



**ENQUETE SUR LES CONNAISSANCES, APTITUDES ET PRATIQUES (CAP) ET LA  
FREQUENCE D'UTILISATION DES PRODUITS COSMETIQUES ECLAIRCISANTS  
POUR LA PEAU CONTENANT DU MERCURE**

**RAPPORT FINAL**

**Septembre 2024**



**Organisation  
mondiale de la Santé**  
Gabon

**Supervision : Dr. INOUA ABOUBACAR, HPD WCO Gabon**

- **Réalisation : Pr. Orphée Martial SOUMAHO MAVIOGA, Enseignant Chercheur en Sociologie, Université Omar Bongo, Libreville**
- **Coordination: Serge Molly Allo'o Allo'o, National Project Officer IIGEF 10810: *Eliminating Mercury Skin Lightening Products***
- **Modélisation: Armel Brice AKAGHA AMALET, IT WCO, Gabon**

## Table des Matières

Avant-propos du Représentant Résident de l’OMS au Gabon .....	ii
Contexte .....	iii
Remerciements .....	iv
Sigles et Abréviations .....	vi
Liste des Tableaux & Figures .....	vii
Synthèse .....	viii
<b>Chapitre 1 : Cadre général de réalisation de l’enquête.....</b>	<b>9</b>
Section 1. Contexte et justification de l’enquête .....	9
Section 2. Objectifs de l’étude.....	9
2.1 Objectif général .....	9
2.2 Objectifs spécifiques .....	9
Section 3. Cadre méthodologique de l’enquête .....	10
3.1. Champ et domaines de l’enquête .....	10
3.2. Construction de l’échantillon.....	10
3.3. Identification des populations de l’enquête .....	11
a) Design de l’étude.....	11
b) Population et échantillonnage.....	11
c) Collecte des données.....	11
d) Analyse statistique .....	11
3.4 Définition et élaboration des outils de collecte de données .....	12
3.5 Articulation de l’enquête .....	12
<b>Chapitre 2 : Présentation et analyse des résultats .....</b>	<b>13</b>
Section 1. Population enquêtée.....	13
1.1. Caractéristiques sociodémographiques de l’échantillon.....	13
Section 2. Utilisation et Pratiques.....	16
2. 1 Utilisation .....	16
2.2. Lieu d'achat des produits .....	19
Section 3. Connaissances.....	23
Section 4. Perceptions.....	25
<b>Chapitre 3 : Discussion et Recommandations.....</b>	<b>28</b>
Section1. Discussion.....	28
Section 2. Recommandations.....	29
<b>Conclusion .....</b>	<b>30</b>
Références Bibliographiques .....	31
<b>ANNEXES.....</b>	<b>32</b>
Annexe1 : Aperçu sur les Termes de référence de l’enquête CAP.....	33
Annexe 2. Questionnaire d’enquête.....	36
Annexe 3 : Liste des personnes ressources/enquêteurs .....	40
Annexe 4 : Planche Photos .....	42

## **Avant-propos du Représentant Résident de l’OMS au Gabon**

C’est avec un réel plaisir que le Bureau OMS au Gabon présente le Rapport de la première enquête menée en Afrique sur les Connaissances, Aptitudes, Pratiques (CAP) et la fréquence d’utilisation des produits cosmétiques éclaircissants pour la peau contenant du mercure ; matérialisation de la mise en œuvre de la Convention de Minamata sur le mercure dont l’objectif est de lutte contre les émissions et rejets anthropique du mercure.

Les résultats présentés dans ce document constituent désormais une base factuelle à travers laquelle des analyses approfondies pour une meilleure compréhension des motivations de la pratique du blanchissement volontaire de la peau peuvent être menés. Ils doivent être aussi un chaînon important dans les stratégies de lutte et d’élimination de cette pratique dangereuse pour la santé et l’environnement.

C’est pourquoi, tout en se félicitant de la qualité des résultats obtenus par le Gabon dans ce projet mis en œuvre conjointement avec la Jamaïque et le Sri Lanka, je voudrai inviter les parties prenantes impliquées dans ce processus à s’en approprier.

Au nom de l’OMS et en mon nom personnel, je voudrais adresser mes sincères remerciements à tous les experts nationaux et internationaux qui ont contribué à la conception méthodologique, à la collecte des données et à leur traitement pour aboutir à ce Rapport.

Mes remerciements vont également aux autorités Gabonaises, notamment aux Ministères de la Santé et de l’Environnement pour leurs implications tout au long du processus.

J’adresse également mes vives félicitations et encouragements à tout le Comité de pilotage du projet qui a mené à bien ce travail.

**Dr Ngoy NSENGA.**

## Contexte

Le projet GEF# 10810 : *“Eliminating Mercury Skin Lightening Products”*, mis en œuvre simultanément au Gabon, en Jamaïque et au Sri Lanka s’articule au tour de trois composantes dont celle portant sur la gestion des connaissances pour disposer d’une législation adaptée à l’élimination de l’utilisation des produits cosmétiques éclaircissants pour la peau contenant du mercure.

Pour satisfaire à cette orientation en tant que pays pilote, le Gabon a choisi de conduire une enquête de prévalence et de connaissances, aptitudes et pratiques (CAP) pour disposer des données factuelles sur la pratique du blanchiment volontaire de la peau par les produits cosmétiques éclaircissants pour la peau contenant du mercure.

Les résultats obtenus au terme de cette enquête serviront à la sensibilisation nationale, régionale et mondiale pour le soutien politique (résultat 3.1.1) du projet en conformité avec les dispositions de la Convention de Minamata sur le Mercure.

Placée sous la double responsabilité des Ministères de la Santé et de l’Environnement et mis en œuvre par l’Agence du Médicament, agence de mise en œuvre du Projet GEF# 10810 au Gabon (Projet SLPs-Gabon), un Consultant national a été recruté sur appel d’offre ouvert, selon les procédures en vigueur à l’OMS, pour fournir le livrable attendu.

Le Bureau pays de l’OMS à Libreville, en sa qualité d’agence d’exécution avec BRI, a apporté l’appui nécessaire.

En prélude à la conduite de l’Enquête, le Comité National d’Ethique a été saisi aux fins de présentation du protocole d’analyse et de délimitation de la zone d’étude.

## Remerciements

Nous remercions particulièrement :

**Pr. Adrien MOUGOUGOU**, Ministre de la Santé pour l'intérêt accordé à la conduite d'une telle enquête, première du genre au Gabon,

**Madame Arcadie Svetlana MINGUENGUI-NDOMBA épouse. N'ZOMA**, Ministre de l'Environnement, du Climat et du Conflit Homme-Faune pour son leadership dans l'appropriation des dispositions de la Convention de Minamata sur le Mercure dont découlent l'engagement d'éliminer la pollution au mercure notamment celle résultant de l'usage des cosmétiques ;

**Dr Magaran Monzon BAGAYOGO**, Représentant Résident de l'Organisation Mondiale de la Santé (OMS) au Gabon lors de l'enquête, pour avoir rendu possible ce projet et pour la confiance accordée ;

**Dr. Ange MIBINDZOU MOULET**, Directeur général de l'Agence du Médicament et des Autres Produits de Santé pour son implication à la finalisation des outils techniques d'enquêtes ;

**Grace Halla**, Programme Officer - UNEP GEF Chemicals and Waste Unit – pour le suivi de l'étude et la formalisation des outils techniques nécessaires ;

**Lesley ONYON**, Head Chemical Safety and Health Unit, - WHO Department of Environment, Climate Change and Health- pour son implication et surtout la coordination internationale avec tous les intervenants ;

**Christine Akasing NKERIFAC**, Technical Officer - WHO AFRO Environmental Health Promotion/Chemical safety - pour le suivi régional des activités préalables à la conduite de l'études et au respect des termes de références ;

**Malgorzata Alicja Stylo**, Associate Programme Management Officer, - UNEP Chemicals and Health Branch, Industry and Economy – pour les interactions entre le partenariat Mondial sur le mercure et les autres parties prenantes ;

**Jardan Elena**, Technical officer, Chemical Safety and Health Unit - Environment, Climate Change and Health Department- pour le suivi constant de l'état d'avancement de l'étude ;

**Imelda Dossou Etui**, Projet Development Analyst Knowledge and Risk, -UNEP-GMP Unit Chemicals and Health Branch- pour son assistance lors des échanges techniques ;

**Burton Mark**, Senior Ecological Analyst, Geospatial Scientist - Biodiversity Research Institute- pour son engagement et sa participation aux échanges préalables ;

**David Charles EVERS**, Chief Scientist and Co-Director Center for Mercury Studies, pour son implication dans le processus et la définition des livrables

**Dr. Elena Altieri**, Unit Head - Behavioral Insights - World Health Organization- pour ses conseils avisés dans la formalisation de la méthodologie d'enquête ;

Nos remerciements chaleureux vont aussi à l'endroit des populations qui ont volontairement participé à cette enquête.

A tous ceux et celles qui ont participé à la conception, à la réalisation et la production des résultats de cette étude, veuillez trouver ici nos plus vifs remerciements.

DOCUMENT INTERNE

## **Sigles et Abréviations**

ANMAPS : Agence Nationale du Médicament et des Autres Produits de Santé

BRI : Biodiversity Research Institut

CAP : Connaissances, Attitudes, Pratiques et Perceptions

CHUL : Centre Hospitalier Universitaire de Libreville

CHUO : Centre Hospitalier Universitaire d'Owendo

COPIL : Comité de Pilotage

CSP : Catégorie Socioprofessionnelle

DGS : Direction Générale de la Statistique

DV : Dépigmentation volontaire

GEF : Global Environment Facility

GMP : Global Mercury Partnership

Grand Libreville : Circonscription administratives regroupant les Communes de Libreville, AKANDA, OWENDO et NTOUM.

HPD: Health Promotion and Determinants

KOBO COLLECT: LOGICIEL DE

OMS : Organisation Mondiale de la Santé

ONG : Organisation Non Gouvernementale

RGPL : Recensement Général de la Population et des Logements

SLP: Skin Lightening Products

SPSS: Statistical Package for the Social Sciences

UNEP : United Nations Environment Programme

UOB : Université Omar Bongo

DOCUMENT INTERNE

## Liste des Tableaux & Figures

Tableau 1 : Répartition des quartiers par arrondissement.....	11
Tableau 2. Age moyen du début d'utilisation (mettre en cohérence avec la partie sur la pyramide des âges plus haut) .....	23
Figure 1. Distribution des répondants selon le sexe .....	14
Figure 2. Distribution des répondants tranches d'âge .....	14
Figure 3. Niveau d'étude (Instruction) .....	15
Figure 4. Niveau d'étude selon le sexe .....	15
Figure 5. Profession des enquêtés.....	16
Figure 6: Utilisation des produits .....	17
Figure 7 : Type de produit le plus utilisé.....	17
Figure 8 : Raisons d'utilisation des produits éclaircissants.....	18
Figure 9 : Croisement Produit x Sexe, Produit x sexe & Age .....	18
Figure 10 : Produit utilisé selon le sexe et l'âge .....	19
Figure 11 : Lieu d'achat des produits .....	20
Figure 12. Coût des produits.....	21
Figure 13. Source d'information.....	22
Figure 14. Proche qui utilise.....	22
Figure 15. Fréquence d'utilisation.....	22
Figure 16. Connaissances des ingrédients suivants Mercure, Hydroquinone, Corticoïde.....	24
Figure 17. Listes des ingrédients par catégorie .....	24
Figure 18. Top 10 des ingrédients mentionnés.....	24
Figure 19. La beauté dépend de la couleur de la peau.....	25
Figure 20. Perception sur le teint.....	25
Figure 21. Justification des privilèges (Oui/Non).....	26
Figure 22. Avantages & privilèges .....	26
Figure 23. Interlocuteurs sur les produits éclaircissants .....	27
Figure 24. Risques à utiliser un produit éclaircissant plutôt qu'une crème hydratante ne contenant pas d'ingrédients actifs.....	27

## Synthèse

Cette étude transversale examine les connaissances, les attitudes et les pratiques liées à l'utilisation de produits éclaircissants contenant du mercure dans quatre zones urbaines du Gabon. La taille de l'échantillon calculée était de 384 individus.

L'enquête a été menée auprès de 444 participants consentants sur les 604 sollicités. Le taux de refus était de 26,5 %.

Les résultats révèlent un taux d'utilisation élevé de ces produits (86,9 %), particulièrement chez les femmes (91,0 %), mais aussi chez 9 % des hommes. Cette pratique est majoritairement observée chez les 15-44 ans, qui constituent 92,12 % des répondants. Les motivations principales sont l'embellissement (21,6 %) et l'éclaircissement (9,7 %).

Il est à noter que 64,9 % des utilisateurs ignorent la composition des produits qu'ils utilisent.

La diversité d'utilisation est dominée par des considérations esthétiques, amplifiées par une pression sociale et familiale exercée par les images (publicitaires ou médiatiques) sur les individus, particulièrement les jeunes femmes. Les discours sociaux sur la popularité des femmes à la « peau claire » sur le marché matrimonial incitent-ils de jeunes femmes à adopter cette pratique ?

Les déterminants sociaux tels que le faible niveau d'études et le pouvoir d'achat, qui touchent notamment les élèves et les étudiants, ne constituent toutefois pas des obstacles à l'acquisition de produits cosmétiques éclaircissants.

Cette étude souligne donc l'urgence d'interventions éducatives ciblées pour lutter efficacement contre cette pratique aux fins de préserver la santé et l'environnement des effets néfastes qui en découlent.

## Chapitre 1 : Cadre général de réalisation de l'enquête

### Section 1. Contexte et justification de l'enquête

Le projet SLPs-Gabon s'articule au tour de trois composantes dont celle portant sur la gestion des connaissances à travers laquelle le Gabon, à l'instar de la Jamaïque et du Sri Lanka, doit faire le nécessaire pour disposer d'une législation adaptée au contexte national en ce qui concerne l'élimination de l'utilisation des produits cosmétiques éclaircissants pour la peau contenant du mercure. La conduite d'une enquête de Prévalence et de Connaissances, Aptitudes et Pratiques (CAP) au Gabon constitue un des préalables pour disposer des données factuelles sur les pratiques de la dépigmentation artificielle de la peau.

Les résultats obtenus au terme de cette enquête seront capitalisés pour conduire l'ensemble des activités qui se rattachent à la sensibilisation mondiale accrue grâce au soutien politique (résultat 3.1.1) du projet.

Placée sous la responsabilité du Ministère de la Santé à travers l'Agence du Médicament, agence d'exécution du Projet SLPs-Gabon, cette activité pourra faire recours à un consultant recruté selon les procédures en vigueur à l'OMS. Le bureau pays de l'OMS au Gabon, en sa qualité d'agence d'exécution avec BRI, apporteront l'appui nécessaire à l'atteinte des résultats attendus. Le Ministère en charge de l'environnement, Point Focal National de la Convention de Minamata, jouera un rôle essentiel tout au long du processus.

### Section 2. Objectifs de l'étude

#### 2.1 Objectif général

L'objectif de cette enquête sur les produits cosmétiques éclaircissants pour la peau contenant du mercure est de mesurer les connaissances, les attitudes, les pratiques et la fréquence de leur utilisation.

#### 2.2 Objectifs spécifiques

De façon plus spécifique, l'enquête devra :

1. Identifier les déterminants et les produits de la dépigmentation volontaire chez les personnes vivant au Gabon et plus spécifiquement dans le Grand Libreville (zone d'étude);
2. Déterminer au sein de la population, le niveau d'information et de connaissances sur les produits dangereux dont le mercure inorganique pour le blanchiment de la peau au Gabon ;
3. Déterminer les attitudes et pratiques des personnes qui recourent à la dépigmentation volontaire de la peau ;
4. Déterminer la fréquence d'utilisation des produits de blanchiment de la peau ;

5. Déterminer la perception et l'image de la dépigmentation de la population cible.

### Section 3. Cadre méthodologique de l'enquête

#### 3.1. Champ et domaines de l'enquête

L'Enquête socio-anthropologique a été menée dans le Grand Libreville qui comprend les communes de Libreville, d'Owendo, d'Akanda et de Ntoundou.

#### 3.2. Construction de l'échantillon

En l'absence de données sur la fréquence d'utilisation des produits cosmétiques au Gabon, la taille de l'échantillon a été estimée sur la base des méthodologies en vigueur.

Sachant que le phénomène d'éclaircissement de peau a pris beaucoup d'ampleur chez les populations noires d'Afrique subsaharienne avec plus de 60% d'utilisateurs<sup>1</sup>, en prenant en compte la fréquence de 60%, avec un seuil de confiance de 95% et une précision de 3%<sup>2</sup>. Ceci se traduirait par la certitude à 95% que la réponse obtenue se situe dans un intervalle de plus ou moins 3% (ex : si la réponse obtenue est de 60%, nous pouvons affirmer à 95% qu'elle se situe entre 57 et 63%).

En sachant que la population de Libreville est estimée à 1 069 000 habitants<sup>3</sup>, pour un modèle d'enquête fondé sur un échantillon aléatoire simple, on peut calculer la taille d'échantillon requise en appliquant la formule suivante :

$$n = \frac{(t)^2 \times p(1 - p)}{(m)^2}$$

- N= population du grand Libreville estimée à 1 069 000 habitants ;
- n= taille d'échantillon requise
- t= niveau de confiance à 95% (valeur type 1,96)
- p= **taux d'utilisation** 0.6 soit 60% qui représentent le taux d'utilisateurs en Afrique subsaharienne des produits éclaircissants
- m= marge d'erreur acceptée à 5%(valeur type 0,05)

$$n = \frac{(1,96)^2 \times 0,5(1-0,5)}{(0,05)^2} = \frac{3,8416 \times 0,5(0,5)}{0,0025} = \frac{3,8416 \times 0,25}{0,0025} = 384,16 \cong \mathbf{384 \text{ individus}}$$

<sup>1</sup> Catherine TETTEH, MELANIN FOUNDATION : le Blanchiment Volontaire de la Peau, une Etude qualitative sur un problème de Santé publique mondial négligé

<sup>2</sup> Calcul effectué avec <http://openepi.com/SampleSize/SSPropor.htm>

<sup>3</sup> Recensement Général de la Population et des Logements de 2013 (RGPL, 2013), Direction Générale de la Statistique (DGS 2015)

### 3.3. Identification des populations de l'enquête

#### a) Design de l'étude

Étude transversale descriptive et analytique menée de septembre à octobre 2024 dans quatre zones urbaines du Grand Libreville : Libreville, Owendo, Akanda et Ntoum.

#### b) Population et échantillonnage

- Population cible : résidents  $\geq 15$  ans
- Taille de l'échantillon de départ : 384 personnes
- Échantillon final : 444 participants
- Nombre de personnes approchées : 604 personnes sollicitées
- Taux de réponse : 73,5%
- Refus de participation : 160 personnes (26,5%)
- Méthode d'échantillonnage : aléatoire stratifié par zone géographique

#### c) Collecte des données

- Questionnaire standardisé administré via Kobo Collect
- Variables collectées : caractéristiques sociodémographiques, pratiques d'utilisation, connaissances des produits, attitudes et perceptions
- Considérations éthiques : consentement éclairé obtenu de tous les participants

#### d) Analyse statistique

Il a été procédé à un échantillonnage stratifié proportionnelle à la taille de la population des arrondissements de la ville de Libreville. Il s'en est suivi des analyses descriptives et bi variées réalisées avec SPSS : *Statistical Package for the Social Sciences* puis le Tests du chi-carré pour les associations entre variables catégorielles.

Tous les quartiers composant le *Grand Libreville* (quartiers populaires, quartiers résidentiels) identifiés dans le tableau 1, ont été retenus dans cette enquête afin de toucher une diversité de population dans un espace géographique large.

**Tableau 1 : Répartition des quartiers par arrondissement**

Communes	Arrondissements	Quartiers
LIBREVILLE	Arrondissement 1	Charbonnage ; Alibanding ; Okala ; Plaine Orey ; Derrière la prison ; Louis ; Haut de Gué Gué ; Kalikak
	Arrondissement 2	Nkembo ; Cocotier ; Boulevard ; Avea, Sotega, Ancienne sobraga ; Atsibi Tsoss
	Arrondissement 3	Akebe plaine ; Akebe poteau ; Akebe frontière ; Venez voir ; Derrière l'hôpital ; Sorbone ; Belle Vue
	Arrondissement 4	Glass ; London ; Plaine Niger ; Barraka, Awendje ; Toulon ; Saint Germain
	Arrondissement 5	Ozangue ; Lalala ; Ozoungue ; IAL ; Mindoubel ; Mindoubel2 ; Beau Séjour ; PK8 et 9
	Arrondissement 6	Nzeng-Ayong ; Ondogo ; Carrefour GP ; Rond-Point ; Fin Goudron ; Dragage ; Carrefour Bambochine ; Melen PK12, SIBANG

AKANDA	Arrondissement 1	Carrefour Amissa ; Château ; Carrefour JJ ; Avormbam ; Stade Agondje ; Carrefour Delta
	Arrondissement 2	Premier Campement ; Malibe 1 ; Malibe 2 ; Carrefour Santa Clara ; Bolokoboué ; Cap Estérias
OWENDO	Arrondissement 1	Pont Nomba ; Derrière la Pédiatrie ; Sobraga Usine ; Alena Kiri ; Port à Bois ; Awougou ; Lycée Technique ; ça m'étonne
	Arrondissement 2	Egoumié ; Bakota ; Carrière ; Contenaire ; SEEG ; Rougier ; Cailloux ; Derrière Sogi
NTOUM	Arrondissement 1	Ntoun centre ; Coté Cimenterie ; Coté cocobeach ; Ntoun 6 ; Cote du Trésor
	Arrondissement 2	PK15 ; PK19 ; Bikele ; Ancienne Route ; Essassa ; PK27 ; Nkoltang ; Okolassi

### 3.4 Définition et élaboration des outils de collecte de données

**Questionnaire** : élaboré en concertation avec le Département des études comportementales de l'OMS, le questionnaire a été l'outil utilisé pour la collecte d'informations qualitatives et quantitatives. Il a été administré à différentes catégories socioprofessionnelles pour établir des corrélations de la pratique du blanchiment de la peau en fonction du sexe, de l'âge, du niveau d'étude, du lieu d'habitation, de la nature des produits utilisés, etc.

**Entretien enregistré** : est un outil qui suscite une interaction verbale entre l'enquêteur et les enquêtés. Il a permis d'affiner voire de préciser certains items contenus dans le questionnaire en captant le discours d'un échantillon plus restreint. Cet outil a été administré à quelques consommateurs de produits éclaircissants, à des responsables/gérants de salon de beauté et à des dermatologues. Des questions spécifiques ont été posées à chaque acteur.

**Photographies** : sont des outils observationnels des lieux de l'enquête (places photo jointes en annexe du présent rapport). Elles permettent de documenter et d'enrichir la banque de données en captant des différents instants du déroulement de la collecte, de saisir l'ampleur du phénomène étudié et les différents types de produits observés sur le terrain.

### 3.5 Articulation de l'enquête

Cinq principales phases ont caractérisé le déroulement des activités relatives à l'enquête.

i. **les activités préparatoires** : elles ont consisté en la constitution d'une base de données documentaire en lien avec la thématique, la définition des profils des personnels de collecte et d'exploitation, la conception de la stratégie ainsi que le calendrier d'exécution. Les tâches suivantes ont été réalisées :

- L'élaboration et la validation du document-projet ;
- La conception et la validation du questionnaire, des guides d'entretien et du plan d'analyse ;
- Le recrutement et la formation des personnels de collecte et de saisie ;
- L'élaboration des supports d'exploitation et d'analyse ;

- La sensibilisation de tous les responsables administratifs impliqués dans le projet.
- ii. ***L'échantillonnage et le pré-test des outils de collecte*** : Il a consisté à la collecte des données quantitatives à partir du questionnaire numérique. Cette opération s'est déroulée du 12 septembre au 24 septembre 2024 et a concerné les catégories socioprofessionnelles telles que les fonctionnaires, les employés du secteur privé, les artisans et commerçants, les élèves et étudiant de 15 ans et plus puis les sans-emplois (chômeurs).
- iii. ***la formation des équipes d'enquêteurs*** à la manipulation des outils de collecte notamment le questionnaire sous version électronique, à l'administration et à la relance des entretiens, au respect de la charte des valeurs de l'OMS.
- iv. ***L'exploitation des données (centralisation, codification, saisie et traitement) et l'analyse*** pour produire une version omnibus du rapport. Celle-ci a été soumise à la coordination nationale du projet SLPs Gabon pour examen et amendement conformément au terme de référence de l'étude.
- v. ***production du rapport final*** intégrant tous les amendements formulés.

## Chapitre 2 : Présentation et analyse des résultats

### Section 1. Population enquêtée

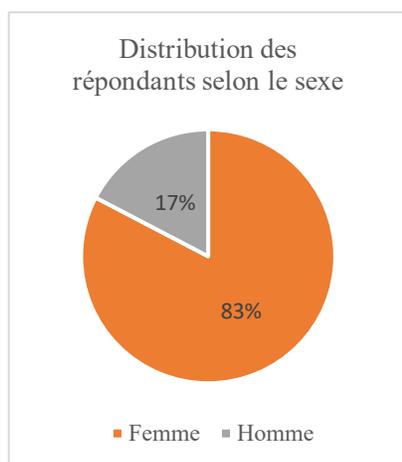
#### 1.1. Caractéristiques sociodémographiques de l'échantillon

Les principales caractéristiques sociodémographiques de la population enquêtée se focalisent sur la répartition de la pratique du blanchiment de la peau par sexe, par âge, par niveau d'étude et par catégorie professionnelle.

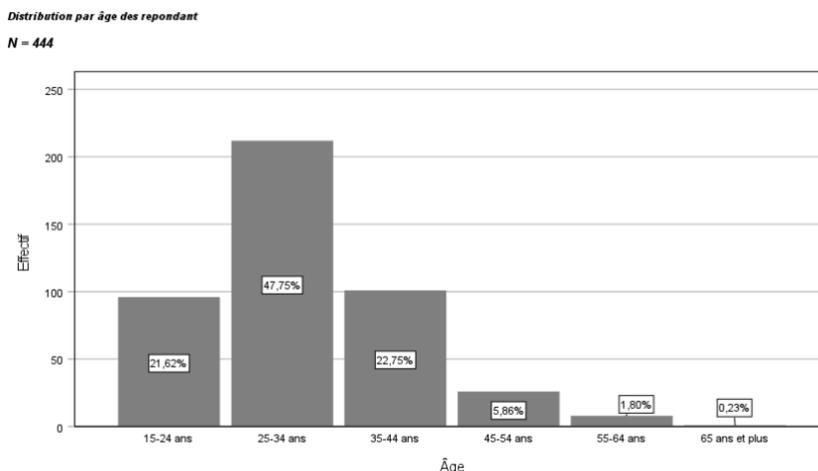
L'examen des résultats révèle une forte proportion de 83% des femmes ayant adhéré à l'enquête contrairement aux hommes dont la proportion est de 17% seulement. Ce déséquilibre peut s'expliquer par le fait que la pratique de blanchiment de la peau est majoritairement observée chez les femmes même si on peut constater une montée du phénomène chez les jeunes hommes. La forte adhésion des femmes pourrait aussi trouver une raison dans cette disponibilité à communiquer plus facilement sur les questions d'hygiène corporel contrairement aux hommes qui en expriment une certaine réticence.

Les figures 1 et 2 ci-dessous donnent la distribution des répondants respectivement par sexe et par tranche d'âge.

**Figure 1. Distribution des répondants selon le sexe**



**Figure 2. Distribution des répondants tranches d'âge**



Au regard de ces informations, il apparaît que l'adhésion à l'enquête a été plus favorablement accueillie dans la tranche d'âge 25-34 ans soit 47.75% de l'échantillon.

En terme d'effectifs, cette tranche d'âge est suivie des 35-44 ans soit 22.75% et des 15-25 ans soit 21.62%. Ces données montrent que la pratique de blanchiment de la peau touche une population jeune.

A cet effet, la structure de la pyramide des âges au Gabon montre que l'âge médian est de 20.5 ans ; les 0-14 ans représentent 37.45% de la population, les 19-40 ans représentent 40.6% de la population.

Lorsqu'on examine les données collectées en rapport avec le « Niveau d'étude (niveau d'instruction) », la « répartition par sexe et la répartition par catégorie professionnelle (profession des enquêtées) », il est apparu que les enquêtés justifient majoritairement d'un niveau d'instruction de Niveau secondaire et supérieure.

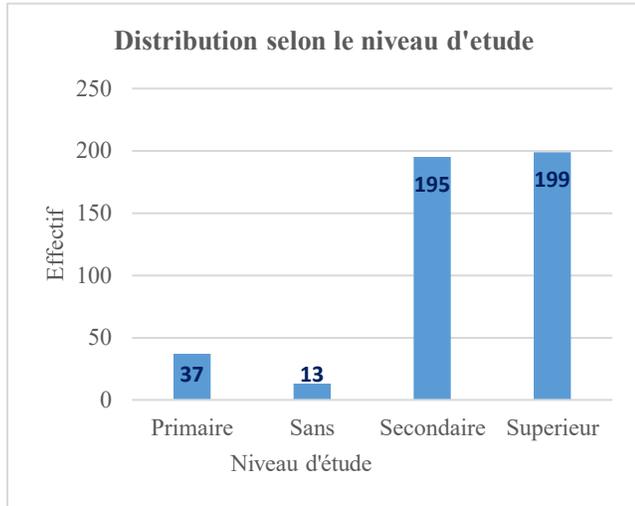
Les informations disponibles auprès du *Ministère du Développement Durable, de l'Economie, de la Promotion des Investissements et de la Prospective (RGPL-2013)*<sup>4</sup> corroborent ce constat. Selon ces informations, la population gabonaise, estimée à 1 811 079 habitants, est relativement jeune avec 675 718 individus de 15 à 34 ans dont un peu moins de la moitié de sexe féminin (328 762, soit 48,7 %). L'âge moyen est de 26 ans et 87 % de la population gabonaise vit dans les centres urbains dont Libreville, avec plus de 3 700 habitants au km<sup>2</sup> de densité démographique. Le taux d'alphabétisation<sup>5</sup> global, filles et garçons de moins de 24 ans, est estimé à 84.7%.

<sup>4</sup> RGPL = Recensement Général de la Population et des Logements de 2013 du Gabon

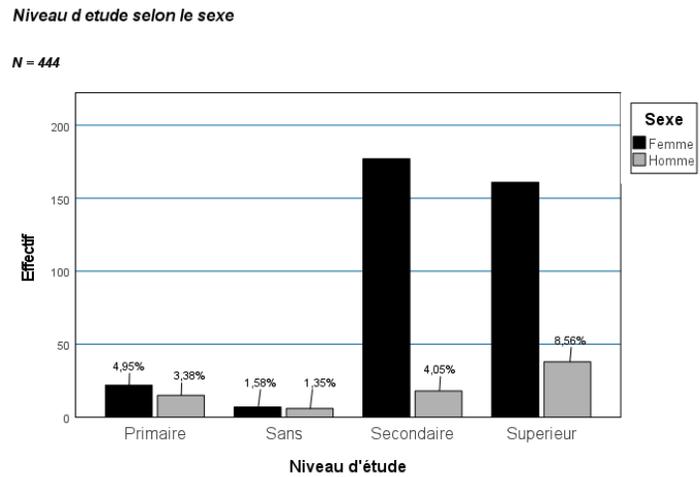
<sup>5</sup> RGPL -2013 : est considéré comme alphabétisé toute personne ayant complété au moins la 4ème année du primaire

Les femmes y représentent une proportion importante de l'échantillon comme en témoignent les graphiques des figures 3 et 4 ci-dessous.

**Figure 3. Niveau d'étude (Instruction)**



**Figure 4. Niveau d'étude selon le sexe**



L'enquête s'étant déroulée en zone urbaine, cette information vient confirmer, une fois de plus, les chiffres du Ministère de l'Economie<sup>6</sup> qui établit que la quasi-totalité des femmes et des hommes de 15–49 ans sont alphabétisés (90 % des femmes et 91 % des hommes)

Lorsqu'on intègre la profession des enquêtés dans cette analyse, les élèves et étudiants constituent la portion la plus importante (41.22%), suivis des artisans et commerçants (23.4%), les chômeurs ou sans emplois (12.39%), les agents du secteur privé (10.81%) et du secteur public (6.53%).

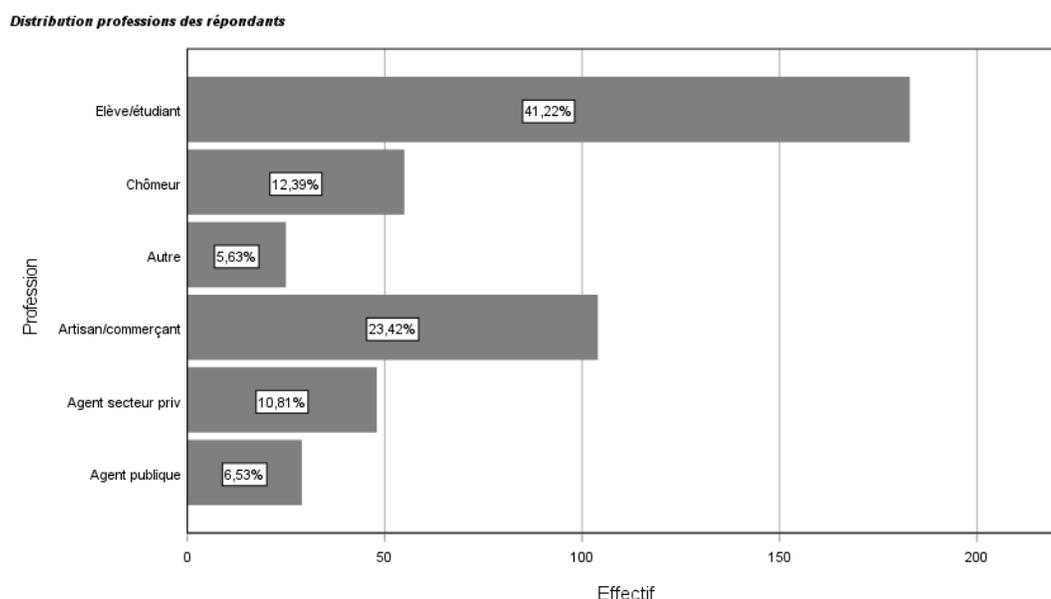
En somme, les enquêtés justifiant d'un emploi ou d'une occupation professionnelle 40.74% (23.4+10.81+6.53) constitue la deuxième plus importante fraction après les étudiants/élèves.

Le fait marquant est que les « sans-emplois », qui normalement devraient avoir un pouvoir d'achat réduit, y constituent une fraction non moins importante (12.39%). Cette donnée démontre la place qu'occupe les produits cosmétiques d'éclaircissement de la peau dans les priorités des dépenses des populations enquêtées.

La figure 5 ci-dessous donne une appréciation plus détaillée de cette analyse.

<sup>6</sup> Troisième Enquête Démographique et de Santé au Gabon (EDSG–III) 2019–21

Figure 5. Profession des enquêtés



## Section 2. Utilisation et Pratiques

### 2. 1 Utilisation

L'utilisation des produits cosmétiques éclaircissants pour la peau est très répandue au sein de la population puisque 87% des personnes interrogées confirment l'utilisation.

Lorsque l'analyse intègre le « *type de produit* », les savonnets<sup>7</sup> occupent la première place avec 28.54% suivies des crèmes de corps (26.29%).

Les autres produits d'entretien d'hygiène corporel tels que le gel de douche (12.58%), le lait de corps (10.52%) et l'huile de soin corporels (12.39%) sont pratiquement à proportion égale à moins de 15% du taux d'utilisation.

Les figures 6 et 7 ci-dessous illustrent la répartition des données collectées.

<sup>7</sup> Savon parfumé utilisé pour les besoins d'hygiène corporelle

Figure 6: Utilisation des produits

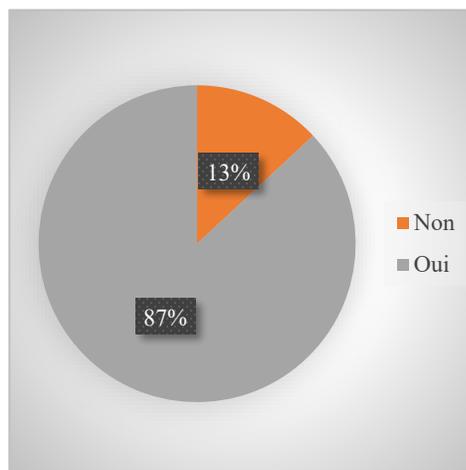
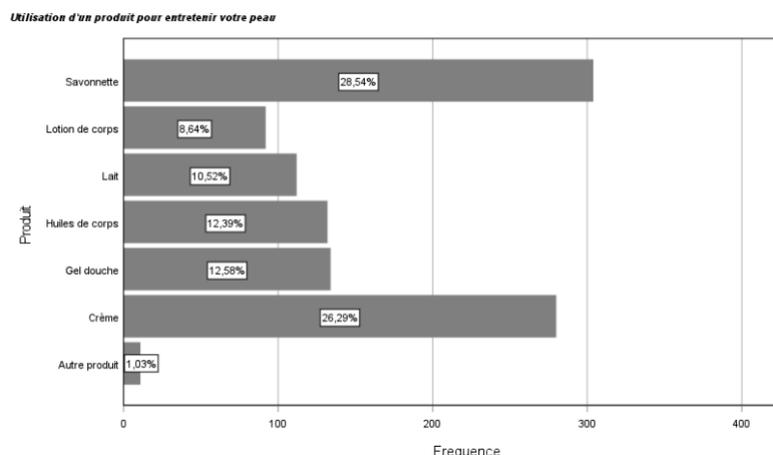


Figure 7 : Type de produit le plus utilisé



L'embellissement reste le mobile prépondérant avec 58,2% contre 48,2% qui disent nourrir la peau. Il est tout de même intéressant de noter que 28,4 % des répondants affirment se dépigmenter pour éclaircir leur peau.

Le terme « *Embellir la peau* » au sein des populations enquêtées renvoie généralement au blanchiment volontaire de la peau.

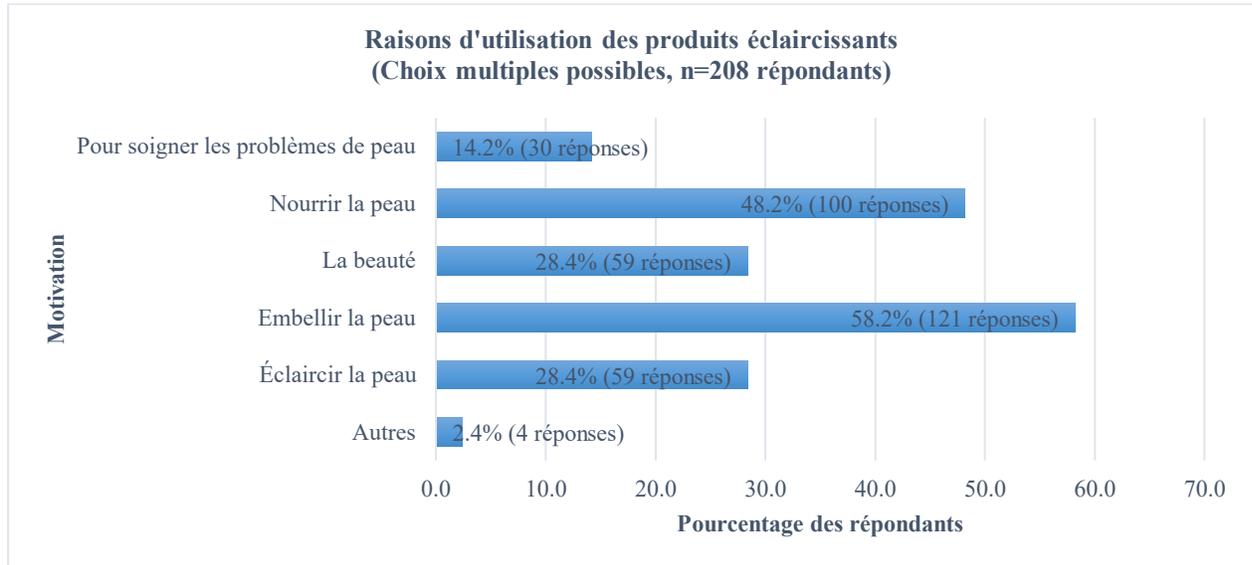
Pour mieux comprendre ce résultat, il est à souligner que les pourcentages exprimés à la figure 8 ci-dessous découlent d'une question à choix multiples « *pourquoi utilisez-vous ce produit ?* » et à laquelle s'offraient plusieurs réponses parmi :

- Nourrir la peau
- Éclaircir la peau
- La beauté
- Pour soigner les problèmes de peau
- Embellir la peau
- Autre

Chaque pourcentage représente donc la proportion de répondants ayant sélectionné une option, indépendamment des autres choix.

Par exemple, 58,2% des répondants ont indiqué qu'ils utilisent ces produits pour "Embellir la peau", mais ces mêmes personnes peuvent également avoir sélectionné d'autres raisons comme "Nourrir la peau" (48,2%).

**Figure 8 : Raisons d'utilisation des produits éclaircissants**

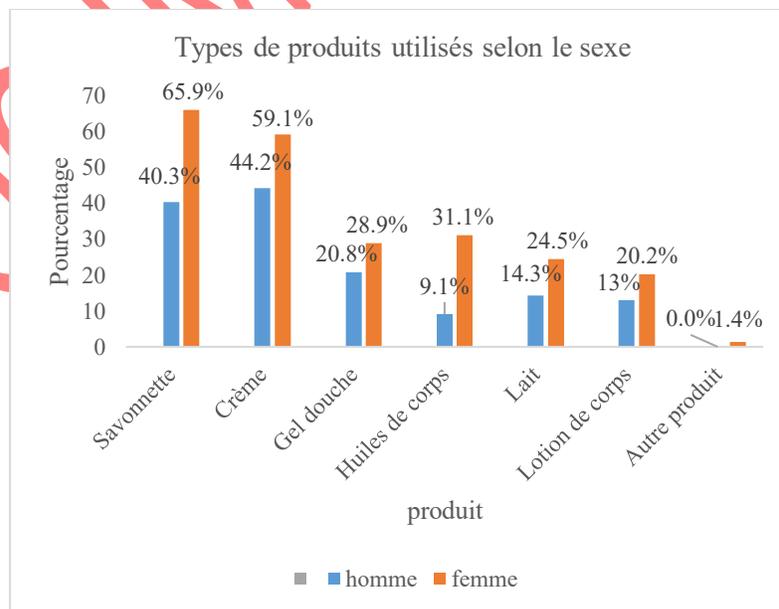


Note : Les pourcentages dépassent 100% car les répondants pouvaient sélectionner plusieurs raisons. Nombre moyen de raisons par répondant : 1.8

Le croisement effectué entre les sept types de produit (savonnette, crème, Gel douche, huiles de corps, lait, lotion de corps) puis le sexe et la tranche d'âge des enquêtés confirme la prédominance des femmes.

La figure 9 ci-dessous, donne un aperçu détaillé de la situation obtenu au terme de l'enquête.

**Figure 9 : Croisement Produit x Sexe, Produit x sexe & Age**

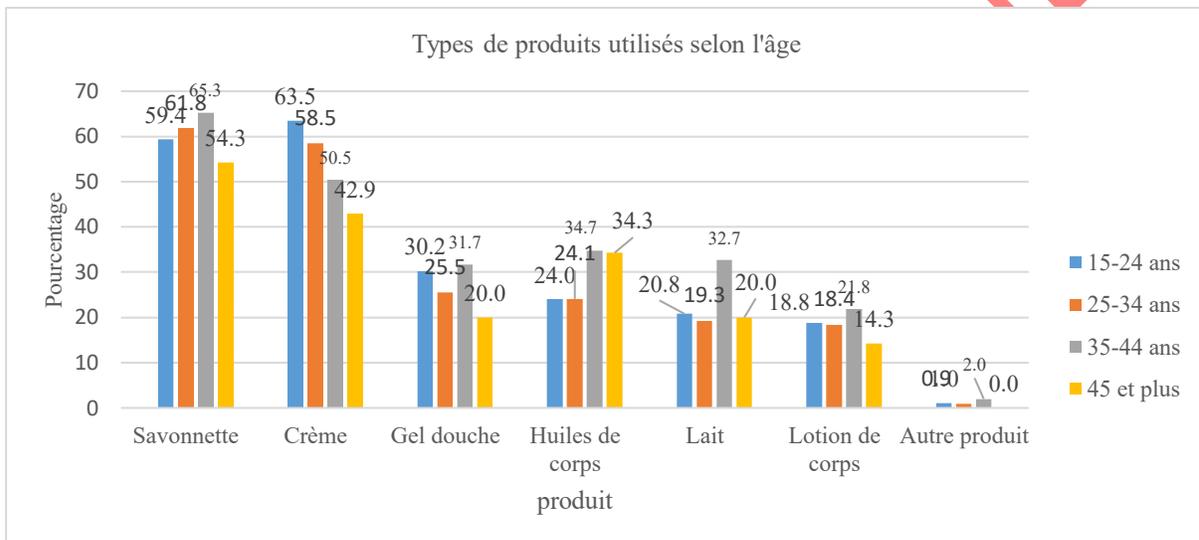


Les produits cosmétiques réparties entre les savonnets, les crèmes, les gels de douche, les huiles corporelles, les laits et les lotions corporelles sont largement utilisés au sein de la population dont l'âge est compris entre 15 et 45 ans.

Les taux d'usage atteignent des pourcentages de 65,3 % chez les 35 à 44 ans en ce qui concerne les savonnets. Pour les crèmes, ces pourcentages sont de 63,5 % dans les 15-24 ans.

La figure 10 ci-dessous donne une répartition détaillée du type de produit par tranche d'âge.

**Figure 10 : Produit utilisé selon le sexe et l'âge**

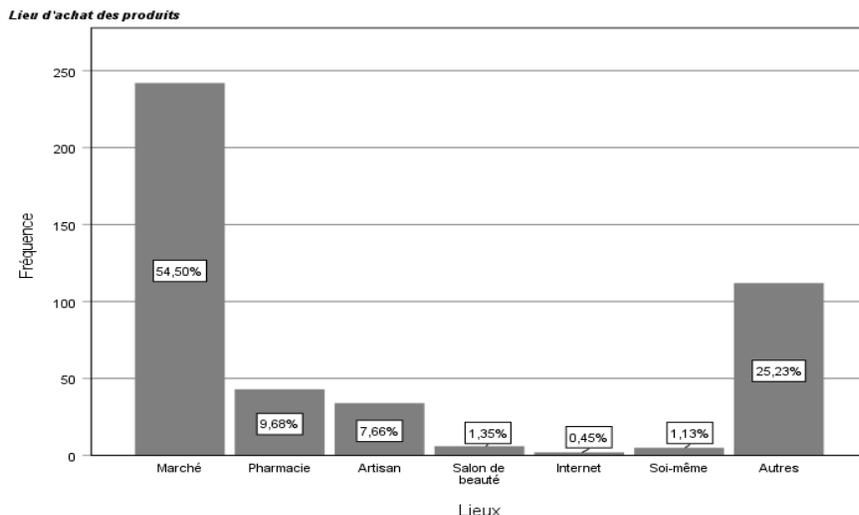


## 2.2. Lieu d'achat des produits

Seul 10% des achats sont effectués dans les officines pharmaceutiques où l'on peut contrôler la qualité du produit et le circuit d'approvisionnement. Le reste des achats, soit près de 90 % sont faits dans le circuit informel qui englobe les marchés, les artisans, internet, les centres commerciaux et Autres (25.23%).

La dernière catégorie (Autres), toute aussi importante (25.23%), est préoccupante puisque les informations extraites des enquêtes semblent indiquer des circuits complexes (produits importés dans les bagages des parents et amis) d'approvisionnement.

Figure 11 : Lieu d'achat des produits



L'appréciation du budget alloué par les enquêtés pour s'acheter les produits cosmétiques éclaircissants pour la peau révèle leur accessibilité puisque 81,09% estiment qu'ils sont vendus à des prix abordables (un peu cher, pas chers) contrairement au reste de l'échantillon (18,91%) qui les estiment coûteux. Cette proportion pourrait inclure les 12,39% de l'échantillon ne justifiant pas d'un emploi.

Paradoxalement, 41% de l'échantillon intègre les élèves et étudiants qui pourtant ne justifient pas de source de revenus conséquents. Ils trouvent donc les coûts d'acquisitions de ces produits abordables.

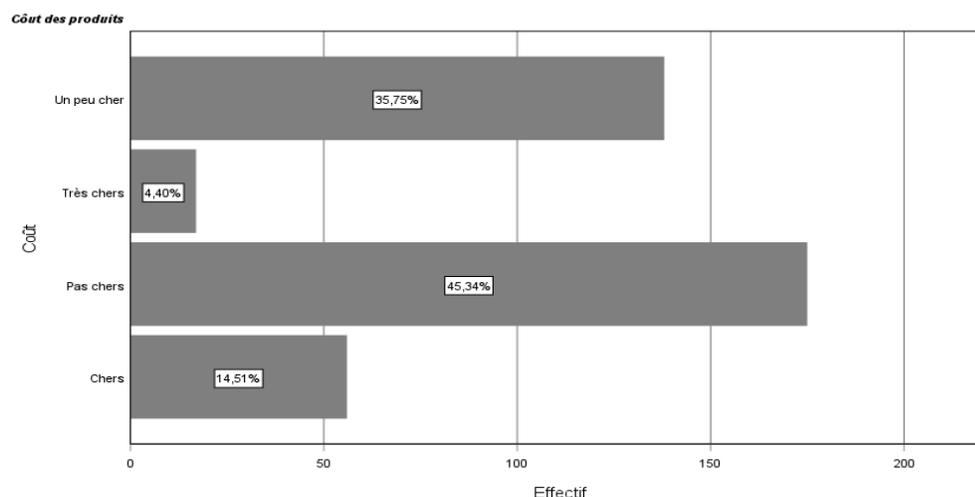
Cette analyse suppose que les produits vendus sur les marchés échappent pour beaucoup aux contrôles des autorités compétentes et autres taxes fiscales. On pourrait donc conclure que ces produits bon marché sont majoritairement le fait du secteur informel au même titre que les commandes effectuées directement depuis l'étranger comme évoqué dans la rubrique relative « *au lieu d'achat* ».

La figure 12 ci-dessous donne une répartition détaillée des appréciations des coûts d'acquisition des produits.

L'accessibilité financière des produits pourrait être influencée par divers facteurs, tels que les canaux de distribution ou les pratiques commerciales. Cependant, des recherches supplémentaires seraient nécessaires pour déterminer les causes exactes de cette accessibilité.

Il serait également judicieux d'étudier la composition et la sécurité des produits, en particulier en ce qui concerne des préoccupations potentielles comme la présence de mercure ou d'autres substances dangereuses, afin de garantir la protection des consommateurs.

**Figure 12. Coût des produits**



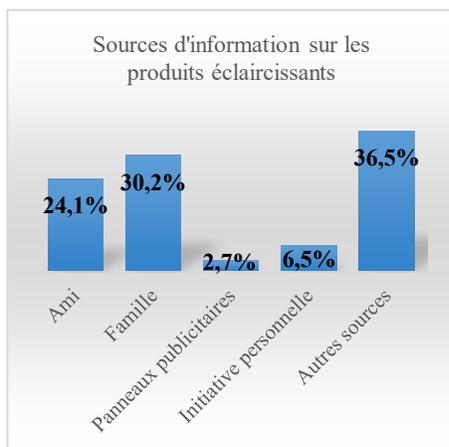
La source de l'information influençant la pratique du blanchissement de la peau est un paramètre non négligeable. Le résultat obtenu au titre de ce paramètre montre que l'entourage immédiat (famille, ami) joue un rôle important dans la pratique du blanchiment de la peau (54.3%) au même titre que les publicités via les réseaux sociaux (influenceurs) et les panneaux/affiches publiques avec 39.20%.

Ces résultats constituent une source de préoccupation puisque les initiatives personnelles, sans influence extérieure directe de blanchiment volontaire de la peau, restent marginales avec 6.5%.

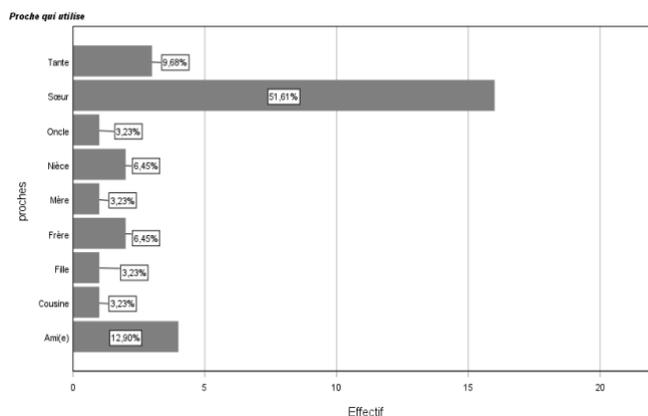
Les figures 13 et 14 ci-dessous montrent respectivement que la répartition par source d'information et l'influence du cercle familial sont autant d'éléments qui doivent être pris en compte dans la lutte contre la dépigmentation volontaire de la peau.

L'entourage familial est donc un déterminant social qui favorise la pratique.

**Figure 13. Source d'information**



**Figure 14. Proche qui utilise**

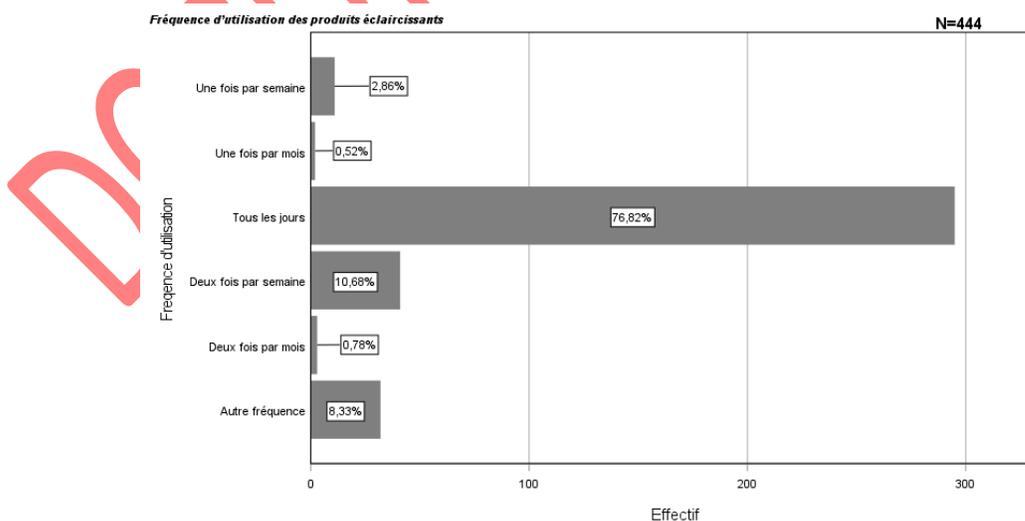


L'examen des résultats sur la fréquence d'utilisation des produits cosmétiques révèle une situation presque généralisée, proche de l'addiction, avec 76.82% (tous les jours). Les utilisations fréquentes (une ou deux fois par semaine) sont aussi une proportion non négligeable avec 13.54% comparée aux occasionnelles (une ou deux fois par mois) avec 1.30%.

En mettant en parallèle les couts abordables pour l'acquisition des produits cosmétiques éclaircissants sur le marché, ce résultat montre une cohérence pour expliquer la forte fréquence d'utilisation (tous les jours).

La figure ci-dessous donne un aperçu détaillé des fréquences d'utilisation hebdomadaire, bihebdomadaire, mensuelles et bimensuelle des produits cosmétiques éclaircissants pour la peau contenant le mercure.

**Figure 15. Fréquence d'utilisation**



**Tableau 2. Age moyen du début d'utilisation (mettre en cohérence avec la partie sur la pyramide des âges plus haut)**

<i>Age moyen du début d'utilisation</i>		
	N	Moyenne
Effectif	371	21,98

Sur la base de l'effectif d'enquête, l'âge moyen du début d'utilisation des produits cosmétiques éclaircissants est de 22 ans ( $\cong 21,98$ ). Cette donnée confirme, une fois encore, que la pratique touche une population relativement jeune.

### **Section 3. Connaissances**

Les utilisateurs des produits cosmétiques éclaircissants pour la peau s'intéressent plus à leur efficacité d'action décapant qu'à leur composition.

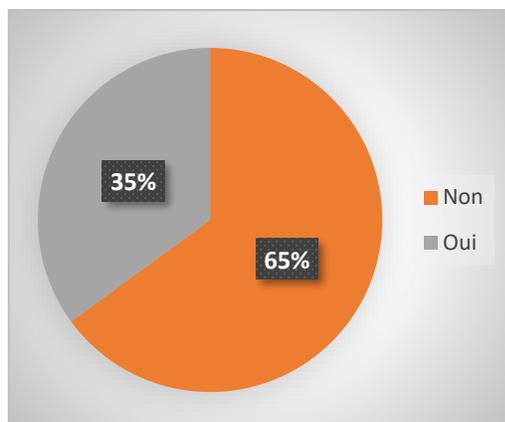
65% des personnes interrogées affirment ne pas connaître le mercure, l'hydroquinone, les corticoïdes. Elles ne s'intéressent donc pas à leurs effets sur la santé et l'environnement malgré un taux de scolarisation de 93% de l'échantillon. Ces résultats attestent que les personnes accordent peu d'importance à la composition des produits cosmétiques et aux ingrédients qui les composent.

Lorsque l'investigation prend en compte la liste des ingrédients par catégorie (produits naturels végétaux, produits chimiques actifs, marques commerciales, autres produits) il se dégage un résultat qui, à priori, contredit la méconnaissance de la composition des ingrédients des produits cosmétiques puisque 58,6% prétendent que les produits qu'ils utilisent sont à base d'ingrédients naturels. De même, 23,3% avouent que leurs produits ont des ingrédients actifs chimiques.

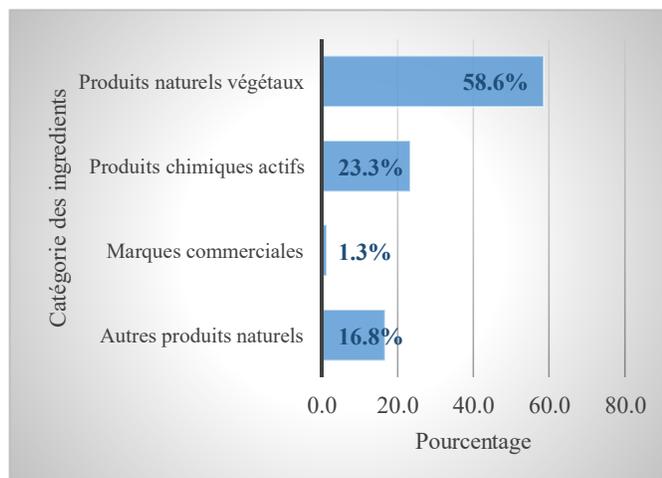
Ce constat pourrait s'expliquer par une attitude de déni vis-à-vis de la pratique du blanchiment volontaire de la peau, elle-même influencée par l'environnement social.

Les figures 16 et 17 ci-dessous clarifient les niveaux de connaissances sur la composition des produits cosmétiques éclaircissants dans la zone d'étude.

**Figure 16. Connaissances des ingrédients suivants Mercure, Hydroquinone, Corticoïde**

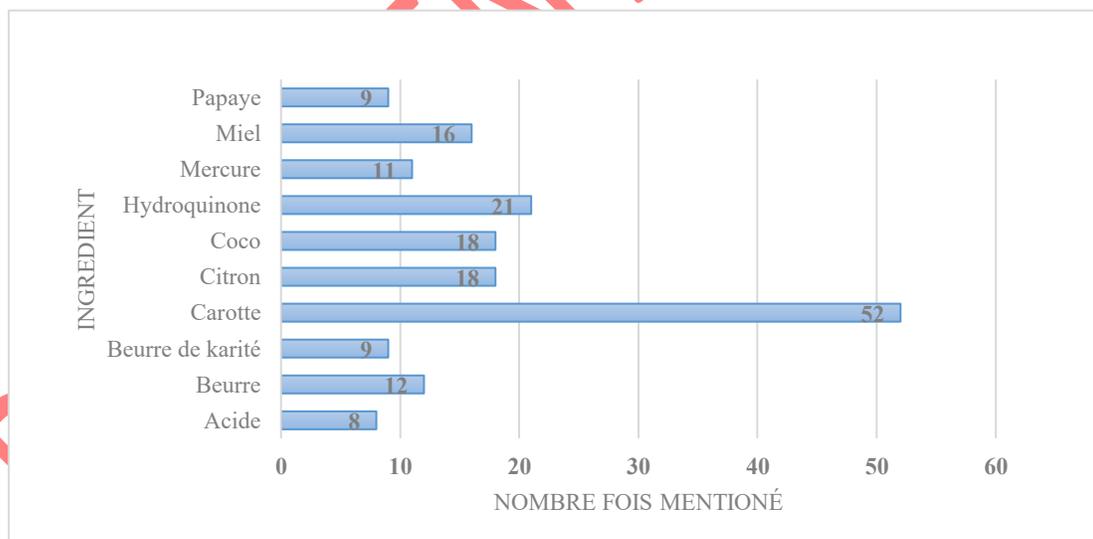


**Figure 17. Listes des ingrédients par catégorie**



Un autre résultat important montre une propension en faveur de certains ingrédients comme la carotte. La figure 18 ci-dessous donne les 10 ingrédients couramment mentionnés dans les produits cosmétiques.

**Figure 18. Top 10 des ingrédients mentionnés**



La forte méconnaissance du mercure, de l'hydroquinone et des corticoïdes auprès des enquêtés et leur propension à déclarer recourir aux produits cosmétiques à base de Carotte, de Coco ou de Citron pourrait s'expliquer par les annonces publicitaires mensongères qui font la promotion des produits éclaircissants pour la peau. La zone d'enquête (le Grand Libreville) pourrait toutefois aussi être une limite pour confirmer ses hypothèses.

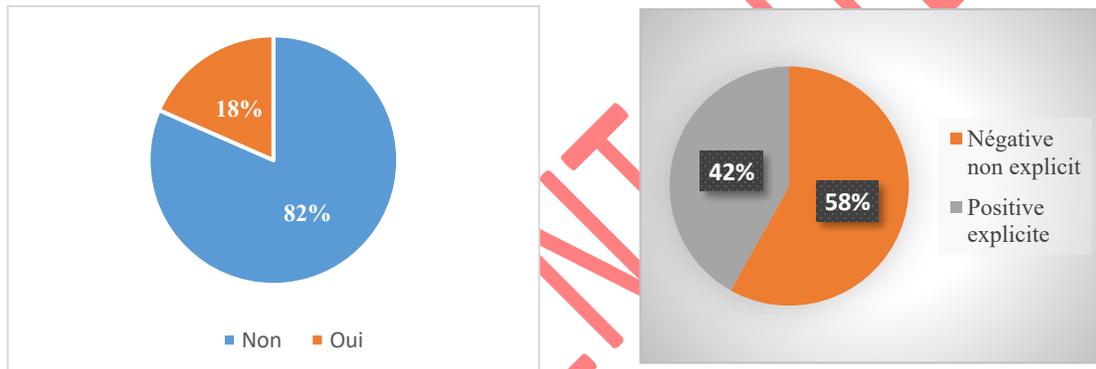
## Section 4. Perceptions

Bien que 82% des enquêtés affirment que la beauté ne dépend pas de la couleur de la peau, il n'en demeure pas que 18% pensent le contraire.

Dans le même temps, les raisons évoquées pour justifier l'utilisation des produits cosmétiques éclaircissants tournent autour de « *la beauté du teint clair* » et « *du bien-être psychologique* » ressenti. De ce fait, il apparaît une contradiction avec les chiffres précédents qui montrent que plus de 86% des répondants utilisent les produits cosmétiques éclaircissants pour changer de couleur de peau. Il y'a donc, une fois de plus, une forme de déni de la pratique du blanchiment de la peau de la part des consommateurs des produits cosmétiques éclaircissants.

Les figures 19 et 20 donnent respectivement les résultats en proportion sur la perception de la couleur de peau.

Figure 19. La beauté dépend de la couleur de la peau      Figure 20. Perception sur le teint



La figure 20 ci-dessus montre que 58% des répondants ont une perception négative de la couleur de leur peau contre 42% qui disent en avoir une perception positive.

Pour mieux comprendre ces résultats, les principales catégories de perception des répondants ont été classifiées en cinq groupes :

<b>1. Appréciation positive explicite:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Belle/Magnifique</li> <li>○ Splendide/Sublime</li> <li>○ Parfaite</li> <li>○ J'aime/J'adore</li> </ul>	<b>2. Satisfaction modérée :</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Normale/Naturelle</li> <li>○ Ça va/Bien</li> <li>○ Satisfait(e)</li> <li>○ Convenable</li> </ul>	<b>3. État de la peau :</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Propre/Éclatante</li> <li>○ Claire/Lumineuse</li> <li>○ Brillante/Rayonnante</li> <li>○ Uniforme/Sans taches</li> </ul>
<b>4. Perception négative :</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Pas encore satisfait(e)</li> <li>○ Imperfections/Taches</li> <li>○ Pas assez claire</li> <li>○ Problèmes de peau</li> </ul>		<b>5. Neutralité/Acceptation:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Je fais avec</li> <li>○ Rien à dire</li> <li>○ C'est ma peau</li> <li>○ Rien de spécial</li> </ul>

Au terme de l'évaluation, la majorité des répondants (158) expriment une appréciation positive explicite de leur teint. De façon spécifique, il en résulte que :

- 82 personnes montrent une satisfaction modérée
- 45 personnes décrivent spécifiquement l'état de leur peau
- 28 personnes expriment une perception négative
- 37 personnes adoptent une position neutre ou d'acceptation

En ce qui concerne les avantages que pourraient procurer la couleur de peau, près de 26 % de l'échantillon prétendent que le teint clair donne des privilèges.

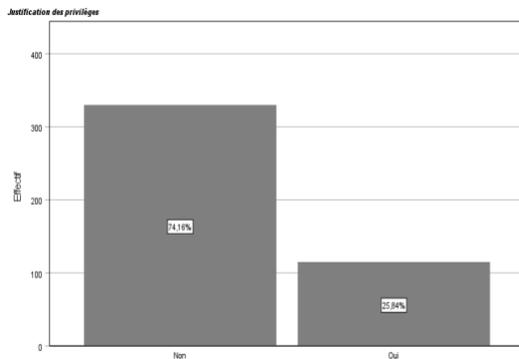
Pour affiner la compréhension des mobiles qui pourraient expliquer la pratique du blanchiment de la peau, le croisement des critères « *avantage x privilèges* » montre que 35.80% des enquêtés affirment que le « *teint clair* » donne des avantages et des privilèges jusqu'à favoriser les relations amoureuses.

De même, 23.86% affirment qu'elles sont mieux acceptées par les autres alors que 21.59% parlent de beauté et belle apparence qui favorisent les contacts et les amitiés.

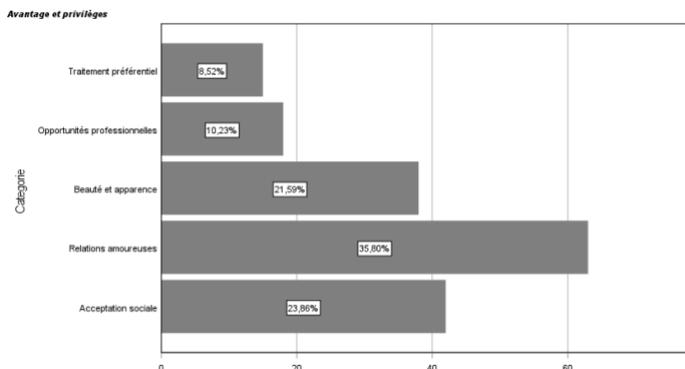
Sur le plan des opportunités professionnelles, 10.23% des enquêtés estiment que le teint clair procure est un facteur important.

Les figures 21 et 22 ci-dessous, donnent une appréciation des résultats par critères d'enquête considéré.

**Figure 21. Justification des privilèges (Oui/Non)**



**Figure 22. Avantages & privilèges**

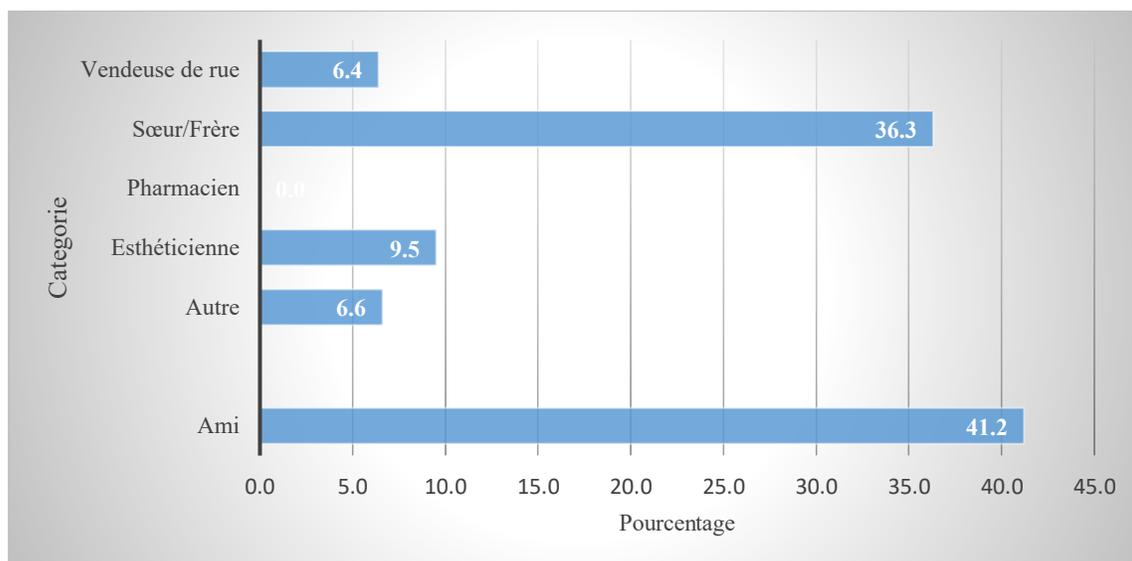


En ce qui concerne les discussions ou les débats sur les produits cosmétiques éclaircissants pour la peau, 41.2% des individus affirment les faire avec les amis, et 36.3% avec les frères/sœurs.

Il est tout de même important de faire ressortir qu'aucun enquêté n'affirme discuter avec les pharmaciens. Donc, l'essentiel des échanges, qui couvre une proportion de 77% des enquêtés concerne l'entourage très proche des personnes qui s'adonne à la pratique du blanchiment de la peau.

La figure 23 ci-dessous, explicite ce résultat.

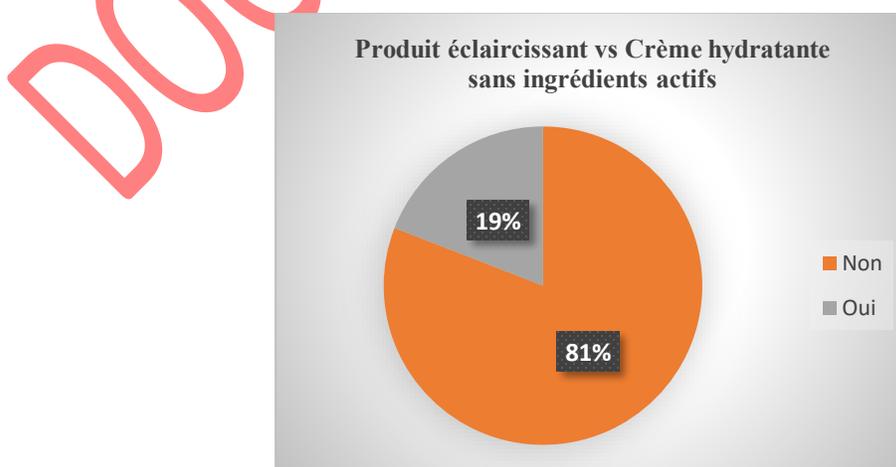
**Figure 23. Interlocuteurs sur les produits éclaircissants**



Au terme de l'évaluation de la perception sur les produits cosmétiques éclaircissants pour la peau, on note que 81% de l'échantillon estiment qu'ils ne sont pas dangereux pour la santé malgré un taux élevé d'utilisation (86.9%). Ces chiffres montrent malheureusement que la majorité des consommateurs des produits cosmétiques éclaircissants pour la peau ont peu de connaissances des risques sanitaires encourus. Cette perception est donc de nature, si les mesures adéquates ne sont pas prises, de nuire aux campagnes de sensibilisation invitant à l'élimination des produits cosmétiques éclaircissants pour la peau.

La figure 24 ci-dessous présente les résultats obtenus sur l'évaluation des risques d'utilisation d'un produit éclaircissant plutôt qu'une crème hydratante ne contenant pas d'ingrédients actifs.

**Figure 24. Risques à utiliser un produit éclaircissant plutôt qu'une crème hydratante ne contenant pas d'ingrédients actifs.**



## Chapitre 3 : Discussion et Recommandations

### Section 1. Discussion

Au terme de cette Enquête CAP, plusieurs points peuvent être discutés.

Les déterminants sociaux qui poussent les individus à se blanchir volontairement la peau en dépit des risques sanitaires encourus, touchent au sexe dans un premier temps. Les femmes et les jeunes filles sont les plus vulnérables par rapport aux hommes. L'âge est aussi un déterminant majeur car il a été démontré que toutes les tranches d'âge ne sont pas exposées au phénomène avec la même intensité. Les adolescentes (14 ans-18 ans) et les jeunes adultes (21 ans-35 ans) sont des consommatrices régulières des produits cosmétiques éclaircissants la peau.

Pour les produits les plus utilisés, il s'avère que les savonnettes (28.54%) et les crèmes de corps (26.29%), avec un pourcentage moyen de 27.41 % soient les plus prépondérants. Les taux d'usage atteignent 65.3 % chez les 35 à 44 ans en ce qui concerne les savonnettes.

Pour les mobiles de la pratique du blanchiment de la peau, "*l'Embellissement de la peau*", pour une meilleure acceptation sociale ou professionnelle serait la raison première.

Dans un deuxième temps, *le niveau d'étude et l'appartenance à une catégorie sociale* n'excluent pas les populations, hommes et femmes, aux dangers de ces produits cosmétiques. En effet, malgré un niveau d'étude relativement élevé, les individus interrogés ont, non seulement une méconnaissance des ingrédients contenus dans ces produits mais aussi et surtout une méconnaissance des effets sanitaires et environnementaux qui en découlent en raison des substances dangereuses qui y sont contenues.

Toutefois, en fonction du pouvoir d'achat, il existe une forte disparité de consommation. La majorité des personnes interrogées sont jeunes (étudiants/élèves) avec un faible pouvoir d'achat. Cette population s'embles'adonner à l'achat des gammes de produits bon marché, plus à risques, qui échappent de fait aux contrôles des autorités compétentes ; donc exemptes de taxes et autres impôts.

Comme autres déterminants sociaux, il y a l'influence de la famille. En effet, les consommateurs sont issus de familles qui elles-mêmes utilisent ces produits cosmétiques. Les membres se renseignent et se partagent les informations et parfois les mêmes produits de blanchiment de la peau.

Enfin, au plan culturel, les jeunes n'échappent pas aux discours de contre vérité sur la beauté et les avantages qu'offrirait une « *peau claire* » au plan social notamment pour les jeunes femmes.

Relayé par les médias et les réseaux sociaux, ces discours construisent des perceptions fausses des célébrités et finit par convaincre des avantages des faux stéréotypes : « *se blanchir la peau confère une considération sociale* » alors que les problèmes sanitaires sont inévitables à court, moyen et long terme sur les populations exposées directement ou indirectement.

## Section 2. Recommandations

Au terme de cette discussion, il apparaît que la pratique du blanchiment de la peau par les cosmétiques dangereux est un sujet de santé publique dans la population gabonaise. Il doit donc être adressé par les autorités compétentes au plan local, national et régional.

Ainsi, la stratégie pour atteindre cet objectif d'élimination effective pourrait s'articuler autour des cinq axes suivants :

1. **Renforcement de la réglementation** : Interdire strictement l'importation, la production et la vente de produits contenant du mercure tout en renforçant les autorités de réglementation des médicaments et autres produits de santé, y compris les produits cosmétiques éclaircissants pour la peau, avec des capacités analytiques techniques et logistiques.
2. **Sensibilisation** : Tirer parti des sciences du comportement pour comprendre, à une grande échelle, les facteurs sous-jacents de l'éclaircissement de la peau et en appliquer les conclusions dans le cadre d'interventions de santé publique et d'efforts d'engagement communautaire visant à modifier les comportements et à s'attaquer, à travers des campagnes éducatives ciblées, aux facteurs sociétaux auprès des jeunes femmes, des mères et des jeunes en milieu scolaire.
3. **Surveillance du marché** : Renforcer les contrôles douaniers et le suivi des produits sur les marchés informels à travers la mobilisation des ressources techniques et financières pour intensifier les efforts visant à éliminer les produits cosmétiques éclaircissants pour la peau contenant du mercure.
4. **Contrôle du commerce en ligne** : Collaborer avec les plateformes pour restreindre la vente de produits illégaux à travers notamment la création des conditions favorables à l'adoption d'accords concernant l'identification, le retrait et la prévention de la vente des cosmétiques à teneur en mercure.
5. **Coordination internationale** : Harmoniser les efforts avec la Convention de Minamata pour interdire ces produits autrement dit engager toutes les parties prenantes, les organisations de la société civile, les dirigeants communautaires, le monde universitaire et les groupes professionnels tels que les dermatologues, les travailleurs des soins de santé primaires, les écoles et les groupes confessionnels, le secteur privé, à lutter contre le blanchiment de la peau.

## Conclusion

En définitive, *l'Enquête sur les Connaissances, Aptitudes, Pratiques (CAP) et la fréquence d'Utilisation des Produits Cosmétiques Éclaircissants pour la peau contenant du mercure*, conduite dans le Grand Libreville, aura montré une faible adhésion et acceptation de la part des acteurs (professionnels et consommateurs). Cette posture pourrait s'expliquer, d'une part par le caractère intime de la pratique et, d'autre part par la stigmatisation autour de la pratique.

Cette enquête a toutefois l'avantage d'avoir mis en évidence l'urgence de la prise de mesures concrètes pour limiter l'usage des produits éclaircissants contenant du mercure.

L'implication des autorités sanitaires et environnementaux, de la société civile et des partenaires au développement est essentielle pour, non seulement réduire les risques associés à cette pratique mais aussi et surtout d'encourager des comportements plus sains et durables.

DOCUMENT INTERNE

## Références Bibliographiques

1. BRI (2018). Phasing out mercury-added products: skin lightening products and other cosmetics. Portland, Biodiversity Research Institute ([http://www.briloon.org/uploads/BRI\\_Documents/Mercury\\_Center/UNEP%20Projects/2019/FOR%20WEB%20Global%20Cosmetics%20Flyer%20revised%202019.pdf](http://www.briloon.org/uploads/BRI_Documents/Mercury_Center/UNEP%20Projects/2019/FOR%20WEB%20Global%20Cosmetics%20Flyer%20revised%202019.pdf)).
2. Convention de Minamata sur le mercure (<http://www.mercuryconvention.org>)
3. Direction Générale de la Statistique (DGS) – DÉCEMBRE 2015. Résultats Globaux du Recensement Général de la Population et des Logements du Gabon (RGPL-2013),
4. Direction Générale de la Statistique (DGS) du Ministère de l'Économie et de la Relance. Troisième Enquête Démographique et de Santé au Gabon (EDSG–III) 2019–21,
5. EEB ZMWG (2018). Mercury-added skin-lightening creams. Available, inexpensive, and toxic. Brussels, European Environmental Bureau. Zero Mercury Working Group (<https://eeb.org/publications/59/industry-health/95798/report-mercury-added-skin-lightening-creams-available-inexpensive-and-toxic.pdf>)
6. IPCS (1991). Mercury-containing cream and soap. In: Inorganic mercury. Geneva, World Health Organization, International Programme on Chemical Safety (Environmental Health Criteria 118; (<http://www.inchem.org/documents/ehc/ehc/ehc118.htm#SectionNumber:3.5>).
7. Prüss-Üstün et C. Corvalán, OMS 2007. Prévenir les maladies grâce à des environnements sains
8. OMS (2008). Guidance for identifying populations at risk from mercury exposure. Geneva, World Health Organization (<http://www.who.int/foodsafety/publications/chem/mercuryexposure.pdf>).
9. Peltzer K, Pengpid S, James C (2016). The globalization of whitening: prevalence of skin lighteners (or bleachers) use and its social correlates among university students in 25 countries. *Int J Dermatol*, 55(2):165–172.

DOCUMENT INTERNE

**ANNEXES**

## Annexe1 : Aperçu sur les Termes de référence de l'enquête CAP

### Enquête nationale prévalence et CAP sur produits éclaircissants avec mercure (2400684)

Status Open	Recruiter NTOUTOUME OBIANG, Rosalie N.	Organizational Unit AF_GAB Gabon
Status Details Sourcing	Hiring Manager INOUA, Aboubacar	Primary Location Gabon > Libreville
Requisition Type Non-Staff Recruitment		
Hired Candidates 0 out of 1		

### Identification

#### Identification

Requisition Title Enquête nationale prévalence et CAP sur produits éclaircissants avec mercure	Position Number 000000, No Position	Number of Openings 1
Assignment FTE 100%	Contractual Arrangement Special Services Agreement (SSA)	
Initiate approval Request approval		
Supplier Number IDO		
Travel provided by WHO on appointment No		
Hiring Department Admin Resource 1 ntoutoumer@who.int	Hiring Department Admin Resource 2 nduwimanac@who.int	
<b>For Consultants Only</b> Nature of Consultancy On-site	Consultant Type National consultant	Consultancy Duration Range 6 months or less
Retainer Contract N/A	Is a waiver required for this consultancy? No, a waiver is not required	
Consultant references N/A	Reference: Full name, occupation/title & current employer N/A	Reference: Current email and/or telephone N/A
<b>For Internships Only</b> Internship Area of Work - Please select the relevant area of work for the internship N/A		
Internship - Description of duties Not applicable for consultant requisitions		
Internship - Learning objectives		

# External Description

External Description - Classified Position

--

External Description - No classified position exists

Contexte

Le projet SLPs-Gabon s'articule au tour de trois composantes dont celle portant sur la gestion des connaissances à travers laquelle le Gabon, à l'instar de la Jamaïque et du Sri Lanka, doit faire le nécessaire pour disposer d'une législation adaptée au contexte national en ce qui concerne l'élimination de l'utilisation des produits cosmétiques éclaircissants pour la peau contenant du mercure. La conduite d'une enquête de prévalence et de connaissances, aptitudes et pratiques (cap) au Gabon constitue un des préalables pour disposer des données factuelles sur les pratiques de la dépigmentation artificielle de la peau.

Les résultats obtenus au terme de cette enquête seront capitalisés pour conduire l'ensemble des activités qui se rattachent à la sensibilisation mondiale accrue grâce au soutien politique (résultat 3.1.1) du projet.

Placée sous la responsabilité du Ministère de la Santé à travers l'Agence du Médicament, agence d'exécution du Projet SLPs-Gabon, cette activité pourra faire recourt à un consultant recruté selon les procédures en vigueur à l'OMS. Le bureau pays de l'OMS au Gabon, en sa qualité d'agence d'exécution avec BRI, apporteront l'appui nécessaire à l'atteinte des résultats attendus. Le Ministère en charge de l'environnement, Point Focal National de la Convention de Minamata, jouera un rôle essentiel tout au long du processus.

Objectifs

L'enquête a pour objectif de mettre à la disposition du comité de pilotage du projet, toutes les informations factuelles nécessaires non seulement à la prise d'une réglementation pour éliminer l'usage des produits cosmétiques éclaircissants contenant du mercure au Gabon, mais aussi à la sensibilisation des populations exposées. Il s'agira notamment de répondre scientifiquement aux questions suivantes :

Quelle est la fréquence de la dépigmentation volontaire (DV) dans la population gabonaise, quelles sont les facteurs de risque de cette pratique, quelles sont les connaissances et perceptions des populations en la matière ?

Déroulement de la mission

Il s'agira d'une enquête observationnelle transversale descriptive et analytique suivant deux approches (quantitative et qualitative) conduite sous l'autorité de l'Agence du Médicament assistée de l'OMS et de BRI.

L'ensemble des 9 provinces du Gabon, les ménages, les cabinets de dermatologies et les différents salons (instituts) d'esthétiques et/ou de coiffures serviront de cadre et lieux de l'étude.

Les outils de collecte de données seront des questionnaires élaborés (approche quantitative) et des entretiens enregistrés (approche qualitative) pour :

- Identification socio-économique (Age, niveau d'éducation...) et DV
- Identification des éléments sur les connaissances sur DV
- Identification des éléments liés aux attitudes sur DV
- Identification des éléments liés aux pratiques sur DV

Un guide d'entretien sera élaboré par le Consultant et mis à la disposition de tous les enquêteurs après validation par le comité de pilotage du projet SLPs Gabon.

Résultat attendu

Un rapport contenant toutes les informations factuelles sur la dépigmentation volontaire notamment la prévalence, les déterminants, les produits de la dépigmentation en circulation, la répartition par tranche d'âge et par sexe, statut social et matrimonial des personnes exposées, les circuits d'approvisionnement, une cartographie des zones ou toute autre données ou illustration (images, coordonnées géo référencées,...) jugées pertinentes.

Une interprétation scientifique des résultats ainsi que les recommandations et orientations visant à renforcer la lutte contre l'élimination formelle de la pratique de blanchiment de la peau par les cosmétiques contenant du mercure au sein de la population gabonaise doit constituer une partie non moins prépondérante du rapport au même titre que des stratégies de communication pour améliorer les connaissances sur l'impact de l'utilisation du mercure dans le blanchiment de la peau.

Les conclusions de l'enquête, objet du rapport, seront présentées au Comité de pilotage et à l'OMS au cours d'une réunion/atelier plénier planifiée pour son adoption.

Population de étude

L'enquête concerne toutes les personnes de deux sexes, âgées de 15 ans et plus, de toutes nationalités confondues, vivant dans les ménages ordinaires (les ménages collectifs seront exclus, notamment les internats, les hôtels, les casernes, les prisons).

Tous les sujets inclus (hommes et femmes) seront interrogés.

Matériel de mission

Les outils de collecte de données seront, en plus des questionnaires élaborés (approche quantitative), des entretiens enregistrés et photographies (approche qualitative). Selon les disponibilités financières du projet, la logistique sera assurée selon les procédures en vigueur à l'OMS. Pour cette raison, l'expression des besoins sera préalablement formulée et validée.

Transport

Pour faciliter l'acheminement de mission sur certains sites, des facilités de transport peuvent être pourvues selon les procédures applicables à l'OMS.

Consultant (SSA)

Un consultant principal (SSA) conduira l'enquête dans la période du 15 Février au 15 avril 2024, sous la supervision du Comité de pilotage du projet SLPs Gabon.

Sa méthodologie de travail va s'articuler autour d'une approche quantitative de collecte des données au sein de chacun des sites urbains retenus [trois zones à couvrir permettant ainsi de représenter différents profils sociodémographiques : quartier résidentiel (aisé et moyen), quartier populaire et quartier périphériques.] Chaque quartier sera divisé selon l'espace géographique et les affinités de sa population en secteur de dénombrement (SD). Au sein de chaque SD, un point de chute sera défini et assigné à l'avance aux équipes d'enquêteurs. A partir de ce point, chaque enquêteur se dirige vers une direction et procède à l'enquête porte à porte.

Huit binômes d'enquêteurs (1 professionnel de santé ou de l'environnement de sexe masculin et un professionnel de sexe féminin) appuieront le consultant envers qui ils recevront mandat d'administrer le questionnaire au niveau de chaque SD.

Le choix des ménages à interroger devra se faire selon une règle dite de la main droite (où chaque binôme d'enquêteurs suit sa main droite) et contacte les ménages en respectant un pas de sondage qui sera défini dans chaque SD et ménages pour chaque entretien effectué.

Dans les immeubles, il ne se fera que 4 entretiens par bloc d'habitation en procédant par un tirage aléatoire après avoir pris connaissance du nombre d'appartements dans chaque bloc ou immeuble. Ces mesures permettent de minimiser les influences du voisinage sur les réponses et éviter tout biais inconnu concernant les habitudes par le voisinage.

Au niveau de chaque foyer retenu, il sera choisi au maximum une personne de sexe masculin et une personne de sexe féminin.

En milieu rural, un pas de sondage sera calculé selon l'effectif à enquêter et le nombre de foyers composant la localité choisie.

Le questionnaire sera rempli par les enquêteurs aux domiciles des personnes enquêtées.

La méthodologie de l'enquête sera aussi qualitative en ce qu'elle sera réalisée aussi sous forme de focus Groups et d'entretiens individuels en face à face au sein des cabinets de dermatologies ou de toute autres structures pertinentes choisies pour l'étude. Elle comportera :

- Deux focus groupes composés de 8 à 12 femmes d'une part et 8 à 12 hommes, choisis parmi la population cible qui est constituée de toutes les personnes âgées de 15 ans et plus vues en consultations dans les cabinets de dermatologies.
- Ces focus groupes seront réalisés dans un échantillon représentatif de la situation nationale qui pourrait être défini essentiellement à Libreville (Owendo-Libreville-Akanda-Ntoum), Port Gentil, Franceville-Moanda, Oyem-Bitam, Makokou ;
- Des entretiens individuels avec les professionnels de santé (dermatologues) à (Owendo-Libreville-Akanda-Ntoum), Port Gentil, Franceville-Moanda, Oyem-Bitam, Makokou.
- Des entretiens individuels des responsables professionnels des salons d'esthétiques et/ou de coiffures dans les zones pertinentes.

Qualifications, expérience, compétences et langues

Diplômes et qualifications

Essentiel : Pour conduire cette étude, le Consultant (SSA) devra justifier au minimum du premier diplôme universitaire (licence) dans l'un des domaines suivants épidémiologie, sociologie, anthropologie ou toute autre discipline apparentée.

Souhaitable : une expertise en épidémiologie, sociologie, anthropologie ou de toute autre discipline apparentée

Expérience professionnelle

Essentielle : Justifier d'une expérience antérieure d'au moins 2 années dans la conduite d'études de type CAP dans le domaine de la santé publique et de préférence en Afrique subsaharienne Justifier d'aptitude à coordonner des équipes d'enquêteurs multisectoriels. Avoir des connaissances dans la rédaction de rapports d'études

Souhaitable : Avoir une expérience avec une organisation internationale du système des Nations Unies ou une ONG Internationale serait un atout.

Compétences fonctionnelles

- avoir une bonne capacité d'analyse, de négociation,
- Avoir une capacité de planification et de gestion,
- Avoir une bonne capacité rédactionnelle,
- Être en mesure de respecter les délais et
- Être capable de travailler dans un environnement multiculturel

Connaissances linguistiques

Avoir une bonne maîtrise du français,

Connaissances informatiques

- Avoir une bonne connaissance de l'utilisation des logiciels informatiques dans l'analyse des données qualitatives
- Avoir une bonne capacité d'utilisation des logiciels informatiques (Word, Excel, Power Point), des technologies de l'information et des logiciels de gestion de base de données.

Contrat et rémunération

Le consultant (SSA) sera recruté au grade NOB suivant le barème du système des Nations Unies au Gabon pour une période initiale de deux mois avec possibilité de renouvellement.

Les candidatures féminines sont fortement encouragées.

Il s'agit d'un recrutement national.

Additional Information

## Annexe 2. Questionnaire d'enquête

### Enquête CAP sur les produits éclaircissants contenant du mercure

07/2024 - OMS

Ce questionnaire s'adresse aux individus homme et femme (18-35ans). Les données recueillies et le traitement qui s'en suivront, garantissent l'anonymat des enquêtés. Merci de votre collaboration.

#### Identité de l'informateur

##### 1. Sexe

- Homme  Femme

##### 2. Age

##### 3. Niveau d'étude

- Sans  Primaire  Secondaire  Supérieur

##### 4. Profession

- Elève  Etudiant  
 Fonctionnaire  Agent du secteur privé  
 Artisan/commerçant  Chômeur  
 Autre

##### 5. Commune

- Libreville  Owendo  Akanda  Ntoum

##### 6. Arrondissement

#### Consommation de produits d'entretien de la peau

##### 7. Avez-vous déjà utilisé un produit pour entretenir votre peau ne serait-ce qu'une ou deux fois ?

- Oui  Non

##### 8. Au cours des 30 derniers jours, avez-vous utilisé un produit éclaircissant ne serait-ce qu'une ou deux fois ?

- Oui  Non

Aller à 9. Justification du produit' si Utilisation au cours des 30 derniers J – "Oui"

##### 9. Si oui, indiquez la marque du produit utilisé

La question n'est pertinente que si Utilisation au cours des 30 derniers J – "Oui"

##### 10. Au cours des 12 derniers mois, avez-vous utilisé un produit d'entretien de la peau ne serait-ce qu'une ou deux fois ?

- Oui  Non

##### 11. Actuellement, utilisez-vous des produits d'entretien de la peau ?

- Tous les jours  De temps en temps  Jamais

##### 12. Considérez-vous que les produits d'entretien de la peau soient ?

- Pas chers ?  Un peu cher ?  Chers ?  
 Très chers ?

##### 13. Pensez-vous que vous utiliserez un produit d'entretien de la peau au cours de l'année à venir ?

- C'est certain  Il est probable que oui  
 Il est probable que non  Il est certain que non

##### 14. Pensez-vous essayer bientôt un produit d'entretien de la peau ?

- C'est certain  Il est probable que oui  
 Il est probable que non  Il est certain que non

##### 15. Avez-vous un proche qui utilise un produit d'entretien de la peau ?

- Oui  Non

##### 16. Si oui, lequel ?

- Père  Mère  Frère  
 Sœur  Oncle  Tante  
 Ami(e)  Autre, précisez...

La question n'est pertinente que si Proche utilisant de produit – "Oui"

##### 17. Si l'un de vos proches vous propose un produit d'entretien de la peau, l'essayerez-vous ?

- C'est certain  Il est probable que oui  
 Il est probable que non  Il est certain que non

##### 18. Avez-vous déjà entendu parler auparavant des produits éclaircissants ?

- Oui  Non

##### 19. Avez-vous déjà utilisé un produit éclaircissant, ne serait-ce qu'une ou deux fois ?

- Oui  Non

##### 20. Au cours des 30 derniers jours, avez-vous utilisé un produit éclaircissant, ne serait-ce qu'une ou deux fois ?

- Oui  Non

Aller à 21. Produit utilisé' si Utilisation au cours des 30 derniers JI – "Oui"



21. Si oui, indiquez le produit

*La question n'est pertinente que si Utilisation au cours des 30 derniers J1 = "Oui"*

22. Au cours des 12 derniers mois, avez-vous utilisé un produit éclaircissant, ne serait-ce qu'une ou deux fois ?

- Oui  Non

23. Actuellement, utilisez-vous des produits éclaircissants ?

- Tous les jours  De temps en temps  Jamais

24. Considérez-vous que les produits éclaircissants soient :

- Pas chers ?  Un peu cher ?  Chers ?  
 Très chers ?

25. Pensez-vous que vous utiliserez un produit éclaircissant au cours de l'année à venir ?

- C'est certain  Il est probable que oui  
 Il est probable que non  Il est certain que non

26. Pensez-vous que vous essayerez bientôt un produit éclaircissant ?

- C'est certain  Il est probable que oui  
 Il est probable que non  Il est certain que non

27. Si l'un de vos proches vous propose un produit éclaircissant, l'essayerez-vous ?

- C'est certain  Il est probable que oui  
 Il est probable que non  Il est certain que non

## Connaissances et attitudes

28. Connaissez-vous la composition chimique des produits éclaircissants ?

- Oui  Non

29. Connaissez-vous la composition chimique des produits éclaircissants que vous utilisez ?

- Oui  Non

30. Avez-vous déjà cherché à savoir la composition chimique des produits éclaircissants ?

- Oui  Non

31. Où achetez-vous les produits ?

- Marché  Pharmacie  Salon de beauté  
 Fabriquant

32. Par quel canal avez-vous eu connaissance de ces produits ?

- Ami  Sœur/Frère  
 Réseaux sociaux  Télévision  
 Panneaux publicitaires

33. Au cours des 30 prochains jours, quelle est la probabilité pour que vous utilisiez l'un des produits éclaircissants contenant ou non du mercure dont les fabricants prétendent qu'ils ne sont pas nocifs ?

- Très probable  Assez probable  Assez improbable  
 Très improbable  Je ne sais pas

34. Par rapport aux produits éclaircissants, à quel point les produits contenant du mercure sont-ils dangereux pour la santé ?

- Beaucoup moins dangereux  Plutôt moins dangereux  
 À peu près aussi dangereux  Plutôt plus dangereux  
 Beaucoup plus dangereux  Je ne sais pas

35. Selon vous, utiliser un produit éclaircissant fabriqué artisanalement contenant du mercure ...

- Ne présente aucun danger  Est légèrement dangereux  
 Est assez dangereux  Est très dangereux

36. Selon vous, l'utilisation de produits éclaircissant contenant du mercure est-elle moins dangereuse, aussi dangereuse, ou plus dangereuse que l'utilisation de produits éclaircissants contenant de l'hydroquinone

- Moins dangereuse  Aussi dangereuse  
 Plus dangereuse  Je ne sais pas

37. Selon vous, l'utilisation de produits éclaircissants parfumés contenant du mercure est-elle moins dangereuse, aussi dangereuse, ou plus dangereuse que l'utilisation de produits éclaircissants contenant du mercure sans parfum

- Moins dangereuse  Aussi dangereuse  
 Plus dangereuse  Je ne sais pas

38. Selon vous, l'utilisation de produits éclaircissants contenant de l'hydroquinone est-elle moins dangereuse, aussi dangereuse, ou plus dangereuse que l'utilisation de produits contenant du mercure ?

- Moins dangereuse  Aussi dangereuse  
 Plus dangereuse  Je ne sais pas

39. Selon vous, l'utilisation de produits éclaircissants parfumés contenant de l'hydroquinone est-elle moins dangereuse, aussi dangereuse, ou plus dangereuse que l'utilisation de produits ne contenant pas de parfum ?

- Moins dangereuse  Aussi dangereuse  
 Plus dangereuse  Je ne sais pas

**40. Selon vous, l'utilisation de produits éclaircissants fabriqués artisanalement contenant de l'hydroquinone est-elle...**

- Moins dangereuse  Aussi dangereuse  
 Plus dangereuse  Je ne sais pas

**41. Considérez-vous que les produits vendus par les artisans soient :**

- Pas chers ?  Un peu cher ?  Chers ?  
 Très chers ?

**42. Par rapport aux produits vendus en pharmacie, à quel point les produits éclaircissants contenant du mercure sont-ils dangereux pour la santé ?**

- Beaucoup moins dangereux  Plutôt moins dangereux  
 À peu près aussi dangereux  Plutôt plus dangereux  
 Beaucoup plus dangereux  Je ne sais pas

**43. Selon vous, à quel point les produits éclaircissants vendus en pharmacie ne contenant pas du mercure sont-ils dangereux pour la santé ?**

- Pas dangereux du tout  Légèrement dangereux  
 Assez dangereux  Très dangereux  
 Extrêmement dangereux  Je ne sais pas

**44. Selon vous, à quel point les produits éclaircissants vendus en pharmacie contenant de l'hydroquinone sont-ils dangereux pour la santé ?**

- Pas dangereux du tout  Légèrement dangereux  
 Assez dangereux  Très dangereux  
 Extrêmement dangereux  Je ne sais pas

**45. Dans quelle mesure pensez-vous que les produits éclaircissants vendus en pharmacie sont nocifs pour les personnes qui les utilisent de temps en temps, mais pas tous les jours ?**

- Pas du tout nocifs  Légèrement nocifs  Assez nocifs  
 Très nocifs  Je ne sais pas

**46. Considérez-vous que les produits vendus en pharmacie soient :**

- Pas chers ?  Un peu cher ?  Chers ?  
 Très chers ?

**47. Connaissez-vous d'autres manières de blanchir la peau ?**

- Oui  Non

*Aller à '48. Justification du blanchissement' si Connaissance du blanchissement de peau = "Oui"*

**48. Si oui, lesquelles ?**

*La question n'est pertinente que si Connaissance du blanchissement de peau = "Oui"*

**49. Avez-vous déjà utilisé les produits suivants :**

- Crème ?  Savonnette ?  
 Gel douche ?  Injection ?  
 Lotion de corps ?  Gélule ?  
 Aucun  Autres précisez

**50. Parmi les produits cités ci-dessus, lesquels utilisez-vous ?**

1. Crème ? 2. Savonnette ? 3. Gel douche ?  
4. Injection ? 5. Lotion de corps ? 6. Gélule ?

*Ordonnez 3 réponses.*

**51. Par rapport aux injections de produits éclaircissants, à quel point les gélules éclaircissantes sont-elles dangereuses pour la santé ?**

- Beaucoup moins dangereuses que les injections  
 ???  
 Plutôt moins dangereuses que les injections  
 À peu près aussi dangereuses que les injections  
 Plutôt plus dangereuses que les injections  
 Beaucoup plus dangereuses que les injections  
 Je ne sais pas

**52. Selon vous, à quel point les autres produits éclaircissants contenant du mercure sont-ils dangereux pour la santé ?**

- Pas dangereux du tout  Légèrement dangereux  
 Assez dangereux  Très dangereux  
 Extrêmement dangereux  Je ne sais pas

**53. Selon vous, à quel point les gélules éclaircissantes sont-elles dangereuses pour la santé ?**

- Pas dangereux du tout  Légèrement dangereux  
 Assez dangereux  Très dangereux  
 Extrêmement dangereux  Je ne sais pas

**54. Actuellement, utilisez-vous des produits éclaircissants :**

- Tous les jours ?  Moins d'une fois par jour ?  
 Pas du tout ?  Je ne sais pas ?

**55. Avez-vous utilisé des produits éclaircissants tous les jours par le passé ?**

- Oui  Non  Je ne sais pas

**56. Par le passé, avez-vous utilisé les produits éclaircissants :**

- Tous les jours ?  Moins d'une fois par jour ?  
 Pas du tout ?  Je ne sais pas

**57. En moyenne, combien des produits éclaircissants utilisez-vous par (jour/semaine) ?**

- Crème ?  Lotion ?  
 Savonnette ? Gel de douche ?  Gélule ?  
 Injection ?  Autres, Précisez :

**58. Actuellement, utilisez-vous les produits éclaircissants contenant de l'hydroquinone tous les jours, moins d'une fois par jour ou pas du tout ?**

- Tous les jours  Moins d'une fois par jour  
 Pas du tout  Je ne sais pas

**59. Utilisez-vous ces produits éclaircissants depuis :**

- 1 semaine ?  1 mois ?  1 an ?  plus d'un an ?

## Perception

60. Pourquoi utilisez-vous des produits éclaircissants ?

61. Pensez-vous que la beauté dépend de la couleur de la peau ?

Oui  Non

62. Pensez-vous que la peau claire est synonyme de beauté physique ?

Oui  Non

63. A votre avis, une personne claire de peau a-t-elle plus de privilèges/avantages que les personnes à peau noire ?

Oui  Non

*Aller à '64. Justification des privilèges' si Privilège et couleur de peau = "Oui"*

64. Si oui, quels seraient ces privilèges/avantages selon vous ?

*La question n'est pertinente que si Privilège et couleur de peau = "Oui"*

65. Avez-vous déjà parlé des produits éclaircissants avec des personnes ?

Oui  Non

66. Si oui, avec qui avez-vous parlé des produits éclaircissants ?

Ami  Sœur/Frère  Pharmacien  
 Esthéticienne  Vendeuse de rue  Personne

67. A qui faites-vous le plus confiance pour les informations concernant les produits ?

Pharmacien/Médecin  Ami  
 Sœur/Frère  Esthéticienne  
 Fabriquant  Vendeuse de rue

68. Avez-vous déjà entendu parler auparavant des produits éclaircissants contenant du mercure ?

Oui  Non

### Annexe 3 : Liste des personnes ressources/enquêteurs



#### Enquête Cap sur les produits cosmétiques contenant du mercure

Liste de présence du 06 octobre 2024

N°	Nom et Prénom (s)	Structure	Fonction	N° Airtel Money	Signature
1	EYANG NDOUTOUME MAZARINE F.	U. O. B	Enquêtrice	077 99 2839	
2	YASSI MOUNPOKO Ouheli Glorys	U. D. B.	Enquêtrice	074-20-16-21	
3	OTARI AYINGA Aldrine	Université Omar Bongo	Enquêtrice	074-60-70-44	
4	EKORO Julie Naëlle	E. N. S	enquêtrice	076 29 66 05	
5	MUSAVU-KUMBE Gilles-Thérèse	UOB	Enquêteur	074 69 53 71	
6	NTSANGÉ OVONO Elyse-Séphora	UOB	Enquêtrice	074-15-15-85	
7	BA'A NGOUA Mariéva Sladen	Université Omar Bongo	enquêtrice	074-67-65-59	
8	MBOUTIT MOULA PIRANI Abe ROUSSOU ROUSSOU Alix Hérelle	UUFMES	Enquêtrice	074-62-43-58	
9	NKE Ndoung Eya Marissa Evans	U. O. B	Enquêteur	077-24-51-55	
10	BIKORO BI OVONO Jean-Gulpest	Université Omar Bongo	Enquêteur	074-25-13-31	
11	BILONGHE BI-ASSEKO Bernice Sofron	Université Omar BONGO	Enquêtrice	077-67-68-85	

12	SOUHANE MARISSA Orphée Martial	OHS	Superviseur	076333791	
13	FRANÇOISE MINTSA Feldate	Pharmacie d'AWORBAK	vendeuse en pharmacie	076679300	
14					

DOCUMENT INTERNE

## Annexe 4 : Planche Photos



*ci-dessus, séances de formation des enquêteurs*



*ci-dessus, équipe d'enqueteurs*



*ci-dessus aperçu de l'administration du questionnaire*