



Facteurs de vulnérabilité

Bien que non spécifiques au cannabis, de multiples facteurs, environnementaux, individuels et liés au développement se conjuguent pour conduire un consommateur de l'usage festif à l'usage nocif voire à la dépendance. Ils sont importants à connaître pour mieux repérer les sujets à risques et adapter sa réponse.

Les facteurs propres à l'individu

Se rapportent surtout à ses traits de personnalité.

Ce sont des individus plutôt chercheurs de sensations, impulsifs, immatures affectivement, intolérants aux frustrations, instables dans leur attention et en difficulté pour s'organiser ou pour trouver du plaisir dans le quotidien. Ils accumulent des problèmes personnels, sont en échec (scolaire, professionnel) et ont une faible estime d'eux-mêmes. Ils ressentent une agressivité venant de leur contexte et l'expriment plus facilement. Le poids de l'influence génétique (fragilité à céder aux addictions ?) ne concerne qu'un faible pourcentage des personnes exposées.

On notera également une vulnérabilité accrue chez les sujets exposés in utero au cannabis ou chez ceux atteints de co-morbidités psychiatriques.

Les facteurs environnementaux

Sont essentiellement liés à une diminution de l'implication parentale rapidement concurrencée ou remplacée par l'augmentation de l'influence des pairs.

Les déterminants familiaux sont représentés par des carences de la structure parentale, la tolérance des parents à l'égard de la consommation de cannabis, l'instabilité ou le manque de cohésion. La médiocre qualité du lien parents enfant se traduit par un faible contrôle éducatif à un âge où l'identification est primordiale et la qualité du lien avec le père est un facteur déterminant. L'influence du niveau socioculturel ou économique est en revanche plus discutée.

Au cours de la croissance

Le poids de chacun des facteurs évolue. Quand l'influence des pairs prend le pas sur l'influence familiale, plusieurs facteurs se combinent.

On distingue :

- la fréquence des situations d'exposition aux propositions de consommation,
- le mimétisme comportemental, d'autant plus fort que les comportements sont non conventionnels, et transgressifs.