

# REPUBLIQUE DE GUINEE

Travail - Justice - Solidarité



Fraternité Médicale Guinée Sise Hafia Minière,  
030BP34 Conakry Guinée E-mail : [samo.gui@biasy.net](mailto:samo.gui@biasy.net)  
Tél. 64 50 49 14 / 60 44 46 27 / 60 26 54 26

*Projet de réduction de la vulnérabilité des travailleuses du sexe en Guinée*

## RAPPORT FINAL

***ÉTUDE COMPORTEMENTALE DE LA CLIENTELE DES  
TRAVAILLEUSES DU SEXE FREQUENTANT 10 SITES DE LA VILLE  
DE CONAKRY***

### Financement



OPEN SOCIETY INITIATIVE FOR WEST AFRICA



Organisation Internationale Enda Tiers Monde

Janvier, 2007

## RAPPORT DE RECHERCHE

### ÉTUDE COMPORTEMENTALE DU VIH/SIDA DE LA CLIENTELE DES TRAVAILLEUSES DU SEXE FREQUENTANT 10 SITES DE LA VILLE DE CONAKRY

#### **EQUIPE DE RECHERCHE**

- Mohamed Mouslihou DIALLO
- Alpha Amadou DIALLO
- Abdoulaye SOW

#### **SUPERVISEURS**

- Mohamed Mouslihou DIALLO
- Alpha Amadou DIALLO
- Thierno Amadou BARRY

#### **ENQUETEURS**

- Mamady KOUYATE
- Mohamed SOUMAH
- Sidiki SANOH
- Mamadou Cellou BA
- Abraham AUSTIN
- Ansoumane KEITA
- Sidy DIALLO
- Mamadi 1 CAMARA
- Abdoulaye Cherif DIALLO

#### **BIOLOGISTES**

- Dr André Loua et Collaborateurs du CNTS

Janvier 2007

## ABREVIATIONS

CCC	= communication pour le changement de comportement
CDV	= centre de dépistage volontaire
CMC	= centre médical communal
CNTS	= centre national de transfusion sanguine
CS	= centre de santé
EU	= écoulement urétral
FMG	= fraternité médicale Guinée
GNF	= francs guinéens
IEC	= information éducation communication
IST	= infection sexuellement transmissible
MSP	= ministère de la santé publique
OMS	= organisation mondiale de la santé
ONG	= organisation non gouvernementale
PNUD	= programme des nations unies pour le développement
PVVIH	= personne vivant avec le virus de l'immuno déficience acquise
SIDA	= syndrome l'immuno déficience acquise
SSG	= enquête de surveillance de seconde génération
TS	= travailleuse du sexe
USD	= dollars américain
VIH	= virus de l'immuno déficience acquise

## CONTENU

---

1.	CONTEXTE :	5
2.	OBJECTIFS	6
2.1	Objectif général :	6
2.2	Objectifs spécifiques	6
3.	METHODOLOGIE :	6
3.1	Type et durée d'étude:	6
3.2	Population cible :	6
3.3	La taille de l'échantillon.	6
3.4	Echantillonnage	7
3.5	Entente avec les sites retenus	7
3.6	Test du questionnaire	7
3.7	Composition et formation des équipes d'enquête	7
3.8	Collecte des données	7
3.9	Analyse	8
4	ÉTHIQUE	8
5	RESULTATS	9
5.1	DESCRIPTION DE L'ECHANTILLON	9
5.2	PROFIL SOCIODEMOGRAPHIQUE DES CLIENTS DES TS	9
5.3	COMPORTEMENT SEXUEL DES CLIENTS DES TS	11
5.4	PRATIQUES ET OPINIONS DES CLIENTS DES TS SUR L'USAGE DU PRESERVATIF	15
5.5	CONNAISSANCE DES CLIENTS DES TS SUR LES IST/VIH/SIDA	18
5.6	ITINERAIRES THERAPEUTIQUES DES CLIENTS DES TS	19
5.7	EXPOSITION AUX DIFFERENTES ACTIONS DE PREVENTION DES IST/VIH/SIDA	19
5.8	PREVALENCE DU VIH	20
6	COMMENTAIRES	23
6.1	Profil sociodémographique des clients des TS	23
6.2	Comportement sexuel des clients des TS	23
6.3	Utilisation du préservatif	24
6.4	Connaissance des clients sur les IST/VIH/SIDA	24
6.5	Itinéraire thérapeutique	25
6.6	Exposition aux actions de prévention	25
6.7	Prévalence du VIH	25
7	CONCLUSION/ RECOMMANDATIONS	26
8	ANNEXES	28

## 1. CONTEXTE :

Le VIH représente une grande menace pour la population Africaine, avec un taux de prévalence de plus de 25 % dans certains pays au niveau de la population en âge de procréer. Par rapport à ce grand fléau, l'Afrique Sub-saharienne reste l'une des zones les plus touchées avec près de 60 % de cas de PVVIH dans le monde (ONUSIDA2005). La maladie affecte non seulement la santé et le bien être des populations mais également les domaines socio-économiques.

En Guinée, depuis les premiers cas du VIH en 1987, des efforts sont entrain d'être fournis de part et d'autres pour freiner sa progression. A cet effet, plusieurs projets et programmes ont été mis en œuvre ou sont en cours d'exécution.

Pour améliorer les interventions, la réalisation de recherches est l'une des stratégies définies dans le cadre du plan stratégique national de lutte contre les IST/VIH/SIDA. Ainsi, de multiples études ont été réalisées tant au niveau de la population générale qu'au niveau de certains groupes spécifiques comme les jeunes de 19-24ans, les travailleuses du sexe (TS), les routiers, les militaires....Il s'agit entre autres, des études suivantes :

- Enquête nationale sur la prévalence du VIH/SIDA en Guinée (ESSIDAGUI 2001) initiée par le ministère de la santé publique avec l'appui de ses partenaires. Réalisée sur un échantillon national, elle a permis de savoir le taux de séroprévalence au sein de certains groupes : population générale 2,8 %, jeunes adolescents 2,5%, miniers 4,7%, militaires 7,3%, femmes enceintes 2,8% et travailleuses de sexe 42%.
- Etude sur l'impact socioéconomique du VIH/SIDA en Guinée réalisée par le PNUD en 2004. Elle a mis en évidence le poids du VIH sur le développement socio-économique de la Guinée.
- Les enquêtes sur la surveillance de seconde génération en Guinée (SSG) réalisées en 2002 et 2005 par le Projet SIDA 3 sur un échantillon de Travailleuses de sexe et de routiers. Elles ont montré les changements obtenus suite aux interventions auprès de ces cibles.

Ces études ont mis en évidence que les travailleuses du sexe représentent le groupe le plus touché par le VIH en Guinée. Le multi partenariat, la pauvreté qui les expose à chercher l'argent même au risque de leurs vies, la non utilisation systématique du préservatif, la vulnérabilité liée au genre, l'automédication, la vulnérabilité aux IST liée au caractère biologique de la femme, la précocité des rapports sexuels sont des facteurs qui peuvent expliquer le taux élevé de la prévalence au sein de cette population.

Malgré ce constat, cette activité de prostitution continue à se développer. Nombreux sont les hommes qui fréquentent ce milieu pour bénéficier du service sexuel de ces filles.

Cependant, il n'existe aucune documentation relative à la clientèle des TS trouvée réellement dans les sites de prostitution. Les seules informations disponibles sont relatives aux routiers considérés comme des clients potentiels des TS. C'est pour pallier à ce vide, que l'ONG Fraternité Médicale Guinée (FMG), dans le cadre du Projet de réduction de la vulnérabilité des TS financé par Enda Tiers Monde/OSIWA, a proposé de réaliser une étude auprès des hommes fréquentant les TS dans les sites de Conakry.

## **2. OBJECTIFS**

### *2.1 Objectif général :*

Contribuer à la réduction de la transmission des IST/VIH/SIDA

### *2.2 Objectifs spécifiques*

- déterminer la prévalence du VIH chez les clients de TS fréquentant des sites de prostitution à Conakry
- connaître les itinéraires thérapeutiques des clients des TS
- avoir des connaissances sur le profil sociodémographique des clients des TS
- avoir des connaissances sur le comportement sexuel des clients des TS
- déterminer la connaissance des clients des TS sur les IST/VIH/SIDA.
- déterminer les pratiques et les opinions des clients des TS sur l'usage du préservatif
- déterminer le niveau et les lieux d'exposition de la clientèle des TS aux différentes actions de prévention des IST/VIH/SIDA.

## **3. METHODOLOGIE :**

### *3.1 Type et durée d'étude:*

Il s'agit d'une étude descriptive. La collecte des données (questionnaire et sang total) sur le terrain s'est déroulée du 11 décembre au 23 décembre 2006. Les analyses (biologiques et comportementales) ont eu lieu du 26 décembre 2006 au 31 janvier 2007.

### *3.2 Population cible :*

Les clients des TS rencontrés dans les sites de prostitution sont la cible de cette étude. Ils répondaient aux critères suivants :

- être rencontré dans un site de prostitution
- adhérer volontairement à l'étude
- avoir fait un acte sexuel avec une TS au moment de la récolte des données.

Ont été exclus de cette étude, ceux qui:

- ont refusé de participer volontairement à l'enquête
- ont participé à la même étude dans un autre site.
- sont clients des bars, buvettes, ....venus pour d'autres plaisir que l'acte sexuel

### *3.3 La taille de l'échantillon.*

La taille de l'échantillon a été calculée selon la méthode de l'OMS pour la détermination d'une proportion dans une population avec une précision absolue fixée à l'avance.

$$N = Z^2 \frac{P(1-P)}{I^2} \quad I = 1 - d$$

Aucune étude n'étant disponible sur les clients des TS en dehors de celle portant sur les routiers (qui sont considérés comme clients de TS fourni par l'enquête ESSIDAGUI 2001), les informations de cette enquête ont servi de base de calcul.

Ainsi, avec la prévalence de 7% (pour les routiers), une précision de 95% et une valeur Z donnée par la table de 1,95 (pour un intervalle de confiance de 95%), l'échantillon minimal calculé est de 278 personnes.

### *3.4 Echantillonnage*

Un choix raisonné de site a été effectué. Puis le nombre de clients a été estimé dans chacun d'eux. Chaque site a été considéré comme une grappe. Au sein de chaque grappe le nombre de client a été recruté proportionnellement à sa taille.

### *3.5 Entente avec les sites retenus*

Tous les responsables des sites concernés par l'étude ont été rencontrés pour obtenir leur adhésion. Ce sont principalement les gérants des sites. Ils ont été essentiellement informé sur les objectifs de l'étude et sur leur rôle. A cette occasion, leur adhésion a été sollicité notamment la collaboration pour fixer le chronogramme et identifier le meilleur emplacement pour les interviews et les prélèvements de sang.

### *3.6 Test du questionnaire*

Le questionnaire élaboré a été testé par les équipes d'enquête pendant la formation. Il a été administré à des clients de TS dans des sites non retenus par l'étude mais réunissant tous les critères des sites identifiés dans le cadre de cette recherche.

### *3.7 Composition et formation des équipes d'enquête*

Trois équipes ont été constituées. Chacune comprenait un enquêteur, un animateur et un technicien de laboratoire; ils étaient tous membres d'ONG évoluant dans les environnements prostitutionnels. Trois superviseurs ont assuré le suivi/supervision de l'enquête.

Les équipes ont suivi une formation de 3 jours incluant des cours théoriques et pratiques dans les sites. Les fiches de consentement pour les interviews et pour les prélèvements, les questionnaires d'entrevue ont été examinés en profondeur pendant l'atelier de formation. La composante langue nationale a largement été prise en compte pendant cette formation.

### *3.8 Collecte des données*

Les clients des TS ont été recrutés dans les sites retenus pour la réalisation de l'étude. Toutes les personnes éligibles à l'étude et se trouvant sur ces sites au moment du passage de l'équipe et acceptant de participer volontairement ont été recrutées. Les clients ont été enrôlés après leur sortie des chambres de passe sous réserve d'avoir eu une relation sexuelle avec la TS.

A cet effet les TS ont été mise en contribution. Il a été demandé à chaque TS volontaire de proposer à son client de participer à l'étude.

Ensuite, le formulaire de consentement a été lu au client. Si il est d'accord de participer à l'étude il traduit son consentement en apposant sa signature sur la fiche. Puis l'administration du questionnaire est réalisée. En fin, un prélèvement de sang a été effectué sur tube sec dans les conditions d'hygiène correctes. Chaque échantillon a été transporté en glacière à +8°C dans les 24 heures au CNTS.

La collecte des données a été faite au fur et à mesure de l'identification des clients éligibles jusqu'à l'obtention du nombre nécessaire par site.

### *3.9 Analyse*

Les données ont été saisies, nettoyées et analysées à l'aide du logiciel Epi info 3.3.2

Le dépistage du VIH a été effectué au Centre National de Transfusion Sanguine (CNTS) sur le sérum par un test ELISA (Genscreen Plus HIV Ag - Ab Bio-Rad) et le test de dépistage rapide unitaire (Détermine HIV1+2 Abbott).

## **4 ÉTHIQUE**

Le protocole a été soumis au Comité National d'Ethique pour approbation avant la réalisation de l'étude.

Le questionnaire a été anonyme ainsi que les prélèvements de sang.

Pour leur participation à l'étude, les clients ont reçu un conseil sur les IST/VIH/SIDA. Ceux qui l'ont souhaité ont obtenu des tickets d'orientation vers les structures de santé de FMG.

Les TS/ gérants qui ont aidé à recruter les clients et les clients qui ont accepté de participer à l'étude ont tous reçus des compensations.

## 5 RESULTATS

### 5.1 DESCRIPTION DE L'ECHANTILLON

Le nombre de personnes ayant participé à l'étude s'élève à 299 personnes. Elles ont été recrutées dans 10 sites de la ville de Conakry.

Deux des sites sont à la fois maison de passe et maison close. Les 8 autres sont exclusivement des maisons de passes.

Un seul site est un établissement possédant des chambres de séjour (hôtel). Les autres sont des buvettes auxquelles sont annexées des chambres de passe.

Tous les sites sont dans les marchés ou à leur voisinage.

**Tableau 1 Répartition des clients selon les sites**

SITE	TYPE ETABLISSEMENT	TYPE ENVIRONNEMENT PROSTITUTIONNEL	NBRE CLIENTS RECRUTES	POURCENTAGE
1	buvette	maison de passe	42	14,0
2	buvette	maison de passe et maison close	16	5,4
3	buvette	maison de passe	30	10,0
4	Hôtel	maison de passe	55	18,4
5	buvette	maison de passe	38	12,7
6	buvette	maison de passe et maison close	47	15,7
7	buvette	maison de passe	9	3,0
8	buvette	maison de passe	30	10,0
9	buvette	maison de passe	20	6,7
10	buvette	maison de passe	12	4,0
TOTAL			299	100,0

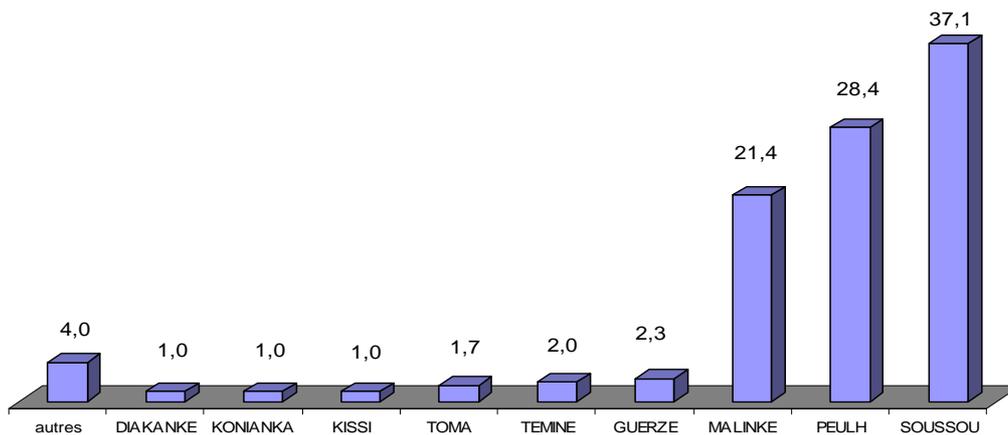
### 5.2 PROFIL SOCIODEMOGRAPHIQUE DES CLIENTS DES TS

#### Nationalité-ethnie-religion

La quasi-totalité des clients sont des guinéens (94,6%) ; le reste est composé de sierra léonais, sénégalais et ivoiriens.

La distribution des ethnies (Graphique n°1) montre une prédominance des soussous (37%) suivi des peuhls (28%), des malinkés (21%) et des autres ethnies

La population interviewée est musulmane à 96% et chrétienne pour le reste

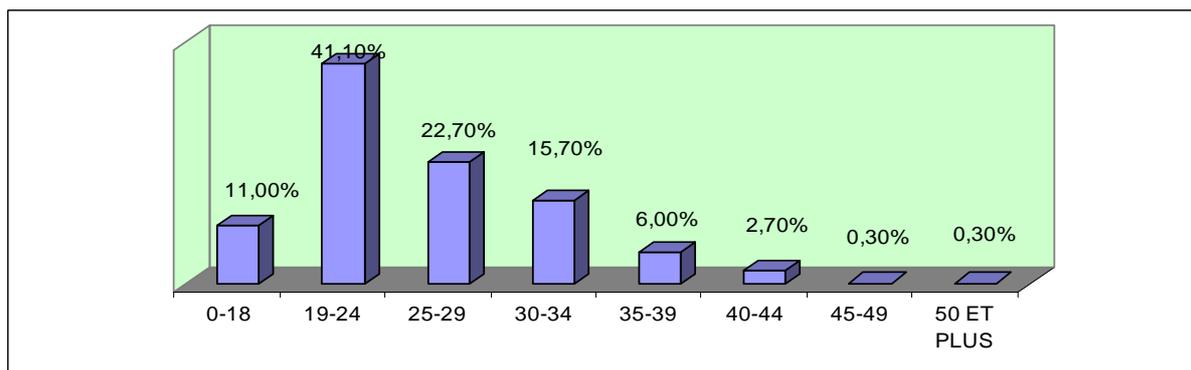


**Graphique n°1 : Distribution des clients par ethnie n = 299**

Ages/ situation matrimoniale

L'âge des clients des TS varie entre 14 et 58 ans avec une moyenne de 25,41 ans. A signaler que les 11% sont des mineurs (ages < ou = 18ans). La tranche d'âge la plus importante est celle de 19-24 ans soit 41% de l'effectif (graphique n° 2) suivi des tranches d'âge de 25-29 ans et 30-34 ans. L'âge qui revient le plus souvent est celui de 22 ans (10,7% soit 22 personnes)

**Graphique n°2 : Distribution des clients par tranche d'âge n = 299**

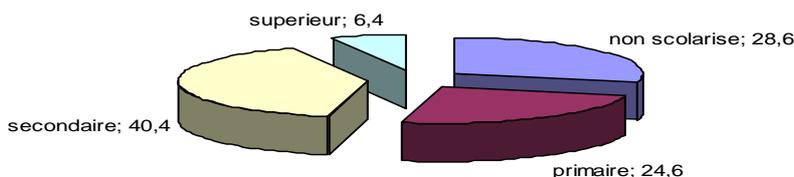


Les clients célibataires et les mariés monogames sont les plus nombreux avec des proportions respectivement égales à 81% et 16,8%

Niveau de scolarité- occupation

Près d'une personne sur deux (40,4%) rapporte avoir le niveau scolaire correspondant au secondaire (graphique n° 3)

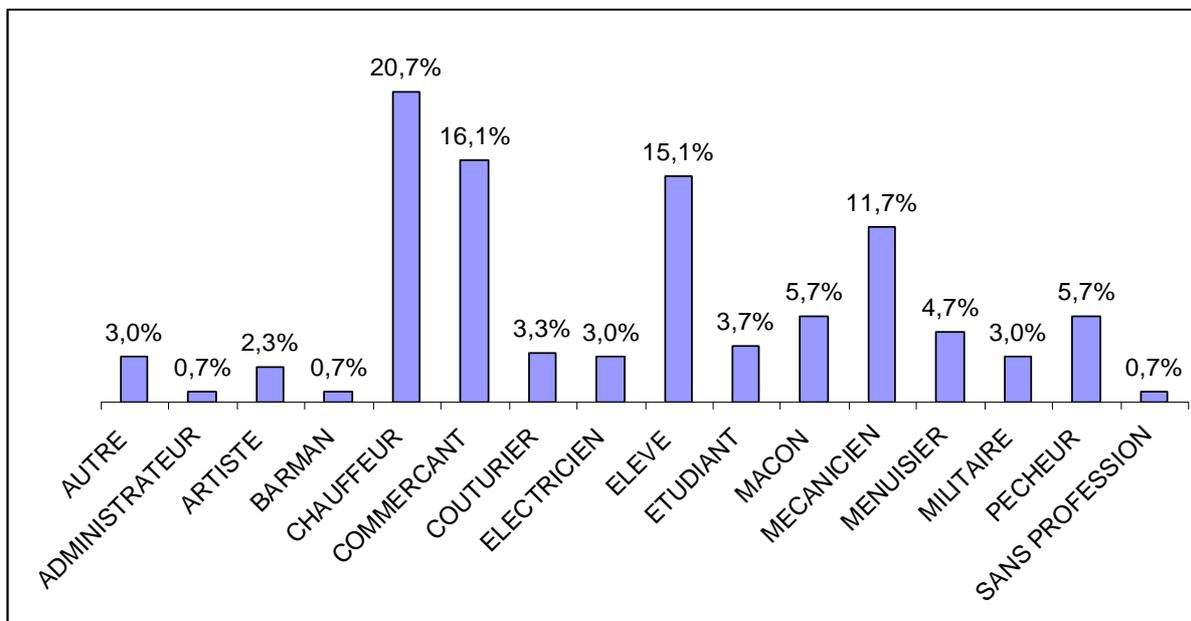
**Graphique n°3 : Distribution des clients par niveau de scolarité n = 297**



Seulement 2 personnes (0,7%) ont déclaré ne pas avoir un emploi ou entrain d'étudier (graphique n° 4). Pour les autres, en dehors des élèves /étudiants, ils évoluent presque tous

dans les métiers à caractère libéral tels l'artisanat, le bâtiment, le commerce, le transport et la mécanique. Les chauffeurs constituent le groupe le plus dominant (20,7%) suivi des commerçants et des élèves à peu près dans la même proportion (respectivement 16,1% et 15,1%). Il est important de souligner que les clients venant du système éducatif représentent à eux seuls 18,8% des clients des TS.

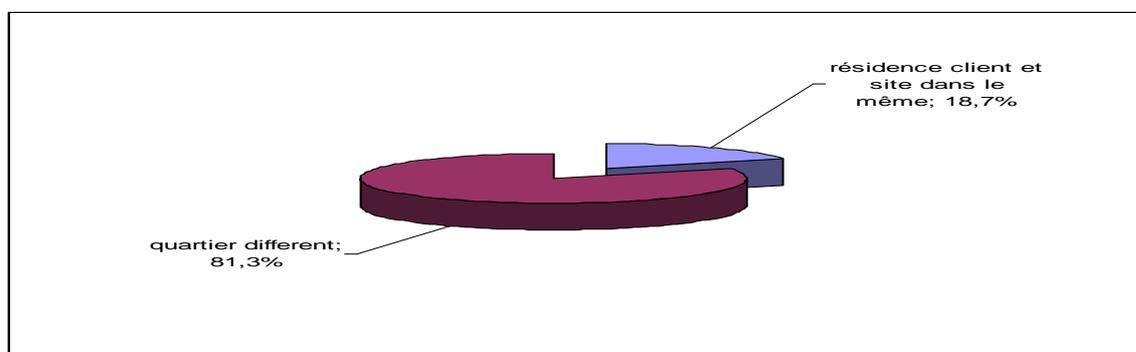
**Graphique n°4: Distribution des clients par occupation n = 299**



### Résidence des clients

Par rapport aux sites d'enquête, 71,2% (soit 213 clients) des clients déclarent habiter dans la même commune que le site de prostitution. S'agissant du quartier, seulement 52/278 soit 18,7% vivent dans le même quartier que le site.

**Graphique n°5 : Distribution des clients par quartier de résidence n = 278**



## 5.3 COMPORTEMENT SEXUEL DES CLIENTS DES TS

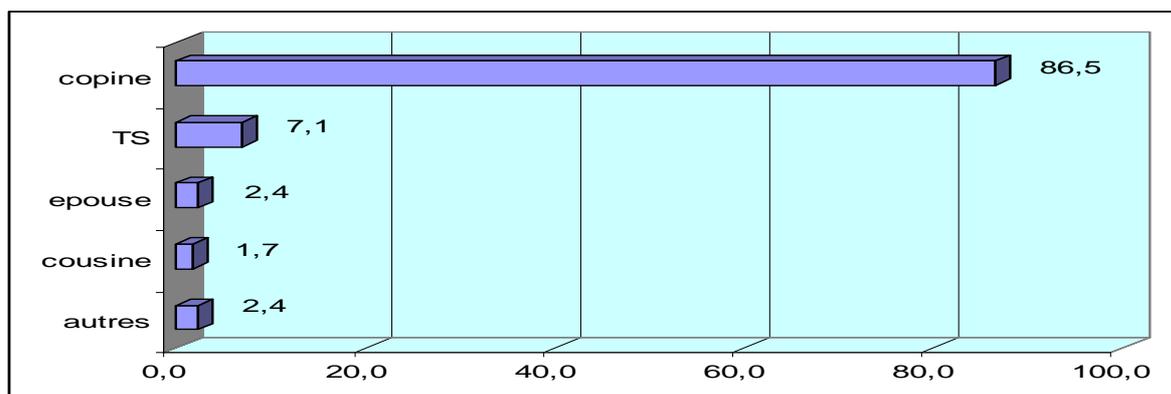
### Rapport sexuel

L'âge au 1<sup>er</sup> rapport sexuel varie entre 8 et 36 ans. L'âge moyen est de 16,6 ans. Chez la plus part des clients (78%) ce rapport a été fait à son domicile. Cependant, 6,4% d'entre eux ont eu leur 1<sup>er</sup> rapport dans un site de prostitution.

Les 86,5% des répondants ont été initié aux relations sexuelles par leur copine et les 7,1% par une TS (graphique n° 6)

**Graphique n°6 : Distribution des clients par type de partenaire au 1<sup>er</sup> rapport sexuel**

n = 297



Le nombre moyen de femmes avec lesquelles ces hommes ont entretenus des relations sexuelles les trois mois qui ont précédé l'étude est de 3,26. Mais le plus souvent ce nombre est de 2 femmes soit 28,9% des clients. La fourchette est comprise entre 1 et 15 femmes.

Concernant le nombre de partenaires, 8 clients sur 10 ont déclaré avoir eu plus de 1 partenaire sexuelle les trois derniers mois.

**Tableau 2 : Répartition des clients selon le nombre de partenaires les 3 derniers mois**

Nombre de femmes différentes avec lesquelles les clients ont eu des rapports sexuels dans les 3 derniers mois	Fréquence	Pourcentage
1	48	16,1%
2	86	28,9%
3	63	21,1%
4	43	14,4%
5	24	8,1%
6	11	3,7%
7	5	1,7%
8	7	2,3%
9	2	0,7%
10	7	2,3%
12	1	0,3%
15	1	0,3%
Total	298	100,0%

### Fréquentation des TS

Les clients de TS se rendent dans les sites en moyenne 3,58 jours par mois. Mais 2 jours par mois est le nombre le plus souvent trouvé. Le nombre de jour maximal est égal à 16 par mois. La tranche d'âge de 19-24 ans, la plus importante en proportion, visite les TS la plus part des cas 1jour par mois

En moyenne, les clients ont visité 2,2 TS les 3 mois qui ont précédé l'étude. Le minimum est de 1 et le maximum 10 (Tableau 3). La proportion de clients qui a visité 1 TS est la plus importante soit 48%.

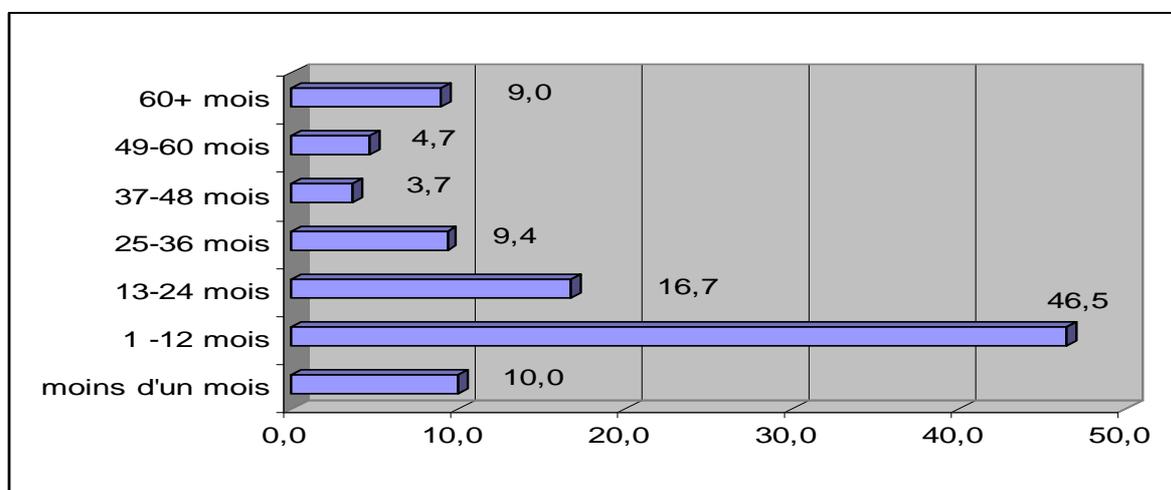
**Tableau 3 : Répartition des clients selon le nombre de TS les 3 derniers mois**

Nombre de TS	Fréquence	Pourcent
1	143	48,00%
2	66	22,10%
3	41	13,80%
4	15	5,00%
5	12	4,00%
6	10	3,40%
7	4	1,30%
8	3	1,00%
9	3	1,00%
10	1	0,30%
Total	298	100,00%

La durée d'utilisation des services des TS est variable. Seulement 10% des hommes ont moins d'un mois de statut de client de TS. Un peu plus de la moitié (56,5%) n'a pas dépassé une année de fréquentation des TS (graphique n° 7)

**Graphique n°7: Distribution des clients selon la durée de fréquentation des TS**

**n = 299**



Les raisons évoquées pour l'utilisation des services des TS sont présentées dans le tableau n°4. Il en ressort que les principales sont celles *d'avoir plus de plaisir sexuel* (33,2%) et la *facilité d'obtenir le service sexuel* (25,7%).

**Tableau 4 : Répartition des clients selon les motifs de fréquentation des TS**

	Raisons évoquées pour utiliser les services d'une TS	Fréquence	Pourcent
1	plus de plaisir sexuel	112	33,20%
2	facile à avoir	75	25,70%
3	absence de ma partenaire	46	15,40%
4	pas femmes ou copines qui m'acceptent	23	7,90%
5	curiosité/ simple préférence	17	5,10%
6	trop de problème avec les copines	6	2,10%
7	épouse nourrice/grossesse épouse	5	0,70%
8	copine n'aime pas capote	2	0,70%
9	Impossible de faire un mariage: manque de moyen	2	0,70%
10	moins de dépense avec les TS	2	0,70%
11	habite avec mes parents	1	0,30%
12	pas de grossesse chez les TS	1	0,30%
	Total	292	100,00%

Dans leur relation avec les TS, 13,2% (39/295) des clients ont déclaré avoir eu une situation où la TS refuse de faire ce qu'ils veulent. A cette occasion, les 41,7% disent n'avoir rien fait et les 13% ont proféré des menaces à la fille (tableau 5)

**Tableau 5 : Répartition des clients selon les réactions au refus de la TS de faire ceux qu'ils veulent**

	Action faite au cas où la TS refuse de faire ce que le client veut	Fréquence	Pourcent
1	abandonner la fille	3	8,3%
2	augmenter la mise	3	8,3%
3	Convaincre	3	8,3%
4	Frapper	2	5,6%
5	menace verbale	5	13,9%
6	pas de réponse	3	8,3%
7	plainte chez le gérant	1	2,8%
8	retrait de la partenaire	1	2,8%
9	Rien	15	41,7%
	Total	36	100,0%

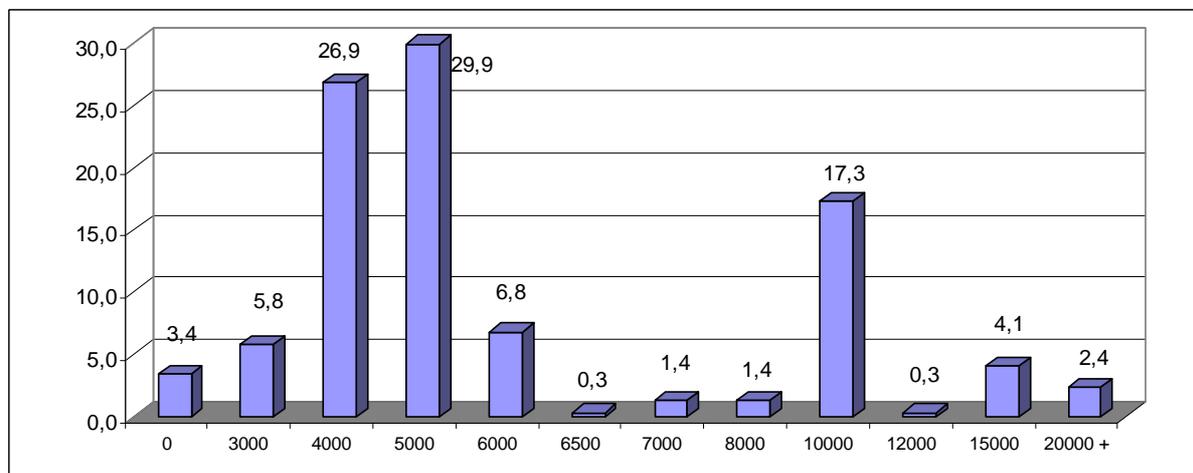
#### Prix de la passe

Les 3,4% de clients ont eu un service gratuit de la part des TS. Les autres ont payé des montants variant entre 3 000 et 100 000 GNF. Le coût moyen de la passe est de 6705,78 GNF

soit 1USD. Plus de la moitié des clients (66%) a payé un montant ne dépassant pas 5000 GNF. Les 3 valeurs les plus rencontrées par ordre d'importance sont les suivantes : 5000 GNF (29,9%), 4000 GNF (26,9%) et 10 000 GNF (17,3%).

**Graphique n°8: Distribution des clients selon le prix de la passe**

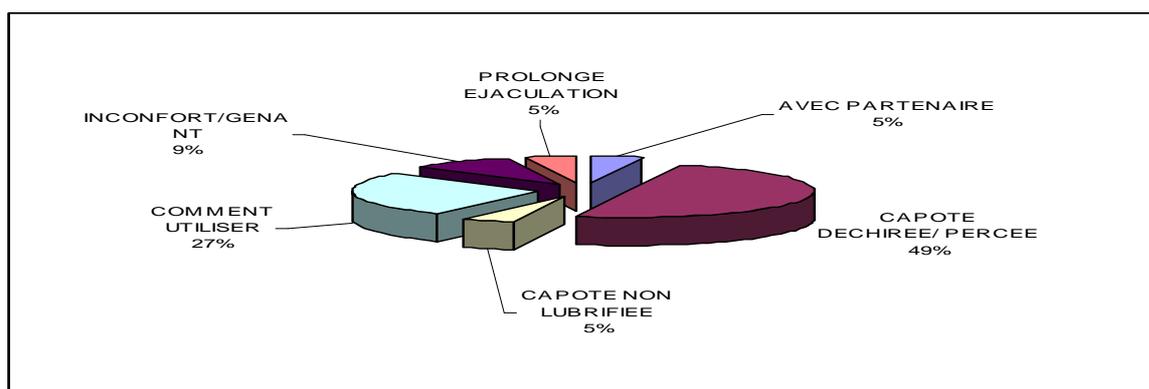
**n = 294**



#### 5.4 PRATIQUES ET OPINIONS DES CLIENTS DES TS SUR L'USAGE DU PRESERVATIF

Presque l'ensemble des participants à l'étude (99,7%) affirme avoir utilisé le préservatif. Parmi eux, les 7,4% déclarent avoir eu des difficultés dans son emploi. Les principales difficultés citées (graphique n°9) sont la perforation de la capote (49%) et le mode d'usage (27%).

**Graphique n°9 Distribution des clients selon les difficultés rencontrés dans le port du préservatif n = 22**



Pour surmonter leurs difficultés les solutions envisagées par les clients sont dominées par le doublement de la capote et son changement (tableau 6).

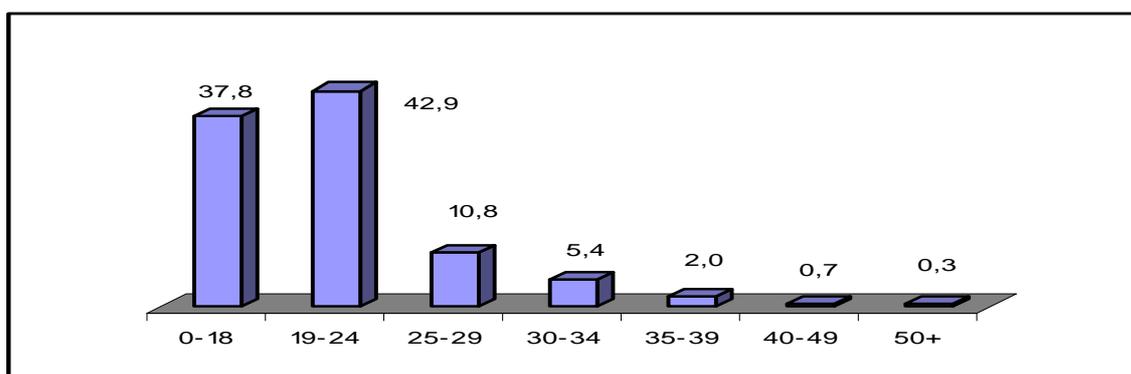
**Tableau 6 : Répartition des clients selon les solutions envisagées pour résoudre les difficultés du port du condom**

	Solutions utilisées pour surmonter les difficultés de port du préservatif	Fréquence	Pourcentage
1	Apprendre	1	5,6%
2	Changer	6	33,3%
3	Doubler capote	5	5,6%
4	Enlever	3	16,7%
5	Forcer le port	1	5,6%
6	La convaincre	1	5,6%
7	Prendre antibiotique	1	5,6%
8	Re essayer	1	5,6%
9	Rien	1	5,6%
10	Se laver	1	5,6%
11	Se retirer	1	5,6%
	<b>Total</b>	22	100,0%

L'âge moyen au 1<sup>er</sup> rapport avec condom est de 20,93 ans avec des limites comprises entre 10 et 57 ans. Le 1<sup>er</sup> rapport avec condom à 18 ans correspond à la proportion la plus élevée (13,9% soit 41/296). Le graphique (n°10) ci-dessous montre la distribution par tranche d'âge au 1<sup>er</sup> rapport sexuel avec condom. La plus importante est celle de 19-24 ans avec une proportion de 42,9%.

**Graphique n°10: Distribution des clients selon l'âge au 1<sup>er</sup> rapport avec condom**

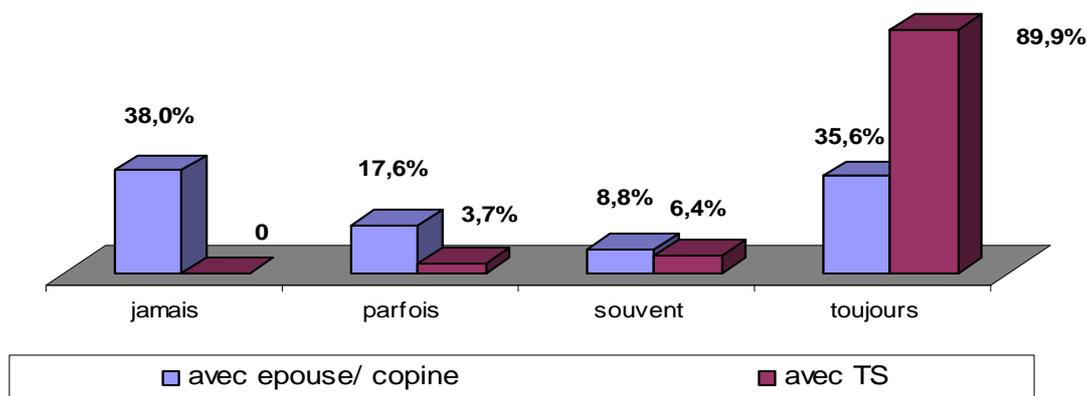
n = 296



Les clients utilisent beaucoup plus le préservatif avec les TS que les autres partenaires (P=0,0000) (graphique n°11). En effet, avec les TS les 89,9% des répondants rapportent utiliser toujours le préservatif (dans 94,4% des cas, cette utilisation s'est passée sans discussion avec la TS). Par contre avec les non TS, cette proportion est plus basse (35,6%).

**Graphique n°11: Distribution des clients selon la fréquence d'utilisation du condom**

**n = 205 pour épouse/ copine et n = 297 pour TS**



Parmi ceux qui n'utilisent pas toujours le préservatif avec les TS, il ressort que près d'une personne sur 2 ne paye pas la TS (P=0,000000). Même dans le groupe des payeurs, les proportions les plus importantes sont celles de ceux qui payent des montants ne dépassant pas 5000 GNF.

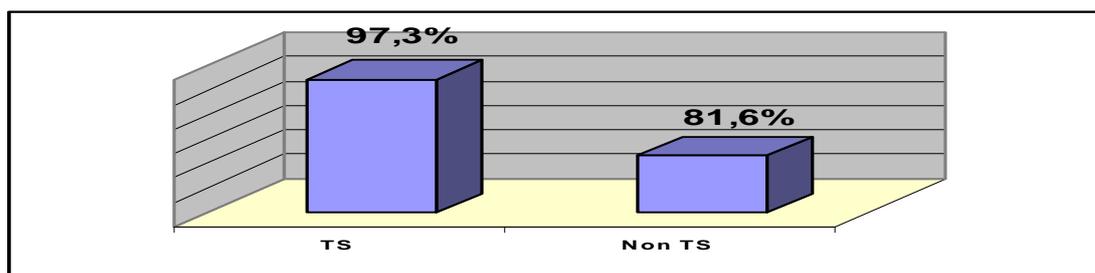
Aussi, par rapport à la durée de fréquentation des TS, l'étude a trouvé que la proportion de ceux qui ont dépassé une année est la plus élevée parmi les clients qui n'utilisent jamais le préservatif avec leur copine ou conjointe.

Par rapport à la profession, les chauffeurs constituent le groupe le plus important de ceux qui n'utilisent jamais le préservatif (p=0,67)

Il a été observé une tendance à l'accroissement de la proportion de ceux qui utilisent toujours le préservatif avec le niveau d'instruction (p=0,82).

Concernant le port du condom au dernier rapport, le graphique ci-dessous (graphique n°12) indique les proportions de ceux qui ont utilisés le préservatif.

**Graphique n°12: Distribution des clients selon l'utilisation du condom au dernier rapport sexuel n = 297 pour TS et n = 125 pour épouse/ copine**



Quand à l'usage des produits, l'étude a trouvé que c'est seulement les 3% des clients qui ont déclaré en avoir fait usage pour faciliter les relations sexuelles. Parmi les produits cités, la moitié est le lubrifiant à base d'eau.

## 5.5 CONNAISSANCE DES CLIENTS DES TS SUR LES IST/VIH/SIDA

### Connaissance des IST

Presque tous les clients (290/299) déclarent prendre des dispositions pour éviter d'être contaminé par les IST. Le préservatif a été le plus cité comme moyen de protection (89%).

Cependant 83/281 soit 29,5% ont rapporté avoir eu une IST. Mais les signes des IST chez l'homme ont été cités dans des proportions non élevées. Leur distribution est la suivante :

Ecoulement urétral	=	20,7%
Miction douloureuse	=	13,8%
Lésion génitale	=	16 %
Bubon inguinal	=	2 %
Ne sait aucun signe	=	32,4%

### Connaissance des CDV

Près d'un client sur deux (43,1%) déclare savoir un lieu où il est possible de connaître le statut sérologique par rapport au VIH/SIDA. Plusieurs structures ont été citées à cet effet (tableau 7) Parmi eux, 3 CDV ont un cumul de 26,9% de proportion soit 22% pour le CMC de Matam, 3,3% pour le CS de Saint Gabriel et 1,6% pour le centre Jean Paul II.

**Tableau 7: Répartition des clients selon les CDV cités**

	LIEU POUR TEST VIH/ SIDA	Fréquence	Pourcentage
1	DONKA CHU	37	30,1%
2	MATAM CMC	27	22,0%
3	HOPITAL	20	16,4%
4	IGNACE DEEN CHU	8	6,5%
5	MATOTO CS	7	5,7%
6	ST GABRIEL CS	4	3,3%
7	MADINA CS	3	2,4%
8	RATOMA CMC	3	2,4%
9	BONFI CLINIQUE	2	1,6%
10	CARRIERE CS	2	1,6%
11	JEAN PAUL 2 HOPITAL	2	1,6%
12	BERNAI FOTOBA CS	1	0,8%
13	BOULBINET CS	1	0,8%
14	CAMP MILITAIRE DISPENSAIRE	1	0,8%
15	CBK DISPENSAIRE	1	0,8%
16	CONSTANTIN CARREFOUR CLINIQUE	1	0,8%
17	KHABITAYA HOPITAL	1	0,8%
18	PASTEUR CLINIQUE	1	0,8%
19	FMG HAMDALLAYE	1	0,8%
	<b>Total</b>	123	100,00%

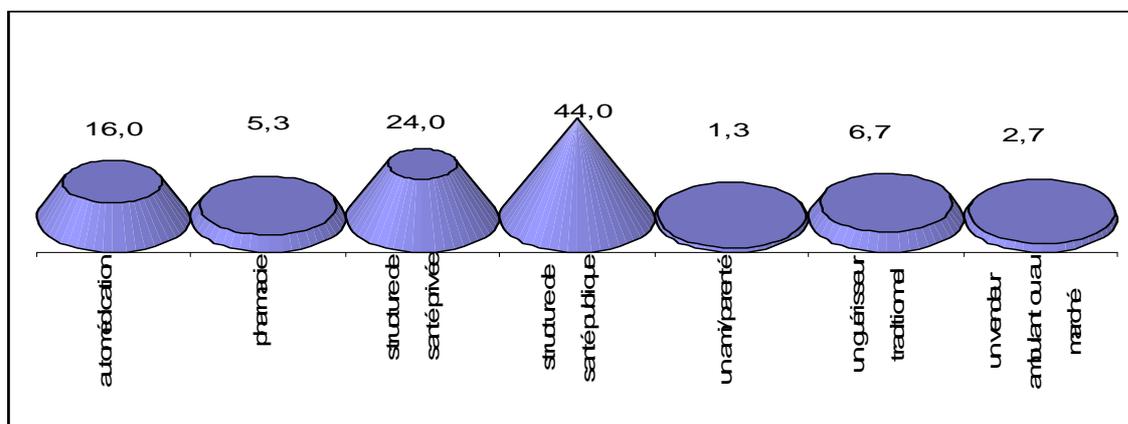
Parmi ceux qui ont déclaré savoir l'existence des CDV, les 38% disent y avoir été pour faire leur dépistage.

### 5.6 ITINERAIRES THERAPEUTIQUES DES CLIENTS DES TS

Parmi les clients des TS, 83/281 ont rapporté avoir eu une IST. Les 92,8% soit 77/83 de ceux-ci affirment avoir soigné leur mal. Les structures de santé publiques ont la proportion la plus importante de lieux où ces hommes ont fait recours pour se soigner (graphique n° 13)

*Graphique n°13: Distribution des clients selon les structures de recours aux soins*

n = 75

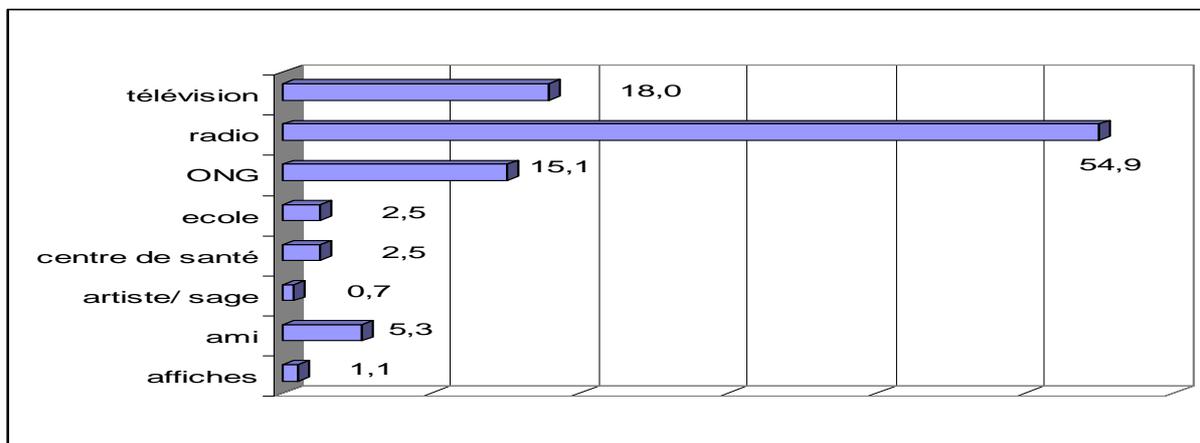


### 5.7 EXPOSITION AUX DIFFERENTES ACTIONS DE PREVENTION DES IST/VIH/SIDA

L'exposition aux interventions d'IEC est élevée : 95% des clients ont déclaré avoir entendu ou vu un message sur les IST/VIH/SIDA au cours des 6 derniers mois qui ont précédé l'enquête. La principale source d'information est la radio suivi de la télévision et des ONG (graphique n° 14).

*Graphique n°14: Distribution des clients selon les sources d'information en IEC*

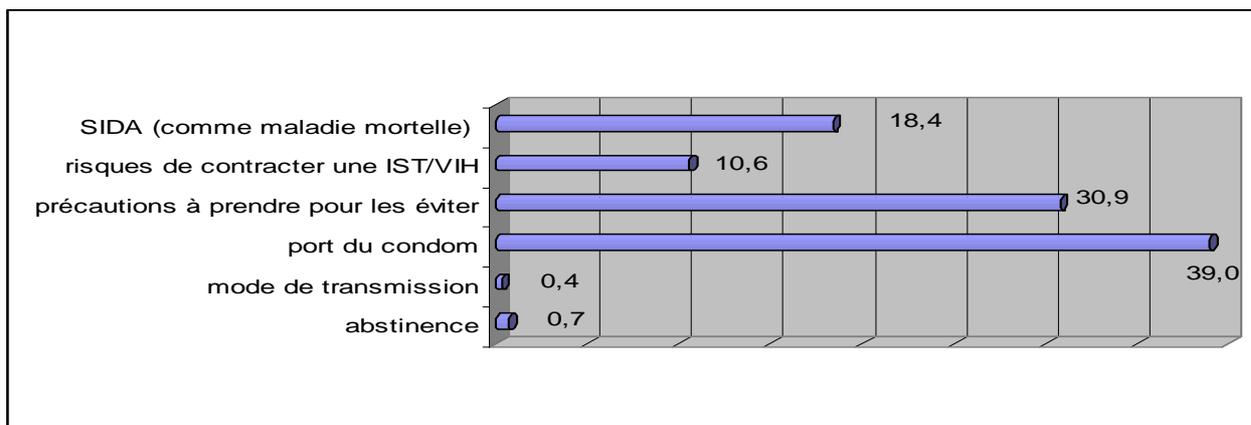
n = 284



Les 39% des répondants ont cité le port du préservatif comme étant le message le plus souvent véhiculé (graphique n°15).

**Graphique n°15: Distribution des clients selon les messages cités**

**n = 282**

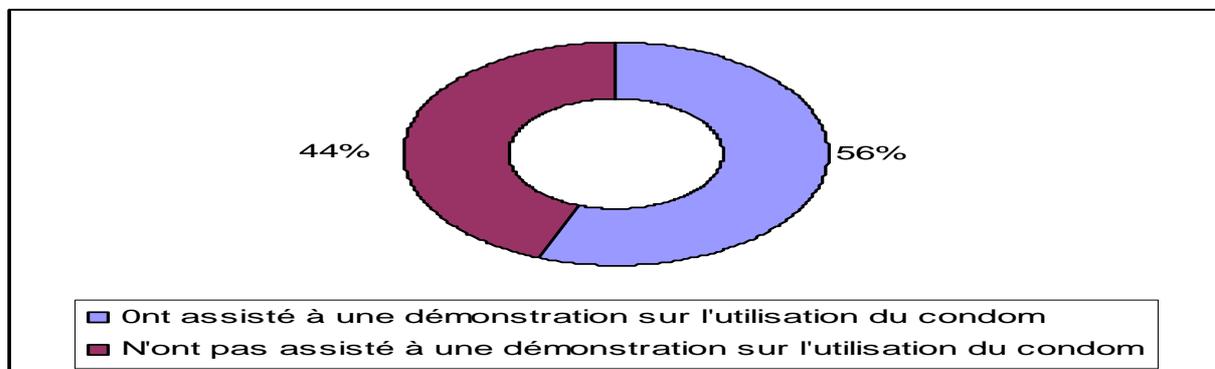


Cependant près de la moitié déclare n’avoir jamais assisté à une démonstration sur le port du préservatif (graphique n°16). Il faut noter que la tendance est à l’augmentation proportionnelle des sujets ayant pris part à une démonstration avec l’âge.

Aussi, parmi ceux qui ont cité le port du condom comme le message le plus fréquemment véhiculé en matière d’IEC, les 35,5% n’ont pas assisté à une démonstration sur le port du préservatif (P=0,085).

Par rapport au niveau de scolarité il ressort que les clients ayant les niveaux du secondaire et du supérieur ont la proportion la plus importante de ceux qui ont participé à une démonstration. La proportion la plus faible est enregistrée chez les non scolarisés. (p=0,0000).

**Graphique n°16: Distribution des clients selon leur participation à une démonstration sur le port du condom n = 299**



**5.8 PREVALENCE DU VIH**

La prévalence du VIH est de 4,3% (tableau n°8).

**Tableau 8 : Répartition des clients selon le résultat du test du VIH**

	RESULTAT TEST VIH	Fréquence	Pourcentage
1	Test VIH positif	13	4,3
2	Test VIH négatif	286	95,7
	Total	299	100

Les chauffeurs constituent la proportion la plus élevée de séropositifs. Mais, la prévalence la plus élevée est rencontrée au sein des artistes suivi des maçons et des pêcheurs (tableau n°9).

**Tableau 9 : Répartition des clients selon la prévalence du VIH par rapport à l'occupation**

	PROFESSION	Fréquence	Effectif	Pourcentage
1	CHAUFFEUR	4	62	6,5
2	COMMERCANT	2	48	4,2
3	ARTISTE	1	7	14,3
4	MACON	2	17	11,8
5	MECANICIEN	2	30	6,7
6	PECHEUR	2	17	11,8
	Total	13		

Par rapport à leur résidence, les prévalences sont proches (tableau n°10).

**Tableau 10 : Prévalence du VIH par rapports à la résidence**

	RESIDENCE	VIH positif	Effectif	Pourcentage
1	Habite dans le même quartier que le site	3	52	5,8
2	Habite dans un quartier différent du site	10	226	4,4
	TOTAL	13	278	

Ceux du niveau du primaire ont une prévalence plus élevée (tableau n°11).

**Tableau 11 : Prévalence du VIH par rapport au niveau de scolarité**

	NIVEAU DE SCOLARITE	VIH positif	Effectif	Pourcentage
1	non scolarise	2	85	2,4
2	Primaire	7	73	9,6
3	Secondaire	4	120	3,3
4	Supérieur	0	19	0
	TOTAL	13	297	

La prévalence du VIH est plus élevée chez ceux qui ont débuté leur rapport à la majorité c'est à dire après 18 ans (tableau n°12).

**Tableau 12 : Prévalence du VIH par rapport à la tranche d'âge**

	TRANCHE D'AGE DU 1ER RAPPORT SEXUEL	VIH positif	Effectif	Pourcentage
1	MAJEUR (18 ans)	5	72	6,9
2	MINEUR (ou = 18 ans)	8	223	3,6
	Total	13	295	

Une proportion importante des sujets positifs au test du VIH fréquente les TS depuis plus d'une année (10/13). La prévalence est plus élevée au sein de ce groupe (tableau n°13).

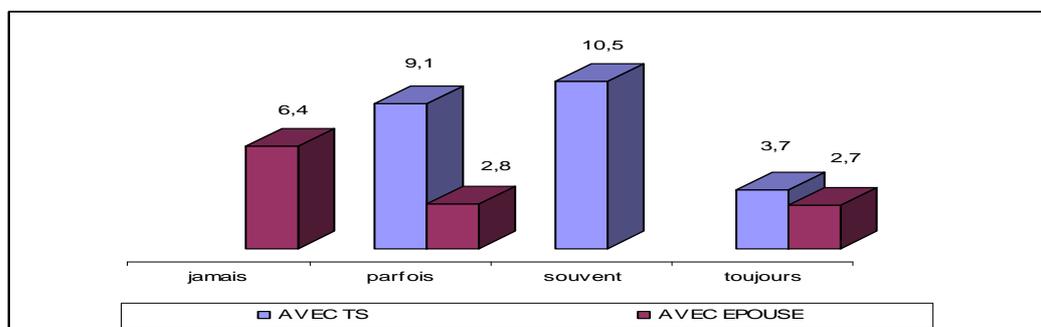
**Tableau 13 : Prévalence du VIH par rapport à la durée de fréquentation des TS**

	DUREE DE FREQUENTATION DES TS	VIH positif	Effectif	Pourcentage
1	Moins d'un mois	1	30	3,3
2	0-11 mois	2	96	2,1
3	12 mois	1	43	2,3
4	Plus de 12 mois	9	130	6,9
	Total	13	299	

Parmi les séropositifs, un seul n'a pas utilisé le préservatif lors du dernier rapport sexuel avec la TS. Mais, il faut souligner, que 5/8 des personnes à VIH positif ont déclaré ne jamais faire usage du préservatif avec leur copine ou épouse. Les proportions de VIH positif (Graphique n°17) sont plus basses au sein de ceux qui ont déclaré qu'ils font toujours usage du préservatif avec leur partenaire ( $p=0,49$  et  $p=0,28$  respectivement pour les épouses et les TS)

**Graphique n°17: Distribution des clients selon la prévalence du VIH par rapports à la fréquence d'utilisation du préservatif**

**n =13 pour TS et n= 8 pour épouse/ copine**



L'analyse des résultats montre que sur 13 personnes à VIH positif, seulement 3 ont déclaré connaître un lieu où on peut savoir si on a le VIH ( $P=0,197$ ). Aucun n'a été faire le test du VIH.

**Tableau 14 : Prévalence du VIH par site enquêté**

Site	Type établissement	Type environnement prostitutionnel	Effectif	VIH positif	Pourcentage
1	buvette	maison de passe	42	2	15,4
2	buvette	maison de passe et maison close	16	1	7,7
3	buvette	maison de passe	30	2	15,4
4	hôtel	maison de passe	55	4	30,8
5	buvette	maison de passe	38	1	7,7
6	buvette	maison de passe et maison close	47	3	23,1
7	buvette	maison de passe	9	0	
8	buvette	maison de passe	30	0	
9	buvette	maison de passe	20	0	
10	buvette	maison de passe	12	0	

## 6 COMMENTAIRES

### 6.1 Profil sociodémographique des clients des TS

Les clients des TS des sites visités sont presque tous d'origine guinéenne (96%) composé de plusieurs ethnies. Elle est caractérisée par une prédominance des 3 principales ethnies à savoir les soussous, les peuhls et les malinkés (86%). Ils sont musulmans à 96%

La clientèle des TS est très jeune La moyenne d'âge est de 25,41 ans. L'âge médian est de 24 ans avec une forte proportion de célibataires (81%). Ces jeunes sont très actifs (seulement 0,7% n'ont pas d'occupation).

Plusieurs corps de métiers ont été trouvé parmi les clients. Mais il n'y a presque pas de cadres dans notre échantillon. Cette sous représentation pourrait s'expliquer par le fait que *i*)- leurs clientes se rencontreraient dans d'autres sites différents des sites « populaires », objets de cette étude, et *ii*)- leurs clientes sont des femmes non affichées, clandestines. L'étude indique la présence des chauffeurs et des pêcheurs parmi les clients des TS confirmant ainsi ce qui a été longtemps pensé de ces corps de métiers. Mais aussi elle met en évidence le fait que d'autres couches de la société comme les commençants, les mécaniciens, les maçons et les menuisiers sont très présents dans les sites de prostitution. Egalement il faut souligner le cas des élèves et étudiants qui ont été rencontré dans des proportions importantes. Globalement, à cause de leur jeunesse, nous pouvons affirmer les clients des TS sont en début de carrière. De facto, il est permis de supposer qu'ils pourraient ne pas avoir des revenus élevés. Cette situation fait qu'il est difficile pour eux, dans le contexte actuel, de supporter convenablement le poids inhérent à la charge d'une famille africaine dans le cadre d'un mariage. Le plus facile pour eux est la pratique du multi partenariat dans une relation complètement libre.

En général, les clients des TS ne fréquentent pas les sites des quartiers dans lesquels ils habitent. Sans doute ceci s'expliquerait par le fait que ces hommes se cachent de leurs proches. En effet, comme la prostitution n'est ni légale, ni bien perçue par la société, il reste encore difficile de franchir ces barrières pour afficher son choix sexuel d'utiliser les services des TS.

### 6.2 Comportement sexuel des clients des TS

La moyenne d'âge au 1<sup>er</sup> rapport sexuel (16,6ans) est inférieure à l'âge considéré comme âge de la majorité (18 ans). Mais cette moyenne est comparable à celle trouvée dans plusieurs autres études chez des hommes comme dans l'enquête SSG-Guinée. La plus part des clients a été initié aux relations sexuelles avec une copine là où ils habitent. Cependant, il est apparu que le milieu prostitutionnel joue un rôle à ce niveau. En effet, 6,4% d'entre eux ont fait leur 1<sup>er</sup> rapport dans un site de prostitution. Certainement les clients réguliers des TS seraient les promoteurs des sites auprès de leurs copains notamment ceux qui commencent les relations sexuelles. Il faut souligner que les élèves ont la proportion la plus élevée de ceux qui ont fait leur premier pas avec une TS suivi des chauffeurs (respectivement 31,6% et 26,3% avec  $p=0,96$ ).

Le multi partenariat est manifeste chez les clients des TS. Huit hommes sur 10 (84%) ont eu plus d'un partenaire sexuel les 3 derniers mois qui ont précédé l'étude. La combinaison de la proportion élevée de célibataire et le fait que les 96% des clients ont moins de 40 ans (donc à un âge sexuellement actif) pourraient expliquer ce nombre élevé d'hommes avec plusieurs filles car leur libido y est très élevée. Ils chercheraient la performance sexuelle.

Sur 3 femmes avec les quelles ces hommes font des rapports sexuels, 2 sont des TS Ceci confirme que ce groupe est bel et bien un relais entre TS et la population générale.

Le plus souvent, ils visitent les TS 2 fois par mois. La moitié d'entre eux n'a pas fréquenté plus d'une année les sites de prostitution. Ils s'y rendent principalement pour avoir plus de plaisir sexuel. Certainement les filles leur offrent la possibilité de faire des rapports sexuels ne pouvant être pratiqués qu'avec les TS. Ces filles leur donnent une satisfaction sexuelle qu'ils ne trouvent nulle part (référence à leurs vécus). La plupart des clients ont affirmé ne pas avoir connus une situation où la TS refuse de faire ce qu'ils veulent. Ceci marque une domination de ces filles par leurs clients soit à cause de leur masculinité soit à cause de leur pouvoir financier. Il faut aussi souligner que plusieurs hommes fréquentent les TS par ce qu'elles sont faciles à avoir. En effet ces hommes ont des difficultés pour trouver des filles avec lesquelles ils peuvent partager des relations sexuelles voire amoureuses. Ils se considèrent ainsi sans doute comme des acheteurs de marchandise. Comme le coût moyen de la passe n'est pas élevé (6780 GNF) l'accessibilité financière est très abordable pour cette clientèle composée de personnes à revenus modestes.

### *6.3 Utilisation du préservatif*

La quasi-totalité des clients ont utilisé au moins une fois le préservatif. L'âge moyen au 1<sup>er</sup> rapport avec condom est de 21 ans. Il est plus élevé que l'âge moyen au 1<sup>er</sup> rapport sexuel : 16 ans. Cependant, comme en moyenne la durée de fréquentation des TS est de 2 ans, nous pouvons estimer qu'en moyenne, les clients commencent à fréquenter les TS à l'âge de 23 ans. Donc nous pouvons supposer qu'ils visitent les TS après avoir fait usage de préservatif. Sans doute les actions de CCC ont largement contribué à cela. Mais, il reste encore des efforts à fournir car 4 personnes sur 10 n'ont jamais assisté à une démonstration sur le port du condom.

L'usage du préservatif avec les TS et les non TS est différent statistiquement de manière hautement significative. En effet, avec les TS, 9 clients sur 10 utilisent toujours le préservatif alors qu'avec les non TS, ce rapport est de 4/10. Ce comportement confirme le rôle de ces hommes comme agent de liaison entre les groupes. En général, les hommes ne considèrent comme relations à risque que celles pratiquées avec les TS. Les copines ou conjointes de fait sont des personnes sûres soit à cause de l'ancienneté de leur relation soit par la nature de leur rapport. Ces mêmes motifs pourraient expliquer le fait que c'est parmi ceux qui n'utilisent jamais le condom avec une TS qu'il y a le nombre le plus important de *i*)-personnes qui ne payent pas et *ii*)-de personnes qui sont clients depuis plus d'une année. Il est important de souligner que le niveau d'utilisation du préservatif évolue proportionnellement avec le niveau d'instruction. Cela peut être dû aux efforts fournis dans les écoles et du fait que la plupart des messages sont véhiculés en français.

### *6.4 Connaissance des clients sur les IST/VIH/SIDA*

Les signes des IST sont peu connus. Le meilleur score est celui de l'écoulement urétral avec une proportion de 20,7%. Cette situation mérite l'attention de tous les intervenants. En effet la méconnaissance des signes des IST est l'un des facteurs qui peut empêcher leur prise en charge à temps.

Par ailleurs, l'enquête révèle que la moitié des clients savent l'existence des CDV. Mais dans leur majorité, ils ignorent ces centres. Les clients des TS ne font presque pas leur test de VIH ce, malgré les multiples efforts fournis par les intervenants dans ce cadre.

### *6.5 Itinéraire thérapeutique*

Les clients des TS font recours à plusieurs structures pour prendre en charge leur IST. Les structures de santé conventionnelles y occupent une part importante. Mais il faut souligner que 24% rapportent se rendre dans des structures privées. Or par structure privée il faut entendre non seulement celles agréées par le MSP mais aussi celles, les plus nombreuses, ouvertes clandestinement. Cela amène à interroger sur la qualité de prise en charge de ces hommes.

Aucune des personnes séropositives n'a fait son test de dépistage du VIH. Ils constituent ainsi un facteur important de transmission du VIH.

### *6.6 Exposition aux actions de prévention*

Les clients sont largement exposés aux actions de prévention notamment à travers les médias de masse (télévision et radio). Cependant les actions de proximité sont faibles. Sans doute les ONG qui interviennent dans les milieux prostitutionnels privilégient les travailleuses du sexe à cause non seulement de la prévalence élevée du VIH au sein de ce groupe mais aussi du fait que les financements s'y rapportent.

Le message le plus cité est celui relatif au condom. L'existence d'une large campagne de promotion du condom dans les media de masse à travers un programme de marketing social pourrait expliquer ce fait. Cette hypothèse est peut être confortée par le fait que près de la moitié des clients n'a jamais assisté à une démonstration du port du condom. Par ailleurs, il faut souligner que la participation à une démonstration sur le port du condom est différente de façon significative avec le niveau de scolarité ; les non scolarisés y ont moins participé.

### *6.7 Prévalence du VIH*

La prévalence du VIH dans notre échantillon est de 4,3%. Elle est plus élevée chez ceux qui ont duré dans la prostitution, chez les majeurs et chez ceux qui ont niveau de scolarité correspondant au primaire. Aussi les artistes, les pêcheurs et les maçons ont les taux les plus élevés.

Cette étude confirme que le port du préservatif peut être un moyen de protection efficace contre le VIH. En effet, la prévalence est plus faible chez ceux qui l'utilisent toujours par rapport aux autres.

## 7 CONCLUSION/ RECOMMANDATIONS

Cette étude est la première recherche en Guinée qui porte sur les clients TS recrutés dans les sites de prostitution juste après avoir pratiqué un rapport sexuel.

Elle révèle que les clients des TS sont des jeunes célibataires. Ils viennent de plusieurs corps de métiers. L'orientation de ces hommes vers les TS est motivée principalement par le grand plaisir sexuel que ces filles offrent et la facilité avec laquelle ils ont accès à leurs prestations. Ils utilisent les services des TS en général 2 fois par mois.

La précocité des rapports sexuels est un comportement noté chez ces jeunes. En général, ils font les premiers pas sexuels dans le cadre familial. Mais, certains d'eux (parmi lesquels il y a une forte proportion d'élève) ont été initiés dans des sites de prostitution par des TS. Le multi partenariat sexuel est marqué chez la clientèle des TS.

Ils citent le préservatif comme le meilleur moyen de protection contre les IST/VIH/SIDA. Cependant, ils l'utilisent peu avec leur partenaire considérée comme copine ou leur épouse.

Les clients les plus instruits ont de meilleures connaissances sur les IST/VIH/SIDA. Mais, globalement, la clientèle des TS a un faible niveau de connaissance des signes des IST. Les ¾ des clients ignorent les CDV de Conakry.

Les résultats indiquent que les clients sont fortement exposés aux activités de prévention. Cependant, ils bénéficient de moins d'actions de proximité. L'essentiel de leur information sur les IST/VIH/SIDA est assuré par les médias de masse. Ce qui fait que dans une proportion importante, ils n'ont pas assisté à une démonstration sur le port du condom.

La prévalence du VIH est de 4,3% avec des variations très importantes par rapport aux corps de métier des clients. Il faut souligner que parmi les sujets à VIH positif, aucun n'a réalisé au moment de l'étude un test de dépistage volontaire.

Au regard de ce qui précède, nous recommandons de:

- Développer l'éducation sexuelle : la mise en place d'un programme d'éducation sexuelle incluant la question de la prostitution peut contribuer largement à aider les jeunes dans leur orientation sexuelle. Il peut prendre attache au système éducatif et aux centres d'écoute et d'orientation des jeunes (CECOJE)
- Réaliser des recherches socio comportementales couplées à des tests biologiques (chlamydia, gonocoque, syphilis, VIH) au près des pêcheurs, des artistes/sportifs, des maçons, des mécaniciens, commerçants. L'approfondissement des connaissances sur ces groupes peut renforcer les stratégies de lutte contre le SIDA
- Renforcer les activités de CCC auprès des chauffeurs, des maçons, des mécaniciens, des commerçants, des menuisiers et des pêcheurs.
- Renforcer les activités de prévention des IST/ VIH/ SIDA ciblant les hommes clients de TS dans les sites de prostitution avec des messages adaptés notamment en langues nationales.
- Intensifier la formation du personnel des structures privées à la prise en charges des IST.

- Accélérer le processus de réglementation de la prostitution en Guinée.
- Promouvoir l'orientation des clients des TS dans les services adaptés
- Intensifier les campagnes de promotion des CDV
- Renforcer les capacités d'intervention des ONG.

## 8 ANNEXES

### Annexe 1 : Autorisation du comité d'éthique du ministère de la santé

République de Guinée  
-----  
Ministère de la Santé Publique  
-----  
Comité National d'Éthique  
pour la Recherche en Santé

V/Réf :  
N/Réf : N° 029 CNER/ 06

Conakry, le 29 novembre 2006

**LA PRESIDENTE**

**A Monsieur le Directeur Exécutif  
Fraternité Médicale Guinée  
- CONAKRY -**

**Objet: Examen d'un projet de recherche**

Monsieur le Directeur,

Le Comité National d'Éthique pour la Recherche en Santé (CNER) accuse réception de la version corrigée de votre protocole de recherche intitulé "Etude comportementale sur le VIH/ SIDA de la clientèle des travailleuses du sexe fréquentant 10 sites de la ville de Conakry".

Le Comité vous félicite pour votre promptitude à réviser le protocole examiné. Il vous remercie pour la prise en compte des observations qui vous ont été faites.

A cet effet, le Comité d'éthique autorise la mise en œuvre du projet dans le respect des principes éthiques énoncés. Par ailleurs il vous invite à lui transmettre une copie du rapport final de la recherche.

Veuillez recevoir, Monsieur le Directeur, l'expression de ma considération distinguée.

**P. La Présidente P.O.**  
La Secrétaire Exécutive



**Dr N'nah Djénab SYLLA**

Annexe 2 : Questionnaire

**Questionnaire pour clients TS**

Numéro d'identification : \_\_\_/\_\_\_/\_\_\_/\_\_\_/\_\_\_ Date \_\_\_/\_\_\_/2006

**1. CARACTÉRISTIQUES SOCIO-DÉMOGRAPHIQUES**

Site de l'interview : \_\_\_\_\_ Code : \_\_\_\_\_

Quartier de résidence : \_\_\_\_\_ Commune \_\_\_\_\_  
 Nationalité : \_\_\_\_\_ Ethnie : \_\_\_\_\_ Religion \_\_\_\_\_  
 Profession : \_\_\_\_\_

No.	Questions	Réponses	Passer à
Q1	Quel est votre âge ?	___ ans (en années révolues)	
Q2	Quel est votre niveau de scolarité ?	0=non scolarisé 1=primaire 2=secondaire 3=supérieur 4= professionnel	
Q3	Depuis combien de temps fréquentez-vous les TS ?	___ semaines ___ mois ___ années	
Q4	Quelle est votre situation matrimoniale actuelle?	1=célibataire 2=marié (en polygamie) 3=marié (en monogamie) 4=divorcé 5=veuf 6=séparé	→Q Q6 →Q Q6 →Q Q6 →Q Q6 →Q Q6
Q5	Combien d'épouses avez vous	___	
Q6	À quel âge avez-vous eu votre premier rapport sexuel ?	___ ans	
Q7	Où ?	1=site de prostitution 2=chez moi 3=chez un copain 4=autres – préciser _____	
Q8	Avec qui ?	1=une TS 2=une copine 3=une épouse 4=autres – préciser _____	

**2. COMPORTEMENTS SEXUELS**

No.	Questions	Réponses	Passer à
Q9	Avec combien de femmes différentes avez-vous eu des rapports sexuels dans les 3 derniers mois, en comptant votre conjointe si vous en avez une ?	_____	
Q10	Combien de ces femmes sont des TS?	_____	

No.	Questions	Réponses	Passer à
Q11	Avez-vous déjà utilisé un condom ?	1=oui 2=non	→Q13
Q12	Quel âge aviez-vous la première fois que vous avez utilisé le condom ?	_____	
Q13	Combien de jours fréquentés vous les TS par mois ?	_____	
Q14	Pour quelles raisons utilisez-vous les services d'une TS ?	1=facile à avoir 2=pas de femmes ou copines qui m'acceptent 3=plus de plaisir sexuel 4=ma partenaire ne me satisfait pas 5=curiosité 6= absence de ma partenaire 7=autres – préciser _____	
Q15	Avez vous eu une difficulté pour utiliser le préservatif ?	1=oui 2=non	→Q18
Q16	Laquelle ?		
Q17	Qu'avez vous fait ?		
<b>Port du condom avec épouse / conjointe de fait (si pas copine ou épouse=0→Q21)</b>			
Q18	À quelle fréquence avez-vous utilisé les condoms avec <b> votre épouse ou votre conjointe</b> , dans les 3 derniers mois?	1=jamais (0) 2=parfois (1 à 4 fois sur 10) 3=souvent (5 à 9 fois sur 10) 4=toujours (10 fois sur 10)	→Q21
Q19	Avez-vous utilisé le condom la dernière fois avec votre épouse / conjointe?	1=oui 2=non	→Q21
Q20	Qui a proposé le condom la dernière fois ?	1=moi 2=mon épouse / conjointe 3=pas de réponse	

<b>Avec les TS</b>			
Q21	À quelle fréquence avez-vous utilisé les condoms avec la/les <b>travailleuse(s) du sexe</b> , dans les 3 derniers mois?	1=jamais (0) 2=parfois (1 à 4 fois sur 10) 3=souvent (5 à 9 fois sur 10) 4=toujours (10 fois sur 10)	→Q27
Q22	Avez-vous utilisé le condom la dernière fois avec une TS ?	1=oui 2=non	→Q26
Q23	Qui a proposé le condom la dernière fois ?	1=moi 2=la TS	
Q24	Le condom a été utilisé :	1=après discussion 2=sans discussion	→Q29
Q25	La discussion pour l'utilisation du condom a été :	1=facile 2=difficile	→Q29 →Q29

Q26	Pourquoi n'avez-vous pas utilisé le condom ?	1=condom non proposé 2=refus de ma part 3=Refus de la TS 8=autres, préciser : _____	→Q29
Q27	Pourquoi n'avez-vous pas proposé l'utilisation du condom ?	1=je n'avais pas de condom 2=pour plus de confort (jouissance) 8=autres, préciser : _____	→Q30 →Q30
Q28	Pourquoi n'en aviez-vous pas avec vous ?	1=condom trop cher 2=condom non disponible sur le site 8=autres, préciser : _____	→Q30 →Q30 →Q30
Q29	Quels arguments ont-ils été avancés pour le refus d'utiliser le condom ?	1=de payer plus cher sans condom 2=condom empêche la jouissance 8=autres, préciser : _____	
Q30	Combien avez-vous payé à la TS que vous avez vue la dernière fois ?	1=_____ GNF 2=je n'ai pas payé	
Q31	Avez-vous déjà utilisé ou mis des produits pour faciliter les rapports sexuels ?	1=oui 2=non	→33
Q32	Quels produits avez-vous utilisés?	Produit ou matériel : 1=lubrifiant 2=pas de réponse 8=autres, préciser : _____	
Q33	Avez-vous connu une situation où la TS refuse de faire ce que vous voulez ?	1=oui 2=non	→35
Q34	Qu'avez-vous fait ?	1=crier ou menace verbale 2=frapper 3=autre _____ 4= pas de réponse 5= refus de répondre	

### 3. CONNAISSANCES DES IST/VIH/SIDA

No.	Questions	Réponses	Passer à
Q35	Prenez-vous des précautions pour éviter d'être contaminé pendant les rapports sexuels ?	1=oui 2=non	→Q38
Q36	Lesquelles ?	1=condom 2=antibiotique 3=combinaison condom/antibiotique 8=autres, préciser : _____	→Q38 →Q38
Q37	Prenez-vous ces antibiotiques avant ou après les rapports sexuels ?	1=avant 2=après	
Q38	Quels sont les signes/symptômes d'IST que vous connaissez chez l'homme ?	1=écoulement urétral 2=miction douloureuse 3=lésion génitales 4=gonflement dans l'aîne 5= plaies sur le sexe 8=autres, préciser : _____	
Q39	Avez vous eu une IST ?	1=oui 2=non	→Q42

No.	Questions	Réponses	Passer à
Q40	Avez-vous été aux soins pour le dernier épisode ou pour l'actuel épisode d'IST ?	1=oui 2=non	→Q42
Q41	Où avez-vous eu recours aux soins la dernière fois que vous avez eu une IST ?	1=structure de santé publique 2=structure de santé privée 3=pharmacie 4=un vendeur ambulancier ou au marché 5=un guérisseur traditionnel 6=un ami/parenté 7=automédication 8=autres, préciser : _____	
Q42	Avez-vous entendu parler du VIH ou d'une maladie qui s'appelle SIDA ?	1=oui 2=non	→Q47
Q43	Quel est le meilleur moyen de protection contre le VIH/SIDA ?		
Q44	Est-il possible à Conakry de savoir si on a les VIH ou le SIDA ?	1=oui 2=non 3= ne sait pas	→Q47 →Q47
Q45	Où ?		
Q46	Avez-vous été dans ce centre pour faire votre test de VIH ?	1=oui 2=non	

#### 4. EXPOSITION AUX INTERVENTIONS PRÉVENTIVES

No.	Questions	Réponses	Passer à
Q47	Avez-vous assisté à une démonstration sur l'utilisation du condom ?	1=oui 2=non	
Q48	Avez-vous entendu ou vu des messages sur les IST/VIH/SIDA dans les 6 derniers mois ?	1=oui 2=non	→Q52
Q49	Quelle était la <u>principale</u> source de ces messages? (un seul choix de réponse)	1=radio 2=télévision 3=agent/e d'un centre de santé 4=agent/e d'une ONG 8=autres, préciser _____	
Q50	De quoi parlaient <u>le plus souvent</u> les messages ? (un seul choix de réponse)	1=risques de contracter une IST/VIH 2=précautions à prendre pour les éviter 3=port du condom 4=SIDA (comme maladie mortelle) 8=autres, préciser _____	
Q51	Vous a-t-on déjà recommandé de consulter dans un centre de santé particulier en cas d'IST ?	1=oui 2=non	→Q52

#### 5. LABORATOIRE

Q52	Échantillon de sang prélevé	1=oui      2=non	
-----	-----------------------------	------------------	--