sur la perception de la consommation d'alcool par les femmes de nos jours*

Parmi les participants à l'étude, 73,10% affirment que les femmes consomment les boissons alcoolisées plus aujourd'hui qu'autrefois, tandis que 26,70% d'entre eux sont d'avis contraire. La grande majorité des personnes interrogées ont donc constaté une progression dans la consommation d'alcool par les femmes. Les raisons avancées sont :

- Les problèmes rencontrés par les femmes, « *Elles boivent pour oublier leurs soucis* » « *Elles ont trop de stress* » « *Souvent elles boivent par déception* » « *Pour oublier les difficultés conjugales* ».
- La modernité, l'émancipation, l'évolution sociale, « *Elles se sentent civilisées* ».
- La mode actuelle, une tendance, la montée d'une nouvelle génération.
- Le coût abordable des boissons et l'autonomie financière des femmes.
- Les fréquentations, « *Elles boivent entre amies* ».
- L'oisiveté, le manque de travail, le chômage.
- La recherche de plaisir, la distraction, la détente, les réjouissances, un amusement.
- Le changement de statut, « *Elles sont célibataires et ont moins d'enfants* ».
- L'imitation des hommes, l'égalité avec les hommes.
- Un moyen de s'affirmer.
- Un moyen de s'évader, un refuge, une échappatoire, un soulagement.
- L'absence de censure sociale, « *Elles n'ont plus peur de la société, elles n'ont plus peur de rien* ».

- Certains soulignent qu'un des prétextes avancés par les femmes est de pouvoir avoir de l'appétit, de pouvoir bien manger...

De nombreux enquêtés soulignent que **les femmes préfèrent les boissons alcoolisées importées notamment les bières aux boissons locales**. Les boissons importées sont « *moins fortes* », « plus « *stylées* ».

### 3.5.2. Perceptions sur les restrictions à la consommation d'alcool pour les femmes

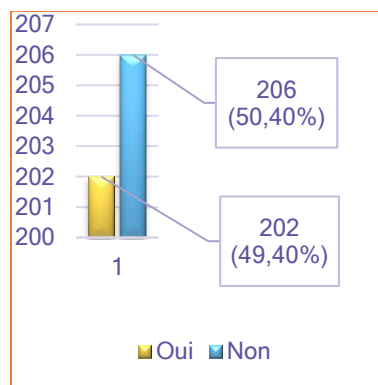


Figure 15 : *Répartition de l'échantillon selon les restrictions à la consommation d'alcool pour les femmes*

L'avis selon lequel il existerait une restriction à la consommation de l'alcool pour les femmes est mitigé au regard des données fournies par ce graphique, à savoir 50,40% répondent par l'affirmatif contre 49,40% qui donnent une réponse négative.

Les raisons évoquées par 50,40% des participants qui sont en faveur d'une restriction de la consommation de l'alcool par les femmes sont les suivantes : l'alcool fragilise la santé des femmes dû à leur constitution organique (physiologique) ; l'alcool est un stimulant pour ces dernières. De plus, la consommation habituelle de l'alcool peut déstabiliser leur santé et être une cause de stérilité chez les femmes. La consommation de l'alcool peut également entraîner un changement de mentalité chez les femmes et affecter leur capacité à éduquer leurs enfants (ce qui constituerait un danger pour la société et créer le risque d'avoir une nation sans repère.). Enfin, en période de grossesse, d'allaitement la consommation des boissons alcoolisées n'est pas indiquée pour les femmes.



Les représentations sociales de **la consommation de boissons alcoolisées par les femmes renvoient à des connotations négatives** : déresponsabilisation, stigmatisation, déviance, honte, manque de respect, de dignité, dévergondage, prostitution. Cette consommation par les femmes aurait selon certains enquêtés des conséquences néfastes : les conflits familiaux, l'incapacité à assurer leur fonction sociale, ou encore leur fonction d'éducatrice des enfants. Les enquêtés citent aussi les maladies dues à l'alcool dont les difficultés à enfanter (stérilité, avortements, fausses couches) et le coût financier des dépenses de santé.

### 3.6. Perceptions sur la consommation d'alcool et l'âge

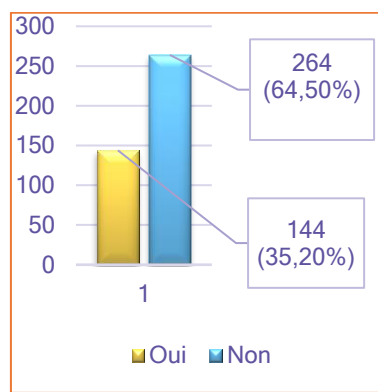


Figure 16 : *Répartition de l'échantillon selon la consommation d'alcool local liée à l'âge*

**64,5% des personnes interviewées pensent qu'il n'y a pas de restriction d'âge.** Pour elles, « *Adultes comme mineurs peuvent consommer* » « *Tout le monde boit* ». Il n'y a donc pas d'âge limite, « *On consomme depuis la naissance* » « *Les enfants boivent ce n'est pas l'âge qui compte* » « *Les parents donnent à boire aux enfants qui à deux mois peuvent consommer* ». « *C'est une question de culture et d'habitude. L'alcool local est destiné à tout âge* » « *Les parents font consommer les enfants* ».

Toutefois, 35% des personnes interrogées pensent que l'âge est important. De même, certains rappellent les restrictions sur les enfants mineurs. **Il est intéressant de constater que les enquêtés citent les restrictions pour les enfants mais aussi pour les personnes âgées,** « *Les enfants et les vieux ne sont pas adaptés à la consommation* » « *Les enfants mineurs et les vieux ne sont pas autorisés à boire* ». Selon les explications données, « *Un vieux qui consomme va vite mourir* ».

### 3.6.1. Perceptions sur la consommation de boissons alcoolisées par les jeunes de nos jours

A la question, pensez-vous que les jeunes consomment plus de boissons alcoolisées aujourd'hui, les enquêtés ont répondu comme suit :

Tableau 17

Répartition de l'échantillon selon les perceptions de la consommation d'alcool par les jeunes aujourd'hui

		Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
<b>Valide</b>	Oui	336	82,2	82,4	82,4
	Non	72	17,6	17,6	100,0
	Total	408	99,8	100,0	
<b>Manquant</b>	Système manquant	1	,2		
<b>Total</b>		409	100,0		

**82% des enquêtés pensent que les jeunes consomment plus d'alcool aujourd'hui qu'autrefois.**

Les raisons évoquées sont nombreuses :

- Les problèmes socioéconomiques de la jeunesse : chômage, manque d'emploi, difficultés financières, absence d'avenir sont « sources d'anxiété et de stress ». « Les jeunes cherchent le réconfort et leur slogan c'est : la boisson nous aide ».
- Les changements sociaux survenus, ainsi consommer de l'alcool est devenu un phénomène de mode, de génération, d'imitation de l'occident.
- La société plus permissive, la liberté des jeunes.
- L'irresponsabilité des parents et le manque de contrôle familial et social.
- Le suivisme et les mauvaises fréquentations.
- Le besoin de s'affirmer, de se faire voir.
- Le divertissement, le défoulement, la détente, la fête, la recherche du plaisir et de sensations fortes.
- L'oisiveté, l'absence de loisirs, « Ils n'ont rien à faire ».

### 3.6.2. Perceptions sur la consommation de boissons alcoolisées locales par les jeunes

A la question, pensez-vous que les jeunes consomment plus de boissons alcoolisées locales (Sodabi) aujourd'hui, les enquêtés ont répondu comme suit :

Tableau 18

Répartition de l'échantillon selon les perceptions de la consommation d'alcool local par les jeunes aujourd'hui

		Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
<b>Valide</b>	Oui	260	63,6	63,9	63,9
	Non	147	35,9	36,1	100,0
	Total	407	99,5	100,0	
<b>Manquant</b>	Système manquant	2	,5		
<b>Total</b>		409	100,0		

Plus de 63% des enquêtés pensent que **les jeunes consomment plus de boissons alcoolisées locales aujourd'hui qu'autrefois**. L'augmentation de cette pratique s'expliquerait selon eux par :

- **Le coût très abordable des boissons alcoolisées locales**, « Ces boissons ne sont pas chères du tout » « Tout le monde peut en acheter cela ne coute rien » « Beaucoup de jeunes sans emploi n'ont pas d'argent pour payer les boissons importées ».
- **L'accessibilité des boissons locales**, « Il y a de points de vente partout » « Les bars sont partout dans toutes les rues ».
- **Les vertus thérapeutiques des boissons locales**, « Ils prétendent prendre l'alcool local avec des produits traditionnels pour se soigner ».
- **La recherche identitaire et les traditions**, « Ils veulent reprendre les habitudes de leurs ancêtres ».

- **L'influence familiale**, « *Ils accompagnent leurs parents qui consomment ces boissons locales* ».
- **L'appartenance ethnique**, « *Certains groupes consomment plus que d'autres, les jeunes suivent* ».
- **Les propriétés des boissons alcoolisées locales**, « *C'est plus naturel* » « *Elles donnent de l'appétit* » « *Elles permettent de bien travailler* ».

Environ 30% des personnes interrogées pensent que les jeunes consomment moins d'alcool local qu'autrefois, « *Les jeunes sont moins attirés par les boissons locales* » « *Ils n'ont pas d'intérêt pour les boissons traditionnelles* » « *Les jeunes boivent beaucoup, les boissons locales viennent en deuxième position* ». Les principales raisons avancées sont :

- **La modernité** : « *Ils pensent que c'est la civilisation* ».
- **L'influence occidentale, l'imitation** : « *Ils préfèrent ce qui vient d'ailleurs* » « *Ils préfèrent celles de l'occident* ».
- **La méconnaissance de la tradition, de la culture ancestrale** : « *Ils ne connaissent pas la valeur des boissons locales* ».
- **La mauvaise qualité des boissons locales** : « *Ils pensent que les boissons locales sont frelatées* ».
- **Les lieux de divertissement fréquentés par les jeunes** où les boissons locales ne sont pas vendues : « *Les jeunes préfèrent les boîtes de nuit* ».
- **Le coût abordable et l'accessibilité de certaines boissons alcoolisées.**

## **Encadré 8**

### **Représentations sociales des boissons alcoolisées chez les jeunes**

#### **Connotations sur la consommation d'alcool par les jeunes recueillies auprès des enquêtés**

Oubli, soulagement, consolation (Stress, soucis, problèmes)

Amusement, distractions, divertissement, fêtes, loisirs, jeux

Défonce, se défouler, s'évader, se saouler

Plaisir, joie, jouissance, vie

Mode de vie « l'alcool : un objet de la jeunesse »

Obligation, nécessité « C'est important, c'est obligatoire »

Héritage, culture « Ils reproduisent les traditions »

Sexualité « flirt, drague, parler aux filles »

Affirmation de soi « Montrer sa vigueur » « Ils veulent montrer qu'ils sont grands »

Insertion sociale « Se faire accepter par les Autres »

Suivisme imitation « Les amis se moquent de toi si tu prends une sucrerie » « Ils ne veulent pas que les amis se moquent d'eux »

Grandeur, force, honneur, luxe, fierté

Produit thérapeutique « L'alcool c'est un médicament, c'est un fortifiant »

Eau « L'alcool local c'est de l'eau pour les jeunes »

Nourriture « L'alcool c'est de la nourriture »

Travail « L'alcool c'est la force de travail chez les jeunes »

#### **Connotations négatives sur la consommation d'alcool par les jeunes recueillies auprès des enquêtés**

Tabou (transgression)

Danger

Poison

Piège

Destruction (santé, avenir, jeunesse)

Maladie

Délinquance (vols, prostitution, violences)

Désobéissance

Insouciance Désinvolture Inconscience

Déviance

Dépravation des mœurs

### 3.6.3. Perceptions sur les restrictions à la consommation d'alcool pour les jeunes

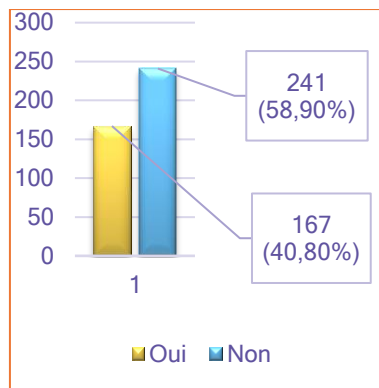


Figure 17 : *Répartition de l'échantillon selon les restrictions à la consommation d'alcool pour les jeunes*

Les données de cette figure montrent que 40,80% des participants pensent qu'il existe des restrictions à la consommation d'alcool pour les jeunes, tandis que 58,90% d'entre eux sont d'avis contraire. Parmi ceux qui ont répondu par l'affirmatif (40,80%) ils ont surtout mis en exergue les conséquences néfastes de la consommation d'alcool sur :

- La santé physique des jeunes consommateurs ;
- La sexualité et la santé reproduction des jeunes ;
- Les risques de dépendance à l'alcool plus élevés chez les jeunes ;
- Le coût économique et financier de la consommation et de la dépendance (dépenses occasionnées) ;
- Les conséquences sociales (accidents, violences, désordre) ;
- L'avenir des jeunes : « *Ils détruisent leur avenir* » ;
- Le développement du pays : « *Conséquences sur l'avenir du pays* ».

Ceux qui pensent qu'il n'y a pas de restriction, soit près de 60% des enquêtés, ont mis en avant :

- La liberté individuelle : « *Les jeunes sont libres* » « *A chacun sa responsabilité* » « *A chacun sa conscience* » ;
- La responsabilité des parents ;

- La valeur et l'importance de l'alcool : « *C'est un médicament* » « *C'est une bonne chose* » ;
- Le manque de contrôle de l'Etat ;
- Le manque d'action pour expliquer, prévenir.

Il est surtout à noter, **la méconnaissance des textes de loi concernant les mineurs**. En effet, parmi les personnes enquêtées nombreuses sont celles qui ne connaissent pas la législation en vigueur « *Aucune loi l'interdit* » « *Il n'y a pas de textes* ».

### 3.7. Perceptions sur la consommation de l'alcool et l'appartenance ethnique

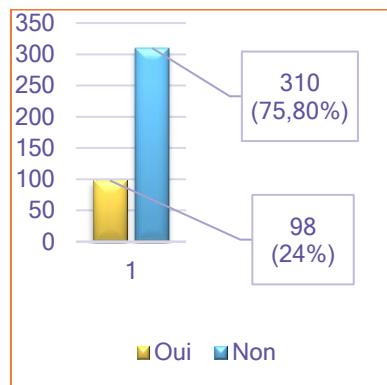


Figure 18 : **Répartition de l'échantillon selon la perception de la consommation de l'alcool liée à l'appartenance ethnique**

75% des personnes interrogées pensent que la consommation d'alcool n'est pas liée à l'appartenance ethnique. La consommation est perçue comme **un fait culturel commun**, « *La consommation de boissons fait partie des cultures ancestrales* ». **La consommation de boissons alcoolisées s'est largement généralisée** et actuellement, le phénomène touche tout le monde sans distinction, « *Toutes les ethnies consomment* » « *Aucune ethnie n'est épargnée* » « *C'est un phénomène généralisé* » « *L'alcool n'a pas de frontière* » « *N'importe qui boit de nos jours* » . « *Tout le monde est dans le lot* » « *Tous boivent sans distinction d'ethnie, de religion* » « *Tous prennent* ».

Les enquêtés soulignent également **le phénomène d'urbanisation**, « *Tout le monde prend ce qu'il veut en ville* » et **l'absence de contrôle social**, « *Chacun est libre* » « *Cela dépend de soi* » « *Chacun consomme ce qu'il veut* ».

En revanche, 25% des enquêtés ont noté un lien entre la consommation de boissons locales et l'appartenance ethnique. Les personnes interviewées ont précisé que **chaque ethnie a sa boisson**. Ainsi, certains groupes ethniques au Nord du pays consomment le *Tchouk* préparé à base de mil cultivé localement alors que vers le sud, du au climat et aux ressources naturelles, l'alcool *Sodabi* est préparé à partir des produits du palmier. De même, les enquêtés établissent une relation entre la consommation d'alcool et les pratiques religieuses ou culturelles, « *Chaque ethnie a sa boisson pour certaines cérémonies* ».

D'autres ont noté que **la consommation de boissons alcoolisées était interdite dans certaines ethnies notamment pour motifs religieux (islam)**.

### **3.8. Perceptions sur l'utilisation des boissons alcoolisées locales au cours des cérémonies à caractère familial et social**

Lors de ces cérémonies à caractère familial et social, la consommation d'alcool local prend différentes connotations. Pour les enquêtés, les boissons alcoolisées locales symbolisent :

- La tradition, la coutume, la culture togolaise, l'identité, l'origine.
- L'alliance, la cohésion sociale, la réconciliation, l'unité entre les familles.
- La grâce, les offrandes, les bénédictions, la célébration des ancêtres.
- Le sacré, la communion avec Dieu, le lien avec les divinités, la protection divine.
- Les valeurs sociétales : confiance, honneur, acceptation, prestige, dignité, puissance, respect, obéissance, paix.
- La joie, l'épanouissement, le bonheur.



## Perceptions sur les cérémonies au cours desquelles les boissons alcoolisées locales et importées sont consommées.

### Cérémonies de dot (fiançailles)

Tableau 19

*Répartition de l'échantillon selon l'utilisation de boissons alcoolisées importées lors des cérémonies de dot*

<b>Oui</b>	<b>93,2%</b>
<b>Non</b>	<b>02,0%</b>
<b>Sans Réponse</b>	<b>04,8%</b>

Tableau 20

*Répartition de l'échantillon selon l'utilisation de boissons alcoolisées locales lors des cérémonies de dot*

<b>Oui</b>	<b>94,9%</b>
<b>Non</b>	<b>02,2%</b>
<b>Sans Réponse</b>	<b>03,9 %</b>

Plus de 90% des personnes interrogées signalent l'utilisation d'alcool lors des cérémonies de dot. En effet, ces boissons font partie des cadeaux offerts par le futur mari à sa belle-famille. Au cours de cette cérémonie, la boisson alcoolisée est consommée en signe d'accueil, d'union et d'entente. Les boissons alcoolisées locales sont largement utilisées 95%, de même que les boissons importées 93%.

### Cérémonies de mariage

Tableau 21

*Répartition de l'échantillon selon l'utilisation de boissons alcoolisées importées lors des cérémonies lors des cérémonies de mariage*

<b>Oui</b>	<b>90,0%</b>
<b>Non</b>	<b>02,0%</b>
<b>Sans Réponse</b>	<b>08,0%</b>

Tableau 22

*Répartition de l'échantillon selon l'utilisation de boissons alcoolisées locales lors des cérémonies lors des cérémonies de mariage*

<b>Oui</b>	<b>79,4%</b>
<b>Non</b>	<b>12,7%</b>
<b>Sans Réponse</b>	<b>07,8 %</b>

Les boissons alcoolisées sont fortement consommées lors des cérémonies de mariage avec une prédominance des boissons importées 90 % sur les boissons locales 79,4%.

## Cérémonies de baptême

Tableau 23

*Répartition de l'échantillon selon l'utilisation de boissons alcoolisées importées lors des cérémonies de baptême*

<b>Oui</b>	<b>62,3%</b>
<b>Non</b>	18,9%
<b>Sans Réponse</b>	17,8%

Tableau 24

*Répartition de l'échantillon selon l'utilisation de boissons alcoolisées locales lors des cérémonies de baptême*

<b>Oui</b>	<b>58,1%</b>
<b>Non</b>	24,3%
<b>Sans Réponse</b>	17,6 %

Au cours des cérémonies de baptême, les boissons alcoolisées sont sensiblement moins consommées que lors des cérémonies de mariage et de dot, avec une légère prédominance des boissons importées 62,3% sur les boissons alcoolisées locales 58.1%.

## Cérémonies de funérailles

Tableau 25

*Répartition de l'échantillon selon l'utilisation de boissons alcoolisées importées lors des cérémonies de funérailles*

<b>Oui</b>	<b>76,0%</b>
<b>Non</b>	10,5%
<b>Sans Réponse</b>	13,5%

Tableau 26

*Répartition de l'échantillon selon l'utilisation de boissons alcoolisées locales lors des cérémonies de funérailles*

<b>Oui</b>	<b>89,7%</b>
<b>Non</b>	03,9%
<b>Sans Réponse</b>	06,4 %

Lors des cérémonies funéraires, les boissons alcoolisées sont fortement consommées avec une large prédominance des boissons alcoolisées locales près de 90% sur les boissons importées 76%.

## Cérémonies d'initiation

Tableau 27

*Répartition de l'échantillon selon l'utilisation de boissons alcoolisées importées lors des cérémonies d'initiation*

<b>Oui</b>	<b>39,0%</b>
<b>Non</b>	20,6%
<b>Sans Réponse</b>	40,4%

Tableau 28

*Répartition de l'échantillon selon l'utilisation de boissons alcoolisées locales lors des cérémonies d'initiation*

<b>Oui</b>	<b>62,5%</b>
<b>Non</b>	09,6%
<b>Sans Réponse</b>	27,9 %

Un nombre important d'enquêtés, plus de 40%, ne savent pas si les boissons alcoolisées importées sont utilisées lors des cérémonies d'initiation. Ce sont surtout les boissons locales qui sont utilisées 62,5% les boissons importées ne représentant que 39%.

## Cérémonies des récoltes

Tableau 29

*Répartition de l'échantillon selon l'utilisation de boissons alcoolisées importées lors des cérémonies de récoltes*

<b>Oui</b>	<b>27,5%</b>
<b>Non</b>	32,4%
<b>Sans Réponse</b>	40,1%

Tableau 30

*Répartition de l'échantillon selon l'utilisation de boissons alcoolisées locales lors des cérémonies de récoltes*

<b>Oui</b>	<b>66,9%</b>
<b>Non</b>	05,4%
<b>Sans Réponse</b>	27,7 %

40% des personnes interrogées ne savent pas si les boissons alcoolisées importées sont consommées lors des cérémonies des récoltes. Au cours de ces festivités, la boisson locale est largement utilisée 66,9% alors que les boissons importées sont très peu consommées 27,5%.

### 3.9. Perceptions sur l'usage des boissons alcoolisées locales dans la gestion des conflits

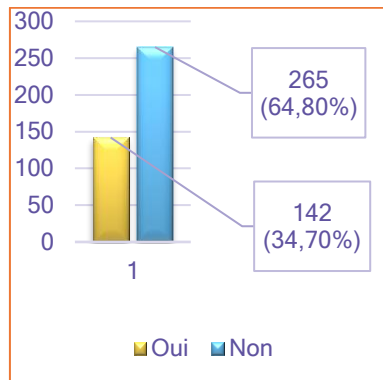


Figure 19 : *Répartition de l'échantillon selon les perceptions de l'usage des boissons alcoolisées locales dans la gestion des conflits*

Nous constatons avec les données de la Figure 19 que 34,70 % des participants affirment que les boissons alcoolisées locales sont utilisées dans la gestion des conflits, tandis que 64,80% d'entre eux sont d'avis contraire.

Les enquêtés ont souligné que l'alcool n'est pas toujours consommé lors de la résolution des conflits **mais il est très important dans la symbolique**. Il est un signe de paix, d'apaisement des cœurs, de pardon, de repentir, de réconciliation. Il est également un signe de cohésion, de respect et de rigueur. L'alcool est offert en don, en cadeau aux chefs traditionnels et coutumiers qui gèrent les conflits.

La nature des conflits au cours desquels l'alcool est utilisé :

- Viol, violences sexuelles
- Bagarres, disputes
- Conflits autour du foncier
- Conflits conjugaux (mésentente, adultère)
- Conflits familiaux (héritage)
- Conflits intergénérationnels
- Conflits professionnels

### 3.10. Perceptions sur l'usage des boissons alcoolisées locales dans les pratiques religieuses

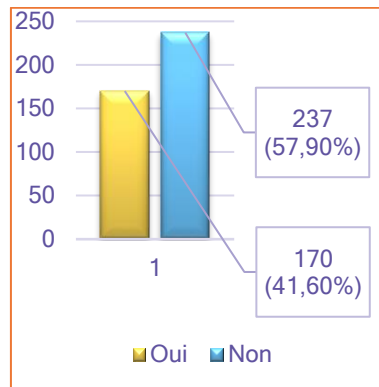


Figure 20 : *Répartition de l'échantillon selon la perception de l'usage des boissons alcoolisées locales dans les pratiques religieuses*

4 enquêtés sur 10 pensent que l'appartenance religieuse influe sur la consommation de boissons alcoolisées alors que 6 enquêtés sur 10 pensent qu'il n'y a pas de lien.

Nombre d'enquêtés perçoivent la consommation d'alcool comme un phénomène généralisé qui concerne tout le monde sans distinction d'appartenance religieuse. D'autres évoquent les restrictions ou interdits religieux quant à la consommation d'alcool pour les personnes de religion musulmane et pour certains chrétiens (hormis ceux qui sont catholiques).

Un nombre important d'enquêtés expliquent que dans certaines pratiques religieuses, l'alcool local est utilisé, en particulier dans les pratiques animistes : cérémonies vaudou, rituels, sacrifices aux fétiches.

Ainsi à la question les boissons alcoolisées sont-elles utilisées dans certains rituels religieux ?

Les enquêtés ont répondu comme suit :

Tableau 31  
*Répartition de l'échantillon selon la perception de l'utilisation de boissons alcoolisées  
 locales dans les rituels religieux*

		Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
<b>Valide</b>	Oui	259	63,3	63,6	63,6
	Non	148	36,2	36,4	100,0
	Total	407	99,5	100,0	
<b>Manquant</b>	Système manquant	2	,5		
<b>Total</b>		409	100,0		

**63,6% des enquêtés affirment que l'alcool est utilisé lors de rituels religieux.**

Pour certains, dans la religion catholique, le vin symbolise le sang du Christ.

La plupart des personnes interrogées évoquent surtout les pratiques animistes :

- Culte, offrandes aux ancêtres
- Invocation des esprits, communion avec les esprits, incantations
- Cérémonies d'initiation (cultes vaudou)
- Conflits communautaires et interethniques

**L'alcool est alors signe de reconnaissance, de respect, d'honneur. Il a des vertus de purification, de protection, de puissance...**

Les enquêtés ont été interrogés sur la consommation des substances alcoolisées pour atteindre certains états de spiritualité et ont répondu comme suit :

Tableau 32  
*Répartition de l'échantillon selon la perception de l'utilisation de boissons alcoolisées locales et des états seconds*

		Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
<b>Valide</b>	Oui	52	12,7	12,8	12,8
	Non	355	86,8	87,2	100,0
	Total	407	99,5	100,0	
<b>Manquant</b>	Système manquant	2	,5		
<b>Total</b>		409	100,0		

87% des personnes interrogées ne pensent pas que les substances alcoolisées permettent d'atteindre des états seconds, alors que 13% le pensent.

Parmi les substances consommées avec les boissons alcoolisées locales pour atteindre des états seconds, les personnes enquêtées ont cité :

- Alcool local et cannabis
- Alcool local et piment de Guinée
- Alcool local tabac et Piment de Guinée
- Alcool local et cola
- Alcool local et drogues en général
- Alcool local et tramadol
- Alcool local et iboga saliva
- Alcool local et autres boissons alcoolisées (vin, alcools forts, boissons énergisantes)

### 3.11. Perceptions sur l'utilisation de l'alcool dans la médecine traditionnelle

Au cours de l'enquête, les personnes ont été interrogées sur l'utilisation de l'alcool dans la médecine traditionnelle

Tableau 33

*Répartition de l'échantillon selon la perception de l'utilisation de l'alcool dans la médecine traditionnelle*

		Effectifs	Pourcentage
<b>Valide</b>	Oui	259	63,3
	Non	148	36,2
	Total	407	99,5
<b>Manquant</b>	Système manquant	2	,5
<b>Total</b>		409	100,0

63, 3% des enquêtés pensent que l'alcool traditionnel *Sodabi* est utilisé dans la médecine traditionnelle alors que 36, 2 % sont d'avis contraire.

### 3.12. Perceptions sur l'efficacité des produits thérapeutiques à base d'alcool

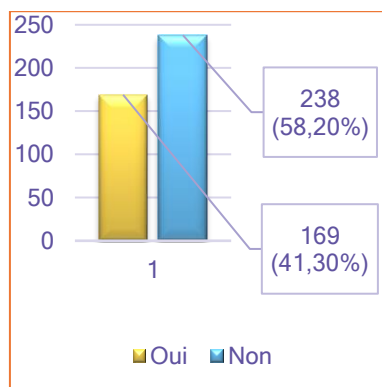


Figure 21 : *Répartition de l'échantillon selon l'efficacité des produits thérapeutiques à base de sodabi*



41% des participants de l'étude, pensent que les produits traditionnels à base de *sodabi* sont efficaces, alors que 58,20% d'entre eux disent le contraire.

### 3.13. Perceptions des interdits et tabous liés à la consommation de boissons alcoolisées

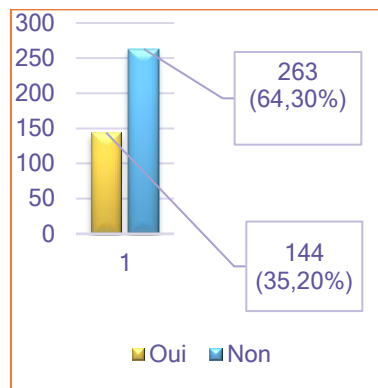


Figure 22 : *Répartition de l'échantillon selon les interdits et tabous liés à la consommation de boissons alcoolisées*

Selon les résultats de l'étude, 64,3% des enquêtés pensent qu'il n'y a pas de tabou, d'interdit, de restrictions à la consommation d'alcool alors que 35% pensent qu'il y a des limitations. Ils citent :

- La religion (musulmans, chrétiens de certaines églises)
- L'âge (les enfants ne doivent pas consommer)
- Les femmes enceintes (en grossesse et allaitantes)
- Les cas de maladie
- Les publicités sur les dangers de l'alcool {panneaux publicitaires}.

### 3.14. Perceptions sur la dépendance aux boissons alcoolisées locales

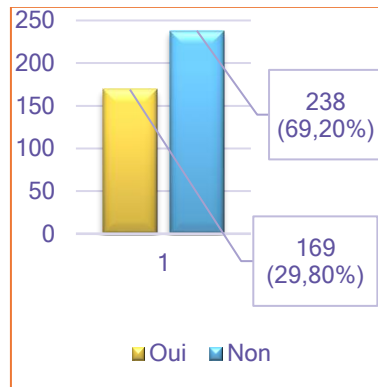


Figure 23 : Répartition de l'échantillon selon la perception de la dépendance à l'alcool

Pour ce qui concerne la dépendance à l'alcool, la majorité des répondants 69,20% pensent que le *sodabi* ne provoque pas de dépendance chez le consommateur, tandis que 29,80% pensent que ce dernier peut devenir dépendant au *sodabi*. Les enquêtés qui ont donné une réponse positive sur la dépendance au *sodabi* expliquent leur point de vue par le fait que la consommation du *sodabi* a connu une forte augmentation : les points de vente du *sodabi* se sont multipliés et le chômage s'est accru. Ils précisent aussi que les consommateurs abusent dans leur consommation du *sodabi*.

#### 3.14.1. Sortie de la dépendance à l'alcool

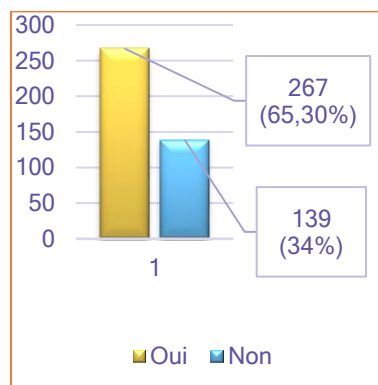


Figure 24 : Répartition de l'échantillon concernant la sortie de la dépendance à l'alcool

65,30% des répondants affirment qu'une personne dépendante au *sodabi* peut sortir de son addiction alors que 34% des participants affirment le contraire. L'explication donnée par les répondants qui soutiennent que les usagers peuvent sortir de la dépendance sont entre autres, la volonté du consommateur, l'entourage du consommateur ou encore le recours aux spécialistes (psychiatres, psychologues, infirmiers, travailleurs sociaux,).

### 3.14.2. Méthodes modernes pour sortir de la dépendance au *sodabi*

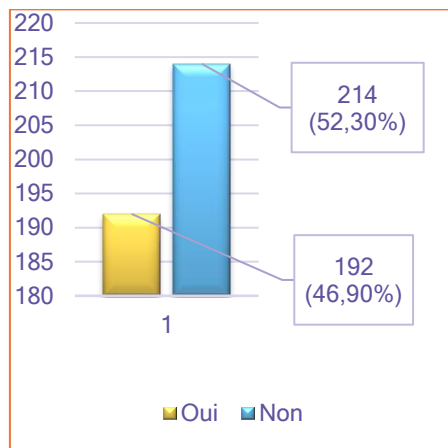


Figure 25 : Répartition de l'échantillon selon les méthodes modernes de sortie de la dépendance au *sodabi*

Ainsi, 46,90% des participants affirment que les personnes dépendantes au *sodabi* peuvent se remettre par le biais des méthodes modernes conventionnelles issues de la prise en charge des addictions aux substances dont les spécialistes ont la maîtrise ; tandis que 52,30% d'entre eux sont d'avis contraire. Les méthodes modernes citées par les enquêtés ayant répondu par l'affirmatif sont entre autres la désintoxication, la demande d'aide aux associations intervenant sur la thématique, la prise en charge fournie par une équipe de spécialistes (psychiatre, psychologue ...), une psychothérapie, la thérapie cognitivo-comportementaliste.

### 3.14.3. Méthodes traditionnelles pour sortir de la dépendance au Sodabi

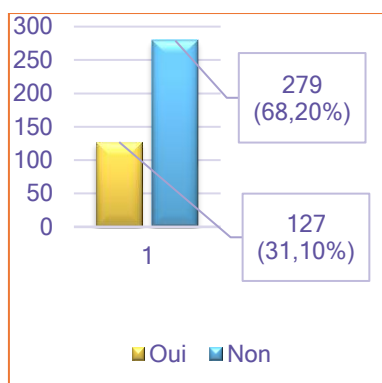


Figure 26 : Répartition de l'échantillon selon les méthodes traditionnelles de sortie de la dépendance au *sodabi*

Pour 31,10% des enquêtés, les personnes « addictes » au *Sodabi* peuvent sortir de la dépendance avec les méthodes traditionnelles à savoir : les produits faits à base de plantes, les pratiques religieuses (conseils religieux, prières, cérémonies rituelles, les délivrances spirituelles). Néanmoins 68,20% d'entre eux affirment que les méthodes traditionnelles ne peuvent aider une personne à sortir de son addiction.

### 3.15. Représentation d'une personne dépendante du Sodabi.

#### 3.15.1. Pour les hommes

La plupart des enquêtés ont une image très négative d'un homme devenu dépendant à la consommation de *Sodabi* et utilisent des mots très forts « *alcoolique, ivrogne, délinquant, irresponsable* ». D'autres ont une image plutôt compatissante, percevant la personne comme étant en souffrance psychologique, un homme qui a perdu toute confiance en lui-même, une personne malade. Une minorité d'enquêtés considère les hommes dépendants à l'alcool comme des hommes forts, des hommes à respecter.

### Encadré 9

<b>Représentations d'un homme dépendant des boissons alcoolisées</b>		
<b>Représentations négatives</b>	<b>Représentations compatissantes</b>	<b>Représentations valorisantes</b>
Un alcoolique Un vaurien Un soulard Un ivrogne Un danger pour lui Un danger pour sa famille Un danger social Un danger public Un déviant Un esclave Un handicapé Un irresponsable Un fardeau Un inconscient Un incapable Un homme sans ambition Une honte Une honte pour sa famille Un problème Un problème pour sa famille Un problème pour la société	Un homme en souffrance Un malade mental Pas de jugement à porter	Un homme fort Un vrai homme Un homme intelligent

#### 3.15.2. Pour les femmes

Les représentations de la femme dépendante du *Sodabi* sont identiques à celles déjà citées pour les hommes. Toutefois, les femmes sont encore plus discriminées et stigmatisées. En effet, la femme souffrant d'addiction est considérée comme stupide, inconsciente, folle, une femme sans objectif, une femme qui participe au sous-développement de la société. Elle est aussi perçue comme une femme aux mœurs légères, une prostituée.

## Encadré 10

<b>Représentations d'une femme dépendantes des boissons alcoolisées</b>			
<b>Représentations négatives</b>		<b>Représentations compatissantes</b>	<b>Représentations valorisantes</b>
Une alcoolique	Une femme sans ambition	Une femme qui a trop de soucis	Un femme devenue égale de l'homme
Une vaurien	Une honte	Une femme dépressive	
Une soularde	Une honte pour sa famille	Une femme déboussolée	
Une ivrogne	Une honte pour les hommes	Une femme perdue à récupérer	
Un danger pour elle	Un problème	Une femme malade qu'il faut soigner	
Un danger pour sa famille	Un problème pour sa famille		
Un danger social	Une mauvaise mère		
Un danger public	Une femme qui détruit son foyer, sa maison		
Une déviante	Une femme du diable		
Une esclave	Une femme finie		
Une menace	Une épave		
Une femme irresponsable	Une femme gâtée		
Une femme irrespectueuse	Une femme sans moralité		
Une femme colérique	Une femme sans principe		
Une femme violente	Une femme sans dignité		
Une femme nerveuse	Une libertine		
Une femme inconsciente	Une dépravée		
Une femme incapable	Une débauchée		
Une femme ratée	Une prostituée		
Une femme finie			

## 4. Enquête qualitative auprès des producteurs, vendeurs et utilisateurs de Sodabi

L'enquête qualitative a permis de collecter des informations auprès d'une dizaine de producteurs, une dizaine de vendeurs/vendeuses et de quelques autres utilisateurs (thérapeutes, religieux). Les entretiens semi directifs ont été enregistrés, retranscrits et analysés. Ils ont surtout porté sur la production, la vente, l'utilisation du *Sodabi* ainsi que sur les représentations socio culturelles liées aux boissons alcoolisées.

### 4.1. Les producteurs de Sodabi

#### 4.1.1. Profil des producteurs de Sodabi

Les producteurs (*Ahakpala*) sont tous de sexe masculin, « *C'est une activité des hommes* ». Ce métier d'homme se transmet dans la famille surtout par le père, mais aussi par le grand père ou encore l'oncle paternel.

La durée dans le métier varie selon l'âge du producteur avec pour notre échantillon une moyenne de 22 années d'expérience dans la profession. L'apprentissage du métier se fait de façon empirique, « *On apprend par la pratique avec ceux qui produisent* ». *Ahakpavi* est le nom donné au producteur qui apprend le métier. Contrairement à d'autres professions, il n'y a pas de contrat d'apprentissage pour le métier de producteur de *Sodabi*, et ce afin de préserver cette profession très lucrative et de protéger la caractéristique de transmission par tradition familiale.

#### 4.1.2. Représentations sur le métier de producteur de Sodabi

Le métier de producteur constitue traditionnellement, une activité socialement respectée.

« *Le producteur est un garant des valeurs traditionnelles.* »

« *Les producteurs sont des personnes importantes dans la célébration des cérémonies.* »

Dans la société traditionnelle, les producteurs de *Sodabi* exercent un rôle important et sont valorisés socialement.

« *Autrefois dire que tu étais producteur te conférait beaucoup de respect et de considération.* »

Elle est aussi une profession très rentable et lucrative. Les producteurs de *Sodabi* constituent un groupe de personnes aisées aux revenus conséquents.

« *On nous considère comme des riches dans le milieu.* »

« *Dans le passé, nous étions de grands riches dans le village.* »

« *Le producteur est une personne riche qui a des moyens. Il peut faire des créances, prêter de l'argent.* »

« *On nous considère comme des gens importants et nantis.* »

#### 4.1.3. Evolution du métier de producteur de *Sodabi*

Selon les enquêtés, le métier de producteur connaît des changements certains avec :

- Une augmentation du nombre de producteurs.  
« *Beaucoup de gens sont rentrés dans la production.* »
- Une diminution de la production.  
« *Les palmiers ne produisent plus comme avant.* »
- Une perte dans la considération sociale.  
« *Le métier a perdu de sa valeur d'antan.* »
- Une dépréciation de la profession.  
« *De nos jours, la profession est critiquée. Certaines personnes considèrent la production de *Sodabi* comme un mauvais métier, un métier qui favorise la déviance alcoolique.* »  
« *Notre métier est déprécié par les fidèles des églises révélées.* »

#### 4.1.4. Modalités de production du *Sodabi*

La production de *Sodabi* se présente comme une activité à plein temps, avec 2 saisons ou cycles : de Janvier à Mai et d'Août à Janvier. Selon les producteurs cela s'explique par le besoin de soleil des palmiers afin que la sève se concentre dans le tronc, « *en juin, juillet nous n'abattons pas les palmiers* ».

Selon les enquêtés, le travail s'effectue en plusieurs étapes. La phase préparatoire comprend l'achat des palmiers, l'achat des matériels, la recherche de la main d'œuvre, la préparation du site. Puis s'ensuit la production avec différentes phases.



## Encadré 11

### Sur les différentes phases de préparation du Sodabi

- Abattre les arbres
- Enlever les feuilles
- Percer le tronc du palmier
- Recueillir le *Deha* (après 30 à 40 jours)
- Stocker le *Deha*
- Commencer la préparation de l'alcool
- Produire le *Zota* ou alcool pur
- Produire le *Sodabi*

« Après avoir déraciné le palmier, on laisse sécher pendant deux semaines le temps que le liquide migre des branches pour arriver au niveau du tronc. Passé ce délai, on coupe les branches. Ensuite on fait un trou au niveau du tronc de l'arbre. On place un bidon dans un trou en bas pour récupérer le liquide à l'aide d'une tige qu'on place dans le trou du tronc. Chaque matin, on doit transvaser dans un tonneau. Chaque soir, on met du feu à l'intérieur du trou pour attirer le vin de palme à l'aide de la chaleur. C'est difficile de connaître la quantité qu'on peut obtenir par palmier. Mais, si le palmier est riche, on peut en récupérer pendant 50 jours. Souvent, quand le palmier ne contient pas de noix ça donne beaucoup de vin de palme. Ce qui sort à l'état brut du palmier s'appelle vin de Palme. Il est aussi consommable. Mais, pour le transformer en Sodabi, on a un dispositif de trois tonneaux reliés par des tuyaux. A partir du septième jour, on met le vin de palme dans le premier tonneau sur feu. Quand ça boue, la vapeur migre vers le second tonneau contenant de l'eau. A ce niveau, la vapeur se transforme en liquide ; le Sodabi proprement dit. Mais, on met le troisième tonneau pour permettre au liquide de se refroidir avant d'arriver dans le «damjame» (récipient) d'une capacité de 20 litres ».

#### 4.1.4.1. Main d'œuvre et appuis pour la production de Sodabi

La production de *Sodabi* nécessite un apport en main d'œuvre masculine pour la production proprement dite, « *La production demande du temps et de la force* ». La main d'œuvre est surtout constituée de travailleurs « *qui n'ont pas d'emploi parfois des jeunes diplômés en recherche de travail* ». Les producteurs utilisent aussi une main d'œuvre féminine pour la préparation des repas et le transport des productions, « *Les femmes préparent le repas pour les travailleurs* » « *Elles sont utilisées pour le transport* » « *Les femmes font le transport du Deha*»

La main d'œuvre masculine est évaluée comme suit : pour 200 pieds de palmiers 4 personnes, pour 400 pieds 9 personnes. La main d'œuvre féminine est d'environ 2 à 3 femmes par cycle de production.

#### 4.1.4.2. Equipements pour la production de Sodabi

Les producteurs utilisent un matériel très particulier adapté à leurs activités : haches, couteaux, tuyaux, tonneaux, marmites, fil, bidons de 5 litres et de 20 litres (*Danjame* ou *Adjefi en Ewe*).  
« *L'ensemble des équipements de production est composé d'une pioche pour abattre le palmier, un coupe-coupe pour couper les nervures, un couteau pour trouser la partie devant faire couler la sève qui est le vin de palme, des tonneaux, un tuyau en fer pour la distillation du vin, un filtre à vin, des fûts...* »

#### 4.1.5. Rituels et cérémonials avant la production de Sodabi

Il existe des prérequis avant d'entreprendre la production de *Sodabi*. Si autrefois il fallait faire une démarche auprès des autorités administratives depuis les années 90 cette formalité n'est plus nécessaire.

« *Il n'y a plus de démarche administrative.* »

« *Avant il fallait une autorisation des officiers des forêts maintenant plus de formalités. Produire du Sodabi n'est plus une activité illégale.* ».

Toutefois, le cérémonial traditionnel est toujours respecté. Il s'agit pour le producteur de :

### **Implorer la bénédiction des ancêtres avant la production**

« Comme nous produisons une boisson traditionnelle que nous ont laissée nos ancêtres, il faut prier pour le bon déroulement de l'activité. »

« Il faut demander la permission aux ancêtres consulter les ancêtres avant de produire, »

« On fait des rituels avant la production, on amène un litre de Sodabi pour faire la cérémonie aux ancêtres ».

### **Se purifier, se protéger**

Avant d'entreprendre les activités, les producteurs doit se protéger :

« Il ne faut pas vouloir du mal à ton prochain. Il faut être pur lorsque tu prépares l'alcool sinon le tonneau risque d'exploser. ».

« Il faut sacrifier un poulet dans le domaine ou lieu de production (Ahatime Ahadape) pour s'assurer du bon déroulement de l'activité » « Il y a un rite de protection car cette activité comporte de nombreux risques et dangers »

### **Implorer la bénédiction des ancêtres après la production**

« Le premier vin extrait est mis dans une calebasse devant l'entrée des cabarets. Nous devons servir d'abord les ancêtres ».

### **Informier et honorer le propriétaire du champ de palmiers**

« Si le terrain ne t'appartient pas, il faut donner un litre de Sodabi et cinq (5) litres de vin de palme au propriétaire. »  
« Il faut donner un litre de Sodabi au propriétaire »

### **Informier et honorer le chef de village**

« Je prévient le chef de village et lui apporte un litre de Sodabi »

### **Respecter la nature**

Dans la tradition, il y a des règles d'abattage afin de protéger les jeunes arbres ou de ne pas abattre les palmiers à certaines périodes de l'année (juin, juillet)

« Aujourd'hui certains ne respectent plus ces règles ».

#### 4.1.6. Nature des produits

Selon les étapes, les produits extraits varient en intensité :

- Le *Daha* : Produit récupéré directement dans le palmier, produit sucré, de couleur blanchâtre qui est distillé pour faire le *Sodabi*
- Le *Zota* : *Doha* fermenté (7 jours au moins) sur le feu, première sortie d'alcool après distillation, il est très fort et puissant. On ne le boit pas. Il est utilisé à des fins médicinales ou pour conserver les corps. Il est aussi utilisé « à de mauvaises fins pour des cérémonies de magie noire ».
- Le *Sodabi* : *Zota* mélangé moins fort.
- Le *Tigbo* : *Sodabi* pas fort (dernière sortie).

Les producteurs vendent l'alcool simple, le *Sodabi*. Les mélanges sont faits par les acheteurs, les revendeuses.

### Quelques mélanges cités par les producteurs

- ANHLINVI
- ATAKOU (maux de ventre)
- GBADAGLI
- HLINVI
- KINITI (neem) (varicelle)
- MAGBEZONLI
- MANGOBA
- MAWUGEN (appétit)
- MORENGA
- NIMON (paludisme)
- PLINGOTA

#### 4.1.7. Qualité du Sodabi

Pour les producteurs, la qualité du *Sodabi* est très importante, elle garantit leur clientèle



#### 4.1.8. Revenus des producteurs de odabi

Les revenus tirés de la production du *Sodabi* sont selon les producteurs assez élevés.

D'après les propos recueillis, 200 palmiers donnent 15 à 20 Adjefi (mesures de 20 litres).

Un Adjefi est revendu entre 13 et 17 000 FCFA soit une moyenne de 15 000 FCFA par unité.

Les revenus s'élèvent à environ 300 000 FCFA par cycle de production avec 2 cycles par an.

Les revenus varient en fonction des quantités produites dépendamment de la saison et de la qualité des palmiers.

Les charges auxquelles doivent faire face les producteurs comprennent : le matériel, l'achat des palmiers, les coûts de transport, le bois pour la cuisson, la main d'œuvre et la nourriture pour les travailleurs. Le matériel est multiple et comprend à titre d'exemple : « 4 tonneaux à 15 000 FCFA chacun, 10 mètres de tuyaux de cuivre 4000 FCFA le mètre, 15 Bidons de 25 litres à 500 F le bidon ».

#### 4.1.9. Clientèle

Pour les enquêtés, les clients sont « moins nombreux qu'autrefois car il y a plus de producteurs ».

Les acheteurs se répartissent entre les clients fidèles à savoir les revendeuses, les habitués et les clients occasionnels qui viennent surtout en cas de cérémonies par exemple des funérailles.

Les clients habituels sont plus nombreux et constituent environ les 2/3 de la clientèle, ce sont surtout « les femmes commerçantes du sud Togo et les hommes pour les cérémonies ». Les clients occasionnels sont peu nombreux, ils représentent environ 1/3 des clients.

Les quantités moyennes achetées par les clients varient entre 2 et 5 mesures de 20 litres.

L'alcool est vendu tout au long de l'année mais les clients sont plus nombreux lors des fêtes (en particulier les fêtes de fin d'année) et lors des cérémonies (fêtes traditionnelles, cérémonies du vaudou, cérémonies aux ancêtres disparus). L'alcool est particulièrement recherché lors des cérémonies à caractère social : mariages, funérailles.

#### 4.1.10. Difficultés rencontrées par les producteurs de Sodabi

Les producteurs ont soulevé un certain nombre de contraintes qui entraînent une baisse de leurs revenus.

<p><b>L'absence d'organisations de défense de la profession</b> « Il n'y a pas d'association pour défendre les intérêts des producteurs. »</p>	<p><b>La concurrence</b> « La concurrence entre producteurs est vraiment rude qui tourne souvent dans la spiritualité »</p>
<p><b>L'absence de contrôle</b> « Avant il y avait un contrôle strict sur la production. Depuis la grande conférence, il n'y a plus de plus de contrôle sur le Sodabi » « Depuis que Maitre AGBOYIBOR a aboli la loi il n'y a plus de contrôle. » « Avant on prenait des autorisations chez les forestiers. »</p>	<p><b>Les prix non fixes Les producteurs se plaignent de devoir négocier les prix avec les clients.</b> « Les clients ne respectent pas le prix de vente » « Si les clients veulent trop descendre, je ne vends pas. » « Certain prix demandes par les acheteurs sont trop bas. » « Certains demandent de payer à crédit » « Il y a toujours des négociations de prix avec la clientèle. »</p>
<p><b>Le non-respect des règles d'abattage</b> « On ne respecte plus les temps de production, les palmiers sont abattus trop tôt et produisent moins » « On ne respecte plus les règles. Il est traditionnellement interdit d'abattre de jeunes palmiers, de ne pas toucher a des palmiers qui n'ont pas atteint une certaine taille. »</p>	<p><b>La concurrence déloyale. La concurrence se fait parfois avec des boissons frelatées.</b> « Certains produisent du faux Sodabi à base d'alcool médicalisé. Il y a une baisse de la demande à cause de l'alcool frelaté. Certains ajoutent du sucre et de l'alcool médical au vrai Sodabi pour augmenter les quantités. »</p>
<p><b>Le nombre croissant de producteurs</b></p>	<p><b>La rareté et le prix du bois.</b> « Le bois manque, il coute de plus en plus cher. »</p>
<p><b>Les périodes creuses (saison des pluies)</b> « Les mois de juin, juillet de présentent comme une période difficile car il n'y a pas d'activité et donc une baisse des revenus »</p>	<p><b>L'absence d'entraide entre les producteurs</b> « C'est dommage mais il n'y a pas d'entraide entre nous les producteurs. »</p>
<p><b>La baisse de la production</b> « Les quantités produites ne suffisent pas »</p>	<p><b>Les changements climatiques et le manque de pluie</b></p>
<p><b>Le manque et la cherté de palmiers</b> « Ce travail est de plus en plus difficile. Les palmeraies disparaissent il n'y a plus assez de palmiers » « Les palmeraies sont en diminution dû à l'urbanisation, à la spéculation foncière, à la rareté des palmiers et à la baisse de qualité des palmiers « Les palmiers deviennent de plus en plus rares. » « Chaque producteur lutte pour avoir une quantité de palmiers nous ratissons large. » « Les palmiers sont devenus très chers (1500 FCFA le pied). »</p>	

## 4.2. Les vendeurs / vendeuses de Sodabi

Les vendeurs vendeuses de *Sodabi* sont appelés *Ahassato Sodabito*. Les lieux de vente de l'alcool traditionnel *Sodabi* portent des noms très expressifs : Rideau blanc (un terme générique) ; Chaud Chaud ; Le Bon Coin ; Maman Hubert (nom du premier fils de la vendeuse) ; Rond-Point à cause de l'emplacement du lieu.

La vente de *Sodabi* se présente comme une activité familiale transmise de générations en générations. Le savoir-faire se perpétue dans la famille et la main d'œuvre utilisée se compose surtout des membres de la famille.

« *Après le décès de ma grand-mère je me suis investie dans le métier. »*

« *Mon père était producteur ma mère vendait du Sodabi. »*

« *Ma sœur voulait que je l'aide j'ai appris le métier avec elle. »*

« *J'ai appris avec ma mère, a son décès j'ai repris l'activité. »*

« *J'aidais ma tante c'est ainsi que j'ai appris le métier J'ai une bonne connaissance. »*

« *J'ai appris le métier avec ma grande sœur. »*

« *Cette profession de vendeuse de Sodabi vient de ma mère. »*

Ce caractère familial de la vente de *Sodabi* permet de perpétuer une tradition, de maintenir des liens avec le village, le milieu d'origine, de protéger un métier lucratif, de préserver un savoir-faire, de garder une relation de confiance avec la clientèle.

### 4.2.1. Profil des vendeurs / vendeuses de Sodabi

La profession de vendeur/vendeuse de *Sodabi* se présente plutôt comme un métier féminin. Il est exercé par les hommes et les femmes mais avec une majorité de femmes. Dans notre échantillon, les femmes représentent 80 % des enquêtés.

« *C'est rare de voir des hommes dans ce métier. »*

« *Je connais des hommes mais il y a plus de femmes. »*

« *Les hommes sont plus dans la production, les femmes dans la commercialisation. »*

« *Je connais des hommes mais il y a plus de femmes. »*

« *C'est un métier plutôt réservé aux femmes. »*

« *C'est rare de voir des hommes dans ce métier. »*

Toutefois, la vente de Sodabi étant lucrative et générant des revenus, les hommes s'y adonnent de plus en plus d'autant que le marché de l'emploi est devenu difficile et que nombre d'hommes sont au chômage, « *C'est une activité souvent rentable alors les hommes rentrent dans ce métier pour subvenir aux besoins et à ceux de leur famille* ».

Les femmes qui exercent le métier de vendeuse sont surtout des femmes d'âge mur, en moyenne 45 à 50 ans. En effet, la vente du Sodabi nécessite une réelle expérience, l'acquisition d'un savoir-faire pour préparer les boissons alcoolisées et surtout pour interagir avec la clientèle, « *Les jeunes filles sont rares dans notre métier* ».

#### 4.2.2. Perceptions du métier

Le métier de vendeur est admis et reconnu socialement, il répond à la tradition puisque le *Sodabi* accompagne les cérémonies à caractère social ou religieux. Il répond aux besoins de la clientèle. Pourtant selon les enquêtés, la profession est de plus en plus dépréciée vu l'augmentation de la consommation abusive de boissons alcoolisées et surtout vu la baisse de la qualité du *Sodabi* vendu aux clients.

« *Notre métier est accepté socialement mais pour certains tu es critiquée tu ruines la vie des autres de ceux qui boivent.* »

« *Un métier parfois peu valorisé par ceux qui sont contre la consommation d'alcool.* »

#### 4.2.3. Aide et Appuis

Les appuis et les aides recherchés dans l'exécution des tâches concernent surtout l'approvisionnement en *Sodabi*, et dans une moindre mesure pour la préparation des mélanges et plus rarement pour la vente.

Les appuis sont surtout apportés par les membres de la famille pour amoindrir les coûts de revient mais aussi pour préserver le savoir-faire familial et protéger le métier.

En ce qui concerne l'approvisionnement, ce sont surtout les hommes de la famille qui se déplacent dans les zones de production pour chercher le *Sodabi*.

« *J'envoie mon fil aîné au village pour ramener le Sodabi.* »

« *Mon frère m'aide c'est lui qui se rend au village pour me ramener le Sodabi.* »

Quant à la préparation des mélanges, il convient de rechercher des personnes de la famille ayant de l'expérience mais aussi des personnes de confiance afin de garantir la qualité des boissons



alcoolisées et de garder les secrets de la préparation, « *Dans la mesure où je ne suis pas disponible pour la préparation, ma femme m'aide mais je préfère le faire moi-même* ».

Regardant la vente, la plupart des vendeuses/vendeurs préfèrent le faire eux-mêmes afin de préserver la relation de confiance avec la clientèle. Ils savent comment communiquer et interagir avec les clients qui peuvent parfois avoir des comportements difficiles à gérer.

« *Les clients sont à l'aise avec moi.* »

« *Il faut créer une relation de confiance avec les clients.* »

« *Souvent les clients ne sont pas faciles il faut être habituée.* »

« *Il faut fidéliser les clients.* »

#### 4.2.4. Approvisionnement en Sodabi

Les enquêtés ont cité les lieux d'approvisionnement où ils se ravitaillent en Sodabi à savoir : Kouve, Vogan, Anfoin, Zolo, Gbato, Tagbligbo, Tsevie, Gabe, Agbehouve, Kpalime, Agbelouhoum, Akpape, Zafi.

L'approvisionnement se fait dans la majorité des cas toujours aux mêmes endroits, sur les mêmes lieux afin de s'assurer de la qualité du Sodabi, respecter les règles d'hygiène, maintenir des habitudes de famille, s'appuyer sur une relation de confiance. Les lieux de ravitaillement sont souvent le milieu d'origine des vendeurs/vendeuses, où ils/elles ont des liens de parenté dans le respect de la tradition familiale.

« *Je m'approvisionne toujours aux mêmes lieux.* »

« *Je suis de Kouve, c'est là où je m'approvisionne.* »

« *Mon père est producteur, il me fournit la boisson.* »

« *Je connais les personnes qui le préparent c'est donc chez elles que je me ravitaille.* »

Comme souligné, les vendeurs/vendeuses se font aider par un membre de la famille. D'autres sont en contact direct par téléphone avec le producteur de Sodabi, « *Pour l'approvisionnement, je contacte directement le producteur par téléphone je lui envoie l'argent et lui me livre le Sodabi* ».

#### 4.2.5. Préparation des boissons alcoolisées (mélanges)

La préparation des boissons à base de *Sodabi* est une phase importante dans la vente de boissons alcoolisées traditionnelles. Chaque vendeur/vendeuse a ses spécificités, ses mélanges particuliers qui sont sa marque déposée. Ces mélanges sont le résultat d'un savoir-faire, de l'expérience acquise dans la famille, « *Je suis née à Vogan, je connais bien la qualité du Sodabi* ».

Le secret de ces préparations est jalousement gardé. La qualité du *Sodabi* et la particularité des mélanges permettent d'attirer et de fidéliser la clientèle. En général, la vendeuse prépare elle-même ses mélanges ou se fait aider par une personne expérimentée, « *Je me fais aider de ma grande sœur qui a plus de connaissances* ».

La qualité du *Sodabi* est essentielle. Elle repose sur la confiance dans le producteur qui livrera un alcool de bonne qualité. Elle permet de fidéliser la clientèle en particulier face au nombre croissant de plaintes des vendeurs et des clients concernant la mauvaise qualité des produits actuellement vendus. La qualité des boissons alcoolisées est donc très importante.

Les vendeurs ont cité certains signes qui permettent de vérifier la qualité du *Sodabi* :

- Ne fait pas mal à la tête.
- Ne brûle pas la gorge ni le cœur.
- A des effets diurétiques on urine beaucoup, on urine souvent.
- A une odeur pas trop piquante.
- A une couleur blanchâtre très particulière.

#### 4.2.6. Produits vendus

Les mélanges préparés et proposés évoluent selon les goûts des clients et la demande de la clientèle. Les mélanges évoluent avec le temps en fonction des préférences des clients. Chaque vendeur/vendeuse a sa marque déposée, ses mélanges spécifiques, « *Personnellement je vends 2 mélanges qui plaisent à ma clientèle* ».

### Encadré 13

#### **Quelques mélanges cités par les revendeuses**

Parmi les mélanges proposés, les vendeuses de *Sodabi* ont cité :

- ADAKO (anémie)
- ADIKOUBEKIN ADIKOUADOKOU
- ADONKO (Ghana)
- ALOMBO (Ghana)
- ANLINVI (plaies intestinales) AHLINVI
- BEKIN (prostate)
- BOKOFETRI (impuissance sexuelle)
- DANYIGBE
- DOMKPO (aphrodisiaque apprécié des clients)
- DOTE (gingembre maux de ventre, aphrodisiaque)
- EHEKE (plaies intestinales)
- EKEDEKE (foie... pour ceux qui mangent tard le soir)
- ESROU (plaies)
- ETSO (problèmes intestinaux)
- GINGEMBRE
- GUEDJI (mélange avec la drogue ???)
- HLINVI (problèmes gastriques)
- KANABOUA
- KENKELIBA (fatigue)
- KEREKERE (indigestion)
- MAHOGUEME (fatigue) MAHOGUINI
- MAVOQUEN
- MELONKOU
- MORINGA
- NIMON
- TSIGBE (citronnelle)
- WOULASSIWA ou WANLASSIWA
- 4 heures du matin (faiblesse sexuelle)

Certains vendeurs/vendeuses disent mélanger le *Sodabi* avec des boissons alcoolisées importées : Cassera, Rush, vin rouge, sangria et ce pour atténuer le goût, diminuer l'odeur forte du *Sodabi* et pour diluer le taux d'alcool.

A propos des substances psycho actives (drogues), les vendeurs/vendeuses reconnaissent qu'il existe une demande.

« *Certains clients viennent demander du mélange avec cannabis.* »

« *Certains vendeurs offrent ces mélanges.* »

*« Je sais que cela existe mais je ne le fais pas. »*

Ils expliquent leurs craintes à préparer les mélanges *Sodabi* avec des substances psycho actives à cause du caractère illégal et/ou de la dangerosité de ces produits.

*« Je ne le prépare pas car c'est interdit par la loi. »*

*« Je ne le fais pas c'est trop dangereux pour la santé. »*

#### 4.2.7. Clientèle

##### 4.2.7.1. Nombre

Les enquêtés dans leur majorité notent une augmentation du nombre de consommateurs.

*« Aujourd'hui les personnes consomment beaucoup plus qu'autrefois. »*

*« Il y a une augmentation générale de la consommation. »*

Dans le même temps, les vendeurs enregistrent toutefois une diminution de leur clientèle due au nombre croissant voire pléthorique de vendeurs.

*« Le nombre de mes clients a beaucoup diminué. »*

*« La clientèle est en baisse à cause du nombre croissant des lieux de vente. »*

Le nombre moyen de clients enregistrés est évalué entre 30 et 35 clients par jour. Le nombre le plus bas est de 10 clients par jour, le nombre le plus élevé cité par les personnes de l'échantillon est de 50 clients par jour.

##### 4.2.7.2. Régularité

Les personnes interrogées évoquent la fidélité des clients avec une majorité d'habitues et un nombre plus limité de clients occasionnels. La fidélité de clients s'explique par la qualité du produit proposé et l'adéquation avec le goût de la clientèle.

*« Il y a beaucoup d'habitues. »*

*« Les clients sont fidèles, ils savent qu'ils pourront trouver un Sodabi de qualité qui leur convient. »*

La consommation occasionnelle est surtout enregistrée lors de cérémonies familiales ou traditionnelles, *« Il y a des occasionnels surtout s'il y a un décès ou un évènement familial »*.

#### 4.2.7.3. Sexe

Les enquêtés assurent que la clientèle est surtout masculine, « *Parmi les clients, il y a plus d'hommes que de femmes* ».

Ils notent cependant une augmentation des clientes femmes, celles-ci ont plutôt tendance à acheter la boisson et à la consommer à leur domicile pour éviter la stigmatisation et le jugement social, « *Les femmes consomment mais la plupart d'entre elles ne consomment pas sur place elles prennent à apporter* ».

#### 4.2.7.4. Age

Les clients sont en général des hommes adultes d'un certain âge avec une moyenne d'âge entre 30 et 55 ans, « *Mes clients sont des hommes chefs de famille* ».

Les personnes interrogées précisent que les jeunes deviennent de plus en plus nombreux dus à certains facteurs tels que les soucis liés au manque de travail et d'espoir en l'avenir, une société plus permissive, le suivisme et l'imitation, l'évolution des styles de vie.

Quant aux enfants, les parents, les familles les envoient acheter des boissons alcoolisées. Si certains vendeurs acceptent de vendre les boissons alcoolisées aux enfants lorsqu'ils sont envoyés, d'autres refusent de vendre de l'alcool aux enfants estimant que cela est préjudiciable à leur éducation.

#### 4.2.7.5. Situation socio professionnelle

Les clients font partie de toutes les catégories sociales avec une diversité de professions.

« *Retraités, fonctionnaires, enseignants, conducteurs, taxi moto, chômeurs, étudiants.* »

« *Parmi mes clients il y a tous les métiers.* »

« *Mes clients ont toutes les professions. Il n'y a pas de distinction de classes.* »

La consommation de boissons alcoolisées traditionnelles est financièrement très accessible ce qui explique que les clients soient issus de toutes les classes sociales, « *Mes clients font partie de toutes les franges de la société dont ceux qui n'ont pas d'argent pour se payer de la bière* ».

#### 4.2.7.6. Ethnie

Selon les témoignages des vendeurs/vendeuses, les clients sont en majorité d'ethnie Ewe ou Kabyè.

#### 4.2.8. Modalités de vente

La vente du *Sodabi* se fait en gros lors des cérémonies et des évènements mais la plupart du temps la vente se fait au détail.

Selon les personnes interrogées, la majorité (environ les deux tiers) des clients consomment sur place pour profiter de l'ambiance, pour retrouver des amis et des connaissances, pour éviter les récriminations de la famille. Ils consomment en général en groupes.

« *Certains consomment sur place pour l'ambiance, pour parler avec les autres.* »

« *La plupart des clients consomment sur place.* »

D'autres consommateurs (environ un tiers de la clientèle) préfèrent emporter le *Sodabi* à domicile afin de le consommer avant de manger. Dans la perception traditionnelle, les boissons alcoolisées à base de *Sodabi* ouvrent l'appétit et facilitent la digestion. Certains usagers préfèrent consommer en famille, avec leur épouse ou leur partenaire ou veulent plus de discrétion.

Les heures de la journée varient et sont très extensibles en fonction des clients. Les vendeurs commencent très tôt la journée car certains clients veulent boire le matin à l'aube avant de commencer le travail, « *Certaines viennent très tôt. Pour bien commencer leur journée... prendre de la force et être prêts pour travailler* ».

Dans la journée, la clientèle est surtout composée de retraités, de chômeurs, de jeunes diplômés sans emploi, d'étudiants.

D'autres consommateurs préfèrent fréquenter les lieux de consommation après la journée de travail vers 17 heures, 18 heures pour se détendre, « *Mes clients aiment venir après le travail, ils ont du temps libre* ».

D'autres enfin ont l'habitude de consommer l'alcool plus tard en soirée et ce jusqu'à 22 heures, 23 heures. Les clients jouent aux cartes ou à d'autres jeux de société.

« *Quelques clients viennent le soir après 20 heures, il y a plus d'ambiance.* »

« *Je vends le Sodabi de 5 heures 30 le matin à 22 heures 30 le soir.* »

Les vendeurs/vendeuses expliquent qu'il y a des moments forts dans l'année au cours desquels les clients sont plus nombreux :

- Durant les saisons froides (Harmattan, mousson).
- Durant les périodes de fêtes notamment les fêtes de fin d'année.
- Lors des cérémonies familiales, sociales ou religieuses.

En général, les clients aiment les lieux animés où il y a de l'ambiance mais ils privilégient aussi les endroits discrets, protégés, loin des passages, loin de la route, loin des regards d'où l'expression « *Rideau Blanc* ».

Les vendeurs/vendeuses disent entretenir de bons rapports avec leurs clients basés sur une relation de confiance, de bienveillance, de proximité et sur un savoir-faire, « *Les clients sont parfois impatients, ils sont pressés d'être servis. Il faut savoir les prendre* ».

Le savoir-faire s'impose surtout lorsque les clients sont en état d'ébriété.

« *Les clients au début sont calmes polis au fur et à mesure qu'ils boivent ils racontent des histoires certains vont jusqu'à s'insulter, se quereller. Il faut savoir y faire.* »

« *Après consommation, les clients parlent beaucoup. L'alcool délie les langues. Il faut surtout éviter les bagarres.* »

#### 4.2.9. Revenus et dépenses

La vente de *Sodabi* constitue un métier rentable qui génère des ressources, d'où comme déjà souligné la présence d'hommes dans le métier Les revenus dépendent du nombre de clients, du prix d'achat du *Sodabi* aux lieux d'approvisionnement, des produits utilisés pour les mélanges et des événements (fêtes et cérémonies).

« *Le métier m'aide à subvenir à mes besoins et à ceux de ma famille.* »

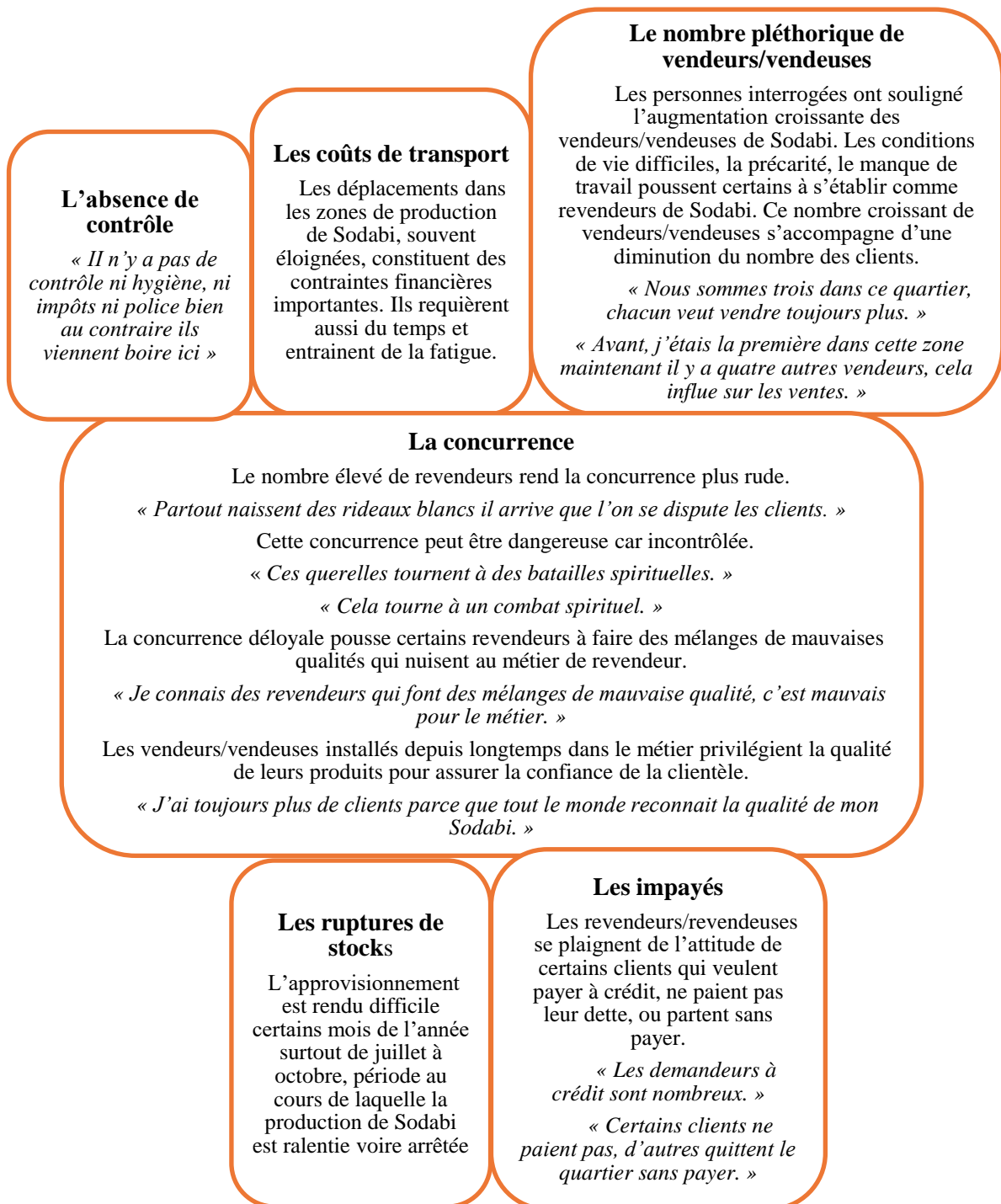
« *Les revenus augmentent avec les fêtes, les cérémonies par exemple s'il y a des funérailles dans le quartier ou si des personnes se marient.* »

Les revenus générés par les vendeurs s'élèvent en moyenne à 100 000 FCFA par mois avec pour les plus bas revenus 40 000 FCFA et pour les plus élevés 190 000 FCFA

Les dépenses se répartissent entre le loyer, le transport pour l'approvisionnement, l'achat des ingrédients et produits à mélanger, l'achat des bouteilles et autres matériels, à cela s'ajoutent les pertes (bouteilles cassées, *Sodabi* versé.)

#### 4.2.10. Difficultés rencontrées

Parmi les contraintes rencontrées dans l'exercice de leur métier, les personnes enquêtées ont cité :





### 4.3. Les thérapeutes traditionnels

#### 4.3.1. Profil des thérapeutes

- **Dénomination**

Les noms donnés aux thérapeutes varient.

« *Les noms diffèrent selon chacun ; pour certains, “égbéto” ; pour d’autres “atikéwola” et pour d’autres encore “amagbéwola”.* »

Certains thérapeutes portent un surnom, un nom spécifique qui lui est propre.

« *Mes clients m’appellent “ Le Redoutable” à cause de l’efficacité des services que je leur rends.* »

- **Apprentissage du métier**

Les thérapeutes enquêtés expliquent que l’exercice de leur métier est le plus souvent dû à un don, une révélation.

« *La vocation divine est essentielle* ».  
« *C’est une question de don* ».

D’autres affirment avoir appris le métier de leurs proches

« *J’ai appris ce métier avec mon père* ».  
« *Depuis mon enfance, ma grand-mère exerçait ce métier* »

Ou s’être formés auprès de tradipraticiens plus expérimentés.

« *J’ai fait une petite formation auprès des vieux thérapeutes* »  
« *Il va falloir que toi-même tu puisses te reconnaître et te former après* »

- **Genre**

Le métier de thérapeute est aujourd’hui en majorité exercé par des hommes. A la question de savoir si les femmes exercent la fonction de tradipraticien, un enquêté répond :  
« *En Dieu, il n’y a pas hommes et femmes, donc les femmes aussi peuvent exercer ce métier* ».

Il continue en disant

« *Les femmes d’un certain âge exerçaient plus ce métier dans le passé* ».

D’autres enquêtés confirment

« *Avant c’est ce métier que les grands-mères exerçaient plus que les hommes, mais de nos jours, les hommes le pratiquent* ».

#### 4.3.2. Utilisation de l'alcool par les tradipraticiens

L'alcool est utilisé par les tradipraticiens à plusieurs fins :

- ***Pour conjurer un mauvais sort***

*« Particulièrement, l'alcool me permet de conjurer certains mauvais sorts jetés à des personnes qui viennent chez moi pour leur traitement ».*

- ***Pour avoir la bénédiction des ancêtres et divinités***

*« L'alcool fait partie toujours de mes rituels, car je prie les divinités avant de commencer toute activité. Elles doivent me donner leur accord (Dagbé) gage de la réussite de mon traitement ».*

- ***Pour préparer les médicaments traditionnels***

Les thérapeutes utilisent l'alcool *Sodabi* dans les produits thérapeutiques car selon eux, l'alcool est un élément indispensable. En effet, l'alcool a la propriété d'extraire des plantes des substances aux propriétés curatives, chaque plante ayant sa spécificité.

*« J'utilise des herbes, des écorces et racines d'arbres, de l'eau et de l'alcool comme médicament. »*

Les maladies qui nécessitent, d'après les thérapeutes, des préparations à base d'alcool sont nombreuses par exemple : *« Les problèmes de digestion, les plaies internes, les problèmes d'impuissance et de faiblesses sexuelles, les infections chez les femmes ».*

De plus, les types de plantes ou autres substances qui rentrent dans les préparations à base d'alcool sont nombreuses. A titre d'exemple, les enquêtés citent : les feuilles de maïs, le neem, le moringa, les clous de girofle, le gingembre, *Adikou, Atikpa, hlinvi, nimon*, les herbes pour les faiblesses sexuelles...

- ***Lieux d'approvisionnement de l'alcool***

La qualité de l'alcool est très importante.

*« Je n'utilise plus trop le Sodabi à cause de la mauvaise qualité des boissons locales produites à Lomé qui sont souvent mélangées avec d'autres produits qui peuvent mettre en danger les patients ».*

*« Il faut être sûr de la qualité de l'alcool qui est utilisé ».*

Les thérapeutes font très attention à la provenance de l'alcool qu'ils utilisent, « *Si la préparation doit être faite à base du Sodabi, je me rends dans mon village au Bénin pour aller l'acheter à la source chez le producteur en qui j'ai confiance* ».

Certains thérapeutes disent acheter eux-mêmes les palmiers et produire le Sodabi avec lequel ils préparent leurs produits.

Pour contrôler la qualité de l'alcool (Sodabi), les thérapeutes utilisent certaines techniques, « *Je prends un peu de sodabi que je verse dans le feu ; s'il brûle comme de l'essence alors ce n'est pas du vrai* ».

- ***Lieux, moments et temps de préparation***

D'après les enquêtés, il n'y a pas de moment et de lieu privilégiés pour préparer les produits.

« *Moi, je prépare mes produits à n'importe quel moment et partout* » « *C'est l'appel de Dieu, on n'a pas besoin d'un moment précis pour le faire* ».

« *Si par exemple on amène un patient chez toi pour que tu le guérisses, tu diras que ce n'est pas le moment de préparer le produit qu'il lui faut et tu le laisseras mourir ?* »

« *Je prépare mes produits quand le besoin se fait sentir. Je n'ai pas de temps fixe pour cela* ».

- ***Efficacité des produits***

Les thérapeutes affirment que leurs produits sont efficaces.

« *Oui, mes produits sont efficaces* » « *Ce n'est pas pour me vanter mais les gens viennent en témoigner* » « *On m'offre des cadeaux de reconnaissance* » « *Ce pague est le cadeau d'un couple qui avait des problèmes à avoir des enfants. Après utilisation du produit que je leur ai préparé, la femme a accouché des jumeaux* ».

Certains enquêtés affirment que les produits fabriqués localement sont plus efficaces que les produits pharmaceutiques importés. D'autres avouent que parmi les thérapeutes il y a parfois des charlatans.

« *Ce qui rend douteux l'efficacité des produits locaux faits à base de plantes c'est qu'il y a de faux praticiens qui jettent du discrédit sur le métier et compromettent sérieusement son avenir* ».

- **Conservation des produits**

Selon les thérapeutes, les produits sont conservables en prenant certaines dispositions particulières, « *A chaque produit sa durée et ses conditions de conservation* ».

Ils expliquent qu'après une durée déterminée, certains produits perdent de leur efficacité, « *Certains produits, dépassés leurs délais, ne peuvent plus être utilisés car ils auront perdu leurs qualités curatives* ».

- **Restrictions et interdits**

Il y a certains traitements qui ne sont administrés qu'aux personnes de plus de 18 ans. Toutefois, dans la plupart des cas les traitements sont accessibles à tout le monde même ceux à base d'alcool car d'après les thérapeutes il n'y a pas de risque, « *C'est une question de dosage des produits* ». Selon les enquêtés, il y a de produits spécialement réservés aux femmes (produits pour infections ou douleurs menstruelles) et d'autres spécialement réservés aux enfants.

En ce qui concerne les interdits liés à la consommation de ces produits à base d'alcool, il est à noter qu'il en existe relatifs à certains produits. Ainsi, selon un enquêté certains aliments comme le gari, les œufs, le manioc, le sucre, la bière... ne doivent pas être consommés lors de l'utilisation des produits à base d'alcool car cela peut avoir un impact sur le fonctionnement du foie.

- **Coût des produits**

D'après les enquêtés, le prix des produits varie entre 1000 FCFA et 30.000FCFA.

« *La préparation de mes produits va de 2000 FCFA à 15 0000 FCFA selon la rareté des herbes et des produits nécessaires à la préparation (hlinvi 2000 FCFA, nimon ou d'autres produit 8000 FCFA.).* »

#### 4.3.3. Clientèle

En ce qui concerne la clientèle, il demeure difficile pour les enquêtés de donner le nombre des clients reçus. En effet, cela varie en fonction de la demande et des circonstances, « *Beaucoup de personnes viennent chez moi, je ne peux pas estimer un nombre fixe* ».

D'après les enquêtés, parmi les clients on distingue les habitués et les clients occasionnels. On remarque aussi que les hommes viennent plus que les femmes. Ces clients sont de toutes catégories et origines confondues, « *Dans ma maison où je traite des malades, les catégories*

*de personnes qui arrivent sont des hommes, des femmes, des jeunes et des adultes, des cadres, des jeunes diplômés, etc. ».*

Les thérapeutes disent avoir des clients de toutes sortes, nationaux comme internationaux, de diverses classes sociales, de provenance ethnique multiple et de tout genre.

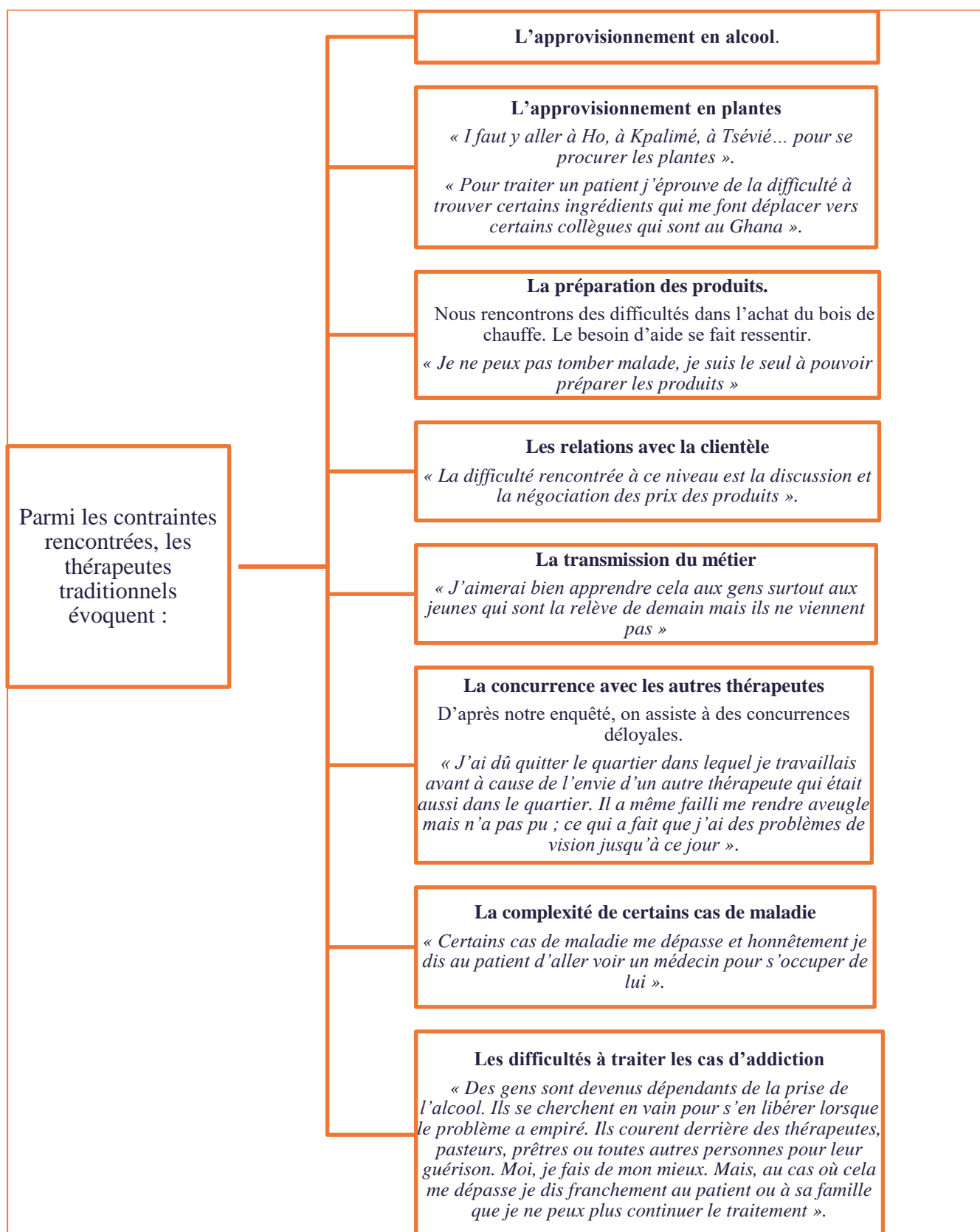
D'après les personnes enquêtées, les clients viennent pour divers besoins :

- Besoins de santé : Diabète, tension, hémorroïde, les maladies mentales (par exemple : la folie, l'épilepsie)
- Besoins spirituels : Envoutements, sorcellerie, etc...
- Besoins personnels et/ou familiaux : Espacement des naissances, problèmes conjugaux, difficultés d'insertion professionnelle ou encore recherche de visa.
- Certains clients viennent aussi pour des problèmes d'addiction, *« Je reçois aussi souvent en conseil et thérapie des personnes qui s'adonnent outre mesure à l'alcool ».*

La demande évolue. A ce propos, les enquêtés expliquent, *« La clientèle a diminué de nos jours à cause des problèmes financiers et du manque de moyens dans notre pays ».*

La dépréciation du métier est aussi soulignée, *« Les gens n'aiment pas ce métier parce qu'ils pensent que c'est inutile et pas rentable. Ils pensent que c'est tout ce que le blanc nous apporte qui est meilleur ».*

#### 4.3.4. Difficultés rencontrées dans l'exercice de l'activité



## **4.4. Les religieux (Prêtre vaudou)**

### 4.4.1. Rôle et profil

#### **Témoignage**

*« Mon rôle en tant que prêtre vodou est d'apporter des solutions et de guérir des maladies d'origine spirituelle. Souvent, les gens viennent me voir avec tout type de problème comme des cas de maladies que l'hôpital ne peut pas traiter et moi je consulte mes fétiches et je leurs trouve des solutions. Les gens viennent aussi à moi avec des problèmes de foyer et de mariage. On m'appelle souvent HOUNON ou les gens m'appellent par mon petit nom Pélé.*

*J'exerce ce métier depuis plus de 18 ans C'est un travail à plein temps mais les lundis et les vendredis constituent mes jours de repos.*

*J'ai été initié à ce travail par ma mère qui était détentrice de la divinité (thrôn mégan). Je l'assistais dans les cérémonies et les réunions c'est comme cela moi aussi j'ai appris le métier et le savoir-faire. En fait c'est mon petit frère que la divinité avait choisi au départ mais comme il est aux USA j'assure son intérim en attendant qu'il rentre c'est pourquoi les grandes cérémonies comme Pétatrotro je n'ai pas d'habilitation pour le faire. »*

### 4.4.2. Utilisation des produits alcoolisés

#### **Témoignage**

*« Dans toutes nos cérémonies nous utilisons les boissons alcoolisées de tout genre en l'occurrence le sodabi la boisson de nos ancêtres et Golden dry gin à bouchon rouge.*

*Pour le sodabi je m'approvisionne à Ahavé dans le village de ma femme, j'ai un confrère prêtre vodou (kpétonoudékè) qui me paie du bon sodabi dans la région chez les producteurs qu'il connaît personnellement.*

*Comme je le disais on utilise le sodabi la boisson locale et les boissons alcoolisées importées comme golden dry gin, schnaps. La boisson la plus importante reste néanmoins le sodabi qui est la boisson de nos ancêtres, les autres boissons c'est pour ceux qui n'arrivent pas boire le sodabi mais en aucun cas on ne peut faire une cérémonie en l'absence du sodabi.*

*Moi je n'utilise pas de mélange dans mes processus de traitement puisque j'utilise uniquement le sodabi et les autres boissons uniquement que pour prier, pour invoquer les ancêtres au début et à la fin des cérémonies. Les gens promettent parfois des litres de sodabi ou des bouteilles de boissons importées à Thrôn mégan (la divinité) en guise de reconnaissance pour ses bienfaits.*

*Moi je ne fabrique pas des produits à base d'alcool et d'herbe je suis plus dans le côté spirituel donc on n'utilise pas des mélanges, ni aucun produit que ce soit. »*

#### 4.4.3. Perception de l'alcool

##### **Témoignage**

*« L'alcool a une valeur symbolique. Le sodabi symbolise notre héritage culturel et ancestral c'est pourquoi nous l'appelons « Ahoévia » ce qui signifie de chez nous. Les boissons alcoolisées importées viennent en appui au sodabi juste pour ceux qui viennent de l'extérieur qui n'arrivent pas à consommer le sodabi.*

*Il ne peut jamais avoir concurrence entre les boissons alcoolisées locales en l'occurrence le sodabi avec les boissons alcoolisées importées parce que le rôle que le sodabi joue dans nos pratiques et nos cérémonies ces boissons ne pourront jamais le remplir ».*



## 5. Etude socio linguistique

### 5.1. Analyse des termes recueillis selon la source ou la provenance

Les termes ont été principalement recueillis auprès des consommateurs, revendeurs et revendeuses ainsi qu'auprès des producteurs

N°	Termes	Transcription	Consommateurs	Revendeurs(es)	Producteurs
1.	<b>Abima koumakou</b>	abi makumaku	•	•	
2.	<b>Abinol</b>	abinol	•		
3.	<b>Accro</b>	akɔo	•		
4.	<b>Adako</b>	àɖakó	•	•	•
5.	<b>Adetete</b>	aɖetete	•	•	
6.	<b>Adetene</b>	aɖetene	•	•	
7.	<b>Adiku</b>	àɖikú	•	•	•
8.	<b>Adodoea</b>	adodoeá	•	•	•
9.	<b>Adome moutike</b>	adome mutike	•	•	
10.	<b>Adomenú</b>	àɖo mè nú	•	•	
11.	<b>Aduwodzi</b>	áɖuwódzi	•	•	•
12.	<b>Adzafi</b>	adzafi	•	•	
13.	<b>Adzago</b>	adzago	•	•	•
14.	<b>Afokpamiɛ</b>	afɔkpamiɛ	•	•	
15.	<b>Afon aɖe</b>	afõ aɖe	•		
16.	<b>Africadzin</b>	afɛikadzĩ ou afɛikadzɛn	•	•	
17.	<b>Afrikagbé</b>	afɛikagbe	•	•	•
18.	<b>Agbanleur</b>	agbãlɛɛ	•		
19.	<b>Agbãnon</b>	agbãno	•	•	
20.	<b>Agbɛbeti</b>	agbɛbeti	•	•	•
21.	<b>Aha</b>	axa	•	•	•

22.	<b>Aha base</b>	axa baz	•	•	•
23.	<b>Ahadape</b>	axaɖafé		•	•
24.	<b>Ahago</b>	axago	•	•	•

N°	Termes	Transcription	Consommateurs	Revendeurs(ses)	Producteurs
25.	<b>Ahahéa</b>	axaxea	•		
26.	<b>Aha kpapé</b>	axa kpapé	•	•	•
27.	<b>Ahanoupe</b>	axanufé	•	•	•
28.	<b>Ahanula</b> ou <b>Ahanuto</b>	axanulá ou axanuto	•	•	•
29.	<b>Ahanuvi</b>	Axanuvi	•		
30.	<b>Ahasato</b>	axasato	•	•	
31.	<b>Ahato</b>	axato	•	•	•
32.	<b>Ahoévia</b> ou <b>Apévia</b>	ahoévi ou aféviá	•	•	•
33.	<b>Ahati</b>	axati	•		
34.	<b>Akayi</b>	àkáji	•	•	
35.	<b>Aklala</b>	aklalá	•	•	
36.	<b>Akouakoua</b>	akuakua	•	•	•
37.	<b>Akpavi noutodzin</b>	akpavi nutodze ou akpavi nutodzĩ	•	•	
38.	<b>Akpɛtɛchi</b> ou <b>kɛtɛchi</b>	akɛtɛʃi ou kɛtɛʃi	•	•	•
39.	<b>Alogovi</b>	alogovi	•		
40.	<b>Amètabioha</b>	amètábioxha	•	•	•
41.	<b>Aminon</b>	aminɔ	•	•	
42.	<b>Amito</b>	amito	•	•	
43.	<b>Ango</b>	ãgo	•	•	•
44.	<b>Ankara</b>	ãkara	•	•	
45.	<b>Anoagbanme</b>	anoagbãme	•	•	
46.	<b>Apéritif</b>	apɛritif	•	•	•
47.	<b>Apéro</b>	apɛro	•	•	•

48.	<b>Aplosi</b>	áfłosi	•	•	•
49.	<b>Atakou be kin</b>	Ataku be ken	•	•	•
50.	<b>Atavia</b>	atavia	•	•	
51.	<b>Atikédzi</b>	atikèdži	•	•	•
<b>N°</b>	<b>Termes</b>	<b>Transcription</b>	<b>Consommateurs</b>	<b>Revendeurs(ses)</b>	<b>Producteurs</b>
52.	<b>A tsi zo</b>	á tšĩ zo	•	•	•
53.	<b>Atsukpanvi</b>	atšukpãvi	•	•	•
54.	<b>Ayodzi</b>	ajodži	•	•	•
55.	<b>Azangbe</b>	azãgbe	•	•	•
56.	<b>Base</b>	baz	•	•	•
57.	<b>Bebevi</b>	bebevi	•	•	
58.	<b>Besisan</b>	besisã ou besisã	•	•	•
59.	<b>Bidon</b>	bidon	•	•	•
60.	<b>Biewó</b>	bijewó	•	•	•
61.	<b>Biewonu</b>	biewonu	•	•	•
62.	<b>Biéwovia</b>	bjewoviá	•	•	•
63.	<b>Bissap</b>	bisap	•	•	•
64.	<b>Cadavéré</b>	ka.da.ve.ɛe	•	•	
65.	<b>Clair</b>	kleɾ	•		
66.	<b>Danyigbe</b>	dãɲigbé ou dãjĩgbé	•	•	•
67.	<b>Dejau</b>	dezo	•	•	•
68.	<b>Dekade</b>	dèkadé	•	•	
69.	<b>Dekonou</b>	dekɔn	•	•	•
70.	<b>Do deka nam</b>	do dèka nam	•	•	
71.	<b>Dotédzi</b>	dotɛdži	•	•	•
72.	<b>Dzogbesui</b>	dzogbeswi	•	•	•
73.	<b>Dzogledo</b>	dzogleɖo	•	•	
74.	<b>Edala</b>	édàlá	•	•	
75.	<b>Edape</b>	édàfé	•	•	•
76.	<b>Eqikui</b>	édikwi	•	•	
77.	<b>Edoa</b>	edoa	•	•	•

78.	<b>Edoame</b>	edoame	•		
79.	<b>Edoe tukada</b>	édoé tʃukáǵá	•	•	•
80.	<b>Edotɔ ou Edola</b>	édotɔ ou édolá	•	•	•
81.	<b>Eduta ?</b>	édutâ ?	•	•	•
N°	Termes	Transcription	Consommateurs	Revendeurs(ses)	Producteurs
82.	<b>Edzo</b>	édzɔ	•	•	•
83.	<b>Eǵepoha</b>	eǵeǵoxa	•	•	•
84.	<b>Eǵiodzi</b>	èǵiodzi	•	•	•
85.	<b>Eǵoui</b>	éǵlwi	•	•	
86.	<b>Eǵbansi</b>	éǵbāsi	•	•	
87.	<b>Eǵblé</b>	éǵble	•	•	•
88.	<b>Eǵbodzo</b>	éǵbɔdɔ	•	•	
89.	<b>Eǵogavi</b>	éǵogavi	•	•	•
90.	<b>Eǵlinvi</b>	exlīvi ou xlīvi	•	•	•
91.	<b>Ekpala Ekpato</b>	ékpàlá ou ékpàtɔ	•	•	•
92.	<b>Ekpalagbɔ</b>	ékpàlágɔ	•	•	•
93.	<b>Ekuiɔ</b>	ékwivɔ	•	•	•
94.	<b>Ekukɔnu</b>	ekukɔnu	•	•	•
95.	<b>Ekula</b>	ékulá	•	•	•
96.	<b>Ekulawo</b>	ékuláwo	•	•	•
97.	<b>Eleagbandzi</b>	eleagbādɔ	•	•	
98.	<b>Eleagbanme</b>	éleagbāmè	•	•	
99.	<b>Elèamimè</b>	élèamimè	•	•	
100.	<b>Elegbedzi</b>	élegbedzi	•	•	•
101.	<b>Eléhuoin nyuede</b>	Elé xuen ɲweǵe		•	•
102.	<b>Elesia</b>	élèsia	•	•	•
103.	<b>Elesidzi</b>	élèsidzi	•	•	•
104.	<b>Elésimé</b>	élèsimè	•	•	•
105.	<b>Eletɔdzi</b>	életɔdzi	•	•	
106.	<b>Eléɔ</b>	élévɔ	•	•	
107.	<b>Elezomè</b>	élèzomè	•	•	•

108.	<b>Emu</b>	Emu	•	•	•
109.	<b>Emuaha ou Emoui</b>	émuaxa ou Emwi	•	•	•

N°	Termes	Transcription	Consommateurs	Revendeurs(ses)	Producteurs
110.	<b>Enoupé ou Aha noupé</b>	énufé ou axa nufé	•	•	•
111.	<b>Enula</b>	enulá	•	•	•
112.	<b>Enusi</b>	énusi	•	•	
113.	<b>Enuwodzi</b>	enuwodzí	•	•	•
114.	<b>Eplosi</b>	éflɔsi		•	•
115.	<b>Esala ou Esato</b>	ésálá ou ésàto	•	•	•
116.	<b>Esi</b>	esi	•	•	•
117.	<b>Esià</b>	esià	•	•	•
118.	<b>Esihe</b>	esixé	•	•	•
119.	<b>Esihea</b>	esixéá	•	•	•
120.	<b>Esikodɛha ou sikodɛha</b>	esikɔdɛxa ou sikɔdɛxa	•	•	•
121.	<b>Esikula</b>	esikulá	•	•	•
122.	<b>Esile</b>	èsile	•	•	•
123.	<b>Esito</b>	esito		•	•
124.	<b>Eso ou Etso</b>	èsó ou èt	•	•	•
125.	<b>Esodzi</b>	esódzi	•	•	•
126.	<b>Esoka</b>	ésòkà		•	•
127.	<b>Esrudzi</b>	èsrudzi	•	•	•
128.	<b>Etchogbe</b>	eʃɔgbe	•	•	•
129.	<b>Etieme</b>	étiémè	•		
130.	<b>Etsi dzodzodzoé</b>	eʃi dzo dzo duɛ	•	•	
131.	<b>Etsi simé</b>	éʃi simè	•	•	•
132.	<b>Ewodzi</b>	ewodzi	•	•	•
133.	<b>Ehɔ afɔlesi</b>	éxɔ afɔ lè ési	•	•	•
134.	<b>Ehekin</b>	èxéken	•	•	•

135.	<b>Eyitadji</b>	éjitadzi	•	•	
136.	<b>Fofonti ha</b>	fofonti xa	•	•	•
137.	<b>Foude</b>	fudè	•	•	•
138.	<b>Foulani</b>	fulani	•	•	
N°	Termes	Transcription	Consommateurs	Revendeurs(ses)	Producteurs
139.	<b>Garde-à-vous</b>	gaʁ.da.vu	•	•	
140.	<b>Gbagba</b>	gbagba	•	•	
141.	<b>Gbagbati</b>	gbagbati	•	•	
142.	<b>Gbegble</b>	gbegble	•	•	•
143.	<b>Gbegbledrom</b>	gbègbledrom	•		
144.	<b>Gédzi ou Under ou Cover</b>	gedzi āda ou cɔvæɾ	•	•	•
145.	<b>Héa</b>	xea	•	•	
146.	<b>Hibiscus</b>	ibiskʉs	•	•	
147.	<b>Honhoin</b>	xɔxuɛn	•	•	
148.	<b>Honkpatcha</b>	xɔpatʃa	•	•	•
149.	<b>Je suis présent</b>	ʒə sɥi pʁɛzɑ̃	•		
150.	<b>kakoe</b>	kákwé	•		
151.	<b>Kar, Quart ou Karvi, quartvi</b>	kaR ou kaRvi	•	•	•
152.	<b>Kɔvéyidzi</b>	kɔvejidzi	•	•	
153.	<b>Kindéke</b>	kɛndɛkɛ	•	•	•
154.	<b>konkonvi</b>	kɔnkɔnvi	•	•	•
155.	<b>Kpayoa</b>	kpaɔá	•	•	
156.	<b>Ku deka nam</b>	ku dɛka nam	•	•	
157.	<b>kudekavi</b>	kuɔɛkavi	•	•	
158.	<b>Kukuɔèha</b>	kukuɔèxa	•	•	•
159.	<b>Kular</b>	kulaR	•	•	
160.	<b>Kunu deka nam</b>	kunu dɛka nam	•	•	•
161.	<b>Lelegbleati</b>	lelegbleati	•	•	•
162.	<b>Lita</b>	lita	•	•	•
163.	<b>Mapouka</b>	mapuka	•	•	•
164.	<b>Mawugen</b>	mawugen	•	•	•

165.	Mɔfɔ	mɔfɔ	•	•	
166.	Mia ku sia	miá ku sia	•	•	

N°	Termes	Transcription	Consommateurs	Revendeurs(ses)	Producteurs
167.	Mia le afu	miá le afu	•		
168.	Mia plo si	miá flɔ si	•	•	•
169.	Mia yi nui	miá ji nɔi	•	•	•
170.	Mia zan sia	miá zã sia	•	•	•
171.	Moringa	morenga ou morĩga	•	•	•
172.	N'kéméa	ɲ'keméá	•	•	•
173.	N'kuatrɔ	N'kwatrɔ	•	•	•
174.	N'kudzín	n'kudzĩ ou n'kudzɛn	•	•	•
175.	Noudouha	nuɖuxa	•	•	•
176.	Nougodoha	nugodoxa		•	•
177.	Noutodzin	nutodzɛn ou nutodzĩ	•	•	•
178.	Nukuabian ou nukouadane	ɲkwabiã ou ɲkwabia ɲkwaɖane	•	•	•
179.	Nuto dzoloe	Nuto dzrolwé	•	•	
180.	Nyɔnu	ɲɔnu	•	•	
181.	Nyisɔvi	ɲisɔvi	•	•	
182.	Paipai	pajpaj	•		
183.	Parfum	paɪfæn	•	•	
184.	Petit déjeuner	peti dezɔne	•	•	
185.	Pitters	pites ou bites	•	•	•
186.	Plingotame	plengotame ou plĩgotame	•	•	•
187.	Rideau blanc	ɪido blã	•	•	•
188.	SDB	esbede	•	•	

189.	<b>Sikɔdeha</b>	sikɔdɛxa	•	•	•
190.	<b>Sileha</b>	silexa	•	•	•
191.	<b>Simadzelinvi</b>	simadzɛlɛn	•	•	•
192.	<b>So that be</b>	so ɸat bi	•	•	•

N°	Termes	Transcription	Consommateurs	Revendeurs(ses)	Producteurs
193.	<b>Sodabi</b>	soɖabi	•	•	•
194.	<b>Sodabi sala</b>	soɖabi sala	•	•	•
195.	<b>Sodabito</b>	soɖabito	•	•	•
196.	<b>Sodalor</b>	soɖalɔr	•	•	
197.	<b>Soglankpo</b>	soglɛkpo	•	•	
198.	<b>Sotoni</b>	sotoni	•	•	
199.	<b>Sronɖeha</b>	srɔ̃ɖɛxa	•	•	•
200.	<b>Super</b>	sɥpɛɛ	•	•	
201.	<b>Swingueur</b>	swɪgɛr	•		
202.	<b>Taco taco</b>	tako tako	•	•	•
203.	<b>Tango Tango</b>	tãgo tãgo	•	•	
204.	<b>Tchenguèlenguè</b>	tʃɛgɛlɛgɛ	•		
205.	<b>Togbe adito</b>	tɔgbe aɖito	•	•	
206.	<b>Tolè sɔmè</b>	tolèsɔmè	•	•	•
207.	<b>Toutou Boumboum</b>	tutu bumbum	•	•	•
208.	<b>Tsigbé</b>	tʃigbé	•	•	•
209.	<b>Woewoe liwoe</b>	Wuewue liwue	•		
210.	<b>Woezon</b>	wezo	•	•	
211.	<b>Wuitivi</b>	witivi	•	•	•
212.	<b>Yovo</b>	jòvó	•		
213.	<b>Yovovi</b>	jòvóvi	•	•	
214.	<b>Zota</b>	zota	•	•	•
215.	<b>Zozo</b>	zozo	•	•	•
216.	<b>Zozoa</b>	zozoa	•	•	•



## 5.2. Analyse morphosyntaxique et socioculturelle de la terminologie des boissons alcoolisées locales (Sodabi)

N°	Termes	Interprétations
1.	<b>Abi akumaku</b>	<p><b>/abi makumaku/</b> (expression Ewé)</p> <p>Cette expression est formée de trois monèmes <b>/abi/=</b> plaie, <b>/maku/</b> et <b>/maku/=</b> qui veut dire « <i>incicatrisable</i> ». Elle traduit littéralement /une plaie qui ne peut pas se cicatriser. Cette expression est utilisée dans ce contexte pour désigner une personne dépendante à l'alcool <i>sodabi</i>. Terme recueilli auprès des revendeurs et consommateurs de <i>sodabi</i>.</p>
2.	<b>Abinol</b>	<p><b>/abinol/</b> (terme Mixage Ewé Français)</p> <p>Le terme abinol est formé d'un monème <b>/abi/=</b> plaie et d'un morphème <b>/-nol/</b> qui a sa signification dans le langage médical. abinol traduit littéralement (contre les plaies). Ce terme est utilisé pour désigner un produit qui guérit une plaie, ici il est utilisé pour parler de l'alcool local. Il nous a été fourni par les commerçants et les consommateurs.</p>
3.	<b>Accro</b>	<p><b>/akɔ/</b> (terme français familier)</p> <p>Le terme <b>/Accro/</b> est un monème qui signifie dépendant. C'est un terme familier utilisé pour désigner quelqu'un qui est dépendant d'une substance, qui souffre d'une addiction. Ce terme nous a été donné par les consommateurs.</p>
4.	<b>Aɖako</b>	<p><b>/àɖakó/</b> (terme Ewé)</p> <p>Le terme <b>/Aɖako/</b> est une composition de deux monèmes à savoir : <b>/ada/=</b> <b>Divinité de la tristesse</b> d'où les termes : adatsi : larmes. Il désigne aussi la folie, la maladie mentale étant souvent liée à la tristesse.</p>

**Adako** est le nom d'une plante qui mélangée au Sodabi sert au traitement de l'anémie. La combinaison de la plante avec un *sodabi* de qualité est efficace contrairement à celle préparée avec un *sodabi* de mauvaise qualité. Le terme nous a été fourni par les producteurs, les revendeuses et les consommateurs.

N°	Termes	Interprétations
5.	<b>Ađetete</b>	<p><b>/ađetete/</b> (Terme Ewé)</p> <p>Ce terme est composé de deux monèmes : N./ađe/ = <b>Langue</b> et de l'Adj. /tete/= qui veut dire <b>coller</b> ou <b>piquer</b>. Littéralement le terme <b>Ađetete</b> = (<b>Qui pique la langue</b>) met en évidence le goût du <i>sodabi</i>. Dans ce contexte, le terme <b>Ađetete</b> désigne la qualité du <i>sodabi</i>. Il évoque le <i>sodabi</i> frelaté. Ce terme nous a été donné par les consommateurs et les revendeuses de <i>sodabi</i>.</p>
6.	<b>Ađetene</b>	<p><b>/ađetene/</b> (Terme Ewé)</p> <p>Le terme <b>ađetene</b> est employé pour désigner un consommateur sous l'effet de l'alcool ou un consommateur dans un état second. Ici le terme <b>ađetene</b> veut dire littéralement il ou elle a la langue collée, pour dire tout simple qu'il ou elle est sous l'effet de l'alcool. Ce terme nous a été fourni par les revendeurs et les consommateurs.</p>
7.	<b>Adiku</b>	<p><b>/ađikú/</b> (Terme Ewé)</p> <p><b>ađikú</b> est une composition de deux monèmes <b>/ađi/= Jeu</b> et <b>/kú/= graine</b>, littéralement (jeu de la graine). <b>ađikú</b> est ce que nous appelons communément awalé, une graine qui sert dans le jeu d'awalé. Dans ce contexte le terme <b>ađikú</b> est employé pour désigner un mélange à base du <i>sodabi</i> et de graine d'awalé, un mélange qui entre dans le traitement des infections et des plaies. Ce terme nous a été donné par les producteurs, les revendeurs, les consommateurs.</p>
8.	<b>Adodoea</b>	<p><b>/adodoeá/</b> (Terme Ewé)</p> <p><b>/adodoeá/</b> est un terme composé ici deux monèmes : <b>/adodoe/= Qualité</b> et de <b>/á/=qui vient en article (le/la)</b> comme élément emphatique pour donner une particularité à la qualité du produit en question. Le terme <b>Adodoea</b> dans ce</p>

	<p>contexte désigne le <i>sodabi</i> originel et de qualité qui est produit à partir du palmier, ce qui lui donne un caractère unique. Ce terme nous a été fourni par les producteurs, les consommateurs et les revendeuses ou revendeurs.</p>
--	--

N°	Termes	Interprétations
9.	<b>Adome moutike</b>	<p><b>/adome mutike/</b> (Expression Ewé)</p> <p><b>adome mutike</b> Ce terme est composé de quatre monèmes : <b>/adɔ/= Ventre</b>, <b>/me/=Dans</b>, <b>/mu/=Saouler et de /tiké(atiké)/= Médicament</b>. Littéralement le terme <b>adome mutike</b> désigne : « <i>Le médicament qui agit dans le ventre</i> ». Dans ce contexte, ce terme désigne ce qui se boit et exprime la dimension de ce qui est bu et qui agit sur l'organisme. Le <i>sodabi</i> est considéré comme un esprit qui agit et qui prend possession de la personne. Le terme nous a été donné par les consommateurs, les revendeuses et revendeurs.</p>
10.	<b>Adomenú</b>	<p><b>/àdɔ mè nú/</b> (terme Ewé et Mina)</p> <p>C'est un terme constitué de trois (03) morphèmes.</p> <p><b>/adɔ/</b> = ventre et <b>/mè/</b> = dans, et <b>/nú/</b> ou <b>/ènú/</b> = chose ou élément ; littéralement, ce terme signifie chose ou élément se trouvant dans le ventre. Le terme est souvent retrouvé chez les revendeurs de viande de bœuf, de porc ou de vache pour désigner les parties d'un animal très appréciées et peu chères (abats et viscères). Dans ce contexte c'est un terme qui désigne le <i>sodabi</i> car il est prisé, apprécié, peu cher et accessible à tous.</p>
11.	<b>Aduwodzi</b>	<p><b>/áduwódzɪ/</b> (Expression Ewé)</p> <p><b>/áduwódzɪ/</b> est composé de quatre morphèmes à savoir <b>/á/=il</b>, <b>/du/=Vaincre</b>, <b>/wó/=marque du pluriel en Ewé</b> et de <b>/dzɪ/=sur</b>. <b>Aduwodzi</b> : est utilisé dans ce contexte pour valoriser le <i>sodabi</i> et exprimer qu'il est source de courage. Il donne le pouvoir de vaincre ou de gagner. Le terme nous a été fourni par les producteurs, les consommateurs et les revendeuses.</p>
12.	<b>Adzafi</b>	<b>/adzafi/</b> (N. Terme Ewé)

		<b>Adzafi</b> désigne un panier. Dans ce contexte, <b>Adzafi</b> désigne un contenant de mesure du <i>sodabi</i> . C'est aussi un nom qui est utilisé pour qualifier quelqu'un qui consomme beaucoup d'alcool sans être saoul ou les consommateurs dépendants à la boisson locale. Il nous a été donné par les producteurs, les consommateurs et les revendeurs. En français ce terme pourrait être comparé à l'expression « <i>il boit comme un tonneau</i> ».
N°	Termes	Interprétations
13.	<b>Adzago</b>	<b>/adzago/</b> (N. Terme Ewé) Formé de deux morphèmes : <b>/adza/= cage</b> qui dans d'autres contextes, désigne l'intelligence, ce qui s'explique, ce qui s'expose, et de <b>/go/= bouteille</b> . <b>Adzago</b> est le contenant maximal de mesure du <i>sodabi</i> , il prend plusieurs Adzafi. Il est aussi utilisé au sens péjoratif pour désigner quelqu'un qui consomme beaucoup d'alcool sans être saoul. Le terme a été recueilli auprès des producteurs, des consommateurs et des revendeuses.
14.	<b>Afokpamiɛ</b>	<b>/afɔkpamiɛ/</b> (Expression Ewé) <b>/afɔkpamiɛ/</b> cette expression est composée de deux monèmes : <b>/afɔkpa/=Chaussures</b> et de <b>/miɛ</b> qui vient du verbe <b>mia/=Serrer</b> . Ce terme est utilisé pour exprimer la dimension addiction de la consommation d'alcool. Il désigne tout simplement un consommateur qui est sous l'effet de l'alcool. Il nous a été fourni par les revendeuses et les consommateurs.
15.	<b>Afon aɖe</b>	<b>/afõ aɖe/</b> (Expression Ewé) Afon aɖe, composé de deux monèmes : <b>/afõ/= soulever</b> et de <b>/aɖe/= Langue</b> . Traduction littérale : « <i>Soulever la langue</i> ». <b>Afon aɖe</b> est une expression utilisée pour illustrer la consommation de boisson très tôt le matin « <i>il faut réveiller la langue avant de sortir</i> ». Cette expression nous a été confiée par les consommateurs et les revendeuses.
16.	<b>Afrikadzin</b>	<b>/afRikadzĩ ou afRikadzɛn/</b> (N. Terme Ewé) Afrikadzin est un terme composé de deux morphèmes : <b>/afrka/=Afrique</b> et <b>/dzin/=rouge</b> , (Afrique rouge). Littéralement, <b>Afrikadzin</b> est une plante d'Afrique de l'Ouest, son écorce sert pour la teinture rouge mais associée à

l'alcool, elle rentre dans le traitement de l'anémie. Le terme nous a été donné par les revendeuses et les consommateurs.

N°	Termes	Interprétations
17.	<b>Afrikagbe</b>	<p><b>/afɔ̃ɪkagbe/</b> (N. Terme Ewé)</p> <p>Afrikagbe tout comme « <b>Afrikadzin</b> » est formé de deux monèmes : <b>/Afrika/=Afrique</b> et de <b>/gbe qui vient de egbe/= Plante</b>. Cette plante d'Afrique de l'Ouest est utilisée pour son écorce et entre dans le traitement de nombreuses maladies à savoir les infections, les vers intestinaux et bien d'autres maux. Elle est utilisée pour ses vertus très efficaces. Mélangée avec du <i>sodabi</i>, cette plante est utilisée dans de nombreux traitements. Dans ce contexte, ce terme est aussi utilisé pour exprimer la dimension addiction de la consommation d'alcool. Il nous a été fourni par les producteurs, les revendeuses et les consommateurs.</p>
18.	<b>Agbanleur</b>	<p><b>/agbālæʋ/</b> (N. Terme Argot Ewé)</p> <p>Linguistiquement, Agbanleur est formé de deux morphèmes : <b>/agbā/=Marchandise</b> et de <b>/l-æR/= Marque de propriété ou d'auteur</b>. <b>Agbanleur</b> est employé dans ce contexte pour désigner une personne dépendante à l'alcool, un consommateur qui est à tout moment sous l'effet de l'alcool, pour qui l'alcool est une seconde nature. Le terme nous a été donné par les consommateurs.</p>
19.	<b>Agbānon</b>	<p><b>/agbānɔ̃/</b> (N. Terme Argot Ewé)</p> <p>Formé de deux morphèmes : <b>/agbā/=marchandise ou fardeau</b> et de <b>/nɔ̃/=Mère, propriétaire ou auteur</b>. Dans ce contexte, <b>Agbānon</b> est employé pour désigner un consommateur d'alcool toujours dans un état second ou un « <i>spécialiste de la boisson</i> ». Ce terme est aussi utilisé pour désigner un consommateur de drogue. L'emphase est mise sur l'addiction. Ce terme nous a été donné par les revendeuses et les consommateurs.</p>

N°	Termes	Interprétations
20.	<b>Agbɛbeti</b>	<p>/agbɛbeti/ (N. terme Ewé)</p> <p><b>Agbɛbeti</b>, un terme à deux morphèmes : /agbɛbɛ/= <i>Goyavier</i> et /-ti tiré de ati/= <i>Plante ou tige</i>. Le mélange du « <i>sodabi</i> » avec la plante du goyavier constitue une solution très appréciée qui entre dans le traitement de plusieurs maladies dont l'infection, les vers intestinaux, et même la faiblesse sexuelle. Ce mélange est aussi utilisé pour des raisons surnaturelles, de pouvoir surnaturel et de domination spirituelle. Le mélange d'<b>Agbɛbeti</b> est aussi consommé pour ses propriétés aphrodisiaques. Le terme nous a été donné par les producteurs, les revendeuses et les consommateurs.</p>
21.	<b>Aha</b>	<p>/axa/ (N. Terme Ewé)</p> <p>Ce terme désigne traditionnellement la boisson locale. Selon les producteurs, celle-ci est préparée à partir du palmier. La boisson locale est consommée dans la vie quotidienne mais plus particulièrement au cours des cérémonies. <b>Aha</b> c'est l'essence invisible qui travaille ; celui qui en prend ressent l'effet de l'invisible. C'est un terme générique utilisé par les anciens depuis la découverte de la boisson locale <i>sodabi</i> et qui est employé pour désigner toute boisson. Le terme <b>Aha</b> est donné par les revendeuses, les producteurs et les consommateurs.</p>
22.	<b>Aha base</b>	<p>/axa baz ou axa bez/ (Expression Ewé)</p> <p><b>Aha base</b> est une expression formée de différents morphèmes : /axa/= <i>Boisson</i> et de /baz ou bez/= <i>Source</i> en anglais. <b>Aha base</b> dans ce contexte est employé pour désigner les lieux de vente et de consommation de la boisson locale (<i>sodabi</i>). Le terme nous a été fourni par les consommateurs, les revendeuses et les producteurs.</p>

23.	<b>Aha dape</b>	<p><i>/axa dafé/</i> (Expression Ewé)</p> <p><b>Aha dape</b> est une expression de trois monèmes : <i>/axa/=Boisson, /da/= Préparer et de /fé/= Lieux</i>. Elle est utilisée pour désigner le lieu de préparation ou de fabrication de la boisson locale « <i>sodabi</i> ». L'expression nous a été donnée par les consommateurs, les revendeuses et les producteurs.</p>
N°	Termes	Interprétations
24.	<b>Ahago</b>	<p><i>/axago/</i> (N. Terme Ewé)</p> <p>Formé de deux monèmes : <i>/axa/= Boisson</i> et <i>/go/= Contenant ou récipient</i>. <b>Ahago</b> veut tout simplement dire « <i>le contenant d'alcool</i> ». Il est aussi employé au sens péjoratif pour désigner « <i>Quelqu'un qui prend trop de aha</i> ». Ce terme nous a été donné par les producteurs, les consommateurs et les revendeuses.</p>
25.	<b>Ahahéa</b>	<p><i>/axaxea/</i> (Terme Ewé)</p> <p><b>axaxea</b> est formé de trois morphèmes à savoir : <i>/axa/= Boisson, /xe/= Blanc et de /-a/= article</i> il joue le rôle d'élément emphatique. Littéralement, <b>Ahahéa</b> veut dire la boisson blanche ou la boisson de couleur blanche. Il désigne juste la boisson locale communément appelée <i>sodabi</i>. Ce terme met en lumière la couleur de la boisson locale, cette couleur blanche qui caractérise le <i>sodabi</i> en tant que boisson. Ce terme nous a été fourni par les consommateurs et les revendeuses.</p>
26.	<b>Aha kpapé</b>	<p><i>/axa kpafé/</i> (Expression Ewé)</p> <p><b>axa kpafé</b> : <i>/axa/= Boisson, /kpa/= brasser et /fé/= Lieu</i>. Cette expression désigne le lieu de fabrication ou de préparation de boissons locales en particulier du <i>sodabi</i>. Le terme est souvent employé par les producteurs, les revendeuses et les consommateurs.</p>
27.	<b>Aha noupe</b>	<p><i>/axa nufé/</i> (Expression Ewé)</p> <p>Composée de trois monèmes : <i>/axa/= Boisson, /nu/= Boire et de /fé/= Lieu</i>. L'expression <b>Ahanoupe</b> désigne tout simplement « <i>le lieu de consommation de boisson locale</i> ». Cette expression est employée par les consommateurs, les revendeuses et les producteurs.</p>

28.	Aha nula ou Aha nutɔ	<p><i>/axa nulá ou axa nutɔ/ (Nom. Ewé)</i></p> <p><b>axa nulá</b> : <i>/axa/= Boisson, /nu/= Boire et /-lá/= possessif</i> ou <b>axa nutɔ</b> <i>/axa/= Boisson, /nu/= Boire et /tɔ/= Père</i> également Marque de possession. Les termes <b>Aha nula ou Aha nutɔ</b> sont employés pour désigner un consommateur de boisson. Les termes nous ont été donnés par les consommateurs, les revendeuses et les producteurs.</p>
N°	Termes	Interprétations
29.	Ahanuvi	<p><i>/axanuvi/ (Terme Ewé)</i></p> <p>Formé de trois monèmes : <i>/axa/= Boisson, /nu/= Boire et /vi/= Petit</i>, <b>axanuvi</b> a pour signification littérale (<b>Petit buveur</b>). Dans ce contexte, le terme <b>Ahanuvi</b> est employé par les consommateurs et les revendeuses pour désigner un adolescent consommateur ou un jeune consommateur de boissons alcoolisées.</p>
30.	Ahasato	<p><i>/axasato/ (N. Terme Ewé)</i></p> <p><b>axasato</b> est composé de trois monèmes à savoir : <i>/axa/= Boisson, /sa/= Vendre et /tɔ/= père</i>. Père qui vend de la boisson, le terme <b>Ahasato</b> est très fréquemment employé pour désigner un vendeur ou un revendeur de boisson quel que soit le type de boisson. Le terme nous a été fourni par les consommateurs, les revendeuses et les producteurs.</p>
31.	Ahatɔ	<p><i>/axatɔ/ (N. Terme Ewé)</i></p> <p>Formé de deux monèmes : <i>/axa/= boisson et de /tɔ/= Père</i>, le terme <b>Ahatɔ</b> a pour signification littérale : « <i>Père de la boisson</i> ». Ici <b>Ahatɔ</b> est utilisé pour désigner une revendeuse ou un revendeur de boisson. Il est employé pour désigner en général le/la revendeuse de boissons locales ou importées. Dans certains cas, ce terme est utilisé pour qualifier une personne dépendante à l'alcool. Ce terme est utilisé pour exprimer l'addiction à l'alcool. Il nous a été donné par les producteurs, les revendeuses et les consommateurs.</p>
32.	Ahoévia ou Apévia	<p><i>/axuevia ou afevia/ (N. Terme Ewé)</i></p> <p>Le terme <b>Ahoevia</b> veut dire en français ressortissant ou villageois. Il est formé de deux morphèmes à savoir <i>/Ahoé/ = Village</i> et de <i>/via/ = le petit</i> et se traduit</p>



		par /Le petit village ou le petit villageois/. Ce terme est utilisé dans ce contexte pour désigner la boisson locale faite à base du palmier. Il désigne la boisson authentique, la boisson de qualité. Ce terme nous a été fourni par les producteurs, les revendeuses et les consommateurs.
--	--	---

N°	Termes	Interprétations
33.	Ahati	<p><b>/axati/</b> (terme Ewé et Mina)</p> <p>Le terme <b>Ahati</b> veut dire « plante qui sert à préparer de la boisson. Il est composé de deux morphème à savoir : /axa/= <b>Boisson</b> et de /ti/= <b>Plante ou tige</b>. <b>Ahati</b> est employé pour désigner la plante qui sert à fabriquer la boisson, comme le palmier duquel est extrait le <i>sodabi</i>, il est appelé <b>Ahati</b>. Le terme nous a été fourni par les producteurs et les revendeurs.</p>
34.	Akayi	<p><b>/àkàji/</b> (N. terme Argot Mina)</p> <p><b>Akayi</b> est un terme argotique en mina pour désigner un néophyte quelqu'un qui a peu de notion dans un domaine précis. Ce terme est employé pour qualifier le côté naïf d'une personne. Dans ce contexte, <b>Akayi</b> est employé pour qualifier quelqu'un qui ne boit pas ou qui ne supporte pas l'alcool Le terme nous a été confié par les consommateurs et les revendeuses</p>
35.	Aklala	<p><b>/aklala/</b> (N. Terme en Ewé)</p> <p><b>Aklala</b> est un tissu de couleur blanche ou blanc sale, fait à base de jute. Il était souvent porté par nos grands-parents lors de grandes cérémonies. Il est aussi utilisé par certains couturiers dans la confection de tenues inspirées de la tradition. Ce tissu était utilisé pour enterrer les morts qui étaient enveloppés dans ce dernier. Ici, le terme <b>Aklala</b> est utilisé pour désigner le <i>sodabi</i> du fait de sa couleur blanchâtre. Ce terme sert aussi à désigner le lieu de vente de la boisson locale comme l'expression « <i>Rideau blanc</i> ». Le terme nous a été fourni par les consommateurs et les revendeuses.</p>
36.	Akouakoua	<p><b>/akuakua/</b> (N. Terme Ewé)</p>

		<p><b>Akouakoua</b> = « <i>Original ou authentique</i> » est un terme Ewé employé pour exprimer le côté originel et authentique d'une chose. C'est un adjectif qualificatif. Dans ce contexte, le terme <b>Akouakoua</b> est employé pour désigner le vrai <i>sodabi</i> ou le <i>Sodabi</i> de qualité fabriquée à base du palmier. Parfois, il est utilisé pour désigner le <b>Zota</b> qui la première solution extraite, lors du processus de préparation du <i>sodabi</i>. Le terme est souvent employé par les consommateurs, les producteurs et les revendeuses.</p>
N°	Termes	Interprétations
37.	<b>Akpavi noutodzin</b>	<p><i>/akpavi nutod ʒ ε ou akpavi nutod ʒ ĩ/</i> (Expression Ewé)</p> <p>Composé de quatre morphèmes : <i>/akpa/= Poisson</i>, <i>/vi/= Petit</i>, <i>/nuto/= Lèvre et de /dzε ou dzĩ/= Rouge</i>. « <i>Petit poisson aux lèvres rouges</i> », <b>Akpavi noutodzin</b> est une expression connue de tous et employée pour désigner une personne dépendante à l'alcool dont les lèvres sont devenues rouges. Le <i>sodabi</i> agit et change complètement la couleur des lèvres du consommateur qui deviennent plus rouges. Les lèvres de la personne sont comparées à celles d'un poisson. L'expression est connue de tous et est souvent utilisée par les consommateurs, les revendeuses et même les producteurs.</p>
38.	<b>Akpɛtɛchi ou kpɛtɛchi</b>	<p><i>/akpɛtɛʃi ou kpɛtɛʃi/</i> (N. Terme aɲlõ)</p> <p><b>akpɛtɛʃi ou kpɛtɛʃi</b> est formé de deux morphèmes : <i>/akpɛtɛ ou kpɛtɛ/= lourd</i>, <i>/ʃi/= eau ou liquide</i>. « <i>Liquide lourd ou eau lourde</i> ». Le terme <b>Akpɛtɛchi ou kpɛtɛchi</b> est utilisé chez les Aɲlon, groupe ethnique vivant au Ghana considéré comme dépositaires de la langue Ewe. Il désigne le <i>sodabi</i>. Le <b>Akpɛtɛchi</b> est recueilli à une étape du processus de fabrication du <i>sodabi</i>. Le <b>Akpɛtɛchi</b> est un produit particulièrement fort qui dans son apparence présente de la mousse (bulles). Le <b>Akpɛtɛchi</b> est plus fort que le <i>sodabi</i>. Le terme met en lumière la puissance et les effets du produit. Le terme est souvent utilisé par les consommateurs, les producteurs et les revendeuses.</p>
39.	<b>Alogovi</b>	<p><i>/alɔgovi/</i> (Expression et Terme Ewé)</p> <p>Composé de deux monèmes : <i>/alɔgo/= Joue et de /vi/= Petit</i>, <b>Alogovi</b> est une expression employée pour expliquer l'effet du <i>sodabi</i> sur la joue du consommateur. Le <i>sodabi</i> dans ce cas atrophie la joue. Cet effet est souvent</p>

perçu chez les consommateurs d'alcool. Ils sont repérés par ce signe de joues atrophiées. Le terme est employé par les consommateurs et les revendeuses.

N°	Termes	Interprétations
40.	<b>Ametabioha</b>	<p><b>/amètábiɔxa /</b> (Expression Ewé)</p> <p><b>/ame/=</b> <i>Personne</i>, <b>/tábiɔ</b> tiré de (<b>tábiɔbiɔ</b>)/= <i>Demande en mariage et de /axa/=</i> <i>Boisson</i>. Littéralement (Boisson demande de personnes en mariage). <b>Ametabioha</b> désigne tout simplement les boissons consommées lors des cérémonies de demande en mariage et surtout celles utilisées lors des cérémonies de dot. L'expression nous a été donnée par les consommateurs, les revendeuses et les producteurs.</p>
41.	<b>Aminon</b>	<p><b>/aminɔ/</b> (N. terme Ewé)</p> <p>Composé de deux morphèmes : <b>/ami/=</b> <i>Huile</i> et <b>/nɔ/=</b> <i>Mère</i>, <b>Aminon</b> veut littéralement dire « <i>Mère de l'huile</i> ». Dans ce contexte, le terme <b>Aminon</b> est souvent employé pour désigner un consommateur pour qui le <i>sodabi</i> est de l'eau ou de l'huile à boire. Le terme désigne une personne dépendante à l'alcool. Il nous a été fourni par les consommateurs, les revendeuses et les producteurs.</p>
42.	<b>Amito</b>	<p><b>/Amitɔ/</b> (N. Terme Ewé)</p> <p>Tout comme <b>aminɔ</b>, <b>Amito</b> est composé de deux morphèmes : <b>/ami/=</b> <i>Huile</i> et <b>/tɔ/=</b> <i>Père</i>, <b>Amito</b> veut littéralement dire « <i>Père de l'huile</i> ». Dans ce contexte, le terme <b>Amito</b> est souvent employé pour désigner un consommateur de <i>sodabi</i>. Pour lui le <i>sodabi</i> est de l'eau ou de l'huile à boire. Le terme désigne une personne dépendante à l'alcool. Il nous a été fourni par les consommateurs, les revendeuses et les producteurs</p>
43.	<b>Ango</b>	<b>/ãgo/</b> (N. terme)

D'origine inconnue, **Ango** est un terme connu de tous et employé pour parler du *sodabi*. Le terme nous a été donné par les consommateurs et les revendeuses.

N°	Termes	Interprétations
44.	Ankara	<p><i>/ãkara/</i> (N. terme)</p> <p><b>Ankara</b> est une déformation de <i>/Akara/</i> qui veut dire en français la <b>rouille</b>. Ici le terme <b>Ankara</b> est employé pour désigner le <i>sodabi</i> frelaté. L'appellation <b>Ankara</b>, désigne une sorte de <i>sodabi</i> fabriqué avec des clous rouillés. Ce <i>sodabi</i> est servi à la place du vrai pour permettre aux revendeuses de faire plus de gains. Il est moins cher et agit de façon négative sur la santé de tous ceux qui le consomment. Il nous a été donné par les consommateurs et les revendeuses.</p>
45.	Anoagbanme	<p><i>/anoagbãme/</i> (Expression Ewé et Mina)</p> <p><i>/anɔ/</i>= être, <i>/agbã/</i>= <b>Marchandise ou fardeau et de /me/</b>= <b>Dans</b>, « Être dans la marchandise » comme le montre sa transcription, l'expression <b>Anoagbanme</b> est employée pour désigner un consommateur sous l'effet de l'alcool ou dans un état second. Cette expression nous a été fournie par les consommateurs, les revendeuses et les producteurs.</p>
46.	Apéritif	<p><i>/aperitif/</i> (nom. Français)</p> <p><b>Apéritif</b> est un mot de la langue française qui vient du latin <b>apertivus</b> de <b>aperire</b> qui signifie ouvrir. Il qualifie une boisson qui permet d'ouvrir ou d'avoir de l'appétit. Déjà les Assyriens prenaient l'apéritif au vin de palme. Un apéritif est une boisson alcoolisée qui se prend avant un repas pour stimuler l'estomac à bien manger. En général les apéritifs sont composés à base de plantes connues pour leurs vertus apéritives. Dans ce contexte, ce terme désigne <i>le Sodabi</i> qui aurait des propriétés pour ouvrir l'appétit et faciliter la digestion.</p>
47.	Apéro	<p><i>/apeRo/</i> (N. terme Argot Français)</p> <p><b>Apéro</b> est le diminutif de : <b>Apéritif</b>. Pour explication, cf. terme 46.</p>
48.	Aplosi	<p><i>/áflɔsi/</i> (Expression Ewé)</p> <p>Formé de <i>/áflɔ/</i>= <b>racler et de /si/</b>= <b>eau</b>, « <b>racler de l'eau</b> » <b>áflɔsi</b> est une expression qui signifie tout simplement « boire ». Elle est utilisée par les consommateurs pour camoufler ou voiler le fait d'exprimer leur besoin, leur envie de boire du <i>sodabi</i>. Cette expression traduit simplement le fait de consommer la boisson locale. Elle est connue de tous et nous a été fournie par tous les groupes de personnes avec lesquels nous avons eu à travailler.</p>

N°	Termes	Interprétations
49.	<b>Atakou be kin</b>	<p><b>/ataku be kɛn/</b> (Expression Ewé)</p> <p><b>/ataku/</b>= Piment de Guinée, <b>/be/</b>= Son/Sa et de <b>/kɛn/</b>= <b>Racine</b>. L'expression <b>Atakou be kin</b> veut tout simplement dire « <i>Racine de la plante du piment de Guinée</i> ». Ici il désigne un mélange à base des racines de la plante du piment de Guinée avec du <i>sodabi</i>. Ce mélange entre dans le traitement des infections. C'est un mélange puissant et très efficace. L'expression est connue de tous et employée par bon nombre de personnes.</p>
50.	<b>Atavia</b>	<p><b>/atavia/</b> (Terme Ewé)</p> <p><b>Atàvia</b> est un mot qui signifie « <i>l'oncle</i> ». Dans ce contexte, il exprime un fait de société. Le petit frère du père n'a pas le droit à la parole ou à la décision, le grand frère a tous les privilèges dû à son statut d'ainé. Ainsi lors du partage de l'héritage, le grand frère accapare tous les biens. Le petit frère n'a pas de recours. Aussi il consomme de l'alcool pour se donner le courage d'affronter le grand frère afin de se faire entendre et de protester. Par extension, le terme <b>Atavia</b> désigne celui qui consomme du Sodabi. L'expression est connue de tous, elle nous a été fournie par les consommateurs et les revendeuses.</p>
51.	<b>Atikédzi</b>	<p><b>/atikédzi/</b> (N. terme Ewé)</p> <p>Composé de deux monèmes : <b>/atikè/</b>= <b>Medicament</b> et de <b>/dzi/</b>= <b>Sur ou sur quelque chose</b>. Le terme <b>Atikédzi</b> veut dire littéralement, « <i>sur le médicament</i> ». Ici le <i>sodabi</i> est considéré comme un élément puissant qui à partir de mélanges guérit les maladies. Il constitue l'élément, qui par ses vertus, contribue au traitement des maladies. Le terme nous a été fourni par les consommateurs, les revendeuses et les producteurs.</p>
52.	<b>A tsi zo</b>	<p><b>/ á tʃi zo/</b> (Expression Ewé)</p> <p>Signifiant littéralement « <i>Eteindre le feu</i> », l'expression <b>á tí zo ou á tʃizo</b> est formé de deux monèmes et d'un morphème : <b>/á-/</b>= <b>Marque de l'infinitif</b>, <b>/ti ou tʃi/</b>= <b>Eteindre</b> et de <b>/zo/</b>= <b>feu</b>. Dans ce contexte, l'expression <b>A tsi zo</b> est employée pour traduire l'acte de reconsommer de l'alcool après s'être saoulé. L'expression est connue de tous et nous a été fournie par les consommateurs, les revendeuses et les producteurs.</p>

N°	Termes	Interprétations
53.	Atsukpanvi	<p><b>/atfukpāvi/</b> (N. Terme Ewé)</p> <p><b>/atfukpā/= Bouteille ou flacon et /vi/= Petit</b> : « <i>Petite bouteille ou petit flacon</i> ». <b>Atsukpanvi</b>, est un contenant qui sert souvent à conserver le <i>sodabi</i>. Le contenant est utilisé pour désigner le contenu. Ce terme est employé pour désigner la boisson elle-même. Ici <b>Atsukpanvi</b> fait allusion à l'alcool pur. Le terme nous a été confié par les consommateurs et les revendeuses.</p>
54.	Ayodzi	<p><b>/ajodzi/</b> (N. Terme Ewé)</p> <p>Composé de deux morphèmes : <b>/ajo/= l'ail et /dzi/= Sur</b>, Ayodzi est une épice très utilisée dans la cuisine comme assaisonnement. Ici, ce terme désigne un mélange fait à base d'ail et de <i>sodabi</i>., un mélange qui entre dans le traitement des infections, des plaies et d'autres maladies. C'est également un aphrodisiaque consommé par beaucoup d'hommes. Il est aussi pris par les personnes âgées comme fortifiant. <b>Ayodzi</b> est un terme connu de tous et nous a été confié par les consommateurs, les producteurs et les revendeuses de boissons.</p>
55.	Azangbe	<p><b>/azāgbe/</b> (N. terme Ewé)</p> <p><b>Azāgbe</b> : <b>/azā/= Fête et /gbe/= Jour</b> « <i>Jour de fête</i> ». Dans ce contexte, le terme <b>Azangbe</b> est employé pour rappeler les occasions au cours desquelles le <i>sodabi</i> est consommé. Le <i>Sodabi</i> est surtout disponible les jours de fête ou lors des cérémonies. Ce terme très usité est employé par toutes les couches sociales.</p>
56.	Base	<p><b>/baz/</b> (Terme Français)</p> <p>La <b>Base</b> est la partie inférieure d'un corps, par laquelle il repose sur ce qui le soutient ou le rattache à quelque chose d'autre. C'est l'origine, le fondement, le principe de quelque chose, ce sur quoi tout repose. Ici le terme <b>Base</b> est employé pour désigner un lieu d'approvisionnement où l'on peut trouver de la boisson locale. C'est un terme générique. Il nous a été fourni par les consommateurs, les revendeuses et les producteurs.</p>

N°	Termes	Interprétations
57.	<b>Bebevi</b>	<p>/bebevi/ (N. terme Ewé composé à partir d'un terme français)</p> <p><b>Bebevi</b>, /bebe/= <i>Bébé</i> et /vi/= <i>petit</i> « <i>un petit bébé</i> ». Ce terme est utilisé pour qualifier un débutant, un novice. Il désigne quelqu'un qui commence à consommer du <i>Sodabi</i> ou de la boisson locale. Un <b>Bebevi</b> est tout simplement un néophyte. Il est souvent employé par les consommateurs et les revendeuses.</p>
58.	<b>Besisan</b>	<p>/ besisã ou besisã/ (N. terme Ewé)</p> <p><b>Bessissan</b> : (<i>vesisa</i> : <i>divinité du vénavi= Jumeaux</i>) c'est le <b>kinkeliba</b> une plante très utilisée en Afrique de l'Ouest en particulier au Togo pour soigner les maux de constipation et les vers intestinaux. Dans ce cas précis, la plante est utilisée pour ses graines qui mélangées avec du <i>sodabi</i> servent au traitement des maux cités ci-dessus. C'est un terme connu de tous, il nous a été fourni par les consommateurs, les revendeuses et les producteurs.</p>
59.	<b>Bidon</b>	<p>/bidɔn/ (N. et adj. Terme français)</p> <p>Un <b>bidon</b> est un récipient avec fermeture utilisé pour le transport et le stockage de liquides. Il peut être réutilisable ou jetable. C'est un contenant qui constitue une unité de mesure. Il est aussi employé au sens péjoratif pour qualifier un buveur confirmé. Ex : « <i>Il boit sans cesse et ne ressent aucun effet du sodabi, celui-là est un bidon</i> ». Le terme a un statut d'emprunt et nous a été confié par les consommateurs et les revendeuses. On pourrait comparer cette analogie à l'expression française « <i>Il boit comme un tonneau</i> ».</p>
60.	<b>60. Biéwo</b>	<p>/bijewó/ (N. Terme Ewé)</p> <p>/bije/= <i>Monnaie de Cinq francs</i> et /wó/= <i>Dix</i>. Le terme Biéwo est la pièce de cinq francs utilisés au Togo. Ici le terme est utilisé pour désigner le coût et la petite mesure de vente du <i>Sodabi</i>. C'est un terme connu de tous. Il nous a été confié par les consommateurs, les revendeurs et les producteurs.</p>



N°	Termes	Interprétations
61.	<b>Biéwonu</b>	<p><b>/bijewónu/</b> (Expression Ewé)</p> <p>Comme expliqué au numéro 60, <b>bijewónu</b> est formé de trois morphèmes : <i>/bije/= Monnaie de Cinq francs, /wó/= Dix et de /-nu tiré de enu/= Chose.</i> Cette expression est souvent employée par les consommateurs pour exprimer la mesure ou la quantité d'alcool au lieu d'approvisionnement. Ici l'accent est mis sur la mesure de base, sur la quantité. Cette expression a été recueillie auprès des consommateurs, des revendeuses et des producteurs.</p>
62.	<b>Biéwovia</b>	<p><b>/bijewóvia/</b> (Expression Ewé)</p> <p><i>/bije/= Monnaie de Cinq francs, /wó/= Dix, /vi/= Petit et de /-a/= Marque d'article.</i> « <i>Le petit cinquante francs</i> » est le mot de passe des consommateurs au lieu d'approvisionnement. Cette expression est utilisée souvent quand les consommateurs, sur le lieu de consommation rencontrent des néophytes. Ils camouflent leur besoin, leur envie d'acheter de l'alcool en prononçant cette expression connue et comprise par les revendeuses. Ces dernières jouent le jeu et les servent. L'expression a été recueillie auprès des revendeuses, des consommateurs et des producteurs.</p>
63.	<b>Bissap</b>	<p><b>/bi.sap/</b> (Terme Sénégalais (wolof))</p> <p><b>Bissap</b> : (Nom scientifique : <i>Hibiscus sabdariffa</i>) : L'oseille de Guinée est une plante herbacée de la famille des Malvacées originaire d'Afrique subsaharienne précisément du Soudan. Cette plante a été introduite au Sénégal dès le début du XIXème siècle. Le Soudan, le Sénégal et le Mali sont les principaux producteurs en Afrique où le bissap est cultivé de manière traditionnelle par les femmes. Cette plante produit de nombreuses fleurs ressemblant à du papier qui, quand elles fanent et que les pétales tombent, dévoilent leur calice rouge vif. Même si toute la fleur peut être employée pour faire la boisson, on n'utilise généralement que le calice pour faire du mélange avec le <i>sodabi</i>. Ce mélange sert en particulier au traitement de l'anémie. Ici le terme Bissap met l'accent sur la couleur rouge et les vertus de la plante. Le terme est connu de tous. Dans ce contexte, le mélange du Bissap avec du <i>sodabi</i> nous a été donné par les revendeuses, les producteurs et les consommateurs.</p>

N°	Termes	Interprétations
64.	Cadavéré	<p><b>/ka.da.ve.be/</b> (N. Terme Français Lingala)</p> <p>Le terme <b>Cadavéré</b> est un mot employé en 1984 par <b>Zao</b>, artiste congolais auteur-compositeur, musicien et chanteur (en français lari et lingala), dont l'œuvre se caractérise par des textes engagés abordant souvent des sujets tabous dans la société congolaise sur un ton humoristique. <b>Cadavéré</b> vient du mot français <b>cadavre</b> : « un corps sans vie ou dépouille mortelle ». Signifiant tué, détruit, corbillard en Lingala, le terme est connu au sens de « soulard ». Il est alors utilisé pour désigner un ivrogne, un consommateur sous l'effet de l'alcool ou en coma éthylique. Connu de tous, le terme a été recueilli auprès des consommateurs, des revendeuses et des producteurs.</p>
65.	Clair	<p><b>/klɛʁ/</b> (adj. Français)</p> <p><b>Clair</b> adjectif qualificatif qui signifie : « Qui a l'éclat du jour, de la lumière ». Il est dans ce cas employé pour désigner le <b>sodabi</b> à l'état pur. Dans ce cas, le terme <b>Clair</b> fait allusion à la couleur blanche et limpide du <b>sodabi</b>. Ici <b>Clair</b> prend le statut de nom propre utilisé par les consommateurs pour désigner la boisson locale. Le terme a été recueilli auprès des consommateurs.</p>
66.	Danyigbe	<p><b>/ dāɲigbé ou dājīgbé /</b> (Terme Ewé)</p> <p><b>/dājī ou dāɲi/= Nom d'un village de la région des plateaux et de /gbé/= herbe ou plante.</b> <b>Danyigbe</b> est une plante qui soigne les vers intestinaux ainsi que beaucoup d'autres maladies. Son mélange avec le sodabi est recommandé pour traiter ces maux. On trouve cette plante en abondance à Danyi, d'où le nom <b>Danyigbe</b>. Ce nom est employé par les revendeuses, les producteurs et les consommateurs.</p>
67.	Dojo	<p><b>/dezo/</b> (Terme d'origine japonaise, devenu dans ce contexte familier voire argotique)</p> <p><b>Dojo</b> est un mot d'origine japonaise employé pour désigner une salle dans laquelle l'on pratique la méditation et les arts martiaux. C'est un lieu où des règles très strictes sont instituées, un lieu d'apprentissage, de progression. C'est aussi un endroit fermé où l'on doit respecter la hiérarchie. Par analogie, le terme <b>Dojo</b> est employé par des dealers pour désigner les lieux d'approvisionnement de produits illicites. Ici le terme <b>Dojo</b> est employé pour parler des lieux de consommation d'alcool ou d'autres substances psychoactives. Il nous a été fourni par les consommateurs et les revendeuses.</p>

N°	Termes	Interprétations
68.	<b>Dekade</b>	<p><b>/dɛ̀kaɖé/</b> (Terme Ewé)</p> <p>Composé de deux morphèmes : <b>/dɛ̀ka/= un ou une (1) et de /ɖé/= Passant</b>, le terme <b>Dekade</b> veut dire tout simplement « <i>Une fois en passant</i> ». Il est utilisé pour qualifier un consommateur occasionnel. Le terme a été recueilli auprès des consommateurs.</p>
69.	<b>Dekonou</b>	<p><b>/dekɔnu/</b> (Terme Ewé)</p> <p><b>dekɔnu</b> : <b>/de/= Chez soi (provenance ethnique) et de /kɔnu/= tradition</b>. Le terme <b>Dekonou</b> veut tout simplement dire « <i>cérémonie traditionnelle</i> ». Le <b>sodabi</b> est souvent consommé lors de grandes cérémonies traditionnelles. Le <b>sodabi</b> est considéré comme faisant partie de la tradition. Le terme a été recueilli auprès des consommateurs, des revendeuses et des producteurs.</p>
70.	<b>Do deka nam</b>	<p><b>/do dɛ̀ka nam/</b> (Expression Ewé)</p> <p>Composé de trois morphèmes : <b>/do/= Servir /dɛ̀ka/= Un ou une (1) et de /nam/= Moi ou à moi</b>. « <i>Sers-moi un</i> », <b>Do deka nam</b> est une expression employée par les consommateurs qui s'adressent aux revendeuses de boissons en leur demandant de leur servir la dose voulue. Cette expression devient un code pour les consommateurs. Elle leur permet d'exprimer leur désir de consommer de l'alcool d'une manière voilée, cachée.</p>
71.	<b>Dotɛdzi</b>	<p><b>/do.tɛ.dzi/</b> (Terme Ewé)</p> <p><b>dotɛdzi</b> : <b>/dotɛ/= Gingembre et de /dzi/= sur</b>. Composé de deux morphèmes le terme <b>dotɛdzi</b> signifie littéralement : « <i>sur le gingembre</i> ». En réalité <b>dotɛdzi</b> est un mélange fait à base de gingembre et d'alcool. C'est un mélange qui entre dans le traitement des infections, des vers et des plaies intestinales. C'est aussi un mélange aphrodisiaque fortement recommandé aux hommes. Connus de tous, ce terme est souvent employé par les consommateurs, les revendeuses et les producteurs.</p>

N°	Termes	Interprétations
72.	<b>Dzogbesui</b>	<p><b>/dzogbeswi/</b> (Terme Ewé)</p> <p><b>dzogbeswi</b> est une épice du nom de « Menthe poivrée, ou Esrou » . Elle est utilisée en cuisine pour assaisonner les aliments. Elle sert aussi de plante médicinale dans la pharmacopée traditionnelle. Dans ce contexte, <b>dzogbeswi</b> est un mélange de graines de menthe poivrée et de <i>sodabi</i>. Ce mélange est utilisé dans le traitement de la sinusite et des maux de tête. Le terme est retrouvé chez les revendeuses. Il est également utilisé par les producteurs et les consommateurs.</p>
73.	<b>Dzogledo</b>	<p><b>/dzogleḍo/</b> (Expression Argot Ewé)</p> <p>L'expression <b>Dzogledo</b> est un nom argotique qui signifie en Ewé « <i>tu deviens</i> ». Dans ce contexte, ce terme est employé pour désigner le <i>sodabi</i> comme élément qui change l'état d'une personne. Le terme a été recueilli auprès des consommateurs et des producteurs.</p>
74.	<b>Edala</b>	<p><b>/éḍàlá/</b> (N. Terme Ewé)</p> <p><b>/é/= Marque emphatique servant d'article, /ḍà/= préparer et de /lá/= Marque la propriété.</b> Le terme <b>Edala</b> signifie tout simplement celui qui prépare ou celui qui fabrique. Dans ce contexte, <b>Edala</b> est employé pour parler d'un producteur de <i>sodabi</i>. Il a été recueilli auprès des consommateurs et des revendeuses.</p>
75.	<b>Edape</b>	<p><b>/é.ḍà.fé/</b> (Expression Ewé)</p> <p><b>/é/= Marque emphatique servant d'article, /ḍà/= préparer et de /fé/= lieu.</b> <b>Edape</b> veut dire « <i>lieu de préparation</i> ». Parlant des boissons alcoolisées traditionnelles, ce terme traduit le « <i>lieu de préparation ou de production du sodabi</i> ». L'expression est souvent employée par les revendeuses, les consommateurs et les producteurs.</p>
76.	<b>Edikui</b>	<p><b>/éḍikwi/</b> (Expression Ewé)</p> <p>L'expression <b>Edikui</b> est utilisée pour qualifier une personne maigre. Dans ce contexte, l'expression est employée pour désigner un consommateur d'alcool qui est amaigri par l'effet de la boisson. Le terme nous a été donné par les consommateurs et les revendeuses.</p>

N°	Termes	Interprétations
77.	<b>Edoa</b>	<p><i>/edoà/</i> (Terme, Expression Ewé)</p> <p><i>/edo/= Travail et de /à/= article et marque emphatique : « Le travail ».</i> Une comparaison est faite ici entre l'alcool et le travail. L'accent est mis sur l'effet que produit l'alcool sur l'être humain « <i>Effet de travail</i> ». Connue de tous, ce terme est aussi employé dans d'autres domaines pour parler d'une chose interdite. Il prend alors une connotation argotique. <b>Edoa</b> a été recueilli auprès des consommateurs, des revendeuses et des producteurs.</p>
78.	<b>Edoame</b>	<p><i>/edoamè/</i> (Terme, Ewpression)</p> <p><i>/edo/= Travail, /à/= article et marque emphatique : « Le travail » et de /mè/= Dans : « Dans le travail ».</i> Comme expliqué, ce terme traduit l'effet de l'alcool sur l'état physique du consommateur. Le terme nous a été fourni par des consommateurs, des revendeuses et des producteurs.</p>
79.	<b>Edoe tukada</b>	<p><i>/édoé tʃukáǰá/</i> (Expression Ewé)</p> <p><i>/E-doe/= mettre et /tukada/= brutal ou agité.</i> <b>Edoe tukada</b> est une expression employée pour décrire le comportement brutal d'une personne. C'est une expression standard, utilisée dans beaucoup de domaines. Dans ce contexte, son utilisation est péjorative. Ce terme est employé pour désigner un consommateur se comportant d'une manière brutale après avoir pris de l'alcool. L'effet de l'alcool sur le comportement du consommateur est mis en exergue. L'expression est souvent utilisée par les consommateurs et les revendeuses.</p>
80.	<b>Edotɔ ou Edola</b>	<p><i>/édotɔ ou édolá/</i> (terme, expression ewé)</p> <p><i>/é-/= article /do/= servir et de /tɔ/= père ou /é-/= article /do/= servir et de /lá/= marque propriété.</i> Cette expression est utilisée pour désigner un vendeur ou une revendeuse de boisson locale. Le terme a été recueilli auprès des consommateurs et des revendeuses.</p>

N°	Termes	Interprétations
81.	<b>Eduta ?</b>	<p><i>/édutâ ?/ (Expression Ewé)</i></p> <p><i>/é-/ Pronom personnel (il), /du/= Manger, /tâ/= Tête.</i> La signification littérale l'expression <b>Eduta ?</b> = « <i>a-t'-il mangé la tête ?</i> » pour distinguer la vraie boisson locale de celle frelatée, il y a une multitude de techniques ou de procédés pour apprécier la qualité du Sodabi. L'une de ces techniques est de constater après consommation si cela cause des maux de tête ou pas. La question <b>Eduta ?</b> est posée afin de savoir si l'alcool consommé a causé des maux de tête ou pas. La réponse « oui » fera penser au <i>Sodabi</i> frelaté. Dans le cas contraire ce sera un alcool de la bonne qualité. Dans ce contexte précis, l'expression <b>Eduta ?</b> exprime l'effet de l'alcool. Elle met l'accent sur la qualité du produit. L'expression est souvent retrouvée dans le jargon des consommateurs, des revendeuses et des producteurs.</p>
82.	<b>Edzo</b>	<p><i>/édzo/ (Terme V. Ewé)</i></p> <p><i>/é-/= Pronom personnel (il/elle), et de /dzo/= verbe partir.</i> « <i>Il est parti</i> » le terme <b>Edzo</b> dans ce cas ne veut pas dire partir mais plutôt « <i>il est pris par l'effet de l'alcool ou il est sous l'effet de l'alcool</i> ». Ce terme est employé le plus souvent par les consommateurs.</p>
83.	<b>Edεpoha</b>	<p><i>/edεfoxa/ (Terme Ewé)</i></p> <p><i>/edε/= Libation, /fo/= frapper ou taper qui prend le sens de faire quelque chose ou exécuter et de /-xa qui vient de axa/= Boisson.</i> Le terme <b>Edεpoha</b> traduit tout simple « <i>la boisson de libation ou la boisson utilisée lors de libations ou autrement dit la boisson pour libations</i> ». Ce terme exprime l'utilisation de l'alcool dans certains gestes traditionnels, dans certaines cérémonies. Connue de tous, ce terme nous a été fourni par les consommateurs, les revendeuses et les producteurs.</p>

N°	Termes	Interprétations
84.	<b>Efiodzi</b>	<p><i>/èfiodzi/</i> (Terme. Expression Ewé)</p> <p>Composé de deux monèmes : <i>/èfio/= le souchet et de /dzi/= Sur</i>, le terme <b>Efiodzi</b> est employé pour parler d'un mélange fait à base de souchet et du Sodabi. C'est un mélange aphrodisiaque très utilisé et recommandé aux hommes. Ce terme est connu de tous et se retrouve dans le parler des consommateurs, des producteurs et des revendeuses de boisson locale.</p>
85.	<b>Efloui</b>	<p><i>/éflwi/</i> (Terme. Expression Ewé)</p> <p>Le terme <b>Efloui</b> : <i>/é-/= Pronom personnel (il/elle) et /floui/= Rendre bête ou rendre stupide</i>, signifie en Ewé « <i>il l'a rendu bête ou l'a mis dans tous ses états</i> ». Dans ce cas précis, ce terme est employé pour parler de l'état d'une personne après la consommation d'alcool. Il est employé au sens péjoratif pour faire ressortir l'effet que peut avoir le <i>Sodabi</i> sur le comportement d'une personne après consommation. Le terme s'emploie chez les consommateurs et les revendeuses de boisson locale.</p>
86.	<b>Egbansi</b>	<p><i>/égbāsi/</i> (Expression Ewé)</p> <p><i>/é-/= Pronom personnel il, /gbā/= Renverser et de /si tiré de esi/= eau.</i> « <i>Il a renversé l'eau</i> ». L'eau étant une boisson naturelle, son nom est utilisé de façon détournée pour parler de l'alcool interdit afin de permettre aux usagers d'exprimer leur besoin et leur désir de boire de l'alcool comme si cela était une boisson non interdite. L'expression <b>Egbansi</b> est employée pour exprimer le fait de « boire de l'alcool ». Elle se traduit tout simplement par « <i>Il a bu</i> ». Cette expression nous a été fournie par les consommateurs.</p>
87.	<b>Egblé</b>	<p><i>/égblé/</i> (Terme. V. Ewé)</p> <p><i>/é-/= Pronom personnel (il) et /gblé/= gâter, détruire.</i> Le terme <b>Egblé</b> est employé pour désigner un consommateur détruit par l'alcool. (La personne développe des troubles psychiatriques). C'est la conséquence de la consommation régulière du <i>Sodabi</i> qui est mise en évidence. Le terme a été cité par les revendeuses et les consommateurs.</p>

N°	Termes	Interprétations
88.	Egbodzo	<p><i>/égbɔdʒɔ/</i> (Expression Ewé)</p> <p><i>/é-/= Pronom personne (il), /gbɔdʒɔ/= Devenir faible.</i> L'expression <b>Egbodzo</b> veut dire « <i>Il est devenu faible</i> ». L'effet de l'alcool agit sur le consommateur qui devient faible après une consommation non contrôlée. L'expression a été recueillie auprès des consommateurs et des revendeuses.</p>
89.	Ehɔgavi	<p><i>/éxɔgavi/</i> (Expression Ewé)</p> <p>Composé de trois monèmes : <i>/é-/= Marque du pronom personnel (il/elle), /xɔ/= Prendre, recevoir ou avoir, /ga/= Métal ou fer et /vi/= Petit.</i> Signification littérale « <i>il a eu du petit métal, il a reçu du petit métal ou il a pris du petit métal</i> ». Comme expliqué au numéro « 81 », pour distinguer la vraie boisson locale de celle frelatée, il y a une multitude de techniques ou de procédés utilisés par les usagers de la boisson locale. Ici l'expression en question « <b>Ehɔgavi</b> » est une technique souvent utilisée par les consommateurs pour tester la qualité du <i>Sodabi</i>. Elle consiste à observer après versement du <i>Sodabi</i> dans un contenant ou un verre si des bulles se forme à la surface. Une fois les bulles observées, elles prouvent la qualité de la boisson, qui a véritablement été fabriquée à base du palmier. L'expression est connue de tous et nous a été confiée par les consommateurs, les producteurs et les revendeuses.</p>
90.	Ehlinvi	<p><i>/exlivi ou xlinvi/</i> (Terme Ewé)</p> <p><i>/exli ou xli/= Plante contre les infections qui pousse au Togo, /vi/= Petit.</i> <b>Ehlinvi</b> est une plante à petites feuilles qui traite les infections, les plaies intestinales et les vers. Son mélange avec du <i>Sodabi</i> est recommandé pour traiter les infections. C'est un mélange connu de tous et très utilisé. Ce terme nous a été confié par les consommateurs, les producteurs et les revendeuses.</p>
91.	Ekpala Ekpato	<p><i>/ékpàlá ou ékpàtɔ/</i> (Terme. Exp. Ewé)</p> <p><i>ékpàlá ou ékpàtɔ /é/= article, /kpà/= racler (brasser), /lá/ ou /tɔ/ = Marque d'appartenance ou de propriété.</i> L'expression <b>Ekpala Ekpato</b> est utilisée pour désigner un producteur de <i>Sodabi</i>. Les termes ont été recueillis auprès des revendeuses, des producteurs et des consommateurs.</p>



N°	Termes	Interprétations
92.	Ekpálagbò	<p><i>/ékpálagbò/</i> (Expression Ewé)</p> <p><i>/é-/= article, /kpà/= racler (brasser) /lá/= Marque d'appartenance ou de propriété /gbò/= Chez.</i> L'expression <b>Ekpálagbo</b> est employée pour désigner le producteur, pour dire allons chez le producteur. Le consommateur est obligé d'employer cette expression pour camoufler son intention. Le terme est souvent utilisé par les consommateurs.</p>
93.	Ekuivò	<p><i>/ékwivò/</i> (Expression Ewé)</p> <p>Formé de trois monèmes : <i>/é-/= Pronom personnel (il/elle), /kwi/= verbe Puiser incluant en lui le complément d'objet et /vò/= déjà.</i> « <i>Il ou elle l'a déjà puisé</i> ». <b>Ekuivò</b> est une expression signifiant « <i>il a bu ou il a déjà bu ou tout simplement il l'a déjà pris</i> ». Elle est souvent employée par des personnes à l'endroit d'un consommateur étant sous l'effet de l'alcool. L'expression nous est fournie par les revendeuses, les producteurs et les consommateurs.</p>
94.	Ekukònu ou kukònu	<p><i>/ekukònu ou kukònu/</i> (Terme Ewé)</p> <p><i>/e/= Article le ou la, /ku/= Mort et /kònu/= cérémonie.</i> « <i>La cérémonie funéraire</i> ». Les termes <b>Ekukònu / kukònu</b> sont fournis par les producteurs, les revendeuses et les consommateurs. Le terme est utilisé pour désigner les occasions au cours desquelles la boisson locale <i>Sodabi</i> est largement consommée, en l'occurrence lors des cérémonies funéraires.</p>
95.	Ekula	<p><i>/ékulá/</i> (Terme Ewé)</p> <p><i>/é-/= Article (le/la), /ku/= Puiser et /lá/= Marque d'appartenance ou de propriété.</i> « <i>Le puiseur ou le preneur</i> ». Le terme <b>Ekula</b> est employé dans ce contexte pour parler d'un utilisateur de boisson locale C'est un terme qui est utilisé au sens péjoratif pour désigner un consommateur de boisson locale (<i>Sodabi</i>). Il nous est fourni par les revendeuses, les producteurs et les consommateurs eux-mêmes.</p>

N°	Termes	Interprétations
96.	Ekulawo	<p><i>/ékuláwó/</i> (Terme Ewé)</p> <p><i>/é-/= Article (le/la), /ku/= Puiser /lá/= Marque d'appartenance ou de propriété</i> et <i>/wó/= marque du pluriel</i>. Le terme <b>Ekulawo</b> est employé dans ce contexte pour parler d'un groupe de consommateurs (voir numéro « 95 »)</p> <p>C'est un terme qui est utilisé au sens péjoratif pour désigner un groupe de consommateurs de boisson locale. Il nous est fourni par les revendeuses, les producteurs et les consommateurs eux-mêmes.</p>
97.	Eleagbandzi	<p><i>/élèagbãdʒi/</i> (Expression Ewé)</p> <p><i>/élé/= il est, /agbã/= Marchandise ou fardeau et /dʒi/= Sur</i>. Littéralement l'expression <b>Eleagbandzi</b> = « <i>Il est sur la marchandise ou sur le fardeau</i> ».</p> <p>Dans ce contexte, l'expression prend un autre sens. En effet, l'apparition du terme marchandise exprime le poids que constitue la boisson locale, qui une fois prise constitue un fardeau pour celui qui le consomme. Le <i>Sodabi</i> est comparé à une marchandise, terme générique qui permet de parler de l'alcool sans le nommer. L'expression prend alors le sens de : « <i>Il est sous l'effet de l'alcool</i> ». Elle est également utilisée dans d'autres domaines pour mettre l'accent sur l'effet d'un produit (drogue) sur une personne. L'expression nous a été fournie par les consommateurs, les producteurs et les revendeuses. Cette expression pourrait être comparée à l'expression « la chose » en Français. Parler de quelque chose sans le/la nommer.</p>
98.	Eleagbanme	<p><i>/éleagbãmè/</i> (Expression Ewé)</p> <p><i>élé/= il est, /agbã/= Marchandise ou fardeau et /mè/= Dans</i>. Littéralement l'expression <b>Eleagbanme</b> = « <i>Il est dans la marchandise ou dans le fardeau</i> ».</p> <p>Dans ce contexte, l'expression prend un autre sens. L'apparition du terme marchandise exprime le poids que constitue la boisson locale, qui une fois prise constitue un fardeau pour celui qui le consomme. Le <i>Sodabi</i> ici est comparé à une marchandise. Et l'expression prend le sens de : « <i>Il est sous l'effet de l'alcool</i> ». Ici, le degré de l'effet dépasse celui de « <b>Eleagbandzi</b> ». Elle est également utilisée dans d'autres domaines pour mettre l'accent sur le degré d'effet produit par une substance sur la personne qui l'utilise. L'expression nous a été fournie par les consommateurs, les producteurs et les revendeuses.</p>

N°	Termes	Interprétations
99.	Elèamimè	<p><i>/élèamimè/</i> (Expression Ewé)</p> <p><b>élèamimè</b> : <i>élè/= il est, /ami/= huile et /mè /= Dans</i>. Littéralement, <b>Elèamimè</b> = « <i>Il est dans l'huile</i> ». Contrairement aux deux termes précédents, ici le <i>Sodabi</i> est comparé à l'huile, liquide plus lourd et épais. L'expression est utilisée pour mettre l'accent sur l'effet produit par le <i>Sodabi</i> sur un consommateur après absorption. L'expression a été recueillie auprès des consommateurs et des revendeuses.</p>
100.	Elegbedzi	<p><i>/élegbedzi/</i> (Expression Ewé)</p> <p><i>/éle/= Il est et /gbedzi/= qui-vive</i>. « <i>Il est sur le qui-vive</i> ». <b>élegbedzi</b> est employé pour parler d'une personne qui est sur la qui-vive, qui est en alerte, qui est à l'affut. Par exemple, cette expression est utilisée pour qualifier une fille vierge qui se méfie, ou encore, quelqu'un qui est sur le qui-vive pour capturer une proie. Par extension, cette expression est utilisée pour qualifier un consommateur sous l'effet de l'alcool. Ici, le <i>Sodabi</i> met le consommateur en alerte, tous ses sens sont développés. Il est très réactif, il est en émoi. Il est aussi sur le qui-vive ne voulant pas être surpris alors qu'il est en train de boire. L'expression a été recueillie auprès des consommateurs, des revendeuses et producteurs.</p>
101.	Eléhuoin nyuede	<p><i>/Elé xuen jwede/</i> (Epression Ewé)</p> <p><i>/Elé xuen/= Il sent et /jwede/= très bon</i>. « <i>Il sent très bon</i> ». Cette expression est employée au sens péjoratif pour désigner celui qui a consommé de l'alcool. « <i>Il sent bon</i> ». Dans ce cas, c'est l'odeur qui est mise en exergue. L'odeur du <i>Sodabi</i> est comparée à celle du parfum. Une fois cette odeur ressentie sur un consommateur, on l'identifie automatiquement. L'expression a été recueillie auprès des revendeuses et des consommateurs.</p>

N°	Termes	Interprétations
102.	Elesia	<p><i>/élesia/</i> (Expression Ewé)</p> <p><i>/é/= Pronom personnel (il/elle), /le/= Se laver /si tirer de ési/= Eau /-a/= Article (le/la). « Elle/il s'est lavé ». L'expression <b>Elesia</b> dans ce contexte est employée pour parler de quelqu'un qui a bu. Le <i>Sodabi</i> est comparé à de l'eau. du fait de son état liquide incolore et pur. La qualité de la boisson reste aussi la préoccupation du consommateur dans ce cas. L'expression est utilisée pour dire « <b>il a bu</b> ». Elle nous a été fournie par les consommateurs, les revendeuses et les producteurs.</i></p>
103.	Elesidzi	<p><i>/élesidzi/</i> (Expression Ewé)</p> <p><b>élesidzi</b> : <i>/é/= Pronom personnel (il/elle), /lè/= être /si tirer de ési/= Eau et de /dzi/= Sur, « Il est sur l'eau ». Cette expression est considérée comme une expression destinée aux consommateurs d'alcool. Elle est employée pour qualifier un consommateur, qui sous l'effet de l'alcool, est dans un état second. Elle est connue de tous et nous a été confiée par les consommateurs, les revendeuses et les producteurs.</i></p>
104.	Elésimé	<p><i>/élesimè/</i> (Expression Ewé)</p> <p><b>Elesimè</b> : <i>/é/= Pronom personnel (il/elle), /lè/= est /si tirer de ési/= Eau et de /mè/= Dans, « Il est dans l'eau ». Cette expression est employée pour désigner un consommateur sous l'effet de l'alcool ou dans un état second. Elle est connue de tous et nous a été confiée par les consommateurs et les revendeuses.</i></p>
105.	Eletɔdzi	<p><i>/élètɔdzi/</i> (Expression Ewé)</p> <p><b>élètɔdzi</b> : <i>/é/= Pronom personnel (Elle/il) /lè/= est /tɔ/= Lacs /dzi/= Sur. « Il est sur le lac ». L'expression est employée pour exprimer la gravité des effets produits sur quelqu'un qui a pris de l'alcool. Elle désigne dans ce contexte un consommateur dans un état second après la consommation d'alcool. Le <i>Sodabi</i> dans ce cas est comparé à un lac. L'expression <b>Eletɔdzi</b> nous a été fournie par les consommateurs et les producteurs.</i></p>

N°	Termes	Interprétations
106.	Elévo	<p><i>/élévo/</i> (Expression Ewé)</p> <p>Formée de de trois morphèmes, <b>élévo</b> /é/= <i>pronom personnel (elle/il)</i>, /lé/= <i>Attraper ou prendre et /vo/= Déjà, a pour signification littérale « il est déjà pris »</i>. Il est saoul est la signification de cette expression pour désigner quelqu'un qui est dans un état second. Elle pourrait être comparée à l'expression utilisée en Français « <i>Il est parti</i> » pour qualifier une personne sous l'effet de l'alcool. L'expression nous a été fournie par les consommateurs et les revendeuses.</p>
107.	Elezomè	<p><i>/élézomè/</i> (Expression Ewé)</p> <p><b>élézomè</b> est composé de : /é/= <b>Pronom personnel (elle/il)</b>, /lè/= <b>est /zo/= feu et /mè/= dans</b>. Littéralement, cette expression signifie « <i>Il est dans le feu</i> ». Le <i>Sodabi</i> est comparé au « Feu ». Cette expression est employée pour exprimer l'effet du <i>Sodabi</i> sur celui qui l'a consommé. Cette analogie au feu est utilisée en général pour désigner celui qui est sous l'effet d'une substance psychoactive. Elle a été recueillie auprès des consommateurs, des revendeuses et des producteurs.</p>
108.	Emu	<p><i>/ému/</i> (Expression Ewé)</p> <p><i>/é-/= Pronom personnel (il/elle) et /mu/= Saouler : « il/elle est saoul »</i>. <b>Emu</b> est employé uniquement dans ce contexte pour qualifier un consommateur qui est dans un état second. C'est un terme très commun qui exprime l'état d'un consommateur sous l'effet de l'alcool. Il est connu de tous et nous a été fourni par les revendeuses, les consommateurs et les producteurs.</p>
109.	Emuaha ou Emui	<p><i>/émuaxa ou émwí/</i> (Epression Ewé)</p> <p><i>/é-/= Pronom personnel (il/elle) /mu/= Saouler et /axa/= Boisson « il/elle est saoul de la boisson » = émwí</i>. Ces expressions sont employées tout comme <b>Emu</b> pour désigner un consommateur sous l'effet de l'alcool. Connues de tous, ces expressions sont utilisées par les consommateurs, les revendeuses et les producteurs.</p>

N°	Termes	Interprétations
110.	Enoupé ou Aha noupé	<p>/énufé ou axa nufé/ (Expression Ewé)</p> <p>L'expression /é/= <i>Préposition (au) ou article (le/la)</i>, /nu/= <i>Boire</i> /fé/= <i>Lieu ou /axa/= Boisson</i> /nu/= <i>Boire et /fé/= lieu</i>, « <i>Lieu de consommation</i> ».</p> <p>Comme expliqué, plus haut cette expression est employée pour désigner un lieu de consommation de boisson locale. Elle a été recueillie auprès des consommateurs, des producteurs et des revendeuses.</p>
111.	Enula	<p>/énulá/ (Terme. Exp. Ewé)</p> <p>Le terme <b>énulá</b> : /é/= <i>Article (le/la)</i>, /nu/= <i>Boire et /lá/= Marque de propriété</i>, « <i>Le buveur</i> ». Ce terme désigne tout simplement un consommateur de boisson locale. Il nous a été fourni par les consommateurs, les producteurs et les revendeuses.</p>
112.	Enusi	<p>/énusi/ (Expression Ewé)</p> <p><b>énusi</b> : Formé de deux monèmes : /énu/= <i>Il a bu et /si</i> tiré de <i>ési/= Eau</i>. Littéralement cette expression signifie « <i>Il a bu de l'eau</i> », pour dire tout simplement « <i>il a bu de l'alcool ou il a pris de l'alcool</i> ».</p>
113.	Enuwodzi	<p>/enuwodzí/ (Terme. Exp. Ewé)</p> <p>/enu/= <i>Chose</i>, /wo/= <i>Marque du pluriel et /dží/= Sur</i> : « <i>Sur les choses</i> ».</p> <p>Le terme <b>Enuwodzi</b> dans ce cas précis désigne le <i>sodabi</i> à l'état simple. Le terme est connu de tous et nous a été transmis par les consommateurs, les revendeuses et les producteurs.</p>
114.	Eplosi	<p>/éflɔsi/ (Expression Ewé)</p> <p>Formé de trois morphèmes : /é/= <i>pronom personnel (elle/il)</i>, /flɔ/= <i>racler et de /si</i> tiré de <i>ési/= Eau</i> : « <i>il a raclé de l'eau</i> », l'expression <b>éflɔsi</b> est employée dans ce contexte pour dire « <i>il a bu de l'alcool</i> ». L'expression est fréquemment utilisée entre consommateurs et revendeuses d'alcool.</p>
115.	Esala ou Esatɔ	<p>/ésàlá ou ésàtɔ/ (Terme Ewé)</p> <p><b>ésàlá ou ésàtɔ</b> : /é/= <i>Pronom personnel (elle/il)</i> /sà/= <i>vendre et /lá/= Marque de propriété</i> /tɔ/= <i>Père</i>. Les termes <b>Esala</b> ou <b>Esatɔ</b> désignent en langue Ewé un revendeur ou une revendeuse. Ici, ils sont utilisés pour indiquer une revendeuse de boisson locale. Ils ont été recueillis auprès des consommateurs, des revendeuses et des producteurs.</p>

N°	Termes	Interprétations
116.	<b>Esi</b>	<p><i>/esi/</i> (Terme Ewé)</p> <p><b>esi</b> veut dire en français « l'eau ». Nom donné aux corps moléculaires de formule H<sub>2</sub>O sous sa formule liquide. C'est un liquide incolore et inodore reconnu universellement comme étant indispensable à la survie de l'être humain. Elle est dans ce contexte comparée au <i>Sodabi</i>, la boisson locale fabriquée à base du palmier. Ici le <i>Sodabi</i>, est considéré comme de l'eau, boisson indispensable à la survie de l'être humain. Pour les consommateurs le <i>Sodabi</i>, est source de vie. Le terme est connu de tous. Il a été recueilli auprès des consommateurs, des revendeuses et des producteurs. Notons qu'en Français certains alcool forts sont appelés « Eau de vie ».</p>
117.	<b>Esià</b>	<p><i>/esià/</i> (Terme Ewé)</p> <p><b>esià</b> : <i>/esi/= L'eau et de /-à/= Article (le/la)</i>. <b>Esià</b> est employé dans ce contexte pour désigner le <i>sodabi</i> d'origine. Ici la qualité du produit est mise en relief. Le terme nous a été fourni par les consommateurs et les revendeuses.</p>
118.	<b>Esihe</b>	<p><i>/esixé/</i> (Terme Ewé)</p> <p>Formé de deux monèmes : <i>/esi/= Eau et de /xé/= Blanc</i> : « <b>eau blanche</b> », <b>esixé</b> est employé dans ce contexte, pour qualifier le <i>Sodabi</i>, à l'état simple. La couleur sert d'euphémisme pour parler du <i>Sodabi</i>. Le terme nous est fourni par les consommateurs producteurs et revendeurs.</p>
119.	<b>Esihea</b>	<p><i>/esixéá/</i> (Terme. Exp.)</p> <p><i>/esi/= Eau /xé/= Blanc et /-á/= Article (le/la)</i>, <i>marque emphatique</i>, signification littérale : « <b>L'eau blanche</b> ». <b>Esihea</b> désigne tout simplement la vraie boisson locale, le <i>Sodabi</i>, produit du palmier. Ici, la couleur et la qualité du produit sont les aspects saillants. Le terme est retrouvé chez les revendeuses, les consommateurs et les producteurs.</p>

N°	Termes	Interprétations
120.	<b>Esikodɛha ou sikodɛha</b>	<p><i>/esikodɛxa ou sikodɛxa/ (Terme Ewé)</i></p> <p><i>/esi/= Eau /kodɛ/= Verser et /-xa veint de axa/= Boisson, esikodɛxa</i> littéralement « <i>eau de boisson versée</i> », cette expression est employée pour désigner les boissons utilisées au cours des libations. En effet, lors de grandes cérémonies de libation, l'alcool devient l'eau, la boisson indispensable à la cérémonie. Le terme est connu et est souvent cité par les revendeuses, les producteurs et les consommateurs.</p>
121.	<b>Esikula</b>	<p><i>/esikulá/ (Expression Ewé)</i></p> <p><i>/esi/= Eau, /ku/= Puiser et /lá/= Marque de propriété ou d'appartenance. « Le puits d'eau ». Esikula</i> Ce jargon est employé pour qualifier un consommateur de boisson locale <i>Sodabi</i>. <b>Esikula</b> est le nom donné aux consommateurs de <i>Sodabi</i>. L'expression a été recueillie auprès des consommateurs et des revendeuses.</p>
122.	<b>Esile</b>	<p><i>/èsile/ (Expression Ewé)</i></p> <p><i>/èsi/= eau et /le/= attraper : « l'eau l'a attrapé ».</i> Dans ce contexte <b>Esile</b> est employé au sens péjoratif pour parler de l'effet du <i>Sodabi</i>, sur un consommateur. Cette expression désigne un consommateur de boisson en état second, sous l'effet de l'alcool. L'expression nous a été fournie par les consommateurs, les producteurs et les revendeuses.</p>
123.	<b>Esitɔ</b>	<p><i>/esitɔ/ (N. terme Ewé)</i></p> <p><i>/esi/= Eau et /tɔ/= père, « Le père de l'eau ».</i> Composé deux monèmes, le terme <b>Esitɔ</b> est employé pour désigner les vendeurs d'eau en général. Dans ce contexte, il est utilisé pour désigner les vendeurs de <i>Sodabi</i>, celui-ci étant comparé à l'eau. Le terme nous a été fourni par les revendeuses et les consommateurs.</p>



N°	Termes	Interprétations
124.	<b>Eso ou Etso</b>	<p><i>/èsó ou ètfo/</i> (Terme. N. Ewé)</p> <p><b>Eso ou Etso:</b> « <i>Piment de chine</i> », Piment le plus utilisé dans la cuisine chinoise, il est dd taille moyenne à petite. Épicé mais pas trop, il a une très belle couleur rouge et surtout est très facile à cultiver. La plante est trapue avec des feuilles de petite taille. Ce piment constitue l'une des épices les plus utilisées dans la cuisine togolaise. Ce piment chinois séché mélangé avec du <i>Sodabi</i>, est très efficace et recommandé. Il intervient dans le traitement des infections, des plaies et des vers intestinaux.</p>
125.	<b>Esodzi</b>	<p><i>/èsódzi/</i> (Termeewé)</p> <p><i>/èsó/= Piment de Chine et /dzi/= Sur</i> : « <i>Sur le piment de Chine</i> ». Ce terme désigne le mélange du <b>Eso</b> et du <i>Sodabi</i>. Comme expliqué au numéro « 122 », ce mélange est très recommandé pour guérir les infections, les plaies et les vers intestinaux. Il est connu de tous et nous a été fourni par les producteurs, les revendeuses et les consommateurs.</p>
126.	<b>Esoka</b>	<p><i>/èsòkà/</i> (Expression Ewé)</p> <p><i>/é-/= Pronom personnel (il/elle), /sò/= Couper et /kà/= Corde ou ficelle</i> « <i>il/elle a coupé la corde ou la ficelle</i> ». Le terme <b>Esoka</b> a plusieurs sens. Il désigne les braises ou encore la magie. Il est employé pour décrire un changement d'état, une transformation. Cette expression fait ressortir l'effet du <i>Sodabi</i> sur un consommateur après ingestion. Elle est utilisée pour décrire l'état d'une personne agitée après la consommation d'alcool : la personne est transformée par le <i>Sodabi</i>. Ce terme est connu de tous et nous a été fourni par les consommateurs et les revendeuses.</p>
127.	<b>Esrudzi</b>	<p><i>/èsrudzi/</i> (Terme Ewé)</p> <p><i>/èsru/= Plante qui lutte contre les vers et plaies /dzi/= Sur</i>. Le terme <b>Esrudzi</b> désigne dans ce contexte un mélange composé de <i>Sodabi</i> et de la plante <b>Esrudzi</b>. Cette plante se trouve surtout au nord Togo et ses feuilles servent parfois pour la cuisine. C'est un mélange qui est recommandé pour traiter les vers intestinaux et les infections. Il est connu de tous et nous a été donné par les consommateurs, les revendeuses et les producteurs.</p>

N°	Termes	Interprétations
128.	Etchogbe	<p><i>/ètʃɔgbe/</i> (Terme. Expression)</p> <p><i>/ètʃɔ/= Cérémonie des obsèques et /gbe/= Jour.</i> « <i>Jour des obsèques ou lors des cérémonies d’obsèques</i> ». Cette expression est utilisée uniquement pour parler des obsèques. Elle exprime le moment, les circonstances au cours desquelles on peut consommer la boisson locale <i>Sodabi</i>. Le <i>Sodabi</i> est très consommé lors des cérémonies funéraires. Les obsèques constituent une occasion permettant à bon nombre de personnes d’avoir accès aux boissons locales. La circonstance est l’idée essentielle exprimée. Cette expression est très employée. Elle a été recueillie auprès des revendeuses, des producteurs et des consommateurs.</p>
129.	Etieme	<p><i>/étiémè/</i> (Expression Ewé)</p> <p><i>/é-/= Pronom personnel (il/elle) /ti/= Rester ou abandonner et /émè/= Dans, dedans.</i> « <i>Il est resté dedans</i> ». L’expression <b>Etieme</b> est employée pour désigner un consommateur sous l’effet d’alcool : celui-ci est dans un état second. Elle a été recueillie auprès des consommateurs et des revendeuses.</p>
130.	Etsi dzodzodzoé	<p><i>/etʃi dzodzoduɛ/</i> (Expression Ewé)</p> <p><i>/etʃi/= Il est resté et /dzodzoduɛ/= Instable.</i> « <i>Il est instable</i> ». L’expression <b>Etsi dzodzodzoé</b> décrit l’état d’une personne confuse sous l’effet de l’alcool. Elle est aussi employée pour des personnes qui se sentent complètement perdues après un fait malheureux, ou qui se trouvent dans une situation douloureuse. L’expression nous est recommandée par les revendeuses et les consommateurs.</p>
131.	Etsi simé	<p><i>/étʃi simè/</i> (Expression Ewé)</p> <p><i>/é-/= Pronom personnel /tʃi/= rester /si tiré de esi/= Eau et de /mè/= Dans.</i> « <i>il est resté dans l’eau</i> ». L’expression est employée pour qualifier un consommateur en état d’ébriété. Elle a été recueillie auprès des revendeuses, des consommateurs et des producteurs.</p>

N°	Termes	Interprétations
132.	Ewodzi	<p><i>/ewodzi/</i> (Terme Ewé)</p> <p><i>/ewo/= Petite cola et /dzi/= Sur : « Sur la petite cola ».</i> Formé de deux monèmes le terme <b>Ewodzi</b> désigne le mélange composé de cola et de <i>sodabi</i>. Un mélange recommandé pour lutter contre l'insomnie et très utilisé en cas de faiblesses sexuelles comme aphrodisiaque. Le terme nous a été fourni par les revendeuses, les consommateurs et les producteurs.</p>
133.	Eho afɔlesi	<p><i>/éxo afɔ lè ésí/</i> (Expression Ewé)</p> <p><i>/é-/= pronom personnel (il/elle) /xɔ/= Prendre /afɔ/= Pied /lèsí/= de lui : « Il/elle lui a pris les pieds ».</i> L'expression <b>Exo afɔlesi</b> est employée pour expliquer l'effet du <i>sodabi</i> sur un consommateur. Le consommateur perd le contrôle de ses mouvements, il a du mal à marcher et titube. L'expression a été recueillie auprès des revendeurs, des consommateurs et des producteurs.</p>
134.	Ehekin	<p><i>/èxékɛn/</i> (Terme Ewé)</p> <p><i>/èxé/= plante ou feuille de bruyère et /kɛn/= Racine : « Racine de bruyère ».</i> <b>Exekin</b> est un mélange aphrodisiaque puissant. Composé d'alcool et de racines, il entre également dans le traitement des infections. Ce terme nous a été fourni par les producteurs, les consommateurs et les revendeuses.</p>
135.	Eyitadji	<p><i>/éjítadzí/</i> (Expression Ewé)</p> <p><i>/é-/= pronom personnel (Il/elle) /ji/= Aller, /ta/= tête /dzi/= Sur : « Il/elle est allé sur la tête ».</i> <b>Eyitadji</b> est souvent utilisé pour qualifier quelqu'un qui a perdu la raison. L'expression montre les conséquences de la consommation de <i>sodabi</i> sur l'état mental du consommateur. L'expression est utilisée par les consommateurs, les revendeuses et les producteurs.</p>
136.	Fofonti ha	<p><i>/fofontixa/</i> (Terme. Ewé)</p> <p><i>/fofoŋ/= Canne à sucre /ti/= Plante /xa/= Boisson.</i> Le terme <b>Fofonti ha</b> désigne la boisson locale fabriquée à base de canne à sucre. Ce terme nous a été fourni par les consommateurs, les revendeuses et les producteurs.</p>

N°	Termes	Interprétations
137.	<b>Foude</b>	<p><b>/fuðè/</b> (Terme Ewé)</p> <p><b>fuðè</b> = Entonnoir servant à verser le liquide d'un contenant à un autre, <b>Foude</b> est employé pour désigner un vrai buveur, « <i>Un buveur gradé</i> » qui même après avoir consommé 10 litres de <i>sodabi</i> n'est jamais ivre. Le terme nous a été fourni par les consommateurs, les revendeuses et les producteurs.</p>
138.	<b>Foulani</b>	<p><b>/fulani/</b> (Terme Peule)</p> <p>Les Peuls, appelés aussi <b>Foulani</b>, Fulbhés, Fulfulde, Pular ou encore Fellata selon les pays, sont un peuple traditionnellement de pasteurs établis dans toute l'Afrique de l'Ouest et au-delà la bande sahélo-saharienne, soit au total dans une quinzaine de pays différents et représentant environ 40 millions de personnes. Les peuls sont en général élancés et très minces. Ce terme est utilisé dans ce contexte pour désigner les consommateurs de <i>Sodabi</i> dont le corps est chétif sous l'effet de l'alcool. Le terme est souvent utilisé entre les consommateurs et les revendeuses.</p>
139.	<b>Garde-à-vous</b>	<p><b>/gaʁ.da.vu/</b> (Expression. Français familier, Emprunt Ewé)</p> <p><b>Garde-à-vous</b> : Le garde-à-vous est une position adoptée par les militaires sur l'injonction « Garde à vous ! » ou dans certains contextes précis. Elle consiste à se tenir debout, droit, les bras le long du corps, les talons joints, la tête haute, immobile. Le protocole varie selon les pays et les unités. Ici le <i>sodabi</i> est un produit qui met ses consommateurs au Garde à vous. Il fait effet sur le comportement de ces derniers. Le consommateur ne s'appartient plus, il est au garde à vous de l'alcool. L'expression a été donnée par les consommateurs et les revendeuses.</p>
140.	<b>Gbagba</b>	<p><b>/gbagba/</b> (Terme. Argot Ewé)</p> <p><b>Gbagba tiré de gbagbati</b> est un terme utilisé par les jeunes Togolais pour désigner un produit ou un objet falsifié. Ici <b>gbagba</b> désigne du <i>sodabi</i> fabriqué à base d'objets rouillés soit du <i>sodabi</i> frelaté. Le terme renseigne sur la qualité du produit et nous a été confié par les consommateurs et les revendeuses.</p>

N°	Termes	Interprétations
141.	<b>Gbagbati</b>	<p><b>/gbagbati/</b> (Terme. Argot Ewé)</p> <p>Comme expliqué au numéro « 140 », <b>gbagbati</b> désigne du <i>sodabi</i> fabriqué à base d'objets rouillés ou du <i>sodabi</i> frelaté. Il renseigne sur la qualité du produit et nous a été confié par les consommateurs et les revendeuses.</p>
142.	<b>Gbegble</b>	<p><b>/gbegble/</b> (Terme. Adj. Ewé)</p> <p><b>Gbegble</b> en Ewé, est un adjectif qualificatif employé pour désigner une chose gâtée, pourrie ou en décomposition. Ce terme est également employé pour qualifier une personne récalcitrante. Dans ce contexte, il est utilisé pour désigner du faux <i>sodabi</i>, du <i>sodabi</i> frelaté ou de mauvaise qualité. Le terme a été recueilli auprès des consommateurs, des revendeuses et des producteurs.</p>
143.	<b>Gbegbledrom</b>	<p><b>/gbèglédrom/</b> (Expression Argot Ewé)</p> <p><b>/gbègle/= Gâté, faux et /drom/= Lieu.</b> L'expression <b>Gbegbledrom</b> est employée pour désigner le lieu de consommation de faux <i>sodabi</i>. Il nous est donné par les consommateurs.</p>
144.	<b>Guédzi ou Under ou Cover</b>	<p><b>/gédzi/</b> (Terme Ewé)</p> <p><b>/gé/= Cannabis et de /dzi/= Sur : « Sur le Cannabis ».</b> <b>Guédzi</b> est un mélange composé de <i>sodabi</i> et de cannabis. Ce mélange est très connu et très consommé. Il est aussi appelé : « <b>Under ou Cover</b> » pour camoufler l'usage de ce mélange ; le cannabis étant un produit illicite. Le terme est connu et nous a été fourni par les producteurs, les consommateurs et les revendeuses.</p>
145.	<b>Heá</b>	<p><b>/xeá/</b> (Terme Ewé)</p> <p><b>/xe/= Blanc et /-á/= Article (le/la) : « Le blanc »</b> Le terme <b>Heá</b> est employé dans ce contexte pour désigner l'alcool (<i>sodabi</i>) pur et simple. Ici, c'est la couleur blanche, claire et limpide du <i>sodabi</i> qui est mise en évidence. Le terme nous est confié par les consommateurs et les revendeuses.</p>
146.	<b>Hibiscus</b>	<p><b>/ibiskʏs/</b> (Terme. N. français)</p> <p><b>Hibiscus</b> est le nom en français donné au Bissap. Ici, le <i>sodabi</i> est comparé à la feuille d'hibiscus. Pour plus d'informations cf. explication au numéro « 63 ». Le terme nous est donné par les consommateurs et les revendeuses.</p>

N°	Termes	Interprétations
147.	<b>Honhoin</b>	<p>/xɔxuɛn/ (Terme. N. adj. Exp. Ewé)</p> <p><b>Honhoin</b> est le donné à l'odeur en Ewé. Ce seul nom prend le sens d'adjectif qualificatif et d'expression. Ici, le terme <b>Honhoin</b> fait allusion à l'odeur dégagée par l'alcool et donc par un usager après consommation du <i>Sodabi</i>. Dans ce contexte, le terme « odeur » désigne le <i>Sodabi</i> dans son entièreté. Le terme nous a été donné par les consommateurs et les revendeuses.</p>
148.	<b>Honkpatcha</b>	<p>/xɔpatʃa/ (terme. N. Ewé)</p> <p><b>Honkpatcha</b> est le nom donné à la claie en Ewé. Treillis d'osier à claire-voie. Treillage souvent utilisé comme clôture, il sert à la construction des lieux de vente de <i>sodabi</i> Il est employé dans ce contexte pour désigner les lieux de vente et de consommation du <i>sodabi</i>. Le terme nous a été donné par les consommateurs, les revendeuses et les producteurs.</p>
149.	<b>Je suis présent</b>	<p>/ʒə sɥi pʁɛzɑ̃/ (Phrase expression française)</p> <p>Dans ce cadre, la phrase <b>Je suis présent est</b> employée pour traduire la ponctualité et la régularité d'un consommateur sur les lieux de vente ou de consommation de <i>Sodabi</i>. Le <i>Sodabi</i> met « au garde-à-vous » le consommateur qui est toujours présent sur les lieux de vente pour boire du <i>Sodabi</i>. L'expression pourrait se rapprocher de l'expression française « être un pilier de bar » et nous a été donnée par les consommateurs.</p>
150.	<b>Kakoe</b>	<p>/kákwe/ (Terme. Adj. Ewé)</p> <p><b>Kakoe</b> : est un adjectif qualificatif Ewé employé pour décrire ou qualifier quelqu'un qui est en forme. Son utilisation ici désigne en fait l'effet que produit le <i>sodabi</i> sur le physique d'un consommateur, pour dire que ce dernier est en forme, le <i>sodabi</i> est aussi désigné ainsi pour exprimer sa qualité. Le terme nous a été fourni par les consommateurs et les revendeuses.</p>
151.	<b>Kar, Quart ou Karvi, quarvi</b>	<p>/kaʁ ou kaʁvi/ (Terme. Emprunt. Ewé)</p> <p>Les termes <b>Kar, Quart ou Karvi, quarvi</b> sont des emprunts au français acceptés dans la langue Ewé. Le <b>Quart</b> est le ¼ du litre, il est employé pour parler de la mesure du <i>sodabi</i>. Il est aussi utilisé pour désigner le <i>sodabi</i> en tant que produit lui-même. Il a été recueilli auprès des consommateurs, des revendeuses et des producteurs.</p>

N°	Termes	Interprétations
152.	<b>Ƙɔ́véy idzi</b>	<p>/kɔ́vejɪdzi/ (Expression Ewé)</p> <p>/kɔ́/= Soulever, /ve/ = Gorge /ji/= Aller vers et /dzi/= Haut : « Soulever la gorge vers le haut ». L'expression <b>Ƙɔ́véyidzi</b> décrit l'action de lever la gorge pour boire. Une action souvent observée dans les lieux de consommation. Elle est prise, considérée et employée dans ce contexte pour désigner l'action de boire : « <i>Aller boire</i> ». L'expression est courante et nous est fournie par les consommateurs, les revendeuses et les producteurs. Cette expression pourrait être comparée à l'expression française « lever le coude » pour exprimer l'action de boire de l'alcool.</p>
153.	<b>Kindéke</b>	<p>/kɛndɛkɛ/ (Terme. N. Ewé)</p> <p>/kɛn/= Racine /dɛkɛ/= Un(e), (1) : « Une racine ». <b>Kindéke</b> est une plante à une seule racine qu'on retrouve souvent en Afrique de l'Ouest et plus précisément au Togo. Cette plante à plusieurs vertus est souvent utilisée pour sa racine. Mélangée avec du <i>sodabi</i>, ce produit guérit de nombreuses maladies. Il a des vertus thérapeutiques et aphrodisiaques. Ce produit est souvent vendu par les revendeuses de boisson locale (<i>sodabi</i>).</p>
154.	<b>konkonvi</b>	<p>/kɔ́nkɔ́nvi/ (Terme. N. Ewé)</p> <p>Le terme <b>konkonvi</b> est donné à la plus petite unité de mesure souvent retrouvée chez les revendeuses de boisson locale. Cette mesure est ici employée pour désigner le <i>sodabi</i> en lui-même (le contenant désigne le contenu). Répandu, le terme a été recueilli auprès des revendeuses, des consommateurs et des producteurs.</p>
155.	<b>Kpayoa</b>	<p>/kpajɔ́á/ (Terme. Adj. Igbo)</p> <p><b>Kpayoa</b> est un terme Igbo, langue parlée au Nigéria pour désigner un produit de mauvaise qualité. Ici, le terme <b>Kpayoa</b> désigne le mauvais <i>sodabi</i> ou « le faux <i>sodabi</i> » ou le <i>sodabi</i> frelaté. Fréquent, le terme nous a été fourni par les consommateurs, les revendeuses et les producteurs.</p>

N°	Termes	Interprétations
156.	<b>Ku deka nam</b>	<p>/ku dèká nam/ (Expression Ewé)</p> <p>/ku/=Puiser ou servir, /dèká/= Un (1) et /nam/= à moi : “<i>Servez-moi un</i>”. Comme expliqué, l’expression <b>ku dèká nam</b> veut tout simplement dire : « <i>Servez-moi un verre</i> ». Elle est employée pour voiler, dissimuler le contenu du verre et le fait de boire de l’alcool. L’expression nous a été fournie par les revendeuses et les consommateurs.</p>
157.	<b>Kudekavi</b>	<p>/kuḍekavi/ (Expression Ewé)</p> <p>ku/=Puiser ou servir, /dèká/= Un (1) et /vi/= Petit : « <i>Servir un petit ou se servir un petit</i> ». L’expression <b>kudekavi</b> est employée pour désigner un consommateur occasionnel ou quelqu’un qui se saoule juste après avoir consommé un seul verre ou une petite quantité de <i>sodabi</i> : « <i>Il ne prend qu’un seul</i> ». L’expression est souvent employée par les consommateurs et les revendeuses.</p>
158.	<b>Kukuḍèha</b>	<p>/kukuḍèxa/ (Terme. N. Ewé)</p> <p>/kukuḍè/= Demande de pardon /-xa tiré de axa/= Boisson : « <i>Boisson pour demander pardon</i> ». Le terme <b>kukuḍèxa</b> est la « <i>boisson d’excuse, boisson du pardon</i> ». Le <i>Sodabi</i> est souvent exigé pour réparer une erreur, pour réparer une faute. Le <i>Sodabi</i> sert dans la gestion des conflits, des querelles. Le <i>Sodabi</i> prend une valeur symbolique comme l’exige la tradition. L’expression est connue de tous. Elle nous a été fournie par les consommateurs, les revendeuses et les producteurs.</p>
159.	<b>Kular</b>	<p>/kular/ (Argot Ewé)</p> <p><b>Kular</b> est un terme argotique employé par les jeunes pour désigner un buveur « gradé ». Ce buveur est considéré comme « <i>un docteur en la matière</i> ». Le terme est souvent employé par les consommateurs et les revendeuses.</p>



N°	Termes	Interprétations
160.	<b>Kunu dekanam</b>	<p><b>/kunu dèka nam/</b> (Expression Ewé)</p> <p><b>/ku/= Puiser ou server /nu/= Chose /dèka/= Un (1) et /nam/= à moi : « Sers-moi une chose ».</b> Comme expliquée au numéro « 165 », l'expression <i>kunu dèká nam</i> veut tout simplement dire : « <i>Sers-moi un verre ou servez-moi une chose</i> ». Elle est employée pour voiler le contenu à savoir l'alcool. L'expression nous a été fournie par les producteurs, les revendeuses et les consommateurs.</p>
161.	<b>Lelegbleati</b>	<p><b>/lelegbleati/</b> (Terme. Ewé)</p> <p><b>Lelegbleati</b> est une plante aux vertus thérapeutiques qui est utilisée pour guérir nombreuses maladies. Cette plante, que l'on trouve au Togo est très puissante spirituellement. Son mélange avec du <i>sodabi</i> est très efficace et est souvent recommandé pour des cérémonies de désenvoutement. Le terme a été recueilli auprès des producteurs et des revendeuses.</p>
162.	<b>Lita</b>	<p><b>/lita/</b> (Terme Ewé dérivé du français)</p> <p><b>Lita</b> est une unité de mesure correspondant au litre en français. Ce terme est employé pour désigner 1 litre d'alcool ou de <i>sodabi</i>. Fréquemment utilisé ce terme nous a été fourni par les consommateurs, les revendeuses, les producteurs, les commerçant et les artisans.</p>
163.	<b>Mapouka</b>	<p><b>/mapouka/</b> (Terme. Nom.)</p> <p><b>Mapouka</b> : Le mapouka, aussi connu sous le nom de macouka ou encore mapaka, est une danse traditionnelle de Côte d'Ivoire, originaire des alentours de Dabou. Cette danse, par sa chorégraphie osée, évoque une danse érotique. Dans les années 1980, des artistes ivoiriens ont tenté sans grand succès de la faire connaître. Un des groupes les plus connus est Les Tueuses de <b>Mapouka</b>. En 1998, le Conseil national de la communication audiovisuelle (CNCA) décide d'interdire sa diffusion. A la suite de cette interdiction, la danse connaît une propagation très rapide dans les pays sub-sahariens, en Europe et notamment en France où il y a de nombreux expatriés Ivoiriens. Le nom est attribué à un mélange fait à base de lait, de <i>sodabi</i> et de café. Utilisé à des fins aphrodisiaques, ce mélange est recommandé aux hommes pour renforcer leur virilité. Le terme nous a été donné par les consommateurs, les revendeuses, les commerçants et les artisans.</p>

N°	Termes	Interprétations
164.	Mawugen	<p>/mawuɣɛn/ (Terme. Ewé. N. Empreint au Fon du Bénin)</p> <p><b>Mawugen</b> : Nom scientifique : « <b>Khaya senegalensis (Méliacées)</b> » [FON] <b>Zonza (tin)</b>=l'arbre, <b>zonza (goto)</b>=l'écorce, [GOUN] <b>Agawu, [MINA]=Mahugen ou le Zonza</b>: est une plante originaire d'Afrique de l'ouest que l'on trouve surtout au Bénin et au Togo. Elle est utilisée pour son écorce. Mélangé avec du Sodabi, elle entre dans le traitement des maux de ventre, des règles douloureuses et de plusieurs autres maladies. Connu de tous, ce terme nous a été donné par les producteurs, les consommateurs, les revendeuses, les commerçant et les artisans.</p>
165.	Mɔfɔ	<p>/mɔfɔ/ (adj. et N. Argot. Ewé)</p> <p><b>Mɔfɔ</b> est le nom donné à un naïf, un ignorant, un néophyte dans un domaine donné. Dans ce contexte, le terme <b>Mɔfɔ</b> est utilisé pour désigner quelqu'un qui ne consomme pas de <i>sodabi</i> ou quelqu'un qui méconnaît le <i>sodabi</i>. Il est aussi employé pour désigner le <i>sodabi</i> de mauvaise qualité. Connu et utilisé par bon nombre de personnes, le terme <b>Mɔfɔ</b> nous a été confié par les consommateurs, les revendeuses et les producteurs.</p>
166.	Mia ku sia	<p>/miá ku sia/ (Expression Ewé)</p> <p>/miá/= <i>Pronom personnel (Nous)</i>, /ku/= <i>Puisez</i>, /si tiré de esi/= <i>Eau</i> et /-a/= <i>Article défini (le/la)</i> : « <i>Nous puisons l'eau</i> ». L'expression <b>Mia ku sia</b> est employée pour dire « <i>Allons boire de l'alcool ou du sodabi</i> ». L'expression est souvent utilisée entre les consommateurs pour voiler le besoin de consommer de l'alcool.</p>
167.	Mia le afu	<p>/miá le afu/ (Expression Ewé)</p> <p>/miá/= <i>Pronom personnel (Nous)</i>, /le/= <i>Laver ou Nager</i> et /afu/= <i>Mer</i> : « <i>Allons-nous nager</i> ». Tout comme l'expression précédente, <b>Mia le afu</b> est employée au sens figuré pour dire « <i>Allons boire de l'alcool ou du sodabi</i> ». L'expression est souvent utilisée entre les consommateurs pour voiler leur envie de consommer de l'alcool.</p>

N°	Termes	Interprétations
168.	Mia plo si	<p><i>/miá flɔ si/</i> (Expression Ewé)</p> <p><i>/miá/= Pronom personnel (Nous), /flɔ/= Racler et de /si tiré de esi/= Eau :</i> « <i>Allons racler l'eau</i> ». Comme les deux précédentes expressions, <b>Mia plo si</b> est employée au sens connoté pour dire « <i>Allons boire de l'alcool ou du sodabi</i> ». L'expression est souvent utilisée entre les consommateurs pour voiler le besoin de consommer de l'alcool.</p>
169.	Mia yi nui	<p><i>/miá ji nɔi/</i> (Expression Ewé)</p> <p><i>/miá/= Pronom personnel (Nous), /ji/= Aller et de /nɔi/= Boire le...</i> « <i>Allons le boire</i> ». Comme les trois expressions précédentes, <b>Mia yi nui</b> est employée au sens connoté pour dire « <i>Allons boire de l'alcool ou du sodabi</i> ». L'expression est souvent utilisée entre les consommateurs pour voiler l'envie de consommer de l'alcool.</p>
170.	Mia zan sia	<p><i>/miá zã sia/</i> (Expression Ewé)</p> <p><i>/miá/= Pronom personnel (Nous), /zã/= utiliser ou user /si tiré de esi/= Eau et de /-a/= Marque d'article indéfini (le/la) :</i> « <i>Allons user ou utiliser l'eau</i> ». Comme les expressions ci-dessus, <b>Mia zan sia</b>, est employée au sens connoté pour dire « <i>Allons boire de l'alcool ou du sodabi</i> ». L'expression est souvent utilisée entre les consommateurs pour exprimer leur désir de consommer de l'alcool.</p>

N°	Termes	Interprétations
171.	<p><b>Moringa oleifera</b> <b>Moringa</b></p>	<p><b>/mɔʋɛŋga ou mɔʋĩga/</b> (Terme. N. Empreint).</p> <p><b>Moringa oleifera</b> : « <b>Nom scientifique</b> », souvent appelée simplement <b>moringa</b>, de la famille monotypique des Moringaceae. Originaire d'Inde, le <b>Moringa</b> est un arbre très résistant aujourd'hui cultivé dans de nombreux pays tropicaux d'Asie et d'Afrique. Il existe 13 espèces de <b>moringa</b>, c'est généralement le <b>moringa oleifera</b> qui est cultivé et consommé. Le moringa est un arbre à la croissance rapide, il faut généralement 3 à 6 mois pour récolter ses premières feuilles et un an et demi pour la première récolte de fruits. En médecine, le <b>moringa</b> depuis des siècles, est utilisé pour ses racines, ses écorces, ses fruits et ses feuilles. En nutrition, ce sont ces deux dernières parties qui sont consommées avec un avantage pour les feuilles. Pour cause, elles sont extrêmement riche en minéraux (calcium, potassium, fer, magnésium), en vitamines A, C, E, en protéines de très bonne qualité (contenant les 9 acides aminés essentiels), antioxydants. Son atout principal est son spectre nutritionnel très large et bien équilibré. Son mélange avec du <i>sodabi</i> est très recommandé et vient en apport de beaucoup des vitamines précitées, entrant dans le traitement de plusieurs maladies. Connu de tous le <b>moringa</b> est largement utilisé. Ce terme nous a été fourni par tous les groupes d'usagers avec lesquels nous avons travaillé.</p>
172.	<p><b>N'kéméa</b></p>	<p><b>/ŋ'kɛmɛ́á/</b> (Terme adj. Ewé)</p> <p><b>N'kéméa</b> est un adjectif qualificatif Ewé qui veut dire « <i>L'autre chose</i> ». Il est employé dans ce contexte pour désigner et camoufler le nom du <i>Sodabi</i>. Ce terme nous a été confié par les revendeuses, les consommateurs et les producteurs.</p>
173.	<p><b>N'kuatrɔ</b></p>	<p><b>/ŋ'kwatrɔ/</b> (Expression Ewé)</p> <p><b>/ŋ'kw/ = œil /-a/ = Article (le/la) et /trɔ/ = Changer</b> : « <i>L'œil a changé</i> ». L'expression <b>N'kuatrɔ</b> décrit le changement de l'œil ou des yeux des usagers après la consommation d'alcool ou du <i>Sodabi</i>. Cette expression met en lumière l'effet du <i>Sodabi</i> sur les yeux après consommation. Elle a été recueillie auprès des consommateurs, des revendeuses et des producteurs.</p>

N°	Termes	Interprétations
174.	N'kudzin	<p><i>/ŋ'kudzĩ ou ŋ'kudzɛn/</i> (Expression Ewé)</p> <p><i>/ŋ'ku/= Œil et /dzɛn ou dzĩ/= Rouge : « œil rouge ou yeux rouges ».</i></p> <p>L'expression <b>N'kudzin</b> décrit le changement de l'œil ou des yeux qui deviennent rouges après la consommation d'alcool ou du <i>Sodabi</i>. Cette expression met en lumière la couleur des yeux et l'effet du <i>Sodabi</i> sur les yeux après consommation. Elle a été recueillie auprès des consommateurs, des revendeuses et des producteurs.</p>
175.	Noudouha	<p><i>/nuɖuxa/</i> (Terme. Expression)</p> <p><i>/nu/= Choes /ɖu/= Manger et /xa qui vient de axa/= Boisson : « Boisson pour manger ».</i> <b>Nuɖuxa</b> est un terme employé pour désigner les apéritifs, les boissons qui stimulent l'appétit et permettent de bien manger. Le <i>sodabi</i> est reconnu pour ses vertus d'ouverture de l'appétit et la facilitation de la digestion. Le terme a été recueilli auprès des consommateurs, des revendeuses et des producteurs.</p>
176.	Nougodoha	<p><i>/nugodoxa/</i> (Terme. N. expression Ewé)</p> <p><i>/nu/= Chose, /godo/= Revers ou derrière et /xa qui vient de axa/= Boisson : « Boisson de revers ou tout simplement boisson d'excuse ».</i></p> <p><b>Nougodoha</b> : « <i>Boisson d'excuse</i> ». Le <i>Sodabi</i> est une boisson souvent demandée quand une personne a commis une erreur, une faute qu'elle doit réparer. C'est la tradition qui l'exige. L'expression est connue de tous. Elle nous a été fournie par les consommateurs, les revendeuses et les producteurs.</p>
177.	Noutodzin	<p><i>/nutodzɛn ou nutodzĩ/</i> (Terme. Expression Ewé)</p> <p><i>/nuto/= Lèvres et de /dzɛn ou dzĩ/= Rouge : « Lèvres Rouges ».</i></p> <p>L'expression <b>Noutodzin</b> décrit le changement de coloration des lèvres en rouge après maintes consommations d'alcool ou du <i>sodabi</i>. Cette expression met en lumière la couleur des lèvres et l'effet du <i>sodabi</i> sur les lèvres du consommateur alcoolique. Elle a été recueillie auprès des consommateurs, des revendeuses et des producteurs.</p>

N°	Termes	Interprétations
178.	Nukuabian ou nukouadane	<p><i>/ɲkwabiã ou ɲkwabia ɲkwaɖane/</i>  <i>/ɲkw/= œil ou yeux, /-a-/= Article (le/la) et de /biã, bia ou ɖane/= changer en couleur rouge.</i> : « œil ou yeux viré(s) au rouge ». L'expression <b>Nukuabian ou nukouadane</b> décrit le changement de couleur de l'œil ou des yeux en rouge après la consommation d'alcool ou du <i>sodabi</i>. Cette expression met en lumière la couleur des yeux et l'effet du <i>sodabi</i> sur les yeux du consommateur alcoolique. Elle a été recueillie auprès des consommateurs, des revendeuses et des producteurs.</p>
179.	Nuto dzoloe	<p><i>/nuto dzrolwé/</i> (Expression Ewé)  <i>/nuto/= Lèvres et /dzrolwé/= Chétif</i> : « <i>Lèvre chétives</i> ». L'expression <b>Nuto dzoloe</b> décrit le changement des lèvres après maintes consommations d'alcool ou du <i>sodabi</i>. Cette expression met en lumière l'effet du <i>sodabi</i> sur les lèvres du consommateur alcoolique. Elle a été recueillie auprès des consommateurs, des revendeuses et des producteurs.</p>
180.	Nyɔnu	<p><i>/ɲɔnu/</i> (Terme N. Ewé)  <b>Nyɔnu</b> est le nom donné aux femmes en Ewé. Ici, ce terme est employé pour qualifier celui qui ne consomme pas d'alcool ou celui qui ne supporte pas l'alcool. Ce terme péjoratif fait référence au stéréotype de la femme en tant qu'être « faible ». Le nom <b>Nyɔnu</b> nous a été donné par les consommateurs et les revendeuses.</p>
181.	Nyisɔvi	<p><i>/ɲisɔvi/</i> (Expression Ewé)  <i>/ɲisɔ/= Avant-hier et de /vi/= petit</i> : « <i>Un petit d'avant-hier</i> ». L'expression <b>Nyisɔvi</b> est employée dans ce contexte pour désigner un débutant, ou un néophyte en matière de boisson alcoolisée (<i>sodabi</i>). L'expression nous a été donnée par les consommateurs et les revendeuses.</p>

N°	Termes	Interprétations
182.	<b>Paipai</b>	<p>/paɪpaɪ/ (Argot Ewé)</p> <p>Le terme <b>Paipai</b> veut dire « <i>Parler beaucoup</i> ». L'expression est utilisée pour qualifier les consommateurs de Sobadi car sous l'effet de l'alcool nombre de consommateurs ont tendance à parler abondamment . Le terme nous a été confié par les consommateurs et les revendeuses.</p>
183.	<b>Parfum</b>	<p>/paʁfæn/ (Terme. N. français)</p> <p>Un <b>parfum</b> est une odeur ou plus souvent une composition odorante plus ou moins persistante naturellement émise par une plante, un animal, un champignon, ou un environnement. Dans la nature, les parfums sont souvent des messages chimiques et biochimiques, et notamment les phéromones ou les phytohormones. Ici, le terme parfum est employé pour parler de l'odeur du <i>sodabi</i>. Il désigne le vrai <i>sodabi</i>, une boisson de qualité, fabriquée à base du palmier. Le terme nous a été confié par les consommateurs et les revendeuses.</p>
184.	<b>Petit déjeuner</b>	<p>/peti deʒœne/ (Phrase française)</p> <p>Le déjeuner, ou <b>petit déjeuner</b>, est à l'origine le premier repas de la journée, celui qui se prend au lever. Selon les époques et les cultures, son menu et son appellation ont varié. À partir du XIX siècle, l'appellation « petit déjeuner » a supplanté celle de « déjeuner » dans certaines régions de France. Dans ce cadre, le petit déjeuner est comparé au <i>sodabi</i> qui est pris très tôt le matin. L'expression met aussi en évidence la qualité de ce <i>sodabi</i>. Elle a été recueillie auprès des consommateurs et des revendeuses.</p>
185.	<b>Pitters</b>	<p>/ pɪtɛs ou bɪtɛs/ (Terme Anglais)</p> <p><b>Pitters</b> est un terme anglais employé pour désigner les liqueurs. Le <i>sodabi</i> étant de la famille des éthanols, il est appelé <b>Pitters</b>. Ici, ce terme désigne plus particulièrement un mélange de <i>sodabi</i> avec du cannabis, des racines ou des plantes. Connue de tous, ce terme a été recueilli auprès des consommateurs et d'autres informateurs.</p>

N°	Termes	Interprétations
186.	<b>Plingotame</b>	<p><b>/plɛngotame ou pligotame/</b> (Terme Ewé)</p> <p><b>/plɛngo/= Cloue, /ta/= Tête et /me/=dans : « Dans la tête du clou ».</b> <b>Plingotame</b> est utilisé pour désigner le clou de girofle. Dans ce contexte, il désigne un mélange fabriqué à base de <i>sodabi</i>. Un mélange très connu, recommandé et qui entre dans le traitement des infections et des troubles intestinaux. Le terme est souvent retrouvé chez les revendeuses d'épices de même que chez les revendeuses de boissons alcoolisées. Il nous a été confié par les consommateurs, les revendeuses et les producteurs.</p>
187.	<b>Rideau blanc</b>	<p><b>/ɛido blã/</b> (Phrase expression française)</p> <p>Un <b>rideau Blanc</b> est une pièce de tissu de couleur blanche dont le but est de dissimuler la présence d'une ouverture. Il peut atténuer la lumière et la poussière. Les rideaux sont souvent pendus à l'intérieur de la fenêtre (couvre-fenêtre) ou de la porte d'un bâtiment pour bloquer le passage de la lumière peu importe leur couleur. Par exemple, pendant la nuit pour faciliter le sommeil ou pour empêcher les autres de voir à l'intérieur, souvent pour des raisons d'intimité. Dans ce contexte, l'expression <b>rideau blanc</b> est employée pour dissimuler et repérer un lieu de vente de boisson locale. Ces endroits sont couverts et identifiés par un rideau de couleur blanche. L'expression est connue de tous et nous a été confiée par les consommateurs, les revendeuses et les producteurs.</p>
188.	<b>SDB</b>	<p><b>/ɛs.be.de/</b> (Sigle de Sodabi)</p> <p><b>SDB</b> est une siglaison constituant l'abréviation du terme « <i>sodabi</i> ». C'est un argot employé par de nombreux jeunes de la sous-région pour désigne le <i>sodabi</i>. Le sigle est recueilli auprès des consommateurs et des revendeuses.</p>
189.	<b>Sikɔdeha</b>	<p><b>/sikɔdɛxa/</b> (Terme. Expression Ewé)</p> <p><b>/si tiré de esi/= Eau, /kɔdɛ/= Verser et /xa tiré de axa/= Boisson.</b> L'expression <b>sikɔdɛxa</b> est employée pour désigner la boisson de cérémonie de libation comme <b>edɛfoxa</b>. Le Sodabi est fréquemment utilisé lors des cérémonies funéraires ou pour souhaiter un bon départ ou la bienvenue à une personne. Répandu, le terme nous a été fourni par les producteurs, les revendeuses et les consommateurs.</p>



N°	Termes	Interprétations
190.	Sileha	<p>/silexa/ (Expression Ewé)</p> <p>/si tiré de esi/= eau /le/= Laver et /xa tiré de axa/= Boisson : « <i>Boisson pour le laver</i> ». L'expression <b>silexa</b> désigne chez le peuple Ewé la boisson de désenvoutement. Cette boisson est souvent utilisée lors des cérémonies pour laver une personne pour le délivrer d'un mal ou d'un esprit maléfique. Elle nous a été fournie par les producteurs et les revendeuses.</p>
191.	Simadzelinvi	<p>/simadzèlèn/ (Expression Ewé)</p> <p>/si tiré de esi/= Eau, /madzèlèn/= Sans vers, pas de vers : « <i>Eau sans vers ou eau qui ne contient pas de vers</i> ». L'expression <b>simadzèlèn</b> est employée pour désigner le <i>sodabi</i>. Elle renseigne sur la consistance, la couleur claire et l'état limpide du <i>sodabi</i> qui ne contient jamais de vers. Elle est employée pour désigner le vrai <i>sodabi</i> fabriqué à base du palmier. Elle est recueillie auprès des producteurs, des revendeuses et des consommateurs.</p>
192.	So that be	<p>/so φat bi/ (Expression Anglais)</p> <p><b>So that be</b> est emprunté à l'anglais pour parodier le terme <i>sodabi</i>. C'est un emprunt qui a gagné sa place dans le lexique et le jargon des consommateurs de boisson locale en particulier de <i>sodabi</i>. L'expression nous a été fournie par les producteurs, les revendeuses et les consommateurs.</p>
193.	Sodabi	<p>/soqabi/ (Terme Fon et Ewé)</p> <p><b>Le sodabi</b>, culturellement appelé: « <i>BONOU, maître de grigri, une boisson venant de la force du tonnerre</i> », est une liqueur obtenue par distillation du vin de palme. Elle est une boisson traditionnelle dans nombre de régions tropicales. Elle est très répandue en Afrique de l'Ouest. Elle revêt différents noms selon le pays, la dénomination <i>sodabi</i> étant utilisée majoritairement au Bénin et au Togo où elle occupe une place importante dans la vie quotidienne et religieuse. Ses autres dénominations en Afrique sont : au Cameroun, <b>ondotol, ou hâ</b> ; en Côte d'Ivoire, <b>koutoukou</b> ; au Ghana : <b>akpeteshie</b> ; au Nigeria, <b>Ogogoro</b>. Connue de tous, le terme <i>sodabi</i> nous est fourni par tous les groupes d'usagers de boisson locale : les producteurs, les revendeuses de boisson locale, les consommateurs.</p>

N°	Termes	Interprétations
194.	<b>Sodabi sala</b>	<p><b>/soɖabi sala/</b> (Expression Ewé)</p> <p><b>/soɖabi/= Boisson locale fabriquée à base du palmier et du vin de palme, /sa/= Vendre et de /-la/= Marque de propriété « Vendeur ou vendeuse de sodabi ».</b> L'expression <b>Sodabi sala</b> est employée pour désigner un vendeur ou une vendeuse de <b>sodabi</b>. Largement répandue, cette expression nous a été fournie par les producteurs, les revendeuses de boisson locale, les consommateurs, les commerçants et les artisans.</p>
195.	<b>Sodabito</b>	<p><b>/soɖabito/</b> (Terme. Expression Ewé)</p> <p><b>/soɖabi/= /soɖabi/= Boisson locale fabriquée à base du palmier et du vin de palme et /tɔ/= Père : « Père du sodabi ».</b> Le terme <b>Sodabito</b> est souvent employé pour désigner les vendeurs de <b>sodabi</b>. Il peut dans certains contextes, qualifier un consommateur « gradé » de ce produit. Fréquemment employé, ce terme nous a été fourni par les producteurs, les revendeuses de boisson locale, les consommateurs, les commerçants et les artisans.</p>
196.	<b>Sodalor</b>	<p><b>/soɖalo/</b> (Terme. Ewé)</p> <p><b>Sodalo</b> (So dieu de guerre) : <b>Le Sovia agbadè</b> « <i>le corrompu ne voit jamais le visage du maître</i> ». Ce terme désigne tout simplement le <b>sodabi</b>. Il nous a été fourni par les consommateurs et les producteurs.</p>
197.	<b>Soglankpo</b>	<p><b>/soglākpo/</b> (Terme Ewé)</p> <p><b>So</b> : force, puissance. Le <b>Soglankpo</b> est une tige d'arbre qui a des pouvoirs énergétiques voire surnaturels. La puissance de cette tige et le rôle assigné à cette dernière est assimilé à la puissance des pouvoirs surnaturels attribués au <b>sodabi</b>. Le terme nous a été donné par les consommateurs et les producteurs.</p>
198.	<b>Sotoni</b>	<p><b>/sotoni/</b> (Argot Ewé)</p> <p><b>Sotoni</b> est un terme composé de <b>/So/= Force, puissance et de /toni tiré de tonic/= Boisson énergisante claire et limpide.</b> <b>Sotoni</b> est employé pour désigner le <b>sodabi</b> pur et simple. Le terme nous a été fourni par les revendeuses et les consommateurs.</p>

N°	Termes	Interprétations
199.	Sronɔɛha	<p><i>/srŃɔɛxa/</i> (Terme Ewé)</p> <p><i>/srŃ/ = Epouse ou époux /ɔɛ/ = Marier ou épouser et de /xa tiré de axa/ = Boisson : « Boisson pour/de mariage ». Sronɔɛha est employé pour désigner toutes les boissons utilisées lors des mariages dont le Sodabi. Assez répandu, ce terme nous a été fourni par les producteurs, les consommateurs et les revendeuses.</i></p>
200.	Super	<p><i>/supɛʁ/</i> (Terme. N. français)</p> <p><b>Super</b> est un liquide inflammable, issu de la distillation du pétrole, utilisé comme carburant dans les moteurs à combustion interne. Il est un carburant pour moteur à allumage commandé (moteur essence). Il est un mélange d'hydrocarbures, auxquels peuvent être ajoutés des additifs pour carburants. Le Super a une connotation de puissance. Dans cette expression utilisée pour désigner le <i>sodabi</i>, il est comparé au Super. Il est recueilli auprès des consommateurs et des revendeuses de boisson.</p>
201.	Swingueur	<p><i>/swɪŋɛʁ/</i> (Terme. Français de l'anglais to swing modifier)</p> <p><i>/swɪŋ venant de swinguer/ = Mouvent exécuter sur une mélodie /ɛʁ/ = désinence d'appartenance. « Celui qui exécute un mouvement sur une mélodie ». Swingueur est un terme employé pour désigner un consommateur saoul qui exécute des mouvements de va et vient. Il est aussi utilisé pour qualifier une personne qui boit beaucoup et se saoule souvent. Le terme nous a été fourni par les consommateurs.</i></p>
202.	Taco taco	<p><i>/tako tako/</i> (Expression. Onomatopée)</p> <p><b>Taco taco</b> est une onomatopée. Il est un bruit souvent associé aux mouvements érotiques. Ce bruit est donné à la boisson locale <i>sodabi</i> fabriqué à base de manioc et d'alcool. Très aphrodisiaque, ce produit est donc recommandé pour les ébats sexuels. Cette expression nous a été confiée par les producteurs, les consommateurs et les revendeuses.</p>

N°	Termes	Interprétations
203.	<b>Tango Tango</b>	<p><i>/tãgo tãgo/</i> (Expression. Onomatopée)</p> <p>Le <b>tango</b> est une danse sociale et un genre rioplatense (c'est-à-dire du Río de la Plata, soit Buenos Aires et Rosario en Argentine, et Montevideo en Uruguay) né à la fin du xix<sup>e</sup> siècle. Comme forme rythmique, il désigne le plus souvent une mesure à deux ou quatre temps plutôt marqués, mais avec un vaste éventail de tempos et de styles rythmiques divergeant selon les époques et les orchestres. Ici, le Tango est doublé et devient <b>Tango tango</b> une sérialisation du terme qui désigne un consommateur en perte de son équilibre après la consommation d'alcool. L'expression nous a été fournie par les consommateurs.</p>
204.	<b>Tchènguè lènguè</b>	<p><i>/tʃɛngɛlɛngɛ/</i> (Terme. Ewé)</p> <p><b>Tchènguèlènguè</b> : Nom donné à un consommateur d'alcool devenu maigre. Un consommateur amaigri par le <i>sodabi</i> et qui perd son équilibre en marchant. Le terme nous a été fourni par les consommateurs et les revendeurs.</p>
205.	<b>Togbe adito</b>	<p><i>/tɔgbe adito/</i> (Terme et expression)</p> <p><b>Togbe adito</b>. Ce terme désigne l'alcool. Il est employé pour nommer quelque chose de mystique, ayant une dimension sacrée. Ici le <b>Sodabi</b> est au-delà du profane. Ce terme nous a été fourni par les consommateurs et les revendeuses.</p>
206.	<b>Tolè sòmè</b>	<p><i>/tolèsòmè/</i> (Expression Ewé)</p> <p><i>/to/= Sortir, /lè/= De... /sɔ/= Hier et /mè/= Dans</i> : « <b>Sortir d'hier</b> ». <b>Tolè sòmè</b> est une expression employée pour décrire l'acte de re-consommer de l'alcool après être déjà saoul. L'expression nous a été donnée par tous les groupes.</p>
207.	<b>Toutou Boumboum</b>	<p><i>/tutu bumbum/</i> (Expression Gabonnais)</p> <p><b>Toutou Boumboum</b> : est un terme employé pour désigner quelque chose qui pousse. Le consommateur sous l'effet de l'alcool se pose la question de savoir ce qui le pousse. Ici, le terme <b>Toutou Boumboum</b> désigne une personne alcoolique. Il nous a été donné par les consommateurs, les producteurs et les revendeuses.</p>

N°	Termes	Interprétations
208.	Tsigbé	<p><b>/tfigbé/</b> (Terme Ewé)</p> <p><b>/tʃi/= Thé et /gbé/= Plante ou feuille.</b> « <b>Plante ou feuille de thé</b> ».</p> <p><b>Tsigbé ou la citronnelle</b>, verveine des Indes (ou indienne), ou lemongrass (Cymbopogon citratus : Nom scientifique), est une plante herbacée tropicale de la famille des Poacées (graminées), de la sous-famille des Panicoideae, tribu des Andropogoneae, cultivée pour ses tiges et ses feuilles aux qualités aromatiques (au goût de citron). Elle contient du citronellol. Plante à plusieurs vertus, son mélange avec la boisson locale <i>sodabi</i> intervient dans le traitement de la constipation. Ici, le mélange prend le nom de la plante. Cette boisson est également utilisée par bon nombre de personnes comme tisane à des fins thérapeutiques. Ce terme a été recueilli auprès des producteurs, des revendeuses de boisson, de plantes médicinales et des consommateurs.</p>
209.	Woewoe liwoe	<p><b>/Wuewue liwue/</b> (Expression Ewé)</p> <p><b>Woewoe liwoe</b> est une expression utilisée par les Ewé pour désigner un albinos. Ici, l'expression renseigne sur l'effet exercé par le <i>Sodabi</i> sur le teint de même que sur le regard flou. <b>Woewoe liwoe</b> désigne une personne dont le <i>sodabi</i> a complètement détruit le teint et les yeux : « <i>un alcoolique, un ivrogne</i> ». Le terme nous a été fourni par les consommateurs.</p>
210.	Woezon	<p><b>/wezɔ/</b> (Terme Ewé)</p> <p><b>Woezon</b> est un terme employé en Ewé pour souhaiter la bienvenue. Ici, ce terme est assimilé à la boisson locale en particulier au <i>sodabi</i> qui est servi dans certaines localités en tant que boisson utilisée pour souhaiter la bienvenue. Dans ce contexte, le <i>sodabi</i> est la boisson qui sert à accueillir les étrangers. Le terme nous a été fourni par les revendeuses et les consommateurs.</p>
211.	Wuitivi	<p><b>/witivi/</b> (Terme Ewé)</p> <p>Le terme <b>wuitivi</b> est l'une des unités de mesure de liquides. C'est le 1/8 et la moitié du 1/4. Ici le contenu est assimilé au contenant, le terme <b>wuitivi</b> est donc employé non seulement pour désigner l'unité de mesure mais aussi pour évoquer l'alcool en question : le <i>sodabi</i>.</p>

N°	Termes	Interprétations
212.	Yovo	<p><i>/jòvó/</i> (adj. Ewé)</p> <p><b>Yovo</b> est un adjectif qualificatif Ewé employé pour désigner un blanc ou quelqu'un à la peau blanche. Dans ce contexte le terme <b>Yovo</b> renseigne sur l'effet de l'alcool sur le teint du consommateur. Le terme <b>Yovo</b> nous a été fourni par les consommateurs.</p>
213.	Yovovi	<p><i>/jòvóvi/</i> (adj. Ewé)</p> <p><i>/Yovo/= blanc et /vi/= petit</i> : <b>Yovovi</b> est un adjectif qualificatif Ewé employé pour désigner un petit blanc ou quelqu'un qui a la peau blanche. Dans ce contexte le terme <b>Yovovi</b> renseigne sur les effets de l'alcool sur le teint ou quelqu'un dont la boisson a détruit le teint. Le terme <b>Yovovi</b> nous a été fourni par les consommateurs.</p>
214.	Zota	<p><i>/zota/</i> (Terme Ewé)</p> <p>Formé de deux monèmes : <i>/zo/= feu et de /-ta tiré de eta/= Tête</i>. « <i>Tête du feu</i> ». Zota est la boisson première qui sort à 90% degré lors de la fabrication du <i>sodabi</i>. Elle est la solution la plus alcoolisée utilisée à des fins médicinales. Le Zota est aussi utilisé pour des cérémonies spéciales du fait de sa forte teneur en alcool. Il est considéré comme le feu. Il brûle la langue. Il est déconseillé de le consommer. Très connu, le terme nous a été fourni par tous les groupes d'utilisateurs avec lesquels nous avons travaillé.</p>
215.	Zozo	<p><i>/zozo/</i> (adj. Ewé)</p> <p><i>/zo tiré de èzo/= Chaleur ou chaud = /zo tiré de èzo/= Chaleur ou chaud</i> : « <i>Chaud chaud ou chaleur chaude</i> », <b>Zozo</b> est le nom donné à la chaleur. Ici, il est assimilé au <i>sodabi</i> du fait de sa teneur en alcool qui brûle la langue avec donc une notion de chaleur. Le <i>sodabi</i> est comparé à la chaleur. Le terme nous a été fourni par tous les groupes d'utilisateurs.</p>
216.	Zozoa ou zózuiea	<p><i>/zozo ou ózwiea/</i> (adj. Ewé)</p> <p><i>/zo tiré de èzo/= Chaleur ou chaud = /zo tiré de èzo/= Chaleur ou chaud et /-a ou -uiea/= Article ou marque éphatique</i> : « <i>Le Chaud chaud ou La chaleur chaude</i> », <b>Zozoa ou zózuiea</b> est le nom donné à la chaleur. Ici, ils sont assimilés au <i>sodabi</i> du fait de sa teneur en alcool qui pique la langue avec une impression de chaleur. Il stimule et excite le corps qui dégage de la sueur. Ici, le <i>sodabi</i> est désigné comme la chaleur. Le terme nous a été fourni par tous les groupes d'utilisateurs.</p>

### 5.3. Analyse des champs lexicaux

L'étude sociolinguistique de la terminologie recueillie auprès des différents informateurs a montré que les termes utilisés sont très imagés. En effet, afin de nommer cette boisson alcoolisée locale qu'est le Sodabi dont l'usage revêt de nombreuses connotations sociales et culturelles ; les consommateurs, les vendeurs et les producteurs ont souvent recours à des métaphores. Ces analogies intègrent des champs lexicaux spécifiques. Par conséquent, la terminologie ayant trait à l'utilisation du Sodabi se regroupe selon certains grands thèmes.

#### 5.3.1. Termes ayant trait à la composition et aux mélanges

Les mélanges composés à partir de sodabi et d'autres produits naturels (plantes, feuilles, racines, graines) sont fortement recommandés en médecine traditionnelle pour le traitement de nombreux maux. Il est courant pour les combinaisons de prendre le nom de la plante utilisée dans la composition. Le sodabi en tant que solvant permet de renforcer et de conserver les vertus de la plante utilisée pour le mélange.

Termes		Interprétations
51.	Atikédzi	<p><b>/atikédzi/</b> (N. terme Ewé)</p> <p>Composé de deux monèmes : <b>/atikè/= Médicament et de /dzi/= Sur ou sur quelque chose</b>, le terme <b>Atikédzi</b> littéralement, veut dire « <i>sur le médicament</i> ». Ici, le sodabi est considéré comme un solvant et est à la base de tout mélange pour guérir des maladies. Il constitue l'élément contribuant à la guérison des maladies. Il renforce les vertus des produits utilisés et leur confère plus de puissance.</p>
208.	Tsigbé	<p><b>/tjigbé/</b> (Terme Ewé)</p> <p><b>/tji/= Thé et /gbé/= Plante ou feuille.</b> « <i>Plante ou feuille de thé</i> ».</p> <p><b>Tsigbé ou la citronnelle</b>, verveine des Indes (ou indienne), ou lemongrass (<i>Cymbopogon citratus</i> : Nom scientifique), est une plante herbacée tropicale de la famille des Poacées (graminées), de la sous-famille des panicoideae, de la tribu des Andropogoneae, cultivée pour ses tiges et ses feuilles aux qualités aromatiques (au goût de citron). Elle contient du citronellol. Plante aux nombreuses vertus, son mélange à la boisson locale sodabi intervient dans le traitement de la constipation.</p>

	Termes	Interprétations
171.	<b>Moringa</b>	<p><b>/morɛŋga ou morĩga/</b> (Terme. N. Empreint.</p> <p><b>Moringa oleifera</b> : « <i>Nom scientifique</i> », souvent appelée simplement <b>moringa</b>, elle est l'espèce la plus cultivée du genre <b>Moringa</b> de la famille monotypique des Moringaceae. En médecine, le <b>moringa</b> est depuis des siècles utilisé pour ses racines, ses écorces, ses fruits et ses feuilles. En nutrition, ce sont ces deux dernières parties qui sont consommées avec un avantage pour les feuilles. Pour cause, il est extrêmement riche en minéraux (calcium, potassium, fer, magnésium), en vitamines A, C, E, en protéines de très bonne qualité (contenant les 9 acides aminés essentiels), en antioxydants. Son atout principal est son spectre nutritionnel très large et bien équilibré. Son mélange avec le <b>sodabi</b> est fortement recommandé pour le traitement de nombreuses maladies.</p>
153.	<b>Kindéke</b>	<p><b>/kɛndɛkɛ/</b> (Terme. N. Ewé)</p> <p><b>/kɛn/= Racine /dɛkɛ/= Un(e), (1)</b> : « <i>Une racine</i> ». <b>Kindéke</b> est une plante à une seule racine que l'on retrouve en Afrique de l'Ouest et plus précisément au Togo. Cette plante à plusieurs vertus est souvent utilisée pour sa racine, mélangée avec du <b>sodabi</b>. Ce mélange qui guérit multiples maladies est très thérapeutique mais aussi aphrodisiaque. On trouve souvent ce produit chez les revendeuses de boisson locale (<b>sodabi</b>).</p>
186.	<b>Plingotame</b>	<p><b>/plɛngotame ou pligotame/</b> (Terme Ewé)</p> <p><b>/plɛngo/= Cloue, /ta/= Tête et /me/=dans</b> : « <i>Dans la tête du clou</i> ». <b>Plingotame</b> est utilisé pour désigner le clou de girofle. Dans ce contexte, il désigne un mélange fabriqué à base de <b>sodabi</b>, un mélange très connu et recommandé qui rentre dans le traitement des infections et des vers intestinaux.</p>
71.	<b>Dotɛdzi</b>	<p><b>/do.tɛ.dzi/</b> (Terme Ewé)</p> <p><b>dotɛdzi</b> : <b>/dotɛ/= Gingembre et de /dzi/= sur</b>. Composé de deux monèmes le terme <b>dotɛdzi</b> signifie littéralement : « <i>Sur le gingembre</i> ». En réalité <b>dotɛdzi</b> est un mélange fait à base du gingembre et d'alcool. Il est un mélange entrant dans le traitement des infections, des vers et des plaies intestinales. Il est aussi un mélange aphrodisiaque fortement recommandé aux hommes.</p>
58.	<b>Besisan</b>	<p><b>/ besisã ou bɛsisã/</b> (N. terme Ewé)</p> <p><b>Bessissan</b> : (<b>vesisa</b> : <b>divinité du vénavi = Jumeaux</b>) c'est le <b>kinkeliba</b> une plante très utilisée en Afrique de l'Ouest en particulier au Togo. Il est souvent utilisé pour soigner les maux de constipation et les vers intestinaux. Dans ce cas précis, il est utilisé pour ses graines, mélangé avec du <b>sodabi</b> et entre dans le traitement des maux tantôt cités.</p>



### 5.3.2. Termes ayant trait au feu

Le feu, symbole de chaleur, de puissance, est utilisé dans certains des termes et des expressions collectés dans le cadre de cette enquête. L'analogie est faite entre l'alcool local et le Feu. Ces termes collectés se rapportant au feu traduisent pour la plupart le mode de consommation et l'effet produit par l'usage de l'alcool. Pourquoi cette analogie avec le feu ? La réponse se trouve dans l'énergie que le *Sodabi* dégage ou produit une fois consommé.

Termes		Interprétations
215.	Zozo	<p>/zozo/ (adj. Ewé)</p> <p>/zo tiré de èzo/= Chaleur ou chaud = /zo tiré de èzo/= Chaleur ou chaud : « <i>Chaud chaud ou chaleur chaude</i> », <b>Zozo</b> est le nom donné à la chaleur. Ici, il est assimilé au sodabi du fait de sa teneur en alcool. Sa consommation provoque une sensation de chaleur. Sous l'effet de l'alcool, le corps dégage de la chaleur. Le sodabi est désigné par le terme chaleur.</p>
216.	Zozoa ou zózuiea	<p>/zozo ou ózwiea/ (adj. Ewé)</p> <p>/zo tiré de èzo/= Chaleur ou chaud = /zo tiré de èzo/= Chaleur ou chaud et /-a ou -uiea/= Article ou marque ephatique : « <i>Le Chaud chaud ou La chaleur chaude</i> », <b>Zozoa ou zózuiea</b> est le terme donné à la chaleur. Ici, il désigne le <b>sodabi</b>.</p>
107.	Elezomè	<p>/élèzomè/ (Expression Ewé)</p> <p>élèzomè est composé de : /é/= <b>Pronom personnel (elle/il)</b>, /lè/= est /zo/= <b>feu</b> et /mè/= <b>dans</b>. Littéralement, elle signifie « <i>Il est dans le feu</i> ». Ici, le <b>sodabi</b> est comparé au « <i>Feu</i> ». Cette analogie est employée pour exprimer l'effet du <b>sodabi</b> sur celui qui l'a consommé. Cette expression désigne aussi celui qui est sous l'effet d'une substance en général (alcool, drogue).</p>

### 5.3.3. Termes ayant trait aux mesures / aux doses

La consommation du *Sodabi*, du fait de sa forte teneur en alcool, est conditionnée par la quantité et la dose de prise. De fait, plus le Sodabi est de qualité plus sa teneur en alcool est forte. Pour cela, les mesures permettent une prise plus adaptée, en particulier dans les cas de traitement thérapeutique. L'utilisation de termes ayant trait aux mesures mettent l'emphase sur le contenant faisant oublier le contenu qui n'est pas toujours socialement accepté, approuvé. De plus, certains ustensiles de grands volumes (bidon, panier, ...) servent à qualifier les consommateurs qui ont une addiction à l'alcool.

Termes		Interprétations
162.	<b>Lita</b>	<p>/lita/ (Terme Ewé)</p> <p><b>Lita</b> est une unité de mesure. C'est le litre en français. Il est employé pour désigner un litre d'alcool ou de <b>sodabi</b>.</p>
154.	<b>Konkonvi</b>	<p>/kɔ̃kɔ̃vi/ (Terme. N. Ewé)</p> <p>Le terme <b>konkonvi</b> est donné à la plus petite unité de mesure souvent retrouvée chez les revendeuses de boisson locale. Cette mesure ici est employée pour désigner le <b>sodabi</b> dans son entièreté (le contenant désigne ici le contenu).</p>
151.	<b>Kar, quart ou Karvi, quarvi</b>	<p>/kaʁ ou kaʁvi/ (Terme. Emprunt. Ewé)</p> <p>Les termes Kar, Quart ou Karvi, quarvi sont des emprunts au français acceptés dans la langue Ewé. Le Quart est le ¼ de litre, est employé pour parler de la mesure du Sodabi. Il est aussi utilisé pour désigner le sodabi en tant que produit lui-même.</p>
211.	<b>Wuitivi</b>	<p>/wɪtɪvi/ (Terme Ewé)</p> <p>Le terme <b>wuitivi</b> est l'une des unités de mesure pour les liquides. C'est le 1/8 et la moitié d'¼. Ici, le contenu est assimilé au contenant, d'où le <b>wuitivi</b> considéré comme le sodabi. Dans ce contexte, le terme <b>wuitivi</b> est employé non seulement pour désigner l'unité de mesure mais aussi l'alcool en question : le <b>sodabi</b>.</p>

Termes		Interprétations
3.	<b>Bidon</b>	<p><b>/bidɔ̃n/</b> (N. et adj. Terme français)</p> <p>Le terme est un emprunt au Français. <b>Un bidon</b> est un récipient avec fermeture utilisé pour le transport et le stockage de liquides. Il peut être réutilisable ou jetable. C'est un contenant tout autant qu'une unité de mesure. Il est aussi employé au sens péjoratif pour qualifier un buveur confirmé. Ex : « <i>Il boit sans cesse et ne ressent aucun effet du sodabi, celui-là est un bidon.</i> »</p>
12.	<b>Adzafi</b>	<p><b>/adzafi/</b> (N. Terme Ewé)</p> <p><b>Adzafi</b> est un nom attribué au panier. Dans ce contexte, <b>Adzafi</b> désigne un contenant de mesure du sodabi. Ce nom est utilisé pour qualifier quelqu'un qui consomme beaucoup d'alcool sans être saoul ou les consommateurs accros à la boisson locale.</p>
13.	<b>Adzago</b>	<p><b>/adzago/</b> (N. Terme Ewé)</p> <p>Formé de deux morphèmes : <b>/adza/= cage</b>, qui signifie dans d'autres contextes intelligence, ce qui s'explique, ce qui s'expose, et de <b>/go/= bouteille</b>. Adzago est le contenant maximal de mesure du Sodabi, il prend plusieurs Adzafi. Il est aussi utilisé au sens péjoratif pour désigner quelqu'un qui consomme beaucoup d'alcool.</p>

#### 5.3.4. Termes ayant trait aux prix

Le *Sodabi* est souvent désigné par son prix d'achat. Le consommateur en donnant le coût de sa consommation, par exemple 50 FCFA ou 100 FCFA, précise la dose qu'il souhaite acheter et évite d'évoquer le produit recherché à savoir l'alcool.

Termes		Interprétations
60.	<b>Biéwo</b>	<p>/ <b>bijewó</b>/ (N. Terme Ewé)</p> <p><i>/bije/= Monnaie de Cinq francs et /wó/= Dix.</i> Le terme Biéwo désigne une pièce de cinq francs utilisée au Togo. Ici, il est utilisé pour désigner le coût et la petite mesure de vente du <i>sodabi</i>.</p>
61.	<b>Biéwonu</b>	<p>/ <b>bijewónu</b>/ (Expression Ewé)</p> <p>Comme expliqué au numéro 60, <b>bijewónu</b> est formé à base de trois morphèmes : <i>/bije/= Monnaie de Cinq francs, /wó/= Dix et de /-nu tiré de enu/= Chose.</i> Cette expression est souvent employée par les consommateurs pour exprimer la quantité d'alcool au lieu d'approvisionnement. Ici, l'accent est mis sur la mesure et la quantité de base sur le lieu de consommation.</p>
62.	<b>Biéwovia</b>	<p>/ <b>bijewóvia</b>/ (Expression Ewé)</p> <p><i>/bije/= Monnaie de Cinq francs, /wó/= Dix, /vi/= Petit et de /-a/= Marque d'article.</i> « <i>Le petit cinquante francs</i> » est le mot de passe des consommateurs sur les lieux d'approvisionnement. Cette expression est souvent utilisée par les consommateurs, sur les lieux de consommation. Les consommateurs camouflent ainsi leur envie, leur besoin d'acheter de l'alcool en prononçant cette expression connue et comprise par les revendeuses qui jouent le jeu.</p>

### 5.3.5. Termes ayant trait aux odeurs et aux couleurs

L'alcool traditionnel est un produit incolore mais qui dégage une très forte odeur. Les comparaisons avec d'autres produits ayant les mêmes couleurs et odeurs sont fortement utilisées dans la terminologie collectée.

Termes		Interprétations
183.	Parfum	<p>/paɪfæn/ (Terme. N. français)</p> <p>Le terme parfum est employé pour parler de l'odeur du <i>sodabi</i>. Il désigne le vrai <i>sodabi</i>, de qualité fabriqué à base du palmier. Le terme nous a été confié par les consommateurs et les revendeuses.</p>
147.	Honhoin	<p>/xɔxuɛn/ (Terme. N. adj. Exp. Ewé)</p> <p><b>Honhoin</b> est le terme donné à l'odeur en Ewé. Ce seul nom prend le sens d'adjectif qualificatif et d'expression. Ici, le terme <b>Honhoin</b> fait allusion à l'odeur dégagée par un consommateur après sa consommation du <i>sodabi</i>. Dans ce contexte, l'odeur Honhoin désigne le <i>sodabi</i> dans son entièreté. Le terme nous a été donné par les consommateurs et les revendeuses.</p>
101.	Eléhuoin nyuede	<p>/Elé xuɛn ɲweɖe/ (Epression Ewé)</p> <p>/Elé xuɛn/= <i>Il sent et /ɲweɖe/= très bon.</i> « <i>Il sent très bon</i> ». Cette expression, « <i>Il sent bon</i> », est employée au sens péjoratif pour désigner celui qui a consommé de l'alcool et qui sent le <i>sodabi</i>. Dans ce cas, c'est l'odeur qui est mise en exergue. Une fois cette odeur ressentie, le consommateur est automatiquement identifié.</p>
145.	Heá	<p>/xeá/ (Terme Ewé)</p> <p>/xe/= <b>Blanc</b> et /-á/= <b>Article (le/la)</b> : « <b>Le blanc</b> » Le terme Heá est employé dans ce contexte pour désigner l'alcool (<i>sodabi</i>) pur. Ici, c'est la couleur blanche, claire et limpide du <i>sodabi</i> qui est mis en évidence. Le terme nous est confié par les consommateurs et les revendeuses.</p>

Termes		Interprétations
119.	<b>Esihea</b>	<p>/esixéá/ (Terme. Exp.)</p> <p>/esi/= Eau /xé/= Blanc et /-á/= Article (le/la), <i>marque emphatique</i>, signification littérale : « <i>L'eau blanche</i> ». <b>Esihea</b> désigne tout simplement la vraie boisson locale, le <i>sodabi</i> original issu du palmier. Ici, la couleur et la qualité du produit sont les points saillants de l'analogie. Le terme est utilisé par les revendeuses, les consommateurs et les producteurs.</p>
65.	<b>Clair</b>	<p>/klɛʁ/ (adj. Français)</p> <p><b>Clair</b> adjectif qualificatif qui signifie : « Qui a l'éclat du jour, de la lumière ». Il est dans ce cas employé pour désigner le <i>sodabi</i> à l'état pur. Ici, <b>Clair</b> prend le statut de nom propre, utilisé par les consommateurs. Le terme clair fait alors allusion à la couleur lipide et claire du <i>sodabi</i>. Il désigne le Sodabi dans son entièreté. Le terme est recueilli auprès des consommateurs.</p>
25.	<b>Ahahéa</b>	<p>/axaxea/ (Terme Ewé)</p> <p><b>axaxea</b> est formé de trois morphèmes à savoir : /axa/= <i>Boisson</i>, /xe/= <i>Blanc et de</i> /-a/= <i>article</i> il joue le rôle d'élément emphatique. Littéralement, <b>Ahahéa</b> veut dire la boisson blanche ou la boisson de couleur blanche. Il désigne juste la boisson locale communément appelée <i>sodabi</i>. Ce terme met en lumière la couleur de la boisson locale, cette couleur blanche qui la caractérise. Il nous a été fourni par les consommateurs et les revendeuses.</p>

### 5.3.6. Termes ayant trait au corps humain

De nombreux termes recueillis ont trait au corps humain. Généralement, c'est l'effet de la boisson alcoolisée sur le physique du consommateur qui est mis en avant, par exemple les effets sur la joue, les lèvres, les yeux ou encore l'amaigrissement du consommateur. Parfois, le caractère aphrodisiaque de la boisson est également mis en exergue.

Termes		Interprétations
39.	<b>Alogovi</b>	<p>/ <b>alɔgovi</b>/ (Expression et Terme Ewé)</p> <p>Composé de deux monèmes : /<b>alɔgo</b>/= <b>Joue</b> et de /<b>vi</b>/= <b>Petit</b>, <b>Alogovi</b> est une expression employée pour expliquer l'effet du <b>sodabi</b> sur la joue. Le <b>sodabi</b> dans ce cas atrophie la joue. Cet effet est souvent perçu chez les consommateurs souffrant d'une addiction à l'alcool.</p>
173.	<b>N'kuatrɔ</b>	<p>/<b>ŋ'kwatɔ</b>/ (Expression Ewé)</p> <p>/<b>ŋ'kw</b>/= <b>œil</b> /-<b>a</b>/= <b>Article (le/la)</b> et /<b>trɔ</b>/= <b>Changer</b> : « <i>L'œil a changé</i> ». L'expression <b>N'kuatrɔ</b> décrit le changement de l'œil ou des yeux après la consommation d'alcool ou de <b>sodabi</b>. Cette expression met en lumière l'effet du <b>sodabi</b> sur les yeux après consommation.</p>
174.	<b>N'kudzɪn</b>	<p>/<b>ŋ'kudzɪ</b> ou <b>ŋ'kudzɛn</b>/ (Expression Ewé)</p> <p>/<b>ŋ'ku</b>/= <b>Œil</b> et /<b>dzɛn</b> ou <b>dʒɪ</b>/= <b>Rouge</b> : « <i>œil rouge ou yeux rouges</i> ». L'expression <b>N'kudzɪn</b> décrit le changement de couleur de l'œil ou des yeux qui deviennent rouges après la consommation d'alcool ou de <b>sodabi</b>. Cette expression met en lumière la couleur des yeux et l'effet du <b>sodabi</b> sur les yeux après consommation.</p>
177.	<b>Noutodzɪn</b>	<p>/<b>nutodzɛn</b> ou <b>nutodzɪ</b>/ (Terme. Expression Ewé)</p> <p>/<b>nuto</b>/= <b>Lèvres</b> et de /<b>dzɛn</b> ou <b>dʒɪ</b>/= <b>Rouge</b> : « <i>Lèvres Rouges</i> ». L'expression <b>Noutodzɪn</b> décrit le changement de couleur des lèvres qui deviennent plus rouges à la suite d'un abus de consommation d'alcool ou de <b>sodabi</b>. Cette expression met en lumière l'effet du <b>sodabi</b> sur les lèvres après consommation.</p>

Termes		Interprétations
178.	Nukuabian ou nukouadane	<p>/ɲkwabiã ou ɲkwabia ɲkwaɖane/</p> <p>/ɲkw/= œil ou yeux, /-a-/= Article (le/la) et de /biã, bia ou ɖane/= changer en couleur rouge. : « œil ou yeux viré(s) au rouge ». L'expression <b>Nukuabian ou nukouadane</b> décrit le changement de couleur de l'œil ou des yeux qui deviennent plus rouges après la consommation d'alcool ou de sodabi. Cette expression met en lumière la couleur des yeux et l'effet du sodabi sur les yeux après consommation.</p>
179.	Nuto dzoloe	<p>/nuto dzrolwé/ (Expression Ewé)</p> <p>/nuto/= Lèvres et /dzrolwé/= Chétif : « <i>Lèvre chétifs</i> ». L'expression <b>Nuto dzoloe</b> décrit le changement des lèvres après une forte consommation d'alcool ou du sodabi. Cette expression met en lumière l'effet du sodabi sur les lèvres après consommation.</p>
212.	Yovo	<p>/jòvó/ (adj. Ewé)</p> <p><b>Yovo</b> est un adjectif qualificatif Ewé employé pour désigner un blanc ou quelqu'un qui a la peau blanche. Dans ce contexte le terme <b>Yovo</b> renseigne sur le l'effet de l'alcool sur le teint de celui qui consomme. L'excès de boisson altère le teint de la personne. Le terme <b>Yovo</b> nous a été fourni par les consommateurs.</p>
213.	Yovovi	<p>/jòvóvi/ (adj. Ewé)</p> <p>/Yovo/= blanc et /vi/= petit : <b>Yovovi</b> est un adjectif qualificatif Ewé employé pour désigner un petit blanc ou quelqu'un qui a la peau blanche. Dans ce contexte le terme <b>Yovo</b> renseigne sur le l'effet de l'alcool sur le teint du consommateur.</p>
204.	Tchènguè lènguè	<p>/ tʃɛŋgɛlɛŋgɛ/ (Terme. Ewé)</p> <p><b>Tchènguèlènguè</b> : Nom donné à un consommateur d'alcool devenu maigre. Un consommateur amaigri par le <b>sodabi</b> et qui perd son équilibre en marchant. Le terme nous a été fourni par les consommateurs et les revendeurs.</p>



### 5.3.7. Termes ayant trait à la qualité du Sodabi

Le sodabi vendu aujourd'hui est de différentes qualités. De la sorte, si certaines boissons gardent leur caractère authentique et sont de bonne qualité, d'autres sont de moindre qualité voire sont frelatées. Les consommateurs deviennent donc méfiants quant aux produits vendus. De nombreux termes expriment la qualité des boissons alcoolisées, la différence entre vrai et faux sodabi.

Termes		Interprétations
32.	<b>.Ahoévia ou Apévia</b>	<p><b>/axuevia ou afevia/</b> (N. Terme Ewé)</p> <p>Le terme <b>Ahoevia</b> signifie en français ressortissant ou villageois. Il est formé de deux morphèmes à savoir <b>/Ahoé/</b> = Village et de <b>/via/</b> = le petit. Comme traduit, <b>/Le petit village ou le petit villageois/</b>. Ce terme est utilisé dans ce contexte pour désigner la boisson locale issu du palmier. Il traduit une boisson de qualité. Ce terme nous a été fourni par les producteurs, les revendeuses et les consommateurs.</p>
36.	<b>. Akouakoua</b>	<p><b>/akuakua/</b> (N. Terme Ewé)</p> <p><b>Akouakoua</b> = « <i>Original ou authentique</i> » est un terme Ewé employé pour expliquer le côté originel et authentique d'une chose. Il est un adjectif qualificatif. Dans ce contexte le terme <b>Akouakoua</b> est employé pour désigner le vrai <b>sodabi</b>, fabriqué à base du palmier. Parfois il est utilisé pour désigner le <b>Zota</b> qui la première solution extraite, lors du processus de préparation du sodabi. Ce terme est employé par les consommateurs, les producteurs et les revendeuses.</p>
38.	<b>Akpɛtɛchi ou kpɛtɛchi</b>	<p><b>/akpɛtɛʃi ou kpɛtɛʃi/</b> (N. Terme Anɔ̃)</p> <p><b>akpɛtɛʃi ou kpɛtɛʃi</b> est formé de deux morphèmes : <b>/akpɛtɛ ou kpɛtɛ/= loud, /ʃi/= eau ou liquide. « Liquide lourd ou eau lourde »</b>. Le terme <b>Akpɛtɛchi ou kpɛtɛchi</b> est le nom de l'alcool chez les Anɔ̃. En réalité, le <b>Akpɛtɛchi</b> est un liquide perçu à une étape du processus de fabrication du <b>sodabi</b>, celle de mousse (bulle). Le terme met en lumière la puissance de ce liquide qui dépasse en général 90 degrés d'alcool. Ici, le <b>Akpɛtɛchi ou kpɛtɛchi</b>, comme dit ci-dessus est employé pour désigner le sodabi chez les Anɔ̃. Le terme est souvent utilisé par les consommateurs, les producteurs et les revendeuses.</p>

Termes		Interprétations
81.	Eduta ?	<p>/ édutâ ?/ (Expression Ewé)</p> <p>/é-/ <b>Pronom personnel (il)</b>, /du/= <b>Manger</b>, /tâ/= <b>Tête</b>. L'expression <b>Eduta ?</b> = « a-t-il mangé la tête ? » est une expression utilisée pour distinguer la vraie boisson locale de celle frelatée. Il y a différents procédés permettant d'identifier la qualité du sodabi. Parmi ces derniers, existe celui de constater si l'alcool a causé des maux de tête au consommateur après consommation. A l'expression <b>Eduta ?</b> Si la réponse est positive et que le consommateur a des maux de tête, on comprendra qu'il s'agit de sodabi frelaté. Au contraire si la réponse est négative et que le consommateur n'a pas de maux de tête il s'agira d'une boisson alcoolisée de bonne qualité.</p>
89.	Ehɔgavi	<p>/éxɔgavi/ (Expression Ewé)</p> <p>Composé de trois monèmes : /é-/= <b>Marque du pronom personnel (il/elle)</b>, /xɔ/= <b>Prendre, recevoir ou avoir</b>, /ga/= <b>Métal ou fer</b> et /vi/= <b>Petit</b>. Signification littérale « <i>il a eu du petit métal, il a reçu du petit métal ou il a pris du petit métal</i> ». Comme expliqué au numéro « 81 », pour distinguer la vraie boisson locale de celle frelatée, il y a une multitude de techniques ou de procédé utilisés par les usagers de la boisson locale. Ici, l'expression en question « <b>Ehɔgavi</b> » est une technique souvent utilisée par les consommateurs pour tester la qualité du sodabi. Cette technique consiste à observer après renversement du sodabi dans un contenant ou verre l'apparition de bulles à la surface. Une fois les bulles observées, elles confirment que la boisson en question est de qualité, originale, fabriquée à base du palmier.</p>
140.	- Gbagba	<p>/gbagba/ (Terme. Argot Ewé)</p> <p><b>Gbagba tiré de gbagbati</b> est un terme utilisé par les jeunes Togolais pour désigner un produit ou objet falsifié. Ici, <b>gbagba</b> désigne du sodabi fabriqué à base d'objets rouillés ou du sodabi frelaté. Le terme renseigne sur la qualité du produit et nous a été confié par les consommateurs et les revendeuses.</p>
141.	Gbagbati	<p>/gbagbati/ (Terme. Argot Ewé)</p> <p>Comme expliqué au numéro « 140 » <b>gbagbati</b> désigne du <b>sodabi</b> fabriqué à base d'objets rouillés soit du <b>sodabi</b> frelaté. Il renseigne sur la qualité du produit et nous a été confié par les consommateurs et les revendeuses.</p>
142.	Gbegble	<p>/gbegble/ (Terme. Adj. Ewé)</p> <p><b>Gbegble</b> en Ewé, est un adjectif qualificatif employé pour désigner une chose gâtée, pourrie ou en voie de décomposition. Dans ce contexte, il est utilisé pour désigner du faux <b>sodabi</b>, du sodabi frelaté ou de mauvaise qualité. Le terme a été recueilli auprès des consommateurs, des revendeuses et des producteurs.</p>

### 5.3.8. Termes ayant trait à l'effet du produit

Le Sodabi est une boisson alcoolisée, une substance psycho active qui a des effets sur la santé physique et mentale des consommateurs. En conséquence, de nombreuses expressions recueillies traduisent les sensations et les effets du Sodabi sur les usagers.

Termes		Interprétations
107.	<b>Elezomè</b>	<p><b>/élèzomè/</b> (Expression Ewé)</p> <p><b>élèzomè</b> est composé de : <b>/é/= Pronom personnel (elle/il)</b>, <b>/lè/= est /zo/= feu et /mè/= dans</b>. Cette expression signifie « <i>Il est dans le feu</i> ». Ici le <b>sodabi</b> est comparé au « Feu ». Cette expression est employée pour exprimer l'effet du <b>sodabi</b> sur celui qui l'a consommé. De façon plus générale, elle désigne celui qui est sous l'effet de la drogue</p>
150.	<b>. kakoe</b>	<p><b>/kákwe/</b> (Terme. Adj. Ewé)</p> <p><b>Kakoe</b> : est un adjectif qualificatif Ewé employé pour décrire ou qualifier quelqu'un qui est en forme. Ce terme est utilisé pour décrire l'effet que produit le <b>sodabi</b> sur le consommateur. Cette terminologie nous a été fournie par les consommateurs et les revendeuses.</p>
139.	<b>Garde-à-vous</b>	<p><b>/gaʁ.da.vu/</b> (Expression. Argot Français, Emprunt Ewé)</p> <p><b>Garde-à-vous</b> : Le garde-à-vous est une position adoptée par les militaires sur l'injonction « Garde à vous ! » ou dans certains contextes précis. Elle consiste à se tenir debout, droit, les bras le long du corps, les talons joints, la tête haute, immobile. Le protocole varie selon les pays et les unités. Ici, le <b>sodabi</b> est un produit qui met ses consommateurs au Garde à vous. Il a des effets sur le comportement de ces derniers. L'expression a été donnée par les consommateurs et les revendeuses.</p>

Termes		Interprétations
135.	Eyitadji	<p>/éjítadzí/ (Expression Ewé)</p> <p>/é-/= pronom personnel (Il/elle) /ji/= Aller, /ta/= tête /dzi/= Sur : « <i>Il/elle est allé sur la tête</i> ». <b>Eyitadji</b> est souvent utilisé pour décrire quelqu'un qui a des comportements anormaux ou bizarres. Cette expression traduit les effets du sodabi sur la santé mentale du consommateur.</p>
133.	Ehɔ́ afɔ́lesi	<p>/éxɔ́ afɔ́ lè ésí/ (Expression Ewé)</p> <p>/é-/= pronom personnel (il/elle) /xɔ́/= Prendre /afɔ́/= Pied /lèsí/= de lui : « <i>Il/elle lui a pris les pieds</i> ». <b>Exɔ́ afɔ́lesi</b> est employée dans ce contexte pour expliquer l'effet du sodabi sur le consommateur. Sous l'emprise de l'alcool, la personne perd le contrôle de ses moyens, elle perd le sens de la réalité. L'alcool agit sur les fonctions cérébrales, le consommateur ne parvient plus à marcher droit, il titube.</p>
108.	Emu	<p>/ému/ (Expression Ewé)</p> <p>/é-/= Pronom personnel (il/elle) et /mu/= Saouler : « <i>il/elle est saoul</i> ». <b>Emu</b> est employé pour qualifier un consommateur qui se trouve dans un état second. Ce terme approprié exprime l'état d'un consommateur sous l'effet de l'alcool.</p>
109.	Emuaha ou Emui	<p>/émuaxa ou émwi/ (Epression Ewé)</p> <p>/é-/= Pronom personnel (il/elle) /mu/= Saouler et /axa/= Boisson « <i>il/elle est saoule de la boisson</i> » = émwi. Ces expressions sont employées tout comme ému pour désigner un consommateur sous l'effet de l'alcool.</p>

5.3.9. Termes ayant trait au mode de consommation et expressions utilisées pour dissimuler le fait de consommer de l'alcool

Certains termes permettent de connaître le mode de consommation, la façon dont les consommateurs consomment les boissons alcoolisées locales. D'autres expressions quant à elles dissimulent le fait de consommer de l'alcool.

Termes		Interprétations
15.	<b>Afon aɖe</b>	<p>/afõ aɖe/ (Expression Ewé)</p> <p>Afon aɖe, composé de deux monèmes : /afõ/= <b>soulever</b> et de /aɖe/= <b>Langue</b>. (Soulever la langue). <b>Afon aɖe</b> est une expression qui explique que le Sodabi est une boisson à consommer très tôt le matin par une expression imagée, « il faut réveiller la langue ».</p>
152.	<b>Kɔvéyidzi</b>	<p>/kɔvejɪdzi/ (Expression Ewé)</p> <p>/kɔ/= <b>Soulever</b>, /ve/ = <b>Gorge</b> /ji/ = <b>Aller vers</b> et /dzi/= <b>Haut</b> : « <i>Soulever la gorge vers le haut</i> ». L'expression <b>Kɔvéyidzi</b> décrit l'action de soulever la gorge en buvant. Elle est employée dans ce contexte pour dire, « <i>Aller boire</i> ». Elle pourrait être rapprochée de l'expression française « lever le coude » pour désigner l'action de boire.</p>
156.	<b>Ku deka nam</b>	<p>/ku ɖəká nam/ (Expression Ewé)</p> <p>/ku/= <b>Puiser ou servir</b>, /ɖəká/= <b>Un (1)</b> et /nam/= <b>à moi</b> : « <i>Servez-m'en un</i> ». Comme expliquée, l'expression <b>ku ɖəká nam</b> veut tout simplement dire : « <i>Servez-moi un verre</i> ». Elle est employée pour voiler l'intention de boire. Le contenu du verre n'est pas cité. L'expression nous a été fournie par les revendeuses et les consommateurs.</p>
160.	<b>Kunu deka nam</b>	<p>/kunu ɖeka nam/ (Expression Ewé)</p> <p>/ku/= <b>Puiser ou server</b> /nu/= <b>Chose</b> /ɖeka/= <b>Un (1)</b> et /nam/= <b>à moi</b> : « <i>Sers-moi une chose</i> ». Comme expliqué au numéro « 165 », l'expression <b>kunu ɖəká nam</b> signifie tout simplement : « <i>Sers-moi un verre ou servez-moi une chose</i> ». Elle est employée pour voiler le contenu du verre. L'expression nous a été fournie par les producteurs, les revendeuses et les consommateurs.</p>

Termes		Interprétations
167.	Mia le afu	<p>/miá lea fu/ (Expression Ewé)</p> <p>/miá/= Pronom personnel (Nous), /le/= Laver ou Nager et /afu/= Mer : « <i>Allons nager</i> ». Tout comme l'expression précédente, <b>Mia le afu</b> est employée au sens figuré pour dire « <i>Allons boire de l'alcool ou du sodabi</i> ». L'expression est souvent utilisée entre les consommateurs pour voiler le besoin et l'envie de consommer de l'alcool.</p>
168.	Mia plo si	<p>/miá flɔ si/ (Expression Ewé)</p> <p>/miá/= Pronom personnel (Nous), /flɔ/= Racler et de /si tiré de esi/= Eau : « <i>Allons racler l'eau</i> ». Semblablement aux deux précédentes expressions, <b>Mia plo si</b> est employée au sens figuré pour dire « <i>Allons boire de l'alcool ou du sodabi</i> ». L'expression est souvent utilisée entre les consommateurs pour voiler le désir de consommer de l'alcool.</p>
169.	Mia yi nui	<p>/miá ji nui/ (Expression Ewé)</p> <p>/miá/= Pronom personnel (Nous), /ji/= Aller et de /nui/= Boire le... « <i>Allons le boire</i> ». Identiquement aux trois précédentes expressions, <b>Mia yi nui</b> est employée au sens connoté pour dire « <i>Allons boire de l'alcool ou du sodabi</i> ». L'expression est souvent utilisée entre les consommateurs pour voiler l'envie de consommer de l'alcool.</p>
170.	Mia zan sia	<p>/miá zã sia/ (Expression Ewé)</p> <p>/miá/= Pronom personnel (Nous), /zã/= utiliser ou user /si tiré de esi/= Eau et de /-a/= Marque d'article indéfini (le/la) : « <i>Allons user ou utiliser l'eau</i> ». Comme les expressions ci-dessus, <b>Mia zan sia</b>, est employée au sens figuré pour dire « <i>Allons boire de l'alcool ou du Sodabi</i> ». L'expression est souvent utilisée entre les consommateurs pour voiler le besoin de consommer de l'alcool.</p>

### 5.3.10. Termes ayant trait aux différentes catégories d'usagers

Il existe divers termes désignant les usagers en fonction de leur « niveau d'expérience » de consommation. Ainsi parmi les usagers de la boisson locale, il y a des « *gradés* » et des expressions sont donc utilisées pour qualifier ces consommateurs chevronnés. D'autres termes recensés désignent les consommateurs débutants, les usagers occasionnels et les non-usagers.

Termes		Interprétations
57.	<b>Bebevi</b>	<p>/bebevi/ (N. terme Ewé)</p> <p><b>Bebevi</b>, /bebe/= <b>Bébé</b> et /vi/= <b>petit</b> « <i>un petit bébé</i> ». Ce terme français est utilisé dans ce contexte pour qualifier un débutant, un novice. Il désigne quelqu'un qui commence à consommer du sodabi ou de la boisson locale. Un <b>Bebevi</b> est tout simplement un néophyte. Ce terme est employé le plus souvent par les consommateurs et les revendeuses.</p>
181.	<b>Nyisovi</b>	<p>/nyisovi/ (Expression Ewé)</p> <p>/nyiso/= <b>Avant-hier</b> et de /vi/= <b>petit</b> : « <i>Un petit d'avant-hier</i> ». L'expression <b>Nyisovi</b> est employée dans ce contexte pour désigner un débutant, un néophyte dans la consommation de boisson locale (sodabi). L'expression nous a été donnée par les consommateurs et les revendeuses.</p>
180.	<b>Nyɔnu</b>	<p>/nyɔnu/ (Terme N. Ewé)</p> <p><b>Nyɔnu</b> est le nom donné aux femmes en Ewé. Ici, ce terme est employé pour qualifier celui qui ne supporte pas l'alcool. Le terme décrit un aspect biophysique, « <i>La peur de boire de l'alcool, le rend femme en tant que sexe faible</i> ». Le nom <b>Nyɔnu</b> nous a été donné par les consommateurs et les revendeuses.</p>

Termes		Interprétations
165.	<b>Mɔfɔ</b>	<p>/mɔfɔ/ (adj. et N. Argot. Ewé)</p> <p><b>Mɔfɔ</b> est le nom donné à un naïf, un néophyte dans un domaine donné. Dans ce contexte, le terme <b>Mɔfɔ</b> désigne quelqu'un qui ne consomme pas de <b>sodabi</b> ou quelqu'un qui méconnaît le <b>sodabi</b>. Il est aussi employé pour désigner le faux <b>sodabi</b>. Connue et utilisé par bon nombre de personnes, le terme <b>Mɔfɔ</b> nous a été confié par les consommateurs, les revendeuses, et les producteurs.</p>
12.	<b>. Adzafi</b>	<p>/adzafi/ (N. Terme Ewé)</p> <p><b>Adzafi</b> est un nom attribué au panier. Dans ce contexte, <b>Adzafi</b> désigne un contenant de mesure du sodabi. Ce nom est utilisé pour qualifier quelqu'un qui consomme beaucoup d'alcool sans être saoul ou les consommateurs dépendants à la boisson locale. Il nous a été donné par les producteurs, les consommateurs et les revendeurs.</p>
13.	<b>Adzago</b>	<p>/adzago/ (N. Terme Ewé)</p> <p>Formé de deux morphèmes : /adzɔa/= <b>cage</b> qui dans d'autres contextes signifie intelligence, ce qui s'explique, et qui s'expose, et de /go/= <b>bouteille</b>. <b>Adzago</b> est le contenant maximal de mesure du sodabi. Il est aussi utilisé au sens péjoratif pour désigner quelqu'un qui consomme beaucoup d'alcool sans être forcément saoul. Le terme nous a été donné par les producteurs, les consommateurs et les revendeuses.</p>



### 5.3.11. Termes ayant trait aux circonstances de la consommation

Certains termes rappellent les circonstances de l'usage des boissons locales (Sodabi) : les cérémonies traditionnelles, les cérémonies à caractère religieux ou spirituel, les cérémonies familiales tels les mariages, les funérailles...

Termes		Interprétations
189.	Sikɔdeha	<p>/sikɔdɛxa/ (Terme. Expression Ewé)</p> <p>/si tiré de esi/= Eau, /kɔdɛ/= Verser et /xa tiré de axa/= Boisson. L'expression <b>sikɔdɛxa</b> est employée pour désigner la boisson de cérémonie de libation comme <b>edɛfoxa</b>. L'alcool traditionnel Sodabi est utilisé pour cette pratique de libation effectuée lors des cérémonies funéraires ou pour souhaiter un bon départ ou la bienvenue à une personne. Répandu, le terme nous a été fourni par les producteurs, les revendeuses et les consommateurs.</p>
190.	Sileha	<p>/silexa/ (Expression Ewé)</p> <p>/si tiré de esi/= eau /le/= Laver et /xa tiré de axa/= Boisson : « <i>Boisson pour le laver</i> ». L'expression <b>silexa</b> désigne chez le peuple Ewé la boisson de désenvoutement. Cette boisson est souvent utilisée lors des cérémonies pour laver une personne, pour le délivrer d'un mal ou d'un esprit maléfique. Cette terminologie a été recueillie auprès des producteurs et des revendeuses.</p>
199.	Sronɔeha	<p>/srɔ̃dɛxa/ (Terme Ewé)</p> <p>/srɔ̃/= Epouse ou époux /dɛ/= Marier ou épouser et de /xa tiré de axa/= Boisson : « <i>Boisson pour/de mariage</i> ». <b>Sronɔeha</b> est employé pour désigner toutes les boissons utilisées lors des cérémonies de mariage. Connue de tous, ce terme nous a été fourni par les producteurs, les consommateurs et les revendeuses.</p>
26.	Aha kpapé	<p>/axa kpafé/ (Expression Ewé)</p> <p><b>axa kpafé</b> : /axa/= Boisson, /kpa/= brasser et /fé/= Lieu. Cette expression désigne le lieu de fabrication ou de préparation de boisson, en particulier du <b>sodabi</b>. Le terme est souvent employé par les producteurs, les revendeuses et les consommateurs.</p>

	Termes	Interprétations
55.	<b>Azangbe</b>	<p><i>/azãgbe/</i> (N. terme Ewé)</p> <p><b>Azãgbe</b> : <i>/azã/= Fête et /gbe/= Jour « Jour de fête »</i>. Le terme <b>Azangbe</b> est dans ce contexte, employé pour rappeler les occasions au cours desquelles le sodabi est consommé. L'usage du Sodabi est fréquent les jours de fête en général ou lors des cérémonies. Ce terme est employé par toutes les couches sociales.</p>
56.	<b>Base</b>	<p><i>/baz/</i> (Terme Français)</p> <p>La <b>Base</b> est la partie inférieure d'un corps, sur laquelle il repose, ce qui le soutient ou le rattache à quelque chose d'autre. Elle désigne l'origine, le fondement, le principe fondateur, ce sur quoi tout repose. Ici <b>Base</b> est employé pour désigner un lieu d'approvisionnement où l'on peut trouver de la boisson locale. Il est un terme générique. Il nous a été fourni par les consommateurs, les revendeuses et les producteurs.</p>
128.	<b>Etchogbe</b>	<p><i>/ètɔ̃gbe/</i> (Terme. Expression)</p> <p><i>/ètɔ̃/= Cérémonie des obsèques et /gbe/= Jour. « Jour des obsèques ou lors des cérémonies des obsèques »</i>. Cette expression est utilisée uniquement pour parler des obsèques. Dans ce contexte, cette expression évoque la consommation de boisson locale. Le <b>sodabi</b> est souvent utilisé lors des cérémonies funéraires. Elles constituent une opportunité permettant à bon nombre de personnes d'avoir accès aux boissons locales. Cette expression est très courante. Elle a été recueillie auprès des revendeuses, des producteurs et des consommateurs.</p>

### 5.3.12. Termes ayant trait aux lieux de consommation

De nombreuses expressions évoquent les lieux de production et de consommation du Sodabi

Termes		Interprétations
187.	<b>Rideau blanc</b>	<p><b>/bido blā/</b> (Phrase expression française)</p> <p>Un <b>rideau Blanc</b> est une pièce de tissu de couleur blanche dont le but est de diminuer la présence d'une ouverture. Il peut atténuer la lumière et la poussière. Dans ce contexte, l'expression <b>rideau blanc</b> est employée pour dissimuler le lieu de consommation du regard extérieur. Il est aussi un signe pour repérer un lieu de vente de boisson locale dont la plupart sont protégés et identifiés par un rideau de couleur blanche. L'expression est connue de tous et nous a été confiée par les consommateurs, les revendeuses et les producteurs.</p>
22.	<b>Aha base</b>	<p><b>/axa baz ou axa bez/</b> (Expression Ewé)</p> <p><b>Aha base</b> est une expression formée de différents morphèmes : <b>/axa/=</b> Boisson et de <b>/baz ou bez/=</b> Source en anglais. <b>Aha base</b> dans ce contexte est employé pour désigner les lieux de vente et de consommation de la boisson locale (sodabi). Le terme nous a été fourni par les consommateurs, les revendeuses et les producteurs.</p>
23	<b>. Aha dape</b>	<p><b>/axa ḡafé/</b> (Expression Ewé)</p> <p><b>Aha dape</b> est une expression de trois monèmes : <b>/axa/=</b>Boisson, <b>/ḡa/=</b> Préparer et de <b>/fé/=</b> Lieux. Elle est utilisée pour désigner le lieu de préparation ou de fabrication de la boisson locale (sodabi). L'expression nous a été donnée par les consommateurs, les revendeuses, les producteurs et les artisans.</p>
26.	<b>Aha kpapé</b>	<p><b>/axa kpafé/</b> (Expression Ewé)</p> <p><b>axa kpafé</b> : <b>/axa/=</b> Boisson, <b>/kpa/=</b> brasser et <b>/fé/=</b> Lieu. Cette expression désigne le lieu de fabrication ou de préparation de boisson, en particulier du sodabi. Le terme est souvent employé par les producteurs, les revendeuses et les consommateurs.</p>

Termes		Interprétations
27.	<b>Aha noupe</b>	<p>/axa nu fé/ (Expression Ewé)</p> <p>Composée de trois monèmes : /axa/= Boisson, /nu/= Boire et de /fé/= Lieu. La formulation <b>Ahanoupe</b> désigne tout simplement « <i>le lieu de consommation de la boisson locale</i> ». Cette expression est employée par les consommateurs, les revendeuses et les producteurs.</p>
56.	<b>Base</b>	<p>/baz/ (Terme Français)</p> <p>La Base est la partie inférieure d'un corps, sur laquelle il repose, qui le soutient ou le rattache à autre chose. Il désigne l'origine, le fondement, le principe de quelque chose, ce sur quoi tout repose. Ici, Base est employé pour désigner un lieu d'approvisionnement où l'on peut trouver de la boisson locale. Il est un terme générique. Il nous a été fourni par les consommateurs, les revendeuses et les producteurs.</p>

#### 5.4. Emprunts à l'Anglais, au Français et autres langues

L'étude sur la terminologie a montré que des termes français et anglais de même que d'autres langues africaines sont utilisées par les usagers de *sodabi* pour qualifier cette boisson, et pour évoquer son mode de consommation.

La prédominance de l'anglais s'impose avec certains termes entrés dans la langue française et qui ont été « francisés » : *Super, So that be, Pitters, Swingueur*

Les termes d'emprunt à l'Anglais, au Français et autres langues africaines utilisent de nombreuses métaphores ou analogies pour évoquer le lieu de consommation (base), le moment (apéritif, petit déjeuner), l'apparence de la boisson (clair), sa composition (hibiscus), ses effets (swinguer). Subséquemment, certaines expressions permettent de nommer l'alcool local sans dire son nom (so that be, garde à vous).

Boisson	Français	Anglais	Autres
<i>Sodabi</i>	Apéritif Apéro Base Bissap Clair Dojo Garde-à-vous Hibiscus Je suis présent Parfum Petit déjeuner Rideau blanc	<i>Base</i> <i>Under</i> <i>Cover</i> <i>Pitters</i> <i>So that be</i> <i>Super</i> <i>Swing</i>	<i>Akpetechi</i> <i>kpetechi</i> <i>Ango</i> <i>Ankara</i> <i>Mapouka</i>

# CONCLUSION

Au terme de cette étude, il ressort selon les personnes enquêtées, que la consommation de boissons alcoolisées est un phénomène qui prend de l'ampleur à Lomé au Togo avec une augmentation des pratiques de consommation d'alcool dues aux conditions de vie, à l'accessibilité des produits et aux changements sociologiques. Les problèmes économiques et financiers, le stress et les conflits familiaux, la précarité et l'absence de perspectives d'avenir tout comme l'affaiblissement du contrôle social expliquent selon les personnes interrogées, l'augmentation de la consommation de boissons alcoolisées.

Ces modifications de comportements touchent particulièrement les femmes et les jeunes. Concernant les jeunes, les enquêtés ont cité le relâchement de la fonction éducative et du contrôle social, la démission des familles, les problèmes spécifiques d'emploi que rencontrent les jeunes ainsi que l'absence d'espoir en l'avenir. Les jeunes générations semblent avoir plus d'attrance pour les boissons importées et pour les lieux où ces boissons sont consommées tels que les boîtes de nuit, les dancings, les bars. Cependant son coût très abordable explique la forte consommation de Sodabi par les jeunes notamment les sans-emploi, les étudiants, les scolaires et les apprentis qui ont peu de moyens financiers.

Les boissons alcoolisées importées ou modernes sont perçues comme un signe de réussite, de prestige social, un symbole d'aisance matérielle et de promotion sociale. Selon les propos recueillis, ces boissons alcoolisées modernes ou importées apparaissent comme plus dangereuses pour la santé que les boissons alcoolisées locales. Elles entraîneraient plus de maladies : cancers, cirrhoses.

La consommation de boissons alcoolisées locales, Sodabi, connaît aussi une augmentation. Cette dernière s'explique, selon les personnes interrogées, par l'accessibilité et la multiplication des lieux d'approvisionnement, le coût très abordable des boissons locales et les vertus attribuées au Sodabi.

Les boissons alcoolisées locales revêtent une valeur symbolique très forte. Elles font référence à la tradition, à l'authenticité, à l'héritage culturel.

Sur le plan spirituel, de nombreuses vertus et propriétés sont attribuées au Sodabi telle la protection contre les mauvais sorts et les maléfices, la purification, le lien avec le monde invisible. Il est fortement utilisé dans tous les rituels et les cérémonies d'initiation.

Sur le plan social, le Sodabi symbolise des valeurs humanistes : la réconciliation, le rassemblement, l'unification, l'hospitalité, l'accueil de l'étranger, le partage, la générosité. Il est un signe d'intégration et d'insertion sociale.

Le Sodabi représente aussi la force physique, c'est pourquoi il est consommé tôt le matin pour se mettre en forme et faciliter le travail de la journée. Il symbolise aussi la force vitale, la force sexuelle avec ses vertus aphrodisiaques. La terminologie collectée a montré l'association entre le Sodabi et la masculinité. L'homme qui ne boit pas est considéré comme un être faible comparé à une femme.

Le Sodabi est surtout utilisé pour ses vertus thérapeutiques. De la sorte, associé à d'autres plantes, feuilles racines, il a un pouvoir de guérison. La terminologie recueillie témoigne largement des vertus curatives de ces mélanges. Le Sodabi facilite la conservation des produits naturels et renforce leurs propriétés thérapeutiques.

Le Sodabi garde toute sa valeur culturelle et sociale notamment lors des fêtes familiales. Il est particulièrement consommé lors des funérailles, des cérémonies de dot où il cohabite avec les boissons importées mais celles-ci ne peuvent pas remplacer le Sodabi qui a une valeur unique. Le Sodabi a un caractère festif. Il est donc, dans les représentations socio culturelles recensées par l'étude, associé à la gaieté, aux réjouissances, à la sociabilité, à la convivialité.

Outre les cérémonies et les fêtes, le Sodabi est particulièrement utilisé à certaines saisons de l'année notamment les périodes de froid (harmattan), les périodes de pluies (moussons).

Pour ce qui est des moments de la journée, le Sodabi est plutôt consommé le matin comme stimulant pour se mettre en forme, le midi pour ouvrir l'appétit et pour mieux digérer, le soir pour se détendre. Il est alors partagé entre amis pour se divertir.

Les enquêtés consommateurs, producteurs, revendeurs ont largement abordé le problème de la baisse de qualité des boissons locales due aux difficultés dans la production et l'approvisionnement, la recherche de profit, la banalisation de la profession de producteur et de revendeur. De nombreux critères permettent de vérifier la qualité du Sodabi : la couleur, l'odeur, l'apparence, les effets sur le consommateur. Ces techniques et astuces se retrouvent largement dans la terminologie employée pour évoquer la qualité des boissons alcoolisées locales.

L'étude a montré la faible connaissance des enquêtés quant aux effets et aux risques des boissons locales sur la santé physique et mentale des consommateurs.

28,9% des consommateurs soit près de trois enquêtés sur 10 consomment le Sodabi avec d'autres produits dont 16,5 % avec des boissons énergisantes et 6,2% avec des substances psycho actives.

Les enquêtés ont pu citer les signes d'abus d'alcool : vieillissement précoce, rougeur des lèvres, des yeux, gonflement du visage, changement de teint, modifications corporelles. Ils se retrouvent dans les terminologies utilisées par les personnes interrogées.

La consommation d'alcool par les hommes est perçue comme un signe de virilité et de conformité sociale. Dès lors, consommer de l'alcool est normal pour un homme mais l'abus n'est pas normal. L'alcoolisme dans le sens de l'ivrognerie est considéré comme une déviance sociale.

La consommation d'alcool par les femmes n'est pas admise socialement. Les images de la femme alcoolique sont encore plus dépréciées et stigmatisantes que pour les hommes. Selon les enquêtés elles ne peuvent plus assumer leur rôle familial ni leur fonction sociale. De plus, ces femmes se mettent en situation de risques face aux violences sexuelles. Elles ont en général mauvaise réputation, on leur attribue une légèreté de mœurs.

La dépendance à l'alcool est souvent appréhendée comme un manque de volonté mais dans de nombreux cas elle est attribuée à un phénomène d'envoutement, à des causes surnaturelles.

Les parcours thérapeutiques sont doubles avec des recours à la médecine moderne ainsi qu'à la médecine traditionnelle surtout si l'addiction est attribuée à un mauvais sort, à un envoutement. Il faut alors utiliser des procédés mystiques. L'alcool traditionnel fait partie du processus de guérison.

L'analyse sociolinguistique des terminologies collectées vient renforcer les conclusions. L'étude du champ lexical met en exergue les propriétés et spécificités du Sodabi, sa fonction sociale, culturelle voire spirituelle. Les effets du Sodabi sur le corps sont très imagés à travers les jeux de langue. De même, les représentations de la personne ayant une consommation abusive d'alcool s'expriment à travers la terminologie recueillie.

La pertinence de cette étude socio culturelle et sociolinguistique s'affirme surtout dans son caractère opérationnel. En effet, les résultats pourront largement être utilisés par les praticiens et cliniciens qui accompagnent des personnes ayant une addiction à l'alcool. De même cette étude permettra de mieux concevoir les stratégies de prévention en prenant en compte les connaissances, attitudes et pratiques, les perceptions et représentations des destinataires de ces campagnes de communication.

L'ONG RAPAA entend utiliser les conclusions de cette étude pour définir ses activités dans ses quatre domaines d'intervention.



# RECOMMANDATIONS

L'étude sur les boissons alcoolisées locales se veut une recherche appliquée dont les résultats doivent contribuer à améliorer les actions menées par l'ONG RAPAA. Les conclusions de cette recherche permettront d'orienter les activités dans les différents domaines d'intervention de l'ONG.

## Volet Recherche Etudes

Il s'agira de faciliter la dissémination de l'étude et de capitaliser sur les résultats, ceci pourra se concrétiser par :

- La diffusion du rapport de l'étude enrichi des travaux de l'atelier de restitution.
- La publication du recueil des terminologies recueillies.
- La rédaction et la publication d'articles dans des revues et journaux spécialisés.
- La présentation de communications lors de congrès scientifiques au Togo et/ou à l'étranger (sous-région ouest africaine).
- La tenue de conférences à destination des étudiants en psychologie, en linguistique, en sociologie, en médecine.
- La conduite d'études complémentaires, l'encadrement de travaux de recherche et de thèse sur des thèmes à approfondir :
  - ✓ Les boissons énergisantes.
  - ✓ Les pratiques de poly consommation de substances psycho actives.
  - ✓ Les pratiques traditionnelles de guérison de la dépendance à l'alcool.
  - ✓ La consommation de boissons alcoolisées et le COVID 19 : évolution des pratiques de consommation.
  - ✓ Les lois sur la consommation d'alcool, leur adéquation. Application et diffusion.
  - ✓ Genre et consommation de boissons alcoolisées, la consommation de boissons alcoolisées par les femmes.

- ✓ Les conflits conjugaux, les violences domestiques et la consommation de substances psycho actives.
- ✓ La publicité et le marketing des boissons alcoolisées.

## **Volet Plaidoyer**

Il s'agira de mener des actions de plaidoyer auprès des autorités et des décideurs pour :

- Sensibiliser sur l'ampleur du phénomène de la consommation des boissons alcoolisées en particulier celle des jeunes.
- Intensifier les campagnes de prévention de masse.
- Vulgariser les textes en vigueur sur la consommation par les mineurs et les femmes en état de grossesse, sur la conduite en état d'ébriété.
- Contrôler les publicités sur la consommation des boissons alcoolisées (messages de prévention : les effets de l'alcool sur la santé, la protection des mineurs et des femmes enceintes).
- Réglementer l'ouverture des bars et lieux de vente des boissons alcoolisées (notamment près des écoles, lycées et centres de formation).
- Contrôler la qualité des boissons commercialisées.
- Introduire des cours sur les dangers de la consommation d'alcool dans les programmes scolaires.

## **Volet Prévention Communication**

Il s'agira de conduire des actions de prévention à travers des campagnes de masse et des actions ciblées prenant en compte :

- Les perceptions, les représentations sociales et les pratiques socio culturelles.
- Les méthodes à développer : l'approche communautaire, la pairs éducation.
- Les groupes à cibler : les jeunes, les enfants et mineurs, les femmes (femmes en état de grossesse).
- Les moments à privilégier : les périodes des fêtes, les cérémonies sociales, les évènements culturels.
- Les messages à diffuser : les effets sur la santé physique, mentale, sur la vie sexuelle, les conséquences sur la vie familiale et sociale.
- La terminologie à utiliser : les expressions socialement acceptées.

## **Volet Accompagnement Prise en charge**

Les résultats de l'étude ont montré que la prise en charge psychosociale d'une personne dépendante à l'alcool devrait considérer les aspects suivants :

- L'histoire de vie de la personne.
- Les caractéristiques : genre, âge, profession, ethnie, religion, niveau d'études, statut socioéconomique.
- Les motifs de consommation (circonstances de la première consommation, facteurs ayant conduit à la dépendance).
- Les pratiques de consommation : produits consommés, lieux de consommation, niveaux de consommation.
- Les fréquentations et milieux de vie.

- Les perceptions de la personne sur l'alcool et ses dangers.
- Les perceptions de la personne sur sa dépendance à l'alcool.
- La prise de décision, le niveau de motivation pour sortir de la dépendance.
- Le parcours thérapeutique : recours à la médecine moderne et traditionnelle pour sortir de la dépendance.
- La stigmatisation subie, ressentie, la confiance en soi de la personne.
- L'insertion familiale : conflits familiaux, accompagnement de la personne par la famille.
- L'insertion sociale niveau d'intégration dans la communauté.
- L'insertion professionnelle, le niveau de revenus et l'autonomie financière de la personne.

# ANNEXES

## ANNEXE1 : Enquête quantitative

### Questionnaire sur les connaissances et pratiques

#### Section 1. Identité

N°	Questions/Réponses	Saut (Jump)
S1.1	Quel est votre sexe ? <i>Encercler le code correspondant</i> 1. Homme 2. Femme	
S1.2	Quel est votre âge ? <i>Inscrire un chiffre dans chaque ___/___/</i>	
S1.3	Quel est votre niveau d'études ? <i>Encercler le code correspondant.</i> Non alphabétisé 2. Primaire 3. Secondaire 4. Supérieur.	
S1.4	Quel est votre ethnie ? .....	
S1.5	Quel est votre profession ? .....	
S1.6	Quel est votre situation matrimoniale ? <i>Encercler le code correspondant.</i> 1. Célibataire 2. Concubin 3. Marié 4. Divorcé 5. Veuf(ve)	
S1.7	Combien d'enfants avez-vous ? <i>Inscrire un chiffre dans chaque ___/___/</i>	
S1.8	Quel est votre religion ? <i>Encercler le code correspondant</i> 1. Christianisme 2. Islam 3. Animisme 4. Athée 5. Autres à préciser .....	<b><i>Si vous encerclez autre que 1, passer au S1.10</i></b>
S1.9	De quelle obédience chrétienne êtes-vous ? <i>Encercler le code correspondant.</i> 1. Catholique 2. Protestant 3. Pentecôtiste	
S1.10	Depuis combien d'années vivez-vous à Lomé ? <i>Inscrire un chiffre dans chaque ___/___/</i>	
S1.11	Quelle est votre langue maternelle ? .....	
S1.12	Autres langues parlées ? .....	

## Section 2. Pratiques des boissons alcoolisées locales

N°	Questions/Réponses	Saut (Jump)
S2.1	Buvez-vous de la boisson alcoolisée locale ? <i>Encercler le code correspondant</i> 1. Oui      2. Non	<i>Si la réponse à la question est Non, passer la S2.3</i>
S2.2	Quelles sont les boissons alcoolisées locales que vous buvez? <i>Encercler le code correspondant (plusieurs réponses possibles)</i> 1. Sodabi      2. Vin de palme      3. Tchouk.      4. Autres à préciser	
S2.3	Pourquoi ?	
S2.4	Où buvez-vous de la boisson alcoolisée locale ? <i>Encercler le code correspondant</i> 1. A domicile      2. Bar      3. Night-club      4. Chez des amis 5. Au service      6. Autres à préciser	
S2.5	Pourquoi ?	
S2.6	Quand buvez-vous les boissons alcoolisées locales ? <i>Encercler le code correspondant</i> 1. Matin      2. Midi      3. Nuit	
S2.7	Pourquoi ?	
S2.8	Avec qui buvez-vous les boissons alcoolisées locales ? <i>Encercler le code correspondant</i> 1. Seul      2. Avec des amis      3. En famille      4. Entre collègues      5. Autres à préciser	
S2.9	Combien de verres de boissons alcoolisées locales consommez-vous habituellement par jour ? <i>Encercler le code correspondant</i> 1. Moins de trois verres      2. Trois à six verres      3. Supérieur à sept verres	
S2.10	A quel âge avez-vous bu pour la première fois de la boisson alcoolisée locales ? <i>Inscrire un chiffre dans chaque ___/___/</i>	
S2.11	A quelle occasion avez-vous bu pour la première fois ?..... .....	
S2.12	Quelle est votre préférence parmi les boissons alcoolisées locales ?	

	<i>Encercler le code correspondant</i>		
	1. Sodabi	2. Vin de palme	3. Tchouk 4. Autres à préciser
S2.13	Préférez-vous les boissons locales aux boissons alcoolisées importées ? <i>Encercler le code correspondant</i>		
	1. Oui	2. Non	
S2.14	Pourquoi ?		
S2.15	Consommez-vous d'autres substances en plus de boissons locales ? <i>Encercler le code correspondant</i>		
	1. Cannabis	2. Cocaïne	3. Héroïne 4. Crack 5. Tramadol 6. Boissons énergisante 7. Autres à préciser
S2.16	Combien dépensez-vous par jour pour la consommation de boissons alcoolisées locales ? <i>Encercler le code correspondant</i>		
	1. Moins de 5 00F	2. 500F et 1000F	3. 1000 et 2 000 F 3. Plus de 2 000 F
S2.17	Combien de verres de Sodabi provoquent un état d'ébriété chez vous ? <i>Encercler le code correspondant !</i>		
	1. Deux à quatre verres	2. Cinq à sept verres	3. Plus de 7 verres
S2.18	Combien de calebasse de Tchouk ou de vin de palme provoquent un état d'ébriété chez vous ? <i>Encercler le code correspondant !</i>		
	1. Moins de trois calebasses	2. Trois à six calebasses	3. Plus de 7 calebasses
S2.19	Dans quelles circonstances particulières consommez-vous des boissons locales ?		
S2.20	En cas de maladie ?	1. Oui 2. Non	<i>Si la réponse à la question est Non, passer la Q2.21</i>
S2.21	Si Oui, lesquelles ?		
S2.22	En cas de bien-être (joie excitation) ?	1. Oui	2. Non
S2.23	En cas de mal-être (tristesse, morosité.) ?	1. Oui	2. Non
S2.25	Dans les occasions familiales sociales ?	1. Oui	2. Non <i>Si la réponse est Non, passer la S2.27</i>

S2.26	Si Oui, lesquelles ?		
S2.27	Dans certaines cérémonies religieuses ?	1. Oui      2. Non	<i>Si la réponse est Non, passer la S2.29</i>
S2.28	Si Oui, lesquelles ?		
S2.29	Dans certains lieux ?	1. Oui      2. Non	<i>Si la réponse est Non, passer la S2.31</i>
S2.30	Si Oui, lesquels (villages, grands-parents...) ?		
S2.31	Que recherchez-vous en consommant des boissons alcoolisées locales ?		

### Section 3 : Connaissances sur les boissons alcoolisées locales

N°	Questions/Réponses	Saut (Jump)
S3.1	Connaissez-vous la composition des boissons alcoolisées locales que vous consommez ? <i>Encercler le code correspondant</i> 1. Oui    2. Non	<i>Si la réponse est Non, passer la S3.1</i>
S3.2	Si Oui, pouvez-vous citer ce qu'elles contiennent ?	
S3.3	Pensez-vous que les boissons alcoolisées locales ont des effets sur la santé physique ? ? <i>Encercler le code correspondant</i> 1. Oui      2. Non	<i>Si la réponse est Non, passer la S3.5</i>
S3.4	Si Oui, lesquels ? .....	
S3.5	Pensez-vous que les boissons alcoolisées locales ont des effets sur la santé mentale ? <i>Encercler le code correspondant</i> 1. Oui      2. Non	<i>Si la réponse est Non, passer la S3.7</i>



S3.6	Si oui ! lesquels ? .....	
S3.7	Pensez-vous que les boissons alcoolisées locales ont des effets sur la sexualité ? <i>Encercler le code correspondant</i> 1. Oui      2. Non	<b><i>Si la réponse est Non, passer la S3.9</i></b>
S3.8	Si oui ! lesquels ? .....	
S3.9	Pensez-vous que les boissons alcoolisées locales ont des effets sur les réflexes (sens) ? 1. Oui      2. Non	<b><i>Si la réponse est Non, passer la S3.11</i></b>
S3.10	Si oui ! lesquels ? .....	
S3.11	Pensez-vous que les boissons alcoolisées locales peuvent entraîner l'accoutumance (le fait de s'habituer) ? <i>Encercler le code correspondant</i> 1. Oui      2. Non	
S3.12	Pourquoi ? .....	
S3.13	Pensez-vous que les boissons alcoolisées locales peuvent entraîner la dépendance (incapacité à contrôler sa consommation) ? <i>Encercler le code correspondant</i> 1. Oui      2. Non	
S3.14	Pourquoi ? .....	
S3.15	Pensez-vous que la consommation de boissons alcoolisées locales entraîne plus d'effets secondaires chez les mineurs ? 1. Oui      2. Non	
S3.16	Pourquoi ? .....	
S3.17	Pensez-vous que la consommation de boissons alcoolisées locales entraîne plus d'effets secondaires chez les femmes que chez les hommes ? 1. Oui      2. Non	
S3.18	Pourquoi ? .....	

S3.19	Pensez-vous que la consommation de boissons alcoolisées locales entraîne plus d'effets secondaires chez les femmes enceintes ? 1. Oui      2. Non
S3.20	Pourquoi
S3.21	Pensez-vous que les boissons alcoolisées locales ont plus d'effets que les boissons importées 1. Oui      2. Non
S3.21	Pourquoi ?.....

#### Section 4 : Effets causés par la consommation de boissons alcoolisées

N°	Questions/Réponses	Saut (Jump)
S4.1	Pensez-vous que les boissons alcoolisées locales peuvent entraîner des effets sur la vie sociale ? <i>Encercler le code correspondant</i> 1. Oui      2. Non	<i>Si la réponse est Non, passer la S4.3</i>
S4.2	Si Oui, lesquels ? .....	
S4.3	Pensez-vous que les boissons alcoolisées locales peuvent entraîner des effets sur la vie familiale ? <i>Encercler le code correspondant</i> 1. Oui      2. Non	<i>Si la réponse est Non, passer la S4.5</i>
S4.4	Si Oui, lesquels ? .....	
S4.5	Pensez-vous que les boissons alcoolisées locales peuvent entraîner des effets sur la vie professionnelle ? <i>Encercler le code correspondant</i> 1. Oui      2. Non	<i>Si la réponse est Non, passer la S4.7</i>
S4.6	Si Oui, lesquels ? .....	
S4.7	Pensez-vous que les boissons alcoolisées locales peuvent entraîner des effets sur la vie sentimentale ? <i>Encercler le code correspondant</i> 1. Oui      2. Non	<i>Si la réponse est Non, passer la S4.9</i>

S4.8	Si Oui, lesquels ? .....	
S4.9	Pensez-vous que les boissons alcoolisées locales peuvent entraîner des effets sur la vie spirituelle ? <i>Encercler le code correspondant</i>  1. Oui      2. Non	<i>Si la réponse est Non, passer fin de l'entretien</i>
S4.10	Si Oui, lesquels ? .....	

## ANNEXE 2 : Enquête quantitative

### Questionnaire sur les représentations socioculturelles

#### Section 1. Identité

N°	Questions/Réponses	Saut (Jump)
S1.1	Quel est votre sexe ? <i>Encercler le code correspondant</i> 1. Homme    2. Femme	
S1.2	Quel est votre âge ? <i>Inscrire un chiffre dans chaque</i> ___/___/	
S1.3	Quel est votre niveau d'études ? <i>Encercler le code correspondant.</i> Non alphabétisé    2. Primaire    3. Secondaire    4. Supérieur.	
S1.4	Quel est votre ethnie ? .....	
S1.5	Quel est votre profession ? .....	
S1.6	Quel est votre situation matrimoniale ? <i>Encercler le code correspondant.</i> 2. Célibataire    2. Concubin    3. Marié    4. Divorcé    5. Veuf(ve)	
S1.7	Combien d'enfants avez-vous ? <i>Inscrire un chiffre dans chaque</i> ___/___/	
S1.8	Quel est votre religion ? <i>Encercler le code correspondant</i> 2. Christianisme    2. Islam    3. Animisme    4. Athée 5. Autres à préciser .....	<i>Si vous encerclez autre que 1, passer au S1.10</i>
S1.9	De quelle obédience chrétienne êtes-vous ? <i>Encercler le code correspondant.</i> 2. Catholique    2. Protestant    3. Pentecôtiste	
S1.10	Depuis combien d'années vivez-vous à Lomé ? <i>Inscrire un chiffre dans chaque</i> ___/___/	
S1.11	Quelle est votre langue maternelle ? .....	
S1.12	Autres langues parlées ? .....	

## Section 2. Perceptions/Représentations sociales

Sous-section 2.1		Consommation en général	
N°	Questions /Réponses		Saut (jump)
S2.1.1	Pensez-vous que la consommation de boissons alcoolisées locales a évolué ? <i>Encercler le code correspondant</i>		1. Oui 2. Non
S2.1.2	Pourquoi ?		
S2.1.3	Pensez-vous que la consommation de boissons alcoolisées importées a évolué ? <i>Encercler le code correspondant</i>		1. Oui 2. Non
S2.1.4	Pourquoi ?		
S2.1.5	Que représentent selon vous les boissons alcoolisées locales dans la société togolaise ?		
S2.1.6	Pourquoi ?		
Sous-section 2.2		Profil des consommateurs	
S 2.2.1.	Pensez-vous que la consommation d'alcool local est liée à <i>la réussite sociale</i> ?		1. Oui 2. Non
S2.2.2	Pourquoi ?		
S2.2.3	Pensez-vous que la consommation d'alcool local est liée à <i>l'emploi occupé</i> ?		1. Oui 2. Non
S2.2.4	Pourquoi ?		
S2.2.5	Pensez-vous que la consommation d'alcool local est liée à <i>au genre</i> ?		1. Oui 2. Non
S2.2.6	Pourquoi ?		
S2.2.7	Pensez-vous que les femmes consomment plus de boissons alcoolisées aujourd'hui qu'autrefois ?		1. Oui 2. Non
S2.2.8	Pourquoi ?		
S2.2.9	Pensez-vous que les femmes consomment plus de boissons alcoolisées locales aujourd'hui qu'autrefois ?		1. Oui 2. Non
S2.2.10	Pourquoi ?		
S2.2.11	Que représente l'alcool pour les femmes de nos jours ?		1. Oui 2. Non
S2.2.12	Pourquoi ?		

S2.2.13	Y-a-t-il selon vous des restrictions à la consommation d'alcool par les femmes ?	1. Oui 2. Non				
S2.2.14	Pourquoi ?					
S2.2.15	Pensez-vous que la consommation d'alcool local est liée à l'âge ?	1. Oui 2. Non				
S2.2.16	Pourquoi ?					
S2.2.17	Pensez-vous que les jeunes consomment plus de boissons alcoolisées aujourd'hui qu'autrefois ?	1. Oui 2. Non				
S2.2.18	Pourquoi ?					
S2.2.19	Pensez-vous que les jeunes consomment plus de boissons alcoolisées locales aujourd'hui qu'autrefois ?	1. Oui 2. Non				
S2.2.20	Pourquoi ?					
S2.2.21	Que représente l'alcool pour les jeunes aujourd'hui ?					
S2.2.22	Pourquoi ?					
S2.2.23	Y-a-t-il selon vous des restrictions à la consommation d'alcool pour les jeunes ?	1. Oui 2. Non				
S2.2.24	Pourquoi ?					
S2.2.25	Pensez-vous que la consommation de l'alcool est-elle liée à l'appartenance ethnique ?	1. Oui 2. Non				
S2.2.26	Pourquoi ?					
<b>Sous-Section 2.3</b>		<b>Utilisation et fonction de l'alcool en général</b>				
S2.3.1	A quelles périodes de l'année les gens consomment plus les boissons alcoolisées en général ?					
S2.3.2	Pourquoi les gens consomment plus les boissons alcoolisées à ces périodes ?					
<b>Dans les cérémonies à caractère social</b>						
S2.3.3	Au cours des cérémonies suivantes, les boissons alcoolisées sont-elles utilisées ?					
	Boissons importées			Boissons locales		
Dot	1. Oui	2. Non	3. Je ne sais pas	1. Oui	2. Non	3. Je ne sais pas
Mariage	1. Oui	2. Non	3. Je ne sais pas	1. Oui	2. Non	3. Je ne sais pas
Divorce	1. Oui	2. Non	3. Je ne sais pas	1. Oui	2. Non	3. Je ne sais pas
Baptême	1. Oui	2. Non	3. Je ne sais pas	1. Oui	2. Non	3. Je ne sais pas
Funérailles	1. Oui	2. Non	3. Je ne sais pas	1. Oui	2. Non	3. Je ne sais pas

Initiations	1. Oui	2. Non	3. Je ne sais pas	1. Oui	2. Non	3. Je ne sais pas
Récoltes	1. Oui	2. Non	3. Je ne sais pas	1. Oui	1. Non	3. Je ne sais pas
S2.3.4	Quelles sont les fonctions (symbolique) de l'alcool au cours des cérémonies sociales (dot, mariage, baptême, funérailles, initiations)?					
<b>Dans la gestion des conflits</b>						
S2.3.5	L'utilisation de l'alcool est-elle liée aux règlements des conflits ?		1. Oui 2. Non		<i>Si la réponse est non, passer S2.3.7</i>	
S2.3.6	Si Oui, lesquels ?					
S2.3.7	Pourquoi ?					
<b>Dans les pratiques religieuses</b>						
S2.3.8	L'utilisation de l'alcool est-elle liée à l'appartenance religieuse ?		1. Oui 2. Non			
S2.3.9	Pourquoi ?					
S2.3.10	Les boissons alcoolisées sont-elles utilisées dans certains rituels religieux ?		1. Oui 2. Non			
S2.3.11	Pourquoi ?					
S2.3.12	Faut-il consommer des produits ou substances pour atteindre certains états spirituels ?		1. Oui 2. Non		<i>Si la réponse est non, passer S2.3.14</i>	
S2.3.13	Si Oui, lesquels ?					
S2.3.14	Pourquoi ?					
S2.3.15	Par qui ?					
S2.3.16	<b>Dans la pharmacopée</b>					
S2.3.17	L'utilisation de l'alcool est-elle liée à la médecine traditionnelle ?		1. Oui 2. Non			
S2.3.18	Pourquoi ?					
S2.3.19	Selon vous les produits thérapeutiques à base d'alcool sont-ils efficaces ?		1. Oui 2. Non			
S2.3.20	Pourquoi ?					
S2.3.21	Existe-t-il selon vous <i>des interdits et des tabous</i> concernant la consommation d'alcool ?		1. Oui 2. Non		<i>Si la réponse est non, passer S2.3.23</i>	
S2.3.22	Si Oui ! Lesquels ?					
S2.3.23	Pour qui ?					
S2.3.24	Dans quelles circonstances ?					

<b>Sur la dépendance</b>			
S2.3.25	Pensez-vous que le problème d'alcoolisme soit plus important aujourd'hui ?	1. Oui 2. Non	
S2.3.26	Pourquoi ?		
S2.3.27	Que représente pour vous un homme qui consomme trop de boissons alcoolisées ?	1. Oui 2. Non	
S2.3.28	Quels noms particuliers donne-t-on à ce dernier ?		
S2.3.29	Que représente pour vous une femme qui consomme trop de boissons alcoolisées ?		
S2.3.30	Quels noms particuliers donne-t-on à cette dernière ?		
S2.3.31	Pensez-vous que l'on puisse sortir de la dépendance ?	1. Oui 2. Non	
S2.3.32	Pourquoi ?		
S2.3.33	Par quelles méthodes modernes un homme ou une femme peut sortir de son alcoolodépendance ?	1. Oui 2. Non	<i>Si la réponse est non, passer S2.3.35</i>
S2.3.34	Si Oui, lesquelles ?		
S2.3.35	Par quelles méthodes traditionnelles un homme ou une femme peut sortir de son alcoolodépendance ?	1. Oui 2. Non	
S2.3.36	Pourquoi ?		
S2.3.37	Connaissez-vous des proverbes, contes, devinettes qui ont trait à l'utilisation de boissons alcoolisées locales ?	1. Oui 2. Non	<i>Si la réponse est non, fin de l'entretien</i>
S2.3.38	Si Oui, lesquelles ?		

### ANNEXE 3 : Enquête qualitative

#### Guide d'entretien des producteurs

Monsieur/Madame, je vous remercie d'avoir bien voulu nous accorder du temps pour cet entretien sur les boissons locales alcoolisées

<b>Entretien le ___/___/ - ___/___/2019</b>	
<b>Heure de début :</b> .....h .....min ; <b>Heure de fin :</b> .....h .....min, <b>Durée :</b> .....	
<b>Localité de la collecte</b>	

N°	Questions /Réponses
Q1.1	Sexe ? <i>Encercler le code correspondant</i> 1. Homme      2. Femme
Q1.2	Age ? <i>Inscrire un chiffre dans chaque ? ___/___/___/</i>
Q 1.3	Niveau d'études ? <i>Encercler le code correspondant.</i> 1. Non alphabétisé    2. Primaire    3. Secondaire    4. Supérieur.
Q 1.4	Ethnie ? .....
Q 1.5	Profession ? .....
Q 1.6	Religion ? <i>Encercler le code correspondant</i> 1. Christianisme    2. Islam    3. Animisme    4. Athée,    5. Autres.
Q1.7	De quelle obédience chrétienne êtes-vous ? Si vous répondez autre que 1 au Q6, passez à la Q8. <i>Encercler le code correspondant</i>  1. Catholique    2. Protestant    3. AD    4. Pentecôte 5. Témoins de Jéhovah    6. Eglises réformées et autres
Q1.8	Langue maternelle ? .....
Q1.9	Autres langues parlées ?.....

#### 1. Identité du producteur

#### 2. Métier

Motifs et circonstances de l'exercice du métier

Durée dans l'exercice du métier

Apprentissage (connaissances et pratiques)

Transmission du métier (à qui, pourquoi ?)

Evolution dans le temps par rapport au passé, dans le futur (comment va-t-elle évoluer)



Représentation sociale et fonctions du producteur dans la société (Noms donnés)

### **3. Activités de production**

Activité de production à plein temps ou à temps partiel

Etapas de la production

Durée de la production

Personnes impliquées dans la production (Nombre, Profil, genre, rôles, statut, compensations) (activités réservées aux femmes)

Quantités produites

Démarches administratives

Rituels à entreprendre (Quand ? Pourquoi ? Par qui ?)

Abatage des palmiers (interdits liés à l'abatage des palmiers ? L'abatage est-il lié à des autorisations, quand et comment se fait-il)

Equipements de production.

### **4. Types d'alcool produits**

Types d'alcool produits (noms donnés) pour quels usages

Qualité et nom donnés

Quantités produites par type d'alcool

Mélanges / types de mélanges pour quels usages

Mélanges avec d'autres substances psycho actives

### **5. Demande et vente**

Ampleur de la demande (variations de la demande dans le temps)

Clientèle nombre (clients habituels, clients occasionnels)

Clientèle profil (âge, sexe, profession, origine ...) (Produits réservés aux femmes)

Clients particuliers (thérapeutes, religieux, chefs traditionnels, autres)

Quantités de boissons commandées par les clients.

Prix de vente (variations des prix)

Moments circonstances des ventes (saisons, cérémonies,)

### **6. Revenus**

Revenus par cycle de production

Revenus par année

Charges (personnel, matériel, location, pertes, transport, autres...)

Variations des revenus (régularité ou non, causes des variations)

## **7. Difficultés rencontrées dans l'exercice de l'activité**

Dans la production

Dans la vente

En rapport avec les contrôles (police, service des impôts, service d'hygiène)

En rapport avec les autres producteurs (concurrence, concurrence déloyale)

## **9. Perceptions, représentations sociales**

### **9.1 La représentation de l'alcool**

9.1.1 Que représente l'alcool dans la société togolaise ?

9.1.2 Que représentent les boissons alcoolisées locales dans la société togolaise ?

9.1.3 Que représentent les boissons alcoolisées importées dans la société togolaise ?

### **9.2 Le niveau de consommation**

9.2.1 Que pensez-vous de la consommation des boissons alcoolisées locales ? A-t-elle évolué ? Pourquoi ?

9.2.2 Que pensez-vous de la consommation des boissons alcoolisées importées ? A-t-elle évolué ? Pourquoi ?

9.2.3 Y a-t-il concurrence entre les boissons alcoolisées locales et importées ? A-t-elle évolué ? Pourquoi ?

### **9.3 La consommation par les hommes**

9.3.1 Que pense-t-on des hommes qui consomment de l'alcool ? (Noms donnés)

9.3.2 Selon vous les hommes consomment-ils plus aujourd'hui qu'autrefois ?

### **9.4 La consommation par les femmes**

9.4.1 Que pense-t-on des femmes qui consomment de l'alcool ? (Noms donnés)

9.4.2. Selon vous les femmes consomment-elles plus aujourd'hui qu'autrefois ?

### **9.5 La consommation par les jeunes**

9.5.1 Que pensez-vous du comportement de la jeunesse vis-à-vis de la consommation d'alcool ?

9.5.2 Selon vous les jeunes consomment-ils plus aujourd'hui qu'autrefois ?

9.5.3 Consomment-ils plus les boissons alcoolisées importées que locales ? Pourquoi ?

## 9.6 Les circonstances de la consommation

9.6.1 Parlez-nous des moments (année), des circonstances (cérémonies familiales, sociales, religieuses, culturelles, thérapeutiques) où les boissons sont plus consommées. Pourquoi ?

9.6.2 Selon vous pourquoi les personnes consomment elles ?

## 9.7 Les effets des boissons alcoolisées

9.7.1 Quels sont selon vous les effets des boissons alcoolisées locales sur la santé physique, sur la santé mentale, sur la sexualité des personnes ?

9.7.2 Quels sont selon vous les effets des boissons alcoolisées importées sur la santé physique, sur la santé mentale, sur la sexualité des personnes ?

## 9.8 La dépendance aux boissons alcoolisées

9.8.1 Pensez-vous qu'une personne peut être dépendante à l'alcool ? Pourquoi ?

9.8.2 Pensez-vous qu'il est possible à la personne de sortir de sa dépendance ? Pourquoi ?

9.8.3 Si oui comment d'après-vous ?

9.8.3.1 Moyens modernes (Lesquels ? Efficacité ?)

9.8.3.2 Moyens traditionnels (Lesquels ? Efficacité ?)

Contes, devinettes, proverbes, expressions en rapport avec les boissons alcoolisées

## ANNEXE 4 : Enquête qualitative

### Guide d'entretien des revendeurs/ revendeuses

Monsieur/Madame, je vous remercie d'avoir bien voulu nous accorder du temps pour cet entretien sur les boissons locales alcoolisée

<b>Entretien le ___/___/ - ___/___/2019</b>	
<b>Heure de début :</b> .....h .....min ; <b>Heure de fin :</b> .....h .....min, <b>Durée :</b> .....	
<b>Localité de la collecte</b>	

### 1. Identité du revendeur

N°	Questions /Réponses									
Q1.1	Sexe ? <i>Encercler le code correspondant</i>									
	1.	Homme	2.	Femme						
Q1.2	Age ? <i>Inscrire un chiffre dans chaque ? ___/___/___/</i>									
Q 1.3	Niveau d'études ? <i>Encercler le code correspondant.</i>									
	2.	Non alphabétisé	2.	Primaire	3.	Secondaire	4.	Supérieur.		
Q 1.4	Ethnie ? .....									
Q 1.5	Profession ? .....									
Q 1.6	Religion ? <i>Encercler le code correspondant</i>									
	1.	Christianisme	2	Islam	3.	Animisme	4.	Athée,	5.	Autres.
Q1.7	De quelle obédience chrétienne êtes-vous ?									
	Si vous répondez autre que 1 au Q6, passez à la Q8. <i>Encercler le code correspondant</i>									
8. Catholique      2. Protestant      3. AD      4. Pentecôte										
6. Témoins de Jéhovah      6. Eglises réformées et autres										
Q1.8	Langue maternelle ? .....									
Q1.9	Autres langues parlées ?.....									

### 1. Métier de revendeur

Raisons (circonstances, motivations) de l'exercice du métier

Durée dans l'exercice du métier

Fonction sociale (vécue et perçue par la personne, par les consommateurs)

Noms donnés aux revendeurs

Initiation formation au métier (quand, par qui, pourquoi)

Transmission et avenir (qui, pourquoi)

Exercice du métier et genre (proportion de femmes et d'hommes)

### 2. Aide et appuis dans l'exercice du métier (nombre, profil, liens avec les personnes,

statut, rémunération)

Appui apporté

Dans le ravitaillement

Dans les préparations

Dans la vente

### **3. Approvisionnement en boissons alcoolisées locales**

Lieux d'approvisionnement critères de choix (raisons économiques et logistiques autres)

Evolution dans le choix des lieux d'approvisionnement

Moments d'approvisionnement

Quantités recherchées/par approvisionnement

Qualité des produits

Liens particuliers avec les producteurs (confiance, parenté...)

### **4. Consommateurs**

Profil des clients : (âge, sexe, classe sociale, profession, leur milieu d'origine), clients particulier thérapeutes religieux...

Nombre des clients

Nombre des consommateurs habituels et occasionnels (nombre journalier, mensuel...)

Evolution du nombre de consommateurs dans le temps (repères)

Comportements des clients

Avant consommation

Après consommation

Relations avec les familles des consommateurs

Habitudes des clients

Consommation sur place ou à la maison

Consommation seule ou en groupe

Clients particuliers

Enfants (mineurs) sur place ou à emporter

Clients femmes et femmes enceintes sur place ou à emporter

Autres clients particuliers (thérapeutes, religieux)

### **5. Produits vendus boissons composées**

Types de mélanges/noms donnés

Nombre de mélanges (évolution dans le temps suivant les besoins des consommateurs)

Propriétés des mélanges

Boissons composées préférées par la clientèle

Mélanges avec des substances psycho actives (médicaments, autres produits cannabis)

## **6. Conditions de vente**

Moments de la journée (matin, avant après repas, soir, nuit...)

Moments de l'année (fêtes, fin de mois, cérémonies, autres...)

Lieux de vente recherchés (attractifs, animés) par les consommateurs (Noms donnés)

## **7. Revenus**

Revenus par jour

Revenus par semaine

Charges (transport, personnel, matériel, location, pertes...)

Variations des revenus (régularité ou non, causes des variations)

## **8. Difficultés rencontrées dans l'exercice de l'activité**

Dans le ravitaillement

Dans la préparation

Dans la vente

En rapport avec les contrôles (police, service des impôts, service d'hygiène)

En rapport avec les autres revendeurs (concurrence, concurrence déloyale)

En rapport avec les clients

## **9. Perceptions, représentations sociales**

### **9.1 La représentation de l'alcool**

9.1.1 Que représente l'alcool dans la société togolaise ?

9.1.2 Que représentent les boissons alcoolisées locales dans la société togolaise ?

9.1.3 Que représentent les boissons alcoolisées importées dans la société togolaise ?

### **9.2 Le niveau de consommation**

9.2.1 Que pensez-vous de la consommation des boissons alcoolisées locales ? A-t-elle évolué ? Pourquoi ?

9.2.2 Que pensez-vous de la consommation des boissons alcoolisées importées ? A-t-elle évolué ? Pourquoi ?

9.2.3 Y a-t-il concurrence entre les boissons alcoolisées locales et importées ? A-t-elle évolué ? Pourquoi ?

### **9.3 La consommation par les hommes**

9.3.1 Que pense-t-on des hommes qui consomment de l'alcool ? (Noms donnés)

9.3.2 Selon vous les hommes consomment-ils plus aujourd'hui qu'autrefois ?

### **9.4 La consommation par les femmes**

9.4.1 Que pense-t-on des femmes qui consomment de l'alcool ? (Noms donnés)

9.4.2. Selon vous les femmes consomment-elles plus aujourd'hui qu'autrefois ?

### **9.5 La consommation par les jeunes**

9.5.1 Que pensez-vous du comportement de la jeunesse vis-à-vis de la consommation d'alcool ?

9.5.2 Selon vous les jeunes consomment-ils plus aujourd'hui qu'autrefois ?

9.5.3 Consomment-ils plus les boissons alcoolisées importées que locales ? Pourquoi ?

### **9.7 Les circonstances de la consommation**

9.6.1 Parlez-nous des moments (année), des circonstances (cérémonies familiales, sociales, religieuses, culturelles, thérapeutiques) où les boissons sont plus consommées. Pourquoi ?

9.6.3 Selon vous pourquoi les personnes consomment-elles ?

### **9.7 Les effets des boissons alcoolisées**

9.7.1 Quels sont selon vous les effets des boissons alcoolisées locales sur la santé physique, sur la santé mentale, sur la sexualité des personnes ?

9.7.2. Quels sont selon vous les effets des boissons alcoolisées importées sur la santé physique, sur la santé mentale, sur la sexualité des personnes ?

### **9.8 La dépendance aux boissons alcoolisées**

9.8.1 Pensez-vous qu'une personne peut être dépendante à l'alcool ? Pourquoi ?

9.8.2 Pensez-vous qu'il est possible à la personne de sortir de sa dépendance ? Pourquoi ?

9.8.3 Si oui comment d'après-vous ?

9.8.3.1 Moyens modernes (Lesquels ? Efficacité ?)

### 9.8.3.2 Moyens traditionnels (Lesquels Efficacité)

Contes, devinettes, proverbes, expressions en rapport avec les boissons alcoolisées

## ANNEXE 5 : Enquête qualitative

### Guide d'entretien des thérapeutes

Monsieur/Madame, je vous remercie d'avoir bien voulu nous accorder du temps pour cet entretien sur les boissons locales alcoolisées

<b>Entretien le ___/___/ - ___/___/2019</b>	
<b>Heure de début : .....h .....min ; Heure de fin : .....h .....min, Durée : .....</b>	
<b>Localité de la collecte</b>	

#### 1. Identité du thérapeute

N°	Questions /Réponses
Q1.1	<b>Sexe ? Encercler le code correspondant</b> 1. Homme      2. Femme
Q1.2	<b>Age ? Incrire un chiffre dans chaque ? ___/___/___/</b>
Q 1.3	<b>Niveau d'études ? Encercler le code correspondant.</b> 3. Non alphabétisé    2. Primaire    3. Secondaire    4. Supérieur.
Q 1.4	Ethnie ? .....
Q 1.5	Profession ? .....
Q 1.6	<b>Religion ? Encercler le code correspondant</b> 1. Christianisme    2. Islam    3. Animisme    4. Athée,    5. Autres.
Q1.7	<b>De quelle obédience chrétienne êtes-vous ?</b> Si vous répondez autre que 1 au Q6, passez à la Q8. <i>Encercler le code correspondant</i>  9. Catholique    2. Protestant    3. AD    4. Pentecôte 7. Témoins de Jéhovah    6. Eglises réformées et autres
Q1.8	Langue maternelle ? .....
Q1.9	Autres langues parlées ?.....



## **10. Métier de thérapeute**

Raisons (circonstances, motivations) de l'exercice du métier

Durée dans l'exercice du métier

Fonction sociale (vécue et perçue par la personne, par les consommateurs)

Noms donnés aux thérapeutes

Initiation formation au métier (quand, par qui, pourquoi)

Transmission et avenir (qui, pourquoi)

Exercice du métier et genre (proportion de femmes et d'hommes)

## **11. Produits utilisés**

Utilisation de l'alcool dans les produits thérapeutiques

Propriétés de l'alcool et raisons de l'utilisation

Lieux d'approvisionnement des produits à base d'alcool (raisons du choix)

Contrôle de la qualité de l'alcool et critères de sélection des boissons alcoolisées utilisées

Types de plantes ou autres substances qui rentrent dans les préparations à base d'alcool.

Moment, lieu, temps de préparation

Efficacité des produits

Conservation des produits

Prix de vente des produits

## **12. Clientèle**

Clientèle nombre (clients habituels, clients occasionnels)

Clientèle profil (âge, sexe, profession, origine ....)

Demande ou besoins des clients (santé, famille, problèmes sociaux, spirituels.)

Evolution de la demande

Produits réservés aux femmes

Produits réservés aux enfants

Interdits liés à la consommation de vos produits à base d'alcool

## **13. Revenus**

Revenus par mois

Revenus par année

Charges (personnel, matériel, location, pertes, transport, autres...)

Variations des revenus (régularité ou non, causes des variations)

## **14. Difficultés rencontrées dans l'exercice de l'activité**

Dans l'approvisionnement en boissons alcoolisées, en plantes...

Dans la préparation

Dans les relations avec la clientèle

En rapport avec les contrôles (service des impôts, service de santé)

En rapport avec les autres thérapeutes (concurrence, concurrence déloyale)

## **10. Perceptions, représentations sociales**

### **9.1 La représentation de l'alcool**

9.1.1 Que représente l'alcool dans la société togolaise ?

9.1.2 Que représentent les boissons alcoolisées locales dans la société togolaise ?

9.1.3 Que représentent les boissons alcoolisées importées dans la société togolaise ?

### **9.2 Le niveau de consommation**

9.2.1 Que pensez-vous de la consommation des boissons alcoolisées locales ? A-t-elle évolué ? Pourquoi ?

9.2.2 Que pensez-vous de la consommation des boissons alcoolisées importées ? A-t-elle évolué ? Pourquoi ?

9.2.3 Y a-t-il concurrence entre les boissons alcoolisées locales et importées ? A-t-elle évolué ? Pourquoi ?

### **9.3 La consommation par les hommes**

9.3.1 Que pense-t-on des hommes qui consomment de l'alcool ? (Noms donnés)

9.3.2 Selon vous les hommes consomment-ils plus aujourd'hui qu'autrefois ?

### **9.4 La consommation par les femmes**

9.4.1 Que pense-t-on des femmes qui consomment de l'alcool ? (Noms donnés)

9.4.2. Selon vous les femmes consomment-elles plus aujourd'hui qu'autrefois ?

### **9.5 La consommation par les jeunes**

9.5.1 Que pensez-vous du comportement de la jeunesse vis-à-vis de la consommation d'alcool ?

9.5.2 Selon vous les jeunes consomment-ils plus aujourd'hui qu'autrefois ?

9.5.3 Consomment-ils plus les boissons alcoolisées importées que locales ? Pourquoi ?

### **9.8 Les circonstances de la consommation**

9.6.4 Parlez-nous des moments (année), des circonstances (cérémonies familiales, sociales, religieuses, culturelles, thérapeutiques) où les boissons sont plus consommées. Pourquoi ?

9.6.5 L'alcool est-il utilisé dans la gestion des conflits ? Comment ? Pourquoi ? Par qui ?

9.6.6 Existe-t-il des interdits liés à la consommation d'alcool ? Pour qui ? Par qui ?

9.6.7 Selon vous pourquoi les personnes consomment elles ?

### 9.7 Les effets des boissons alcoolisées

9.7.1 Quels sont selon vous les effets des boissons alcoolisées locales sur la santé physique, sur la santé mentale, sur la vie des personnes ?

9.7.2 Quels sont selon vous les effets des boissons alcoolisées importées sur la santé physique, sur la santé mentale, sur la vie des personnes ?

### 9.8 La dépendance aux boissons alcoolisées

9.8.1 Pensez-vous qu'une personne peut être dépendante à l'alcool ? Pourquoi ?

9.8.2 Pensez-vous qu'il est possible à la personne de sortir de sa dépendance ? Pourquoi ?

9.8.3 Si oui comment d'après-vous ?

9.8.3.1 Moyens modernes (Lesquels Efficacité)

9.8.3.2 Moyens traditionnels (Lesquels Efficacité)

Contes, devinettes, proverbes, expressions en rapport avec les boissons alcoolisées

## ANNEXE 6 : Enquête qualitative

### Guide d'entretien/informateurs (religieux)

Bonjour Monsieur/Madame, je vous remercie d'avoir bien voulu nous accorder du temps pour cet entretien sur les boissons alcoolisées locales.

<b>Entretien le ___/___/ - ___/___/2019</b>	
<b>Heure de début :</b> .....h .....min ; <b>Heure de fin :</b> .....h .....min, <b>Durée :</b> .....	
<b>Localité de la collecte</b>	

#### 1. Identité de l'informateur

N°	Questions /Réponses			
Q1.1	Sexe ? <i>Encercler le code correspondant</i>			
	1.	Homme	2.	Femme

Q1.2	Age ? <i>Inscrire un chiffre dans chaque ? ___/___/___/</i>									
Q1.3	Niveau d'études ? <i>Encercler le code correspondant.</i>									
	1. Non alphabétisé 2. Primaire 3. Secondaire 4. Supérieur.									
Q1.4	Ethnie ? .....									
Q1.5	Profession ? .....									
Q1.6	Religion ? <i>Encercler le code correspondant</i>									
	1.	Christianisme	2.	Islam	3.	Animisme	4.	Athée,	5.	Autres.
Q1.7	De quelle obédience chrétienne êtes-vous ? Si vous répondez autre que 1 au Q6, passez à la Q8. <i>Encercler le code correspondant</i>									
	1. Catholique 2. Protestant 3. AD 4. Pentecôte 5. Témoins de Jéhovah 6. Eglises réformées et autres									
Q1.8	Langue maternelle ? .....									
Q1.9	Autres langues parlées ?.....									

## 2. Rôle et fonction

N°	Questions	Réponses
Q2.1	En quoi consiste votre rôle de religieux ?	
Q2.2	Quel nom-vous est donné ?	
Q2.3	Depuis quand l'exercez-vous ?	
Q2.4	Est-ce un travail à plein temps à mi-temps ?	
Q2.5	Comment avez-vous été formé ? Par qui ?	

## 3. Utilisation des produits alcoolisés

N°	Questions	Réponses
Q3.1	Dans vos cérémonies utilisez-vous des produits alcoolisés ?	
Q3.2	Où vous approvisionnez vous ?	

Q3.3	Quels types de produits alcoolisés utilisez-vous ?	
Q3.4	Quel nom leur donnez-vous ?	
Q3.5	Utilisez-vous des mélanges ?	
Q3.6	Lesquels ?	
Q3.7	Quelles sont les propriétés ou vertus des produits que vous utilisez ?	
Q3.8	Quel est le symbolique de ces produits à base d'alcool ?	
Q3.9	A quels moments utilisez-vous ces produits ?	
Q3.10	Pourquoi ?	
Q5.11	Qui peut les utiliser ?	
Q5.12	Pourquoi ?	
Q3.13	Qui peut les consommer ?	
Q3.14	Pourquoi ?	
Q3.15	Quels sont les effets de ces produits ?	

## 9. Perceptions, représentations sociales

### 9.1 La représentation de l'alcool

9.1.1 Que représente l'alcool dans la société togolaise ?

9.1.2 Que représentent les boissons alcoolisées locales dans la société togolaise ?

9.1.3 Que représentent les boissons alcoolisées importées dans la société togolaise ?

### 9.2 Le niveau de consommation

9.2.1 Que pensez-vous de la consommation des boissons alcoolisées locales ? A-t-elle évolué ? Pourquoi ?

9.2.2 Que pensez-vous de la consommation des boissons alcoolisées importées ? A-t-elle évolué ? Pourquoi ?

9.2.3 Y a-t-il concurrence entre les boissons alcoolisées locales et importées ? A-t-elle évolué ? Pourquoi ?

### **9.3 La consommation par les hommes**

9.3.1 Que pense-t-on des hommes qui consomment de l'alcool ? (Noms donnés)

9.3.2 Selon vous les hommes consomment-ils plus aujourd'hui qu'autrefois ?

### **9.4 La consommation par les femmes**

9.4.1 Que pense-t-on des femmes qui consomment de l'alcool ? (Noms donnés)

9.4.2. Selon vous les femmes consomment-elles plus aujourd'hui qu'autrefois ?

### **9.5 La consommation par les jeunes**

9.5.1 Que pensez-vous du comportement de la jeunesse vis-à-vis de la consommation d'alcool ?

9.5.2 Selon vous les jeunes consomment-ils plus aujourd'hui qu'autrefois ?

9.5.3 Consomment-ils plus les boissons alcoolisées importées que locales ? Pourquoi ?

### **9.6 Les circonstances de la consommation**

9.6.1 Parlez-nous des moments (année), des circonstances (cérémonies familiales, sociales, religieuses, culturelles, thérapeutiques) où les boissons sont plus consommées. Pourquoi ?

9.6.2 L'alcool est-il utilisé dans la gestion des conflits Comment ? Pourquoi ? Par qui ?

9.6.3 Existe-t-il des interdits liés à la consommation d'alcool Pour qui ? Par qui ?

9.6.4 Selon vous pourquoi les personnes consomment-elles ?

### **9.7 Les effets des boissons alcoolisées**

9.7.1 Quels sont selon vous les effets des boissons alcoolisées locales sur la santé physique, sur la santé mentale, sur la vie des personnes ?

9.7.2 Quels sont selon vous les effets des boissons alcoolisées importées sur la santé physique, sur la santé mentale, sur la vie des personnes ?

### **9.8 La dépendance aux boissons alcoolisées**

9.8.1 Pensez-vous qu'une personne peut être dépendante à l'alcool ? Pourquoi ?

9.8.2 Pensez-vous qu'il est possible à la personne de sortir de sa dépendance ? Pourquoi ?

9.8.3 Si oui comment d'après-vous ?

9.8.3.1 Moyens modernes (Lesquels ? Efficacité ?)

9.8.3.2 Moyens traditionnels (Lesquels ? Efficacité ?)

Contes, devinettes, proverbes, expressions en rapport avec les boissons alcoolisées

### ANNEXE 7 : Enquête socio linguistique

#### Grille de collecte de la terminologie

##### 1. Identité de consommateur/informateurs

N°	Questions/Réponses	Saut (Jump)
S1.1	Quel est votre sexe ? <i>Encercler le code correspondant</i> 1. Homme 2. Femme	
S1.2	Quel est votre âge ? <i>Inscrire un chiffre dans chaque ___/___/</i>	
S1.3	Quel est votre niveau d'études ? <i>Encercler le code correspondant.</i> Non alphabétisé 2. Primaire 3. Secondaire 4. Supérieur.	
S1.4	Quel est votre ethnie ? .....	
S1.5	Quel est votre profession ? .....	
S1.6	Quel est votre situation matrimoniale ? <i>Encercler le code correspondant.</i> 3. Célibataire 2. Concubin 3. Marié 4. Divorcé 5. Veuf(ve)	
S1.7	Combien d'enfants avez-vous ? <i>Inscrire un chiffre dans chaque ___/___/</i>	
S1.8	Quel est votre religion ? <i>Encercler le code correspondant</i> 3. Christianisme 2. Islam 3. Animisme 4. Athée 5. Autres à préciser .....	<i>Si vous encerclez autre que 1, passer au S1.10</i>
S1.9	De quelle obédience chrétienne êtes-vous ? <i>Encercler le code correspondant.</i> 3. Catholique 2. Protestant 3. Pentecôtiste	
S1.10	Depuis combien d'années vivez-vous à Lomé ? <i>Inscrire un chiffre dans chaque ___/___/</i>	
S1.11	Quelle est votre langue maternelle ? .....	
S1.12	Autres langues parlées ? .....	

##### 4. Termes utilisés pour désigner les différents types de boissons psycho actives locales

Nom du produit	Composition	Origine Provenance	Teneur en alcool	Caracteristiques	Conditions de consommation


**5. Termes et expressions utilisés pour désigner les aspects physiques des boissons psychoactives**

<b>N°</b>	<b>Questions</b>	<b>Réponses</b>
S3.1	Couleurs	
S3.2	Consistance	
S3.3	Odeurs	
S3.4	Provenance	
S3.5	Fermentation	
S3.6	Qualités (les différents niveaux de qualité)	
S3.7	Appellation contrôlée (garantie de la bonne qualité ou de la provenance)	
S3.8	Teneur en alcool (différents noms suivant le taux d'alcool)	
S3.9	Quantités/mesures	



S3.10	Coût dans les lieux de production	
S3.11	Coût dans des lieux de vente	

## 6. Termes utilisés pour désigner l'achat et la vente des boissons

N°	Questions	Réponses
S4.1	Lieux de production	
S4.2	Nom pour désigner les producteurs (noms péjoratifs ou valorisants)	
S4.3	Les procédés de production	
S4.4	Les procédés de contrefaçon et alcools contrefaits	
S4.5	Lieux de consommation	
S4.6	Vendeuses de boissons	

S4.10	Moments de la journée au cours desquels les boissons sont consommées	
-------	--	--

### 5. Termes utilisés pour parler des circonstances de consommation et la fonction sociale des boissons

N°	Questions	Réponses
S5.1	Occasions spéciales au cours desquelles l'alcool est consommé	
S5.2	Boissons psycho actives et cérémonies religieuses culturelles	
S5.3	Boissons psycho actives et manifestations culturelles	
S5.4	Boissons psycho actives et Cérémonies de baptême	
S5.5	Boissons psycho actives et Cérémonies dot et mariage	
S5.6	Boissons psycho actives et Cérémonies initiatiques	
S5.7	Boissons psycho actives et Cérémonies funéraires	
S5.8	Interdits/tabous socioculturels liés à la consommation d'alcool ?	

### 6. Termes utilisés en liens avec les vertus thérapeutiques des boissons alcoolisées

N°	Questions	Réponses
S6.1	Vertus thérapeutiques de l'alcool	
S6.2	Sur la santé physique	

S6.3	Sur la santé mentale	
S6.4	Sur la sexualité	
S6.5	Sur la vie spirituelle et religieuse	

### 7. Termes utilisés pour désigner les effets néfastes sur le consommateur

N°	Questions	Questions/Réponses
S7.1	Etats d'ébriété (différents stades)	
S7.2	Effets sur les yeux	
S7.3	Effets sur les lèvres	
S7.4	Effets sur le teint	
S7.5	Effets sur la maigreur	
S7.6	Effets sur l'embonpoint	
S7.7	Effets sur la force ou la faiblesse physique	
S7.8	Effets sur les comportements	
S7.9	Euphorie	
S7.10	Agressivité	
S7.11	Tristesse	
S7.12	Passivité	
S7.13	Perte de contrôle de soi	
S7.14	Difficultés d'expression	
S7.15	Etat de coma éthylique	
S7.16	Etat d'addiction dépendance à l'alcool	
S7.16	Maladies dues à l'alcool (cirrhose du foie) et autres maladies (nosographie)	

### 8. Termes utilisés pour désigner les consommateurs

N°	Questions	Réponses
S8.1	Usagers	
S8.2	Mésusagers	
S8.3	Usagers nocifs	
S8.4	Alcoolodépendants	
S8.5	Mineurs	
S8.6	Adultes	
S8.7	Termes utilisés pour les femmes	
S8.8	Termes utilisés pour les hommes	

### 9. Termes utilisés pour désigner les mélanges à l'alcool en particulier les plantes ou autres substances et les effets thérapeutiques recherches et conditions d'utilisation (âge, sexe...)

Nom du produit (mélange)	Type d'alcool	Plantes	Autres substances psycho actives	Effets thérapeutiques	Conditions de consommation

**10. Expressions, proverbes, devinettes ou autres éléments de la tradition orale liés à l'utilisation d'alcool ou de boissons psycho actives.**

<b>Termes</b>	
Expressions	
Proverbes	
Devinettes ou autres éléments de la tradition orale	

**ANNEXE 8 : Liste des termes collectés lors de l'étude socio linguistique**

<b>N°</b>	<b>Termes</b>	<b>Transcription des termes</b>
1.	<b>Abima koumakou</b>	/abi makumaku/
2.	<b>Abinol</b>	/abinol/
3.	<b>Accro</b>	/akɾo/
4.	<b>Adako</b>	/aɖakó/
5.	<b>Adetete</b>	/aɖetete/
6.	<b>Adetene</b>	/aɖetene/
7.	<b>Adiku</b>	/aɖikú/
8.	<b>Adodoea</b>	/adodoeá/
9.	<b>Adome moutike</b>	/adome mutike/
10.	<b>Adomenú</b>	/aðɔ mè nú/
11.	<b>Aduwodzi</b>	/áɖuwódzi/
12.	<b>Adzafi</b>	/adzafi/
13.	<b>Adzago</b>	/adzago/
14.	<b>Afokpamie</b>	/afɔkpamie/
15.	<b>Afon aɖe</b>	/afõ aɖe/
16.	<b>Africadzin</b>	/afɾikadzĩ ou afɾikadzen/
17.	<b>Afrikagbé</b>	/afɾikagbe/
18.	<b>Agbanleur</b>	/agbãlæɾ/
19.	<b>Agbãnon</b>	/agbãno/

20.	<b>Agbɛbeti</b>	/agbɛbeti
21.	<b>Aha</b>	/axa/
22.	<b>Aha base</b>	/axa baz/
23.	<b>Ahadape</b>	/axaɖafé/
24.	<b>Ahago</b>	/axago/
25.	<b>Ahahéa</b>	/axaxea/
26.	<b>Aha krapé</b>	/axa krapé/
27.	<b>Ahanoupe</b>	/axanufé/
28.	<b>Ahanula ou Ahanutɔ</b>	/axanulá ou axanutɔ/
29.	<b>Ahanuvi</b>	/axanuvi/
30.	<b>Ahasato</b>	/axasato/
31.	<b>Ahato</b>	/axatɔ/
32.	<b>Ahoévia ou Apévia</b>	/ahoévi ou aféviá /
33.	<b>Ahati</b>	/axati/
34.	<b>Akayi</b>	/àkájì/
35.	<b>Aklala</b>	/aklalá/
36.	<b>Akouakoua</b>	/akuakua/
37.	<b>Akpavi noutodzin</b>	/akpavi nutodʒe ou akpavi nutodʒĩ/
38.	<b>Akpetɛchi ou kpetɛchi</b>	akpetɛʃi ou kpetɛʃi
39.	<b>Alogovi</b>	/alogovi/
40.	<b>Amètabioha</b>	/amètábioxha/
41.	<b>Aminon</b>	/aminɔ/
42.	<b>Amitɔ</b>	/amitɔ/
43.	<b>Ango</b>	ãgo
44.	<b>Ankara</b>	/ãkara/
45.	<b>Anoagbanme</b>	/anoagbãme/
46.	<b>Apéritif</b>	/apɛritif/
47.	<b>Apéro</b>	/apɛro/
48.	<b>Aplosi</b>	/áflosi/
49.	<b>Atakou be kin</b>	/ataku be ken /
50.	<b>Atavia</b>	/atavia/
51.	<b>Atikédzi</b>	/atikèdʒi/
52.	<b>A tsi zo</b>	/á tʃi zo/

53.	<b>Atsukpanvi</b>	/atʃukpãvi/
54.	<b>Ayodzi</b>	/ajodzi/
55.	<b>Azangbe</b>	/azãgbe/
56.	<b>Base</b>	/baz/
57.	<b>Bebevi</b>	/bebevi/
58.	<b>Besisan</b>	/besisã ou besisã/
59.	<b>Bidon</b>	/bidɔn/
60.	<b>Biewó</b>	/bijewó/
61.	<b>Biewonu</b>	/biewonu/
62.	<b>Biéwovia</b>	/bjewoviá/
63.	<b>Bissap</b>	/bisap/
64.	<b>Cadavéré</b>	/ka.da.ve.ʁe/
65.	<b>Clair</b>	/kleʁ/
66.	<b>Danyigbe</b>	/dãnjigbé ou dãjĩgbé/
67.	<b>Dejau</b>	/deʒo/
68.	<b>Dekade</b>	/dɛkade/
69.	<b>Dekonou</b>	/dekɔnu/
70.	<b>Do deka nam</b>	/do dɛka nam/
71.	<b>Dotɛdzi</b>	/dotɛdzi/
72.	<b>Dzogbesui</b>	/dzogbeswi/
73.	<b>Dzogledo</b>	/dzogledo/
74.	<b>Edala</b>	/édalá/
75.	<b>Edape</b>	/édãfɛ/
76.	<b>Eqikui</b>	/édikwi/
77.	<b>Edoa</b>	/edoa/
78.	<b>Edoame</b>	/edoame/
79.	<b>Edoe tukada</b>	/édoé tʃukádã/
80.	<b>Edotɔ ou Edola</b>	/édotɔ ou édolá/
81.	<b>Eduto ?</b>	/édutã ?/
82.	<b>Edzo</b>	/édzɔ/
83.	<b>Eqɛpoha</b>	/eqɛfoxa/
84.	<b>Efiodzi</b>	/èfiodzi/
85.	<b>Efloui</b>	/éflwi/

86.	<b>Egbansi</b>	/égbãsi/
87.	<b>Egblé</b>	/égble/
88.	<b>Egbodzo</b>	/égbɔdʒɔ/
89.	<b>Ehɔgavi</b>	/éxɔgavi/
90.	<b>Ehlinvi</b>	/exlĩvi ou xlĩvi/
91.	<b>Ekpala Ekpato</b>	/ékpàlá ou ékpàtɔ/
92.	<b>Ekpalagbo</b>	/ékpàlàgbo/
93.	<b>Ekuiɔ</b>	/ékwivɔ/
94.	<b>Ekukɔnu</b>	/ekukɔnu/
95.	<b>Ekula</b>	/ékulá/
96.	<b>Ekulawo</b>	/ékuláwo/
97.	<b>Eleagbandzi</b>	/eleagbãdʒi/
98.	<b>Eleagbanme</b>	/éleagbãmè/
99.	<b>Elèamimè</b>	/élèamimè/
100.	<b>Elegbedzi</b>	/élegbedʒi/
101.	<b>Eléhuoin nyuede</b>	/Elé xuɛn nyweɖe/
102.	<b>Elesia</b>	/élèsia/
103.	<b>Elesidzi</b>	/élèsidʒi/
104.	<b>Elésimé</b>	/élèsimè/
105.	<b>Eletɔdzi</b>	/élètɔdʒi/
106.	<b>Eléɔ</b>	/éléɔ/
107.	<b>Elezomè</b>	/élèzomè/
108.	<b>Emu</b>	/ému/
109.	<b>Emuaha ou Emoui</b>	/émuaxa ou Emwi/
110.	<b>Enoupé ou Aha noupé</b>	/énufé ou axa nufé/
111.	<b>Enula</b>	/enulá/
112.	<b>Enusi</b>	/énusi/
113.	<b>Enuwodzi</b>	/enuwodʒi/
114.	<b>Eplosi</b>	/éflɔsi/
115.	<b>Esala ou Esato</b>	/ésàlá ou ésàtɔ/
116.	<b>Esi</b>	/esi/
117.	<b>Esià</b>	/esià/
118.	<b>Esihe</b>	/esixé/



119.	<b>Esihea</b>	/esixéá/
120.	<b>Esikodɛha ou sikodɛha</b>	/esikodɛxa ou sikodɛxa/
121.	<b>Esikula</b>	/esikulá/
122.	<b>Esile</b>	/èsile/
123.	<b>Esitɔ</b>	/esitɔ/
124.	<b>Eso ou Etso</b>	/èsó ou ètʃo/
125.	<b>Esodzi</b>	/esódzi/
126.	<b>Esoka</b>	/ésòkà/
127.	<b>Esrudzi</b>	/èsrudzi/
128.	<b>Etchogbe</b>	/etʃogbe/
129.	<b>Etieme</b>	/étiémè/
130.	<b>Etsi dzodzodzoé</b>	/etʃi dʒo dʒo duɛ/
131.	<b>Etsi simé</b>	/étʃi simè/
132.	<b>Ewodzi</b>	/ewodzi/
133.	<b>Ehɔ afɔlesi</b>	/éxɔ afɔ lè ési/
134.	<b>Ehekin</b>	/èxékɛn/
135.	<b>Eyitadji</b>	/éjitadzi/
136.	<b>Fofonti ha</b>	/fofonti xa/
137.	<b>Foude</b>	/fudè/
138.	<b>Foulani</b>	/fulani/
139.	<b>Garde-à-vous</b>	/gɑʁ.da.vu/
140.	<b>Gbagba</b>	/gbagba/
141.	<b>Gbagbati</b>	/gbagbati/
142.	<b>Gbegble</b>	/gbegble/
143.	<b>Gbegbledrom</b>	/gbègbledrom/
144.	<b>Gédzi ou Under ou Cover</b>	/gedzi ãda ou cɔvɛr/
145.	<b>Héa</b>	/xeá/
146.	<b>Hibiscus</b>	/ibiskʉs/
147.	<b>Honhoin</b>	/xɔxuɛn/
148.	<b>Honkpatcha</b>	/xɔpatʃa/
149.	<b>Je suis présent</b>	/ʒə sɥi pʁɛzã/
150.	<b>kakoe</b>	/kákwé/
151.	<b>Kar, Quart ou Karvi, quartvi</b>	/kaR ou kaRvi/

152.	<b>Kəvéyidzi</b>	/kəvejidzi/
153.	<b>Kindéke</b>	/kendεke/
154.	<b>konkonvi</b>	/kənkənvɪ/
155.	<b>Kpayoa</b>	/kpajɔá/
156.	<b>Ku deka nam</b>	/ku dεka nam/
157.	<b>kudekavi</b>	/kudεkavi/
158.	<b>Kukuđèha</b>	/kukudεxa/
159.	<b>Kular</b>	/kulax/
160.	<b>Kunu deka nam</b>	/kunu dεka nam/
161.	<b>Lelegbleati</b>	/lelegbleati/
162.	<b>Lita</b>	/lita/
163.	<b>Mapouka</b>	/mapuka/
164.	<b>Mawugen</b>	/mawugen/
165.	<b>Məfə</b>	/məfə/
166.	<b>Mia ku sia</b>	/miá ku sia/
167.	<b>Mia le afu</b>	/miá le afu/
168.	<b>Mia plo si</b>	/miá flɔ si/
169.	<b>Mia yi nui</b>	/miá ji nui/
170.	<b>Mia zan sia</b>	/miá zã sia/
171.	<b>Moringa</b>	/morenga ou morĩga/
172.	<b>N'kéméa</b>	/ŋ'keméá/
173.	<b>N'kuatrə</b>	/ŋ'kwatɔ/
174.	<b>N'kudzín</b>	/n'kudzĩ ou n'kudzɛn/
175.	<b>Noudouha</b>	/nuɔuxa/
176.	<b>Nougodoha</b>	/nugodoxa/
177.	<b>Noutodzin</b>	/nutodzɛn ou nutodzĩ/
178.	<b>Nukuabian ou nukouadane</b>	/ŋkwabiã ou ŋkwabia ŋkwadane/
179.	<b>Nuto dzoloe</b>	/Nuto dzrolwé/
180.	<b>Nyɔnu</b>	/ɲɔnu/
181.	<b>Nyisəvi</b>	/ɲisəvi/
182.	<b>Paipai</b>	/pajpaj/
183.	<b>Parfum</b>	/paxfæn/

184.	<b>Petit déjeuner</b>	/peti dezØne/
185.	<b>Pitters</b>	/pites ou bites/
186.	<b>Plingotame</b>	/plengotame ou plīgotame/
187.	<b>Rideau blanc</b>	κido blā
188.	<b>SDB</b>	/esbede/
189.	<b>Sikɔdeha</b>	/sikɔdɛxa/
190.	<b>Sileha</b>	/silexa/
191.	<b>Simadzelinvi</b>	/simadzɛlen/
192.	<b>So that be</b>	/so φat bi/
193.	<b>Sodabi</b>	/soɔabi/
194.	<b>Sodabi sala</b>	/soɔabi sala/
195.	<b>Sodabito</b>	/soɔabito/
196.	<b>Sodalar</b>	/soɔalar/
197.	<b>Soglankpo</b>	/soglākpo/
198.	<b>Sotoni</b>	/sotoni/
199.	<b>Sronɔdeha</b>	/srŌɔdɛxa/
200.	<b>Super</b>	/sɥpɛκ/
201.	<b>Swingueur</b>	/swĩgæɾ/
202.	<b>Taco taco</b>	/tako tako/
203.	<b>Tango Tango</b>	/tāgo tāgo/
204.	<b>Tchènguèlènguè</b>	/tʃɛgɛlɛgɛ/
205.	<b>Togbe adito</b>	/tɔgbe aɔito/
206.	<b>Tolè sɔmè</b>	/tolèsɔmè/
207.	<b>Toutou Boumboum</b>	/tutu bumbum/
208.	<b>Tsigbé</b>	/tʃiɣbé/
209.	<b>Woewoe liwoe</b>	/Wuewue liwue/
210.	<b>Woezon</b>	/wezɔ/
211.	<b>Wuitivi</b>	/witivi/
212.	<b>Yovo</b>	/jòvó/
213.	<b>Yovovi</b>	/jòvóvi/
214.	<b>Zota</b>	/zota/
215.	<b>Zozo</b>	/zozo/
216.	<b>Zozoa</b>	/zozoa/

