

## LES MOTIVATIONS SOCIALES DE LA CONSOMMATION DE L'ALCOOL CHEZ LA FEMME IVOIRIENNE : CAS DE LA FEMME DE LA COMMUNE DE MARCORY

**Akpassou Isabelle ABOUTOU**

Université Pelefero Gbon Coulibaly – Côte d'Ivoire

[akpassouisabelle@yahoo.fr](mailto:akpassouisabelle@yahoo.fr)

&

**Kambe Yves KAMBE**

Université Felix Houphouët-Boigny - Côte d'Ivoire

[kambekves@yahoo.fr](mailto:kambekves@yahoo.fr)

**Résumé :** La prévalence de l'alcoolisme chez la femme demeure élevée (64%) en Côte d'Ivoire (STEPS, 2012). Cette présente étude a pour but d'expliquer les logiques sociales de la consommation de l'alcool chez la femme ivoirienne dans la ville d'Abidjan à travers la commune de Marcory. Elle a été réalisée à l'aide d'entretiens individuels sur une période de trois mois. Pour le recueil de données, nous avons utilisé un questionnaire comportant quatre variables : les caractéristiques sociodémographiques des femmes consommatrices de l'alcool, leurs motivations à la consommation de l'alcool, le mode et la période de consommation, le type d'alcool consommé. L'analyse des données s'est faite à l'aide du logiciel Sphinx. Cette étude nous a permis de relever les causes individuelles des conduites d'alcoolisation de la femme. Elles se traduisent en plaisir, imitation (conformisme), curiosité, moyen désinhibiteur (oubli des soucis et contraintes familiales).

**Mots-clés :** Alcoolisme, consommation d'alcool, dépendance, ivresse, femme.

**Abstract:** The prevalence of alcoholism in woman remains high in Ivory Coast. The purpose of this present study is to explain the social logic of alcohol consumption among ivoirian women in the city of Abidjan through the commune of Marcory. It was carried out using individual maintenance over a period of three months. For the data collection, we used a questionnaire comprising for variable : socio-demographic characteristics of women who drink alcohol, their motivation for alcohol consumption, mode and and period of consumption, the type of alcohol consumed. Data analysis was done using Sphinx software. This study allowed us to identify individual causes of a woman's drinking. They translate into pleasure, imitation, (conformism), curiosity, inhibitor means (forgetting family concerns and constraints)

**Keywords :** alcoholism, alcohol consumption, addiction, intoxication, women.

## Introduction

L'alcoolisme demeure l'une des causes de mortalité avec 3,3 millions de décès dont 28,9% des femmes dans le monde et 4% pour les ivoiriennes (OMS, 2012). Par conséquent, l'alcoolisme chez les femmes devient une préoccupation quelles que soient les raisons évoquées. En Afrique, la Côte d'Ivoire occupe le deuxième rang avec un taux de prévalence de 64% en 2012. Le pourcentage des femmes qui ont consommé de l'alcool est de 60,7% contre ceux 39,3% qui s'abstiennent et celles qui ont consommé 5 verres d'alcool ou plus par jour est de 22,1% (STEPS, 2012). Si l'alcool est considéré traditionnellement « la drogue » culturelle dans nos sociétés, son utilisation est en plus renforcée volontairement et efficacement.

Ainsi la vulgarisation de l'alcool apporte aussi ses propres représentations au féminin ; représentations qui vont dans le sens des intérêts financiers des entreprises. Ainsi le regard posé sur la femme qui boit de l'alcool évolue. Le regard consterné adressé à la femme alcoolique s'efface avec la publicité diffusée, car les femmes sont devenues un marché potentiel pour eux. La culture commence à se modifier au sein des générations plus jeunes Gueibe (2008). Les façons de boire changent d'après les générations de femmes. « *Ce sont les groupes sociaux auxquels les femmes appartiennent et la société où elles vivent qui déterminent si ces femmes consomment de l'alcool de manière excessive.* » Cordis, (2008). En somme, ce sont ces tabous destinés à réprimer l'alcoolisme féminin qui incitent les femmes à se cacher pour boire et les préjugés à leur égard accentuent les problèmes des alcooliques à la clandestinité par les mœurs sociales. Elles sont amenées à dissimuler rapidement leur vice jusqu'à ce que le regard de l'autre ne leur importe plus. Wilson et *al.*, (1995). Par ailleurs l'urbanisation rapide est l'une des causes les plus visibles des transformations des modes de vie et de consommation dans la famille : 49,73% de la population vit dans les villes selon le RGPH (2014). Cette urbanisation favorise le développement d'une culture individualiste et affecte les structures familiales et communautaires qui assuraient la solidarité au sein de la famille élargie.

L'organisation actuelle de la société ne permet pas de réduire les dépendances allouées (ou face) à l'alcool. A titre d'exemples, l'on peut citer les multiplications des tâches ménagères, le silence contre les violences conjugales, le non recours aux instances juridiques, les conditions de travail difficiles dans les emplois essentiellement féminins. Au regard de ces séries de constats empiriques, il importe de comprendre les motivations sociales liées à la consommation de l'alcool par la femme ivoirienne particulièrement celle vivant à Marcory l'un des quartiers d'Abidjan. Ainsi pour mieux comprendre cette situation, nous nous sommes posé la question suivante : Quels sont les facteurs qui expliquent la consommation des boissons alcoolisées chez les femmes dans la commune de Marcory ? Il s'agit en clair pour nous de rechercher les causes efficientes liées à l'alcoolisation de la femme.

## Corpus et méthode

L'étude effectuée en milieu urbain dans la commune de Marcory, l'un des quartiers de la capitale économique ivoirienne, Abidjan qui, au dernier recensement de 2014, compte près de 500 000 habitants dont 70% ont moins de 30 ans avec un taux de scolarisation de 79%. La commune de Marcory peut aussi être considérée comme un laboratoire du vivre-ensemble par le caractère cosmopolite de sa population composée d'Ivoiriens, d'Africains, de Libanais, Syriens et d'Occidentaux.

Cette étude porte sur les femmes qui consomment de l'alcool dans la ville d'Abidjan et a été réalisée à l'aide d'entretiens individuels sur une période de trente jours. Les entretiens ont été menés dans les domiciles respectifs des enquêtés si nécessaire, sur les lieux de consommation et enfin sur leurs lieux de travail. Pour le recueil de données, nous avons utilisé un questionnaire comportant quatre variables, à savoir : les caractéristiques sociodémographiques des femmes consommatrices de l'alcool ; leurs motivations pour la consommation de l'alcool ; le mode de consommation ; la période de consommation ; le type d'alcool consommé. L'enquête s'est déroulée du 24 novembre au 29 décembre 2018. Nous avons mené une étude spontanée, analytique auprès des femmes quel que soit leur âge. Ont été incluses dans l'enquête, toutes les femmes quelques soient leur âge, religion, profession, nationalité, ethnie, lieu de d'habitation et niveau d'instruction. L'échantillonnage accidentel a été utilisé. Il a consisté à interroger les femmes qui consommaient de l'alcool dans les bars, maquis (fermés, couverts ou à ciel ouvert). Les données ont été saisies et enregistrées à l'aide du logiciel Sphinx.

## Résultats

### 1. Caractéristiques socio-démographiques des femmes

#### 1.1. L'âge

L'âge est un critère de référence lié à la consommation de l'alcool affectant l'existence de la femme. L'âge influe sur les raisons des femmes à consommer de l'alcool. La consommation de l'alcool croit avec l'âge. Les femmes de moins de 15 ans constituent 0,35% ; 2,87% des femmes ont entre 15 ans et 17 ans, Celles de 18 ans à 21 ans, 22 ans à 25 ans, 26 ans à 29 ans et de plus de 30 ans représentent respectivement 11,78% ; 28,05 % ; 34,53% et 22,42%. C'est une méthode à laquelle le chercheur a recourt quand il n'a pas le choix, il procède alors au prélèvement d'un échantillon de la population qui lui convient.

#### 1.2. Le niveau d'instruction

Le niveau d'instruction est l'indice qui situe le niveau de ce groupe social des femmes défini du point de vue de l'alphabétisation. Ainsi 8,27% des

femmes enquêtées sont analphabètes, 48,56% d'entre elles ont le niveau primaire ; 30,21% ont atteint le secondaire ; enfin, 12,94% pour le supérieur.

### 1.3. La religion

Cette variable donne les résultats suivants : 56,83% de femmes animistes ; 21,63% de femmes chrétiennes ; et 21,54% de femmes musulmanes.

### 1.4. La profession

Lié à l'existence humaine, le travail est au cœur des rapports sociaux et entre les groupes de personnes. Au niveau de cette variable, les enquêtées sont composées de commerçantes (82,73%); de ménagères (1,91%). 5,19% travaillent dans le secteur public et 10,17% dans le secteur privé.

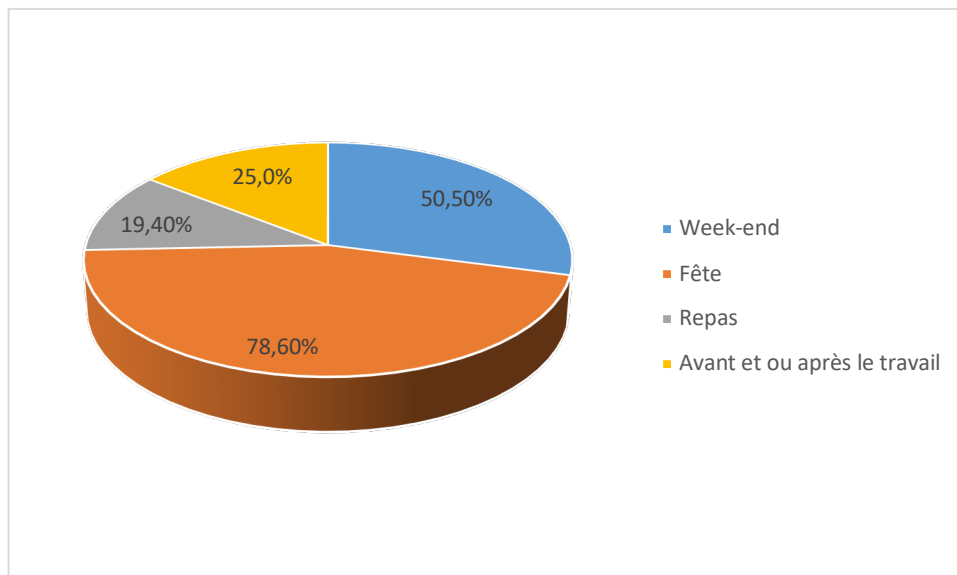
### 1.5. Le statut matrimonial

Le statut matrimonial peut être un facteur plus ou moins stabilisant pour la consommation de l'alcool. L'étude a fait ressortir pour les mariés 7,91% ; 63,66% célibataires ; 27,69% vivent en concubinage ; 7,94% pour les divorcées 0,71%.

## 2. Motivations sociales de la consommation

### 2.1. La période de consommation

**Graphique 1** : Répartition des enquêtées selon la période de consommation de l'alcool.



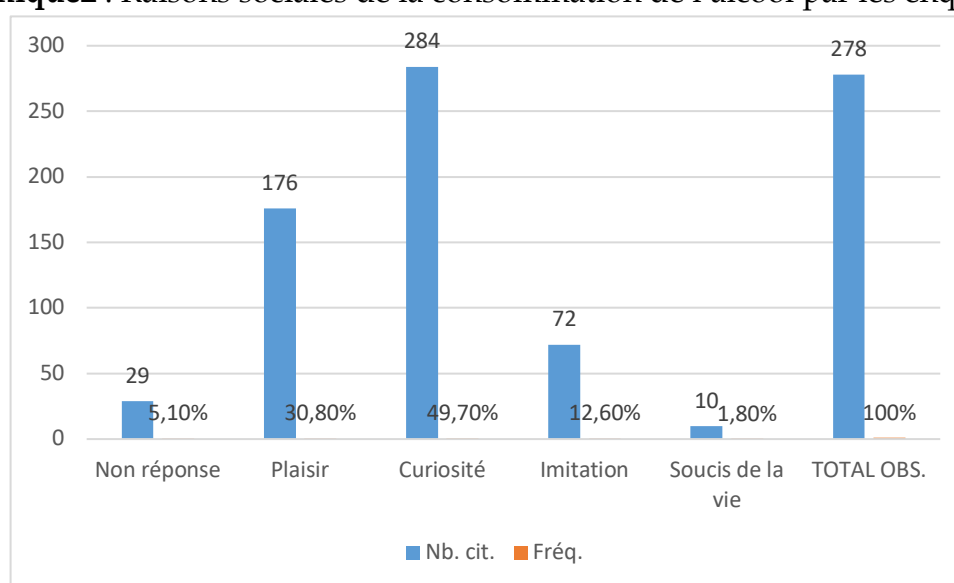
Source : Notre enquête, 2018

Nous voudrions montrer à travers cette sous-section que la consommation de l'alcool chez les femmes est directement liée aux différents événements temporels. Dans ce graphique, il en ressort que 78,60% consomment

simultanément de l'alcool pendant les périodes de fêtes, les week-ends, les repas et entre l'activité professionnelle ; 50,50% en consomment le week-end ; 19,40% le prennent uniquement pendant les repas ; 25,20% consomment uniquement avant ou après le travail. Les fêtes sont des évènements heureux, de détente où la consommation de l'alcool est très utilisée. Il en est de même des moments de détente où la femme consomme de l'alcool pour passer du bon temps. Les femmes buvant uniquement de l'alcool en week-end se trouvent souvent hors de leur milieu familial. Elles sont occupées par des activités épuisantes qui renforcent leur consommation. Les week-ends, dans la majorité des cas, sont les périodes où s'acquiert l'expérience de la consommation normale, socialement intégrée. Après plusieurs heures de travail, les femmes se retrouvent pour « trinquer » un verre. Cette période de repos est par conséquent perçue comme une période stable qui bouscule les habitudes, tout en favorisant le temps des confrontations et des rencontres. 19,40% des femmes consomment de l'alcool pendant les repas. Cette pratique se fait soit en groupe, soit entre amis ou soit à la maison avec leurs parents. L'alcool est associé à la pratique alimentaire. 1,90% d'entre elles se sont abstenues de répondre. Pour celles-ci, boire de l'alcool est un fait intégrant la vie sociale.

## 2.2. Logiques de consommation de l'alcool

**Graphique2** : Raisons sociales de la consommation de l'alcool par les enquêtées



Source : Notre enquête, 2018

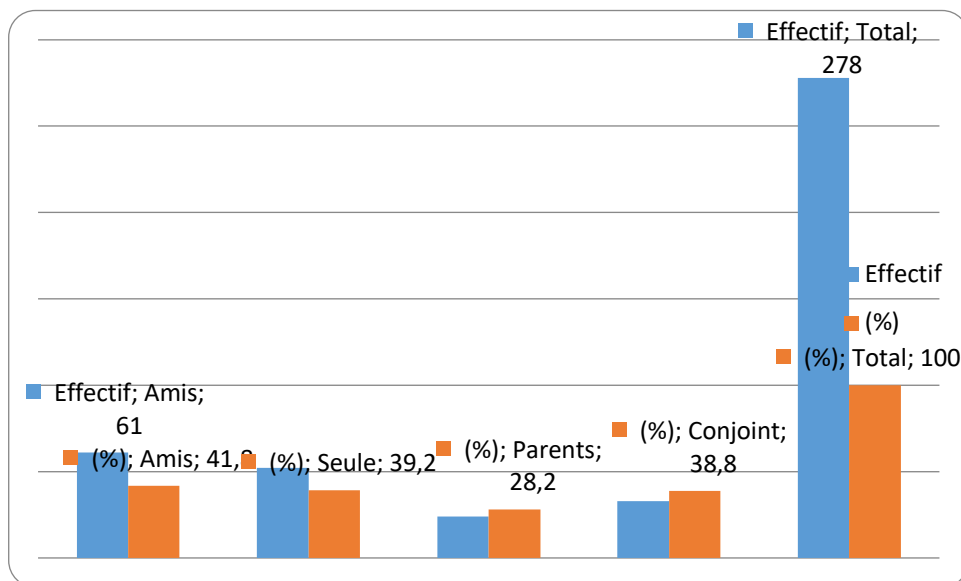
A l'analyse de ce graphique, la curiosité et le plaisir sont les deux principales raisons de la prise du premier verre d'alcool chez la population enquêtée. Ce sont respectivement 49,70% et 30,80%. La troisième raison est celle des soucis de la vie soit 1,80%. Les femmes manifestent donc un intérêt par le désir de découvrir et d'expérimenter les types de boissons alcoolisées. 30,80% déclarent l'avoir pris par plaisir, par sensation agréable. Chaque femme boit de

l'alcool pour obtenir des effets spécifiques particuliers. Le plaisir est l'un des principaux mobiles qui sous-tendent la consommation de l'alcool chez les femmes. Le plaisir est en effet un état affectif lié à la satisfaction d'un désir, d'un besoin. Il indique également une sensation, un sentiment agréable.

Les passages du temps de travail à celui de repos, se réalisent autour des lieux de consommation d'alcool. L'usage de l'alcool ne peut pas seulement être perçu comme un acte individuel ; il relève au contraire d'un fait social qui va prendre sens à travers les valeurs normatives collectives du groupe. Les femmes soulignent particulièrement avoir recours à l'alcool en cas de soucis, du fait du caractère réciproque du lien entre soucis et alcool : alcool pour oublier ses soucis et l'effet de l'alcool sur la personne consommatrice. On en conclut que ces femmes qui utilisent l'alcool comme moyen pour faire face aux événements stressants constituent une population particulièrement à risque de développer une dépendance.

### 2.3. Mode de consommation de l'alcool chez les femmes

**Graphique 3 :** Répartition des enquêtées selon le mode de la consommation de l'alcool



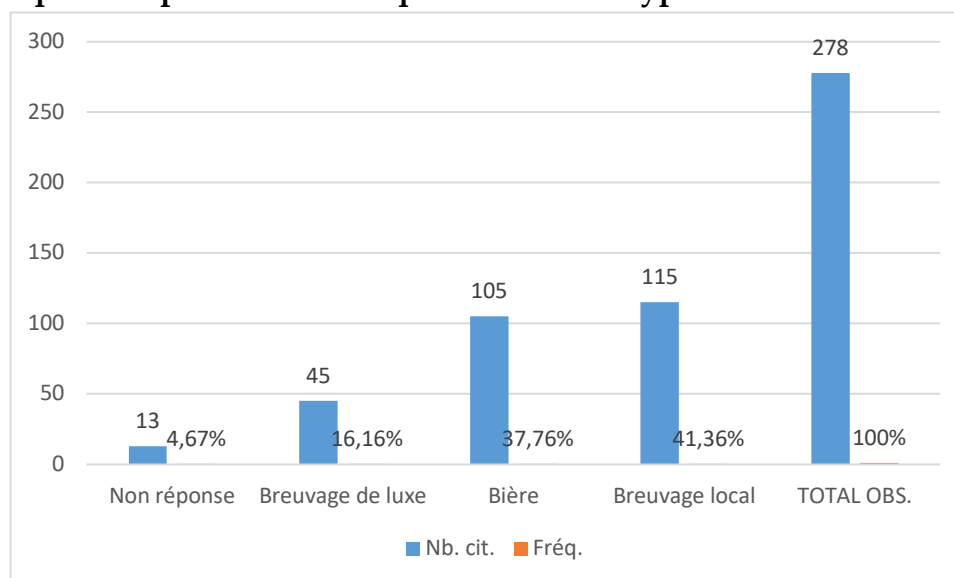
Source : Notre enquête, 2018

Les enquêtées ont la possibilité de nous faire part de leurs choix quant au mode de consommation de l'alcool. 41,80% déclarent boire de l'alcool avec leurs amis. Ces femmes, tout comme le décrit le milieu social, choisissent leurs amis en fonction de leur préférence et leur affinité en matière de consommation d'alcool. 39,20% des femmes affirment boire de l'alcool seule. Ce choix s'explique par la stigmatisation voire le rejet des femmes alcooliques. Cette stigmatisation renvoie à la dépravation. 28,20% de femmes le font avec leurs

parents. La consommation de l'alcool se fait avec le lien de parenté qui joue un rôle important dans la formation des attitudes et comportements. 38,80% en consomment avec leur conjoint. Consommer avec le conjoint marque l'harmonie qui existe à l'intérieur d'un couple ou d'une famille. Cependant parler d'alcoolisme au sein du couple revient à parler des responsabilités partagées entre les différents acteurs et à considérer qu'un arrêt de l'alcool ne pourrait s'envisager sans un réaménagement des liens conjugaux. 28,2% de femmes l'ont fait en cachette. Elles le font à l'insu des parents, amis, connaissances, voire de la société. Elles ont peur d'être stigmatisées car elles savent consciemment que cette pratique est interdite dans la société.

## 5. Type d'alcool consommé par les femmes

**Graphique 4 : Répartition des enquêtées selon le type d'alcool consommé**



Source : Notre enquête, 2018

Les résultats de ce graphique montrent progressivement que 16,16% de femmes interrogées consomment des breuvages de luxe tels que le vin, les liqueurs ; 37,76% consomment de la bière. Ces deux types d'alcool peuvent être regroupées dans la famille des boissons alcoolisées industrielles. 41,36% consomment le breuvage local composé du bangui, du tchapalo, du koutoukou, etc... Parmi les types d'alcool consommés, la bière est la boisson la plus consommée par les femmes concernées quel que soit le milieu socioculturel dans lequel elles se trouvent. Boisson alcoolisée énergisante, elle fait l'objet d'une multiplicité d'affiches publicitaires et de parrainages des activités sportives et culturelles. Toutefois, la proportion des femmes qui consomment le breuvage local est plus élevée. Ces produits ne coûtent pas chers et leurs prix varient à partir de 50 F CFA. Ce sont ces bourses que certaines femmes peuvent facilement s'offrir. Elles peuvent en consommer plusieurs verres par jour sans



toutefois se soucier de la quantité journalière d'alcool admise à ingérer dans l'organisme. Elles en dépassent le seuil et cela constitue des risques pour la santé.

## Discussion

Les raisons de consommation sont diverses, mais elles sont reliées à un modèle que nous avons décrit. Les motifs trouvent aussi leur place ici : « Lorsqu'une personne attend de l'alcool qui lui permette de se sentir mieux, cela peut constituer un motif à consommer ». Les raisons de boire diffèrent selon le contexte de consommation et permettent d'expliquer en partie la quantité d'alcool consommée dans une occasion. Elles ont aussi tendance à boire davantage pour être plus sociables, pour faire comme les autres. Les raisons exprimées par les enquêtées concernant leur consommation sont soit de nature extrinsèque ; soit par curiosité, soit pour le plaisir, soit pour faire une nouvelle expérience, soit pour appartenir à un groupe ou de nature intrinsèque, c'est à dire besoin d'oublier les soucis, les conflits familiaux. Ainsi, en initiation ou consommation occasionnelle, les femmes consomment par curiosité, par identité familiale parce que le parent consomme, ou pour appartenir à un groupe de pairs.

Lorsque la fréquence de consommation augmente, les motifs évoluent et deviennent par désir d'affiliation pour une quête d'identité. Les usages de l'alcool et les discours qui s'y rapportent relèvent des conceptions socialement construites et s'inscrivent dans un système culturel particulier. Consommer de l'alcool est une pratique qui structure un mode de relations aux autres. Boire de l'alcool permet la transition entre des espaces et des temps sociaux différents : en privé, en famille, au passage du lieu au public, maquis, bistrots.

La manière dont quelqu'un vit les effets de l'alcool peut à son tour influencer la consommation. Ou encore, l'environnement social peut influencer les attitudes des personnes de diverses manières et donc aussi l'attitude vis-à-vis de la consommation d'alcool. Les résultats de cette section sont estimés à 11,41% la proportion de femmes qui s'adonnent à la consommation journalière d'alcool. Cette proportion, bien que significativement faible par rapport aux femmes qui ont une consommation hebdomadaire 35,92% et 53,26% pour celles qui le font mensuellement constitue un motif d'alerte. En effet, ces valeurs reflètent le degré de consommation des femmes issues des milieux urbains quel que soit leur statut socio-professionnel. Selon Henri (1999), le risque alcoolique s'installe à partir d'une consommation régulière de 30g d'alcool par jour pour une femme. Autant la consommation régulière est un facteur déterminant ; autant le milieu socioculturel est un élément influent.

Quel que soit le milieu de la femme, le modèle de consommation d'alcool est élevé. Cette situation est contraire à celle du Canada que révèle l'analyse de (Desrochers, 1968); les modèles de consommation au Canada diffèrent d'un milieu culturel à un autre. On conclut que les modèles de consommation, les



types de consommation existent bien dans tous les milieux tant sociaux, professionnels et culturels. Aussi n'est-il pas surprenant de constater une relation entre les facteurs explicatifs de cette habitude de consommation tels que l'âge de consommation 51,63% qui survient entre 16-20 ans et favoriserait une consommation à l'excès.

Cet âge d'initiation à la première consommation peut être avancé par les modèles de conduites de consommation du père ou de la mère 49,57% (Fattah et al., 1969) associé cela au milieu culturel, au statut socio professionnel des parents et renforcé par le degré d'entente entre les parents. C'est la thèse que soutient (Daigneault-Racicot, 1970), pour qui le milieu familial d'origine et actuel est celui qui influence l'alcoolisme d'un individu. Cette affirmation ne sous-estime pas l'importance des facteurs génétiques et héréditaires. Contrairement à Fouquet (1971) qui estime que ce sont les facteurs de l'environnement social qui constituent une prédisposition à l'alcoolisme. Toutefois, notons que cet âge coïncide bien avec le désir de connaître, d'expérimenter et de s'affirmer. C'est une pré-consommation ou l'on prend conscience des boissons alcoolisées mais ne dit pas pour autant que l'on doit pratiquer sa consommation. Cette explication nous amène à rechercher les facteurs explicatifs d'une telle attitude.

Les raisons qui pourraient justifier un tel type de consommation sont à l'origine de la première consommation. Elles sont d'ordre psychologique ou mental : plaisir 40,76% et curiosité 41,84% (Moss, 1970). L'habitude une fois installée crée à la longue la dépendance psychologique, la fréquence (Laforest, 1972 ; Murphy et Beauchesne, 1972). Les motifs de boire se catégorisent en motif de renforcement (plaisir), motif de conformité (imitation). Les raisons sont aussi associées au type d'alcool consommé. L'alcool procure de la convivialité. Il faut souligner que la consommation d'alcool est aussi une pratique culturelle ; ce qui peut aussi s'inscrire dans le processus de la construction identitaire, mêlant à la fois la pérennité et le changement. La construction identitaire est un processus qui s'élabore tout au long de la vie. Les boissons alcoolisées font partie de véritables codes de convivialité.

Il existe aussi le type d'alcool qui est un déterminant social dans le processus d'alcoolisation. Le Vin et la bière jouissent d'un statut véritablement à part qui semble jouer un rôle fondamental dans la consommation quotidienne d'alcool et dans les attitudes et comportements de régulation qui caractérisent la cible des consommatrices excessives. La bière et le vin sont des alcools très profondément ancrés à la fois dans le généalogique (famille) et dans le quotidien (repas ou rituels traditionnels). D'où la remarque suivante : l'assimilation de la bière et surtout du vin avec l'aliment.

Concernant le vin, son statut d'acteur incontournable du repas l'intègre directement dans la culture gastronomique et plus largement dans un savoir-vivre. Le breuvage local et la bière restent les boissons les plus consommées. Elles sont présentes dans toutes les surfaces, boutiques, et donc d'un accès très

facile. En plus, du point de vue financier, ces boissons sont relativement à la portée de tous. Pour les femmes, la bière (48,18%) est la boisson préférée. Ce résultat est en accord avec les données obtenues par May et Gossage (2001) dans une enquête sur le même sujet aux États-Unis. La bière est consommée à l'occasion des festivités qui sont des instants de joie et de détente. C'est à ce moment-là que l'alcool perd sa fonction symbolique et devient un instrument de plaisir à toutes les occasions. C'est ce que contredit l'idéologie de Fumera et Fiume (1972) en affirmant que l'alcool est un nouveau mode de vie qui engendre l'anxiété et qui réduit de plus en plus la liberté de l'individu.

Les habitudes à boire de l'alcool, associées aux événements festifs trouvent leur origine dans le milieu familial. Lequel milieu est le creuset où se développent les comportements et attitudes face à l'alcool. Mais notons que de plus en plus, l'on s'intéresse aussi aux bienfaits de l'alcool, tels les bénéfices d'une consommation modérée d'alcool et ses effets thérapeutiques. En conséquence, les réseaux d'amis se caractérisent par une compatibilité sur le plan de l'alcool. Ces processus réciproques sont souvent classés sous la direction du groupe. Les règles de conduite sont dictées par des valeurs sociales du groupe d'appartenance. Déroger à ces règles peut entraîner la mise à l'écart, voire l'exclusion du groupe d'appartenance. La femme qui se trouve dans cette situation pourrait avoir le sentiment d'être anormale. Le groupe d'amies a une fonction socialisante et complémentaire de celle des parents. C'est dire que les amis constituent une représentation symbolique dans la consommation de l'alcool. Les habitudes de consommation se font plus avec les amis. Les amis font partie de l'environnement social dans lequel les femmes apprennent à boire et à se conformer aux normes et valeurs instaurées par le groupe d'amies. Cette influence est réciproque : des femmes sont admises dans le cercle d'amies de femmes consommatrices en raison de leurs habitudes de consommation d'alcool et de leur attitude vis-à-vis de l'alcool. Et le groupe social qui entretient le mode de consommation (69,92%), la pratique se fait avec des pairs, cadre social préféré par les consommatrices tandis que l'initiation s'est faite dans la clandestinité. Le rôle de ce groupe est primordial quant au choix du lieu, du type de boisson ainsi que la quantité absorbée. Si l'apprentissage se fait avec les pairs, sa continuité reste associée aux situations vécues dans la famille. Tous ces paramètres indiquent que la consommation des boissons alcoolisées est un comportement social acquis et dicté par un milieu social donné appartenant à un mode de vie. L'individu apprend des autres ou, comment, et à quelles conditions obtenir de l'alcool pour en consommer.

D'une manière schématisée, on pourrait dire que la société tend à protéger les alcooliques, surtout les hommes par la valeur culturelle qu'elle accorde à l'alcoolisation virile. Ils font partie du monde des buveurs. Pour la femme qui boit de l'alcool, l'objet alcool a une importance si vitale qu'une attention ou considération doit lui être accordée.

Ce modèle comportemental accorde une importance aux apprentissages en particulier l'apprentissage social par imitation par un modèle qui conduit à l'alcoolisation. Ainsi, les transitions de la vie comme le passage de l'appartenance à une famille originelle à la fondation d'une nouvelle famille (le mariage) ou encore de la vie à la mort (les funérailles), sont souvent accompagnées des boissons alcoolisées. En effet, les hommes doivent effectuer certains gestes afin que ces transitions puissent s'effectuer plus facilement. Dans ces gestes s'inclut souvent l'ingestion de boissons ébrieuses qui concrétise l'intégration de l'individu à son nouveau groupe d'appartenance. Pour notre part, l'usage et la dépendance à l'alcool ne peuvent être compris que dans leur contexte social qui joue un rôle primordial. Ce sont nos sociétés qui en gèrent la fabrication, la distribution et la consommation. Quant à la prévention, ce n'est pas le fait de fuir les mauvaises compagnies (57,78%), ou de s'asseoir dans les bars et maquis (29,89%) ; c'est une solution idéale mais difficile à atteindre et à réaliser d'autant plus que l'étiologie est multifactorielle. Elle doit être effectuée sur la base d'un dépistage ou diagnostic précoce afin d'identifier et de reconnaître les alcooliques qui s'ignorent dans cette catégorie. Kim (1973) s'inscrivant dans cette perspective a entrepris des recherches biologiques, psychologiques, sociales et anthropologiques afin d'établir un modèle.

### Conclusion

Notre réflexion sur l'alcoolisation en milieu féminin en Côte d'Ivoire a fait ressortir progressivement quatre résultats. Ces résultats se situent au niveau de la période de consommation, des motivations, du mode de consommation et du type d'alcool consommé. Ces réponses ont permis de saisir les contours de cette réalité sociale à travers les questionnaires et le guide d'entretien. Le fait de boire de l'alcool quelle que soit la raison est un fait social. Il marque une consommation sociale. Cette prise d'alcool est consciemment vécue et pratiquée suivant le mode, le temps, l'espace, le type d'alcool et la raison évoquée par les femmes. Elle est socialement acceptable et donc admise par la société. Elle est une bonne source de catalyseur pour les brasseries.

### Références bibliographiques

- BUCHER C. (1997), *L'alcool donne-t-il un genre ? Travail, Genres et Société*, pp. 141-160.
- CASTELAIN, JP. (1979), *Manières de vivre, manières de boire, alcool et sociabilité sur le port*, Imago, Paris.
- COULON, J. (1974), *Les femmes qui boivent*, Editions Paris. 52 p.
- COLLIN ET AL., (1990), *Il boit, elle dérive, une douloureuse quête d'identité*, L'Harmattan, pp 11-18.
- CORDIS. (2008). *Alcool : dommages sociaux : abus et dépendance, rapport*, Paris, les éditions Inserm, 2003, 536p.

- CRITTENDEN ET AL. (2002), Consommation de drogues illicites et maintien du niveau de vie, ISBN 0022-0426, *Journal of Drugs Issues*, pp. 179-207
- DAIGNEAULT-RACICOT, (1970). Les déterminants sociaux de l'alcoolisme féminin. Thèse de maîtrise, Université Laval, Québec, 111 p.
- DESROCHERS, C-Y. (1968), Alcoolisme : modèles de consommation et milieux socioculturels. Thèse de maîtrise, Université Laval, Québec, 160 p.
- FUMERA ET FIUME, (1972), L'alcool et la vie moderne. *Toxicomanies*, n°4 :387-393.
- FATTAH ET AL. (1969), Pour de nouvelles mesures législatives sur les drogues et la toxicomanie. *Toxicomanies*, n°2 : p. 85-108.
- FOUQUET P, (1971), Aspects psychiques de la prédisposition à l'alcoolisme facteurs socioéconomiques familiaux de l'alcoolisme. In informations sur l'alcoolisme et les autres *toxicomanies*, 7 n°4-5 : p. 16-19
- GUEIBE (2008). *L'alcoolisme au quotidien*, de la consommation agréable à la dépendance, Édition Seli Arslan, collection Perspective soignante, 156p.
- HENRI. 1999. *Alcoolisme : alcoolodépendance ou alcoolisme*, Que sais-je n 634,1999, 127p.
- KIM, Y.C (1973). *A sociological model for identifying alcoholics; experimental design; alcoholism commission of saskatchewan research division, regina, Volume 7, 83p*
- KENDHER ET AL., (1995), Tabac chez les jeunes ; rôle des facteurs sociaux et familiaux in *le courrier des addictions*, vol 16n 1, pp. 10-13.
- LAFORST L. (1972), Facteurs socioculturels de l'étiologie de l'alcoolisme au Québec. Quelques hypothèses de recherche. *Toxicomanies*, n°1 : p. 105-110
- MAY PA ET GOSSAGE JP, (2001), Maternal risk factors for Moss M.C L'épidémiologie de l'alcoolisme dans un comté anglais. *Toxicomanies*, n°2 : p. 175-191.
- MOSS (1970), *L'épidémiologie de l'alcoolisme dans un comté anglais*, *Toxicomanies*, 3 n 1, pp. 175-1.
- MURPHY ET BEAUCHESNE. (1972), Mesure de la fréquence de l'alcoolisme dans une population du Québec. *La vie médicale au canada français*, sn ° 9 p. 305-315.
- OMS. 2012, *Consommation de l'alcool dans le monde : les conclusions de l'organisation mondiale de la santé*.