

## LES LOGIQUES SOCIALES DU MAINTIEN DES FEMMES RURALES DE NIANGON LOKOA DANS LE COMMERCE DE L'ATTIEKE (COTE D'IVOIRE).

KAM Oleh,  
MOUROUFIE Kouassi Kouman Vincent,  
AKPA Akpéhi Sandrine Dite Isaora  
(Université Felix Houphouët Boigny)

### Résumé

L'objectif général de l'article vise à étudier les logiques sociales qui expliquent le maintien des femmes de Niangon Lokoa dans le commerce de l'attiéké.

La méthode de travail à consister à fusionner la recherche documentaire, l'enquête et l'observation directe dans le village de Niangon Lokoa. Les enquêtes ont consisté à des entretiens avec divers acteurs (productrices de l'attiéké, la présidente des femmes, le président des jeunes, les autorités coutumières, administratives et politiques du village). Pour ce faire, l'approche culturaliste a été mobilisée dans cette étude pour l'analyse des données recueillies.

Les résultats obtenus sont de trois ordres : les caractéristiques socio-démographiques, les perceptions que se font les productrices de l'attiéké de leur activité et l'impact de cette activité sur les conditions de vie des femmes. En effet, l'étude révèle que 2/3 enquêtées ont l'âge compris entre 30 à 50 ans soit 72,22%. Elle révèle aussi que 69% des productrices enquêtées sont mariées et en majorité analphabètes (62%). En outre, les femmes perçoivent la vente de l'attiéké comme un capital social, culturel et économique car le commerce de l'attiéké contribue à leur autonomie et leur bien-être social.

**Mots clés :** Logique sociale, maintien des femmes, attiéké, Côte d'Ivoire.

## ABSTRACT

The general objective of the article is to study the social logics which explain the maintenance of the women of Niangon Loko in the trade of attiéké.

The working method consists of merging documentary research, survey and direct observation in the village of Niangon Loko. The surveys consisted of interviews with various actors (producers of the attiéké, the president of the women, the president of the young people, the customary, administrative and political authorities of the village). To do this, the culturalist approach was mobilized in this study to analyze the data collected.

The results obtained are of three kinds: the socio-demographic characteristics, the perceptions that the women producers make of their activity, and the impact of this activity on the living conditions of women. Indeed, the study reveals that 2/3 respondents have the age between 30 to 50 years or 72.22%. It also reveals that 69% of the producers surveyed are married and the majority illiterate (62%). In addition, women perceive the sale of attiéké as social, cultural and economic capital because the attiéké trade contributes to their autonomy and social well-being.

**Keywords:** Social logic, maintenance of women, attiéké, Côte d'Ivoire.

## Introduction

Les femmes en générale et les femmes rurales en particulier, sont les plus touchées par la pauvreté malgré leur apport considérable dans l'économie mondiale. Partout dans le monde, alors que « les femmes effectuent les deux tiers du nombre d'heure de travail, produisent 80% de la nourriture mondiale, elles ne perçoivent que 10% du revenu total et représentent les 70% du 1,2 milliard de personne vivant avec moins de 1 dollar par pas jour » (N.Kabeer, 2005, P. 20).

L'organisation de Coopération et de Développement Economique (OCDE) à elle aussi mis en évidence le contraste entre la forte implication des femmes rurale dans l'agriculture et leur revenu peu consistant. Partant de ce constat, la lutte contre la pauvreté des femmes fait désormais partie des objectifs de la communauté internationale. Les programmes de lutte contre la féminisation de la pauvreté axent l'autonomisation de la femme sur plusieurs éléments tels que l'éducation, la santé, l'accès au micro crédit (ONU femme, 2014) afin de promouvoir l'entrepreneuriat féminin qui est aujourd'hui reconnu comme facteur d'autonomisation économique (J. Bonvin et C.Morrisson, 1999, P. 21).

En Côte D'Ivoire, comme partout dans le monde, l'autonomisation de la femme rurale apparaît comme un enjeu fondamental dans la politique de lutte contre la féminisation de la pauvreté, un frein aux inégalités du genre et un gage de la réalisation des Objectifs du Millénaire pour le Développement OMD. A cet effet, plusieurs réformes institutionnelles et législatives ont été effectuées dans cette optique au plan national (B. Kone, 2018,P . 634). En ce qui concerne les femmes rurales, diverses décisions sont prises en leur faveur afin de réduire ou d'éliminer si possible la pauvreté qu'elles vivent, favorisant ainsi leur autonomisation, et aussi pour permettre leur pleine participation au développement du milieu rural ivoirien. Ces programmes visent à faciliter leur accès au foncier, à l'éducation mais aussi au microcrédit afin de promouvoir l'entrepreneuriat qui est aujourd'hui reconnu comme facteur d'autonomisation économique. (M-D. De suremain et W. Annelaure, 2013, P.9).

Aujourd'hui, le commerce de l'attiéké joue non seulement un rôle important dans l'économie du pays car il fait l'objet d'importante transaction (M. Toka et *al*, 2018, P. 41). Mais encore, il constitue la principale source de revenu de plusieurs femmes dont celles du village de Niangon Loko. (R.E. Krabi et *al*, 2015, P.22).

Les femmes de ce village, en vue de leur autonomisation ont recours à cette activité comme activité génératrice de revenu. Ces vendeuses, exerçant dans l'informel, ont un faible niveau d'organisation et opèrent à petite échelle. Elles emploient des aides dans la pratique de leur activité. Les relations d'emploi sont surtout fondées sur l'emploi occasionnel, les liens de parenté ou les relations personnelles et sociales plutôt que sur des accords contractuels comportant des garanties en bonne et due forme.

Ne bénéficiant d'aucun appuie de la part de l'Etat, elles s'organisent à leur manière pour exercer leur activité. Cependant, elles rencontrent des difficultés aux niveaux des mécanismes de production et de commercialisation. En effet, les femmes ayant un accès limité aux moyens de productions et aux outils modernes de transformation, la production d'attiéké s'effectue artisanalement et dans de pénibles conditions. De plus, les productrices sont constamment victimes d'arnaques, d'abus de confiances car elles commercialisent leurs productions à crédit. Ce mécanisme de commercialisation endette les productrices, puisque ces dernières fonctionnent de la même manière avec les fournisseurs de manioc. Lorsque les productrices se retrouvent dans un tel cas d'arnaque, elles sont dans l'obligation de payer le manioc pris à crédit à leur propre frais. Cette situation fait que le revenu que rapporte l'activité est peu consistant.

L'objectif général de notre étude est d'analyser les logiques sociales qui expliquent le maintien des femmes dans le commerce de l'attiéké. De manière spécifique il s'agit de :

- Déterminer les caractéristiques sociodémographiques des enquêtées ;
- Identifier les perceptions que se font les femmes de l'activité exercée ;
- Montrer l'impact de cette activité sur les conditions de vie des femmes.

## 1-Methode

### 1-1-Site d'étude

La présente étude se déroule dans la région des Lagunes, dans le district d'Abidjan, dans la commune de Yopougon précisément dans le village Ebrié de Niangon Loko. Situé à l'est de la commune de Yopougon, Niangon Loko, fait partie des 11 villages que comporte la commune. Il est délimité au nord par le quartier Niangon Nord, au Sud par la lagune Ebrié, à l'Est par l'Académie des sciences et des mers et à l'Ouest par le quartier Niangon Sud.

Le choix de cette zone s'explique par le fait que Niangon Loko est un village stratégique car il est un village à grande production d'attiéké de manière artisanale. En effet, l'observation de ce site nous montre que la production et le commerce d'attiéké constitue l'activité féminine dominante. Dans ce village, les femmes ont fait de cette activité un travail à part entier. La plupart d'entre elles ont d'ailleurs, leur unité de production d'attiéké. La prédominance de cette activité au détriment des autres est due au rôle social qu'occupe l'attiéké au sein de cette société. En effet, ce mets reste l'alimentation de base des Ebrié en générale et particulièrement de ceux du village de Niangon Loko.

### 1-2-Récolte des données

L'étude a mobilisé à la fois les approches qualitative et quantitative. Le choix des enquêtés a porté sur des critères tel que le sexe, l'âge, le statut matrimonial, le niveau d'instruction et le nombre d'enfant à charge et l'activité socioprofessionnel.

Un questionnaire a été administré à 36 productrices d'attiéké sur une population mère de 351 productrices. Pour le choix de cet échantillon, nous avons retenu les 1/10 de la population mère car ce taux étant conventionnellement admis en science sociale. L'administration d'un questionnaire aux productrices d'attiéké a permis de comprendre les perceptions qu'on les femmes de l'activité qu'elles exercent. Il a aussi servir à cerner l'apport de l'activité dans l'amélioration de leur conditions de vie. Cette démarche nous a permis de faire ressortir et de comprendre les logiques sociales et l'impact du commerce d'attiéké sur l'autonomie des vendeuses. En plus du questionnaire, des entretiens ont été animés avec différents acteurs.

Des entretiens directifs ont été animés avec des personnes ressources. Le guide entretien administré aux acteurs est articulé autour des catégories suivantes : Un guide d'entretien a été adressé aux autorités coutumières du village, un guide d'entretien adressé aux autorités politiques et administratives, un guide entretien adressé au président des jeunes.

Les individus suivants ont constitué notre échantillon : le chef du village (03) membres de la notabilité, le président des jeunes, (01) agent de la mairie ; (26) productrices adulte âgées de

30 à 50ans ; (7) productrices jeunes âgées de 18 à 30 ans, (03) productrices vieilles âgées de 50ans et plus.

### **1-3-Observation directe**

Dans le cadre de notre étude, nous nous sommes servis de l'observation directe. Le recours à l'observation directe a permis de constater que les entreprises de ce village sont de très petites tailles. Le lieu d'habitation est confondu avec le lieu de travail. Chaque entreprise a à sa tête une propriétaire. Celles-ci dans la production de l'attiéké ont recours à des aides. Les aides, en grande partie allochtone, bénéficient d'un salaire journalier pour leurs différentes prestations. Nous avons aussi constaté que la production d'attiéké s'effectue de façon artisanale.

### **1-4-Analyse et interprétation des données**

Les données de cette étude ont été analysées selon l'approche culturaliste qui met en évidence l'influence prépondérante de la culture et des habitudes culturelles d'éducation sur la personnalité de base des individus. Autrement dit, les comportements individuels sont déterminés par la culture qui se pérennise de génération en génération. En clair, comment à partir de l'approche culturaliste peut-on expliquer le recours des femmes de Niangon Loko, leur maintien et leur représentation vis-à-vis de l'activité exercée ?

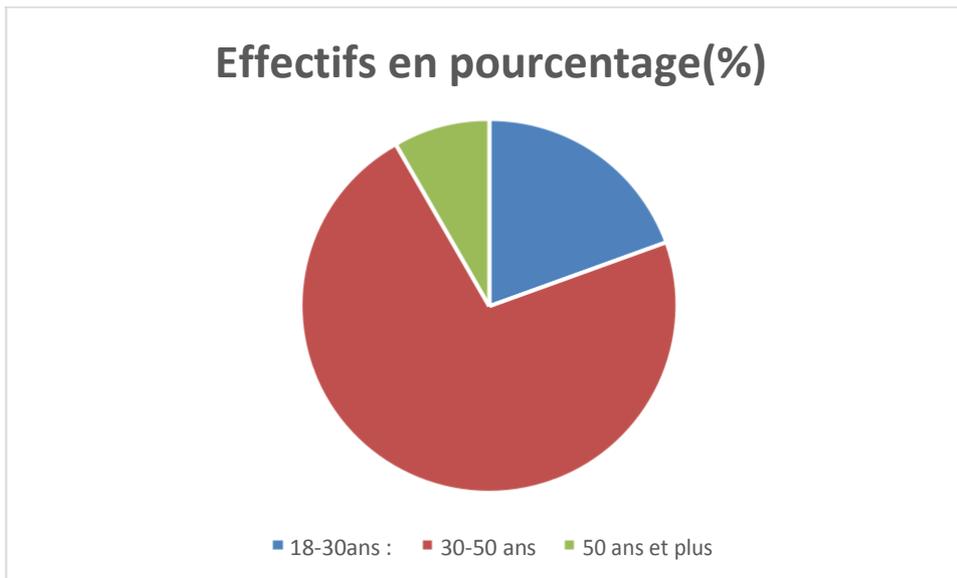
L'approche culturaliste permet de comprendre le fait que le recours des femmes de Niangon Loko à cette activité est influencé par leur culture qui présente la production et la commercialisation de l'attiéké comme étant l'activité typique des femmes originaire du village. Cette manière de voir l'activité exercée détermine donc leur recours et leur maintien dans ce secteur d'activité.

## **2-Résultats**

### **2-1-Caractéristiques socio -démographiques des enquêtées de l'étude**

#### **2-1-1-L'âge des enquêtées**

**Figure1:** Répartition des enquêtées selon l'âge



**Source : Enquête de terrain, 2018**

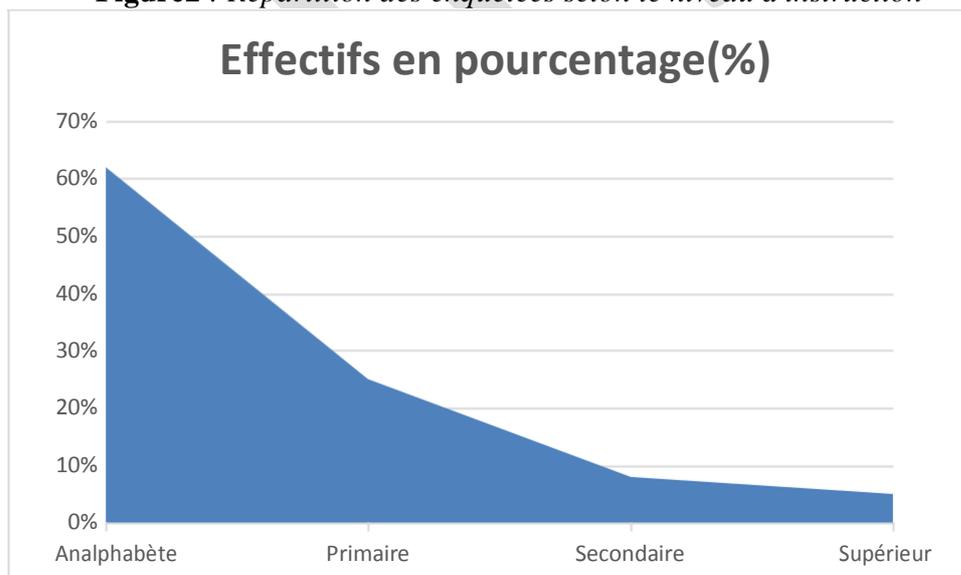
Il ressort de la figure ci-dessus que 2/3 enquêtées ont entre 30 à 50 ans soit 72,22%. Cela prouve que les productrices sont des adultes. A cet effet, R.K ; une commerçante précise : « *Les femmes qui sont dans le commerce d'attiéké là sont des femmes d'un âge avancé. La plupart d'entre nous ont un âge de plus de 30 ans et moins de 50 ans* » (Entretien réalisée en 2018).

N.M., Une autre commerçante renchérit en ces termes : « *...C'est une activité qui regroupe des femmes matures en âge. Les femmes les plus nombreuses ont entre 30 et 50 ans* » » (Entretien réalisée en 2018).

De ces propos ; il ressort que l'âge est un facteur qui fait partie de l'identification des femmes fabricantes de l'attiéké. Ces femmes sont pour la majorité dans une même tranche d'âge.

### 2-1-2- Le niveau d'instruction

**Figure2 : Répartition des enquêtées selon le niveau d'instruction**



**Source : Enquête de terrain, 2018**

A lecture de la figure 2, l'on s'aperçoit que plus de la moitié des enquêtés sont analphabètes (62%). Cette réalité est traduite dans les propos de G.N., une fabricante d'attiéké en ces termes :

« *Moi je ne suis pas aller à l'école, c'est la même chose pour le plupart des femmes fabricantes d'attiéké. On a appris à parler le français en écoutant les gens.ça nous fatigue souvent dans les calculs...* » (Entretien réalisée en 2018).

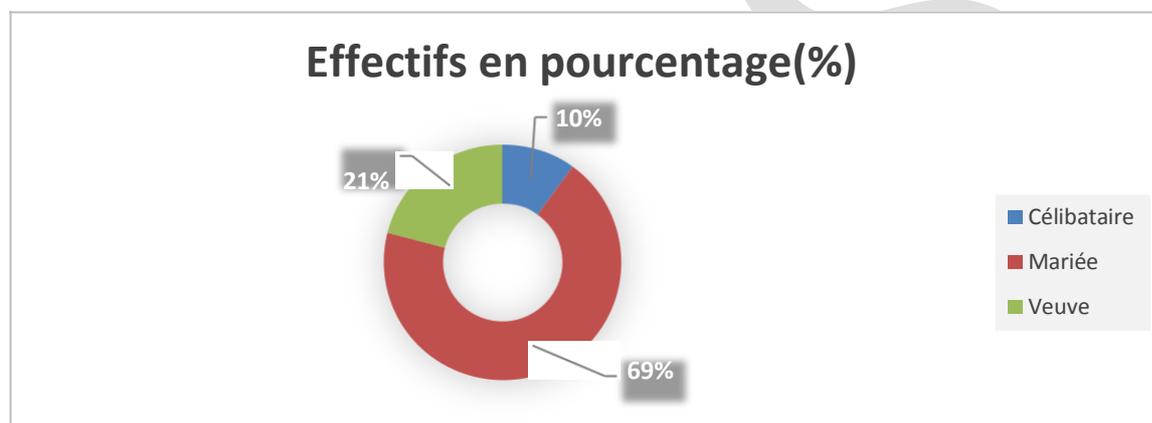
Dans la même veine, K.B., un membre de la notabilité ajoute :

« *Les femmes fabricantes d'attiéké n'ont pas fait l'école dans l'ensemble. Elles se débrouillent comme elles peuvent pour faire leur activité. Certaines par cotre ont fait l'école*» (Entretien réalisée en 2018).

De ces propos, il ressort que les fabricantes d'attiéké sont des femmes sans instruction pour la majorité. Cela montre que ces enquêtées ne savent ni lire ni écrire. Ce qui constitue une carence dans leur activité qui demande une certaine connaissance scolaire.

### 2-1-3- Le statut matrimonial

**Figure 3:** Répartition des enquêtées selon la situation matrimoniale



Source : Enquête de terrain, 2018

La lecture de la figure 3 montre que 69% des productrices enquêtées sont mariées. Cela traduit le fait que ces enquêtées sont ou ont déjà été dans un foyer. Les propos de B.N., une fabricante d'attiéké l'attestent si bien :

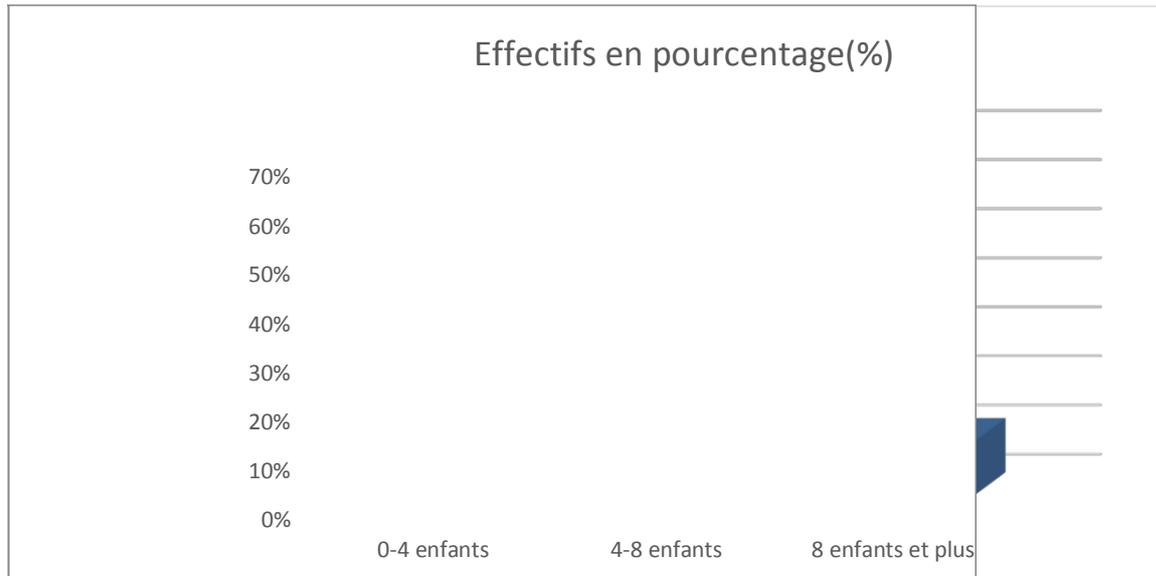
«... *Ici, il y a beaucoup de femmes qui sont dans un foyer avec des enfants et un mari. Les charges de leur familles retombent sur elles* » (Entretien réalisée en 2018).

« *L'activité de fabricante d'attiéké c'est pour aider la famille car la plupart d'entre nous sont mariées ou sont dans un foyer* » (Entretien réalisée en 2018).

Ces propos traduisent que les femmes fabricantes d'attiéké vivent en couple dans la majorité des cas. Cette activité est donc importante pour subvenir aux besoins de la maison.

### 2-1-4-Nombre d'enfants

**Figure 4 :** Répartition des enquêtées selon le nombre d'enfant à charge



**: Source : Enquête de terrain, 2018**

La figure 4 montre que la majorité des enquêtées ont plus de 4 enfants dans leur ménage soit 61 %. Ces propos ci-dessous de V.K., une commerçante le prouvent :

« Les femmes fabricantes d'attiéké dans l'ensemble sont des mères de plus de 3 enfants, elles ont une famille nombreuse à nourrir » (Entretien réalisée en 2018).

T.M., une autre commerçante d'attiéké adjoigne :

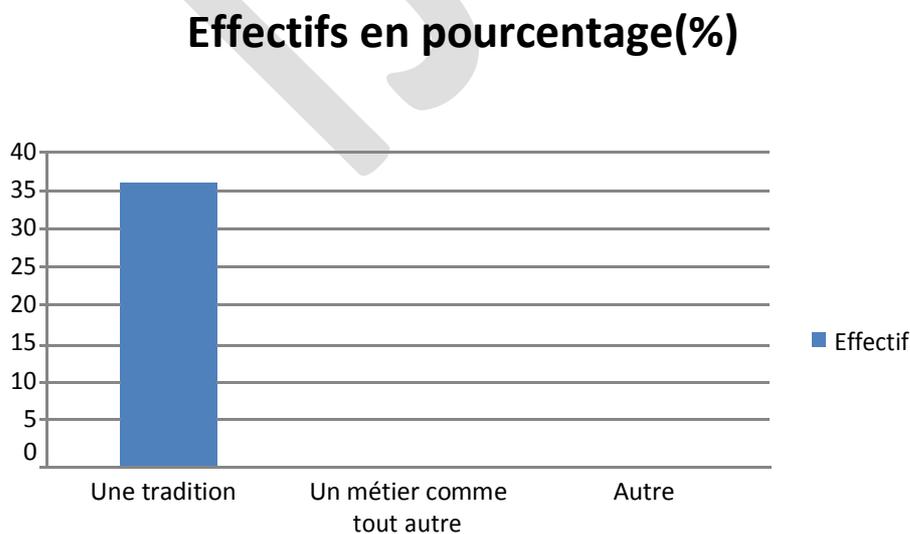
« ..Cette activité est une aide pour nous et notre famille. Les nombreux enfants que nous avons doivent aller à l'école et être nourris pour aider nos maris » (Entretien réalisée en 2018).

De là, il ressort que les femmes sont des mères de familles qui doivent s'occuper d'au moins 4 enfants. Cela traduit que le nombre d'enfants à charge est élevé. Les femmes fabricantes d'attiéké deviennent à cet effet des aides pour leur famille en particulier leurs maris.

## 2-2-Les perceptions de l'activité de l'attiéké par les femmes productrices

### 2-2-1-Les perceptions socioculturelles de l'attiéké par les femmes productrices d'attiéké

**Figure 5 : les perceptions socioculturelles de l'attiéké par ces productrices.**



**Source : Enquête de terrain, 2018**

A lecture de la figure 5, l'on constate que l'intégralité des enquêtées soit les 35% perçoivent l'activité exercée comme une tradition. A cet effet, monsieur P.J un notable dit ceci :

« *Les femmes d'ici font attiéké parce c'est le travail des femmes Ebrié. L'attiéké c'est notre culture, comme la femme Ebrié aime sa culture, elle fait ce métier* » (Entretien réalisée en 2018).

F.K., une fabricante d'attiéké renchérit en ces termes :

« *La fabrication est transmise de mère en fille. Depuis que nous sommes petites, notre mère nous a appris la manière de faire l'attiéké* » (Entretien réalisée en 2018).

Les propos de notre enquêté mettent en évidence le fait que la production et la commercialisation de l'attiéké soient perçues dans ce village comme une activité culturelle. Cela met en évidence l'origine culturelle du commerce d'attiéké.

### **2-2-2-La perception économique de l'activité de l'attiéké par les femmes**

Les fabricantes d'attiéké pratiquent l'activité de l'attiéké pour des raisons économiques. Cette réalité se perçoit à travers les propos de K.M., une fabricante d'attiéké en ces termes:

« *...Avec le commerce d'attiéké je peux avoir de l'argent pour payer les factures d'électricité et pour subvenir aux besoins scolaires de mes enfants* » (Entretien réalisée en 2018).

Dans la même lancée, J.K., une commerçante d'attiéké renchérit :

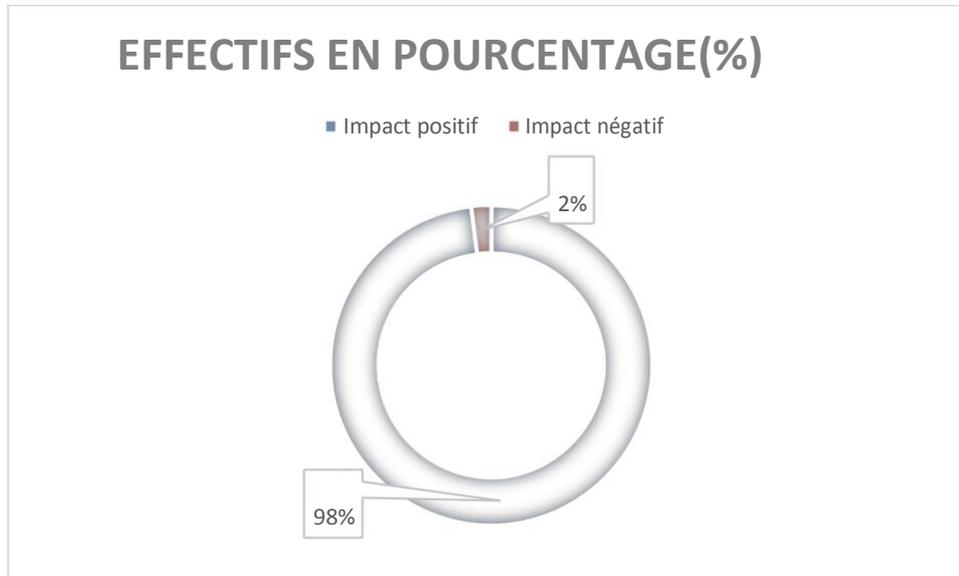
« *L'argent qu'on gagne dans le commerce d'attiéké nous permet de contribuer aux dépenses de la maison et pour venir en aide pour certaines à nos mari qui sont à la retraite* » (Entretien réalisée en 2018).

De ces propos, il ressort que l'activité commerciale de l'attiéké rapporte de l'argent aux femmes. Cela leur permet de pouvoir faire face à la pauvreté dans la société.

## 2-3-L'influence du commerce d'attiéké sur les conditions de vie des femmes

### 2-3-1- L'activité de la fabrication de l'attiéké dans la situation sociale des femmes

**Figure 6:** Avis des productrices de l'impact du commerce d'attiéké sur leur situation sociale



Source : Enquête de terrain, 2018

La figure 6 montre que la totalité des enquêtées, soit les 98% affirment que le commerce d'attiéké a un impact positif sur leur situation sociale. Cette situation se matérialise à travers les propos qui suivent de R.T., une fabricante d'attiéké en ces termes :

«Ce métier de fabricante d'attiéké n'est pas toujours satisfaisants car on perd souvent. Mais, on ne se plaint pas parce que cette activité a amélioré notre situation en société » (Entretien réalisée en 2018).

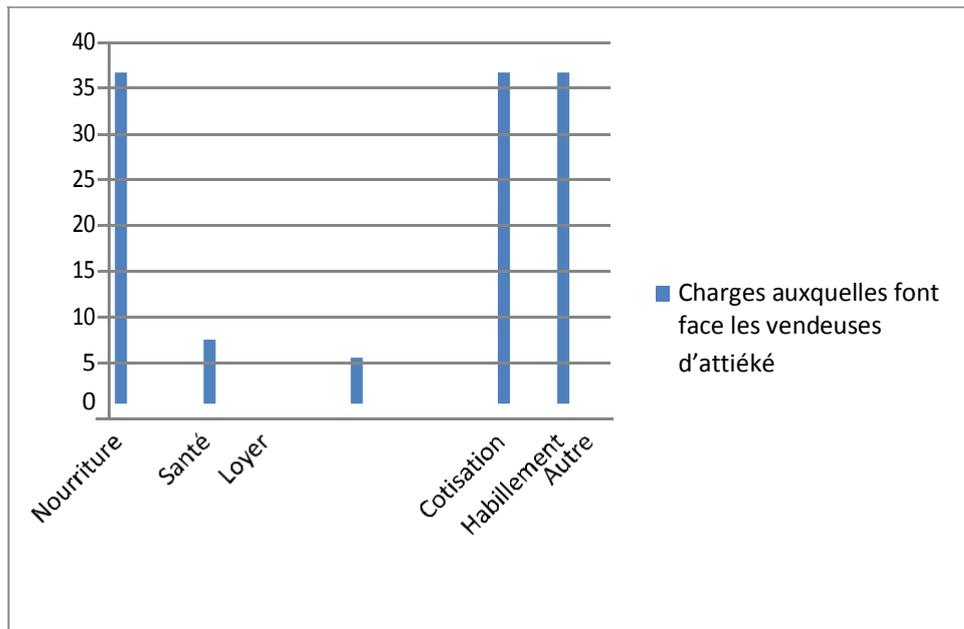
Un notable ajoute :

«Depuis que je suis retraité je n'ai plus la capacité de faire face à toute les dépense familiale. C'est ma femme, fabricante d'attiéké qui m'aide, cela me facilite la vie» (Entretien réalisée en 2018).

De ces propos, il ressort que l'activité de l'attiéké est un moyen qui permet aux femmes de pouvoir améliorer le bien-être de la famille. Cela signifie que la vente de l'attiéké par le revenu qu'il rapporte aux femmes contribue à l'amélioration de leur condition de vie.

### 2-3-2-Le commerce de l'attiéké et l'autonomie économique des femmes

**Figure 7 :** Répartition des productrices selon leurs charges



**Source : Enquête de terrain, 2018**

La lecture de la figure 7 indique que l'intégralité des enquêtés soit 100% participent aux dépenses liées à l'alimentation, à l'habillement et aux cotisations imposées dans la communauté. Cela montre que le revenu que rapporte l'activité aide les femmes à pouvoir contribuer aux charges financières de leur ménage et de leur communauté. C'est dans ce sens que lors de nos entretiens monsieur B.K un notable affirme :

« Les temps sont durs et c'est bon quand une femme fait un petit métier. Car nos femmes, nos sœurs, nos mamans qui font l'attiéké avec l'argent qu'elles gagnent même si ce n'est pas des millions, ça aide beaucoup leurs familles » (Entretien réalisée en 2018).

Dans le même optique, C.B., une fabricante d'attiéké ajoute :

« Avant quand je ne faisais rien, mon mari se plaignait toujours que je n'apporte rien à la maison. Avec mon activité d'attiéké la paix est revenue car je contribue aux dépenses de la maison » (Entretien réalisée en 2018).

Les propos de notre mettent en évidence le fait que la vente d'attiéké donne la possibilité aux femmes de contribuer aux mieux-être de leurs familles d'autant plus que leur activité participe d'une certaine manière à la stabilité familiale.

### 3-Discussion

Les caractéristiques sociodémographiques, les perceptions des productrices de l'activité exercée, et l'impact de cette activité sur leur autonomisation font l'objet d'explications dans cette partie.

#### 3-1- Caractéristiques socio -démographiques des enquêtées de l'étude

##### 3-1-1- L'âge des enquêtées

L'âge des productrices d'attiéké montre qu'elles sont des femmes majeures et responsables de leur propre famille. Partant de ce fait, une obligation morale s'impose à elles : celle de prendre soins de cette famille. Pour y parvenir, elles ont recours au commerce d'attiéké comme une activité génératrice de revenu. L'âge des femmes dans leur activité est également souligné dans les écrits de V. Vinel (2008, P.1) dans une étude sur les femmes chez les Moose au Burkina. Selon cet auteur, les âges de la vie féminine, chez les Moose du Burkina Faso, se divisent en quatre temporalités, qui recouvrent à la fois des tâches, des comportements, des espaces et des modes relationnels : l'enfance, la jeunesse, l'âge de mère et d'épouse, et la vieillesse.

##### 3-1-2- Le niveau d'instruction

L'analphabétisme des vendeuses constitue un obstacle à la bonne gestion de leur activité. Cette réalité a non seulement une répercussion sur la durée de vie de leur entreprise mais aussi entrave leur autonomie. A. Mingat, et al (2013, P.1) dans un article, présente l'évolution drastique de l'analphabétisme comme un frein au développement socio-économique. En effet, cette situation de recrudescence de l'analphabétisme n'est évidemment pas satisfaisante dans une perspective de progrès social et économique, en particulier dans celle de la réduction de la pauvreté..

##### 3-1-3- Le statut matrimonial

La proportion de statut matrimonial (mariée et veuve) est plus représentatif dans la pratique du commerce de l'attiéké dans la mesure où ces femmes sont en quête de leur autonomie non seulement afin de pouvoir se prendre en charge, mais aussi afin de contribuer au bien-être de leur famille en participant aussi aux charges financières qui se présentent. Dans une autre perspective et à propos du statut matrimonial, C. Vlèi-yoroba (2005, P.18) précise que l'activité est considéré chez l'homme comme un droit mais aussi comme un devoir tandis que pour la femme mariée, au contraire, l'exercice d'une profession n'a été pendant longtemps qu'une simple tolérance soumise à l'approbation du mari.

##### 3-1-4- Le nombre d'enfant à charge

Cette variable est déterminante ici dans la mesure où le nombre d'enfants à charge constitue un poids pour les productrices d'attiéké. Cet état de fait les amène à pratiquer le commerce d'attiéké pour participer aux charges familiales et s'occuper convenablement de leurs enfants. Cela est souligné par une étude américaine de L. Anderson (2002, P.12). Cet auteur a montré une influence des troubles du développement de l'enfant sur la décision de prendre ou de quitter un emploi, les horaires de travail et le temps de travail. Ainsi, l'activité professionnelle est

importante pour des raisons financières, mais aussi parce qu'elle marque un temps de pause, une forme de répit, dans l'aide que les parents apportent à l'enfant. C'est également une source d'ouverture et de décloisonnement (J. Shearn et S.Todd, 2000, P.13).

### **3-2-Les perceptions du commerce d'attiéké par les vendeuses de Niangon Loko**

#### **3-2-1-Les perceptions socioculturelles de l'attiéké**

Les perceptions du commerce d'attiéké par les vendeuses s'expliquent par des facteurs socioculturels. En effet, les vendeuses d'attiéké perçoivent l'activité exercée comme une tradition, un héritage qui leur a été légué par leurs mères et qu'elles perpétuent à leurs tours. Partant de ce fait, leur maintien dans l'activité exercée malgré les obstacles rencontrés à une origine culturelle. En d'autres termes, dans ce village, le commerce d'attiéké est une tradition qui se perpétue de génération en génération. Ainsi, comme le souligne E. Durkheim (1922, P.22), au sein d'une société, le savoir se transmet de génération en génération. C'est à partir des modèles culturels de base que les individus se socialisent.

Ces mêmes raisons socioculturelles expliquent le maintien des femmes dans le commerce d'attiéké sont mises en évidence.

Ainsi, l'attiéké se présente comme une identité culturelle et comme facteur de positionnement social des femmes Odjukru. Par son origine et du fait qu'il constitue l'alimentation de base des, et qu'il soit le propre des femmes, celles-ci s'identifient culturellement à ce mets, à sa production et à sa commercialisation. Ainsi, de plus en plus, la production et la consommation de l'*attiéké* se sont répandues sur tout le territoire ivoirien et dans la sous-région ouest africaine, avec les migrations des populations (N.Djéni *et al*, 2011, P.1). À Abidjan, plus de 34 % des ménages consomment l' *attiéké* au moins une fois par jour avec du poisson ou de la viande (N.Amani et A.Kamenan, 2003,P .2).

#### **3-2-2-Les perceptions économiques de l'attiéké**

Outre les représentations socioculturelles associées au commerce de l'attiéké, les femmes perçoivent aussi cette activité comme une source de revenu. La vente d'attiéké est, aussi, un moyen pour elles de se faire de l'argent afin d'améliorer leur condition de vie et de parvenir à l'autonomie. Cette représentation économique de l'activité entrepreneuriale influence aussi le maintien des productrices d'attiéké dans leur activité. F. Youl *et al* (2017, P. 311) présentent le facteur économique comme élément déterminant des motivations des individus à entreprendre. En somme, c'est la quête de moyen financier qui incite et maintient les individus dans les activités génératrices de revenu qu'ils initient.

### **3-3-L'impact du commerce d'attiéké sur les conditions de vie des femmes.**

#### **3-3-1- Au niveau social**

Le commerce d'attiéké par le revenu qu'il procure, même s'il est faible, contribue à l'amélioration des conditions de vie des vendeuses. En effet, parce que les femmes ont une

source de revenu leur statut social s'est amélioré. Elles sont utile, considérer dans la société. A ce sujet, B Badia et *al* (2013, P.70) montrent, aussi, que l'entrepreneuriat féminin a permis une modification des rapports de pouvoirs entre homme et femme, favorisant ainsi le repositionnement des femmes entrepreneurs dans la société. Cela induit une valorisation personnelle et professionnelle, la prise de responsabilité, le pouvoir de décider de son sort, mais également l'affirmation de soi.

### 3-3-2-Au niveau économique

L'entrepreneuriat féminin à travers la vente de l'attiéké contribue à l'autonomie économique des femmes de Niangon Loko. En effet, le revenu que rapporte la vente d'attiéké permet aux vendeuses de participer, comme elles peuvent, aux activités économiques de leurs ménages, mais aussi de leur communauté. Grâce au commerce d'attiéké, ces femmes ne sont pas toujours obligées de tendre la main pour faire face à leurs besoins. Elles ne sont pas, entièrement, dépendantes de leurs familles ou de leurs conjoints, dans la vie de tous les jours. Ainsi, le commerce d'attiéké permet aux femmes d'accéder à une certaine autonomie économique et sociale. Dans cette perspective, S.Kumar et D.Padoani (2011, P.57) dans une étude sur les femmes en Inde montrent que l'indépendance économique est un facteur décisif pour permettre aux femmes de vivre dans la dignité, pour faire reconnaître leur identité et leur statut social à part égale avec celui des hommes.

### Conclusion

A travers cet article qui traite de l'entrepreneuriat féminin et de l'autonomisation des femmes, notre préoccupation a été de savoir les perceptions que se font les femmes de l'activité exercée et de cerner l'impact de cette activité sur les conditions de vie des femmes. Pour rendre les résultats de cette étude plus objectifs, nous avons eu recours à des techniques et outils de collecte de données et des méthodes d'analyses.

Les résultats obtenus sont de trois ordres, les caractéristiques socio démographiques, les perceptions que se font les productrices d'attiéké de l'activité exercée et l'impact de cette activité sur les conditions de vie des femmes.

Les caractéristiques socio démographiques montrent que les productrices sont majoritairement analphabètes, âgées de 30 à 50 ans, sont encore ou ont été en ménage, ont entre 4 à 8 enfants à charge.

S'agissant des représentations sociales, il ressort de cette étude que les productrices perçoivent l'activité de manière socioculturelle et économique. Au niveau socioculturel, les femmes se représentent le commerce d'attiéké comme une activité qui tire sa source dans leur culture. Les perceptions économiques, quant à elles, mettent en évidence le fait que le commerce d'attiéké constitue pour les vendeuses une source de revenu.

Pour ce qui est de l'impact de l'activité exercée sur les conditions de vie des femmes, notons que l'entrepreneuriat féminin à travers la vente d'attiéké contribue à l'autonomie des vendeuses. En effet, le revenu que rapporte l'activité, même s'il est faible, donne aux femmes les moyens financiers pour faire face à certains besoins.

Pour permettre la pleine autonomie des femmes entrepreneurs et un essor véritable de leur activité nous faisons les recommandations suivantes :

- Le mécanisme de production étant artisanal, il nécessite de nombreuses heures de travail, et s'effectue dans de pénible condition ce qui affecte de manière considérable

l'état de santé des productrices. Pour remédier à cela, nous proposons une modernisation de ce mécanisme à travers l'apport d'outils modernes de production tels que les fours, les presseuses industrielles etc.

- Le mécanisme de commercialisation déterminé, en grande partie, par la vente à crédit, exposant les productrices aux arnaques et les rendant dépendantes des commerçantes grossistes, nous suggérons que :
  - Les vendeuses recherchent elles-mêmes les marchés pour sortir de cette dépendance ;
  - Que les grossistes donnent une avance qui représente au moins la moitié de leurs gains.
- La forme d'entrepreneuriat rependu dans notre zone d'étude est l'entrepreneuriat individuel. Nous proposons aux femmes de s'organiser en groupement pour travailler. Le travail en équipe permettrait aux femmes : d'accroître leur rendement, et par ricochet, leur revenu en vue d'améliorer leurs conditions de vie et de travail, la facilité d'accès au marché finaux.
- L'attiéké étant le patrimoine culinaire de la Cote d'Ivoire, exporté et consommé à l'intérieur et à l'extérieur du pays. Jouant un rôle non négligeable dans l'économie du pays, nous proposons à l'Etat d'organiser le secteur en le rendant formel.

### Référence Bibliographie

AMANI, N.'Goran, KAMENAN, Alphonse, 2003, Potentialités nutritionnelles et technologie traditionnelle de transformation des denrées amylacées en Côte d' Ivoire. 2ème Atelier international. Voies alimentaires d'amélioration des situations nutritionnelles, 23-28 Novembre 2003, Ouagadougou, Burkina Faso, 383-392.

ANDERSON, Linda, LARSON, Sheryl, LAKIN, Charlie, et KWAK, Nojun. Children with disabilities: social roles and family impacts in the NHIS-D. DD data brief, 2002, vol. 4, no 1, p. 1-12.

BADIA Benjamin, BRUNET Florence, et KERTUDO Pauline, 2013, Les freins et obstacles à l'entrepreneuriat féminin. Étude qualitative auprès de créatrices d'entreprise dans l'agglomération de Nancy, *Recherche sociale*, vol. 208, no. 4, pp. 7-57

BONVIN, Jean et MORRISSON, Christian, 1999, L'Organisation de Coopération et de Développement Economique (OCDE).

DJENI, N.'dédé Théodore, KOUAMÉ Kouakou Augustin, TRAORÉ, Yves, Koffi-Nevry, Rose, DJE Koffi Marcellin, 2014, Assessment of knowledge, attitudes and practices of food handlers in Attieke production units in relation to food hygiene and safety in Côte d' Ivoire in 2012. *Food and Nutrition Sciences*, 5 : 896-904.

DURKHEIM Emile, 1922, *Éducation et sociologie*, Paris, Puf, "Quadrige".

KABEER, Naila. Intégration de la dimension genre à la lutte contre la pauvreté et Objectifs du Millénaire pour le développement: Manuel à l'intention des instances de décision et d'intervention. IDRC.

KONE Bassémory, 2018, Promotion de l'Entrepreneuriat féminin en Côte d'Ivoire : État des lieux et perspectives, *International Journal of Innovation and Applied Studies*, Innovative Space of Scientific Research Journals ISSN 2028-9324 Vol. 24 No. 2 Sep., pp. 633-643.

KRABI Regina Ekoua, ASSAMOI Antoine Allah, EHON Fafadzi Ayawovi, NIAMKE Sébastien Lamine, 2015, Production d'attiéké, (couscous à base de manioc fermenté) dans la ville d'Abidjan, *European Scientific Journal May édition vol.11*, No.15 ISSN: 1857 – 7881 (Print) e - ISSN 1857- 7431.

KUMAR Sajeev, et PADOANI Graciela David, 2011, Favoriser l'autonomie économique des femmes, *Revue internationale d'éducation de Sèvres*, 57-66.

MARIE-Dominique et WITTMANN Anne-laure, 2013, Les relations femmes-hommes dans les filières agro-alimentaires en Afrique de l'Ouest. Recueil d'expériences d'ONG françaises et ouest-africaines.

MINGAT Alain, NDEM Francis et SEURAT Adeline, 2013, « La mesure de l'analphabétisme en question. Le cas de l'Afrique subsaharienne », *Cahiers de la recherche sur l'éducation et les savoirs [En ligne]*, mis en ligne le 26 mars 2014, consulté le 09 septembre 2019. URL : <http://journals.openedition.org/cres/2288>.

SHEARN Julia et TODD Stuart, 2000, Maternal employment and family responsibilities: the perspectives of mothers of children with intellectual disabilities, *Journal of Applied Research in Intellectual Disabilities*, 13(3), 109–131. <http://dx.doi.org/10.1046/j.1468-3148.2000.00021.x> Sparcle

TOKA Djégba Marie, KOFFI Jean-Paul, BOUATENIN Maïzan, KOUAME Kohi Alfred, DJE Koffi Marcellin, 2018, Optimisation de la production de l' $\alpha$ -amylase par les microorganismes isolés des ferments traditionnels De Manioc provenant de trois zones de production de l'attiéké en Côte d'Ivoire . *European Scientific Journal February 2016 édition vol.12*, No.9 ISSN: 1857 – 7881 (Print) e - ISSN 1857- 7431.

VINEL Virginie, 2010, Âges de la vie féminine et relations intergénérationnelles au Burkina Faso, *journal open édition*.

VLÉÏ-YOROBA Chantal, 2005, Droit de la famille et réalités familiales : le cas de la Côte d'Ivoire depuis l'indépendance », *Clio. Histoire, femmes et sociétés journal.openedition*.

YOUL Félix, KOUAME Aya Lydie-Marcelle, KOUAKOU Aya Larissa, TOH Alain, 2017, Socio-Anthropologie du processus d'autonomisation des femmes rurales ivoiriennes à travers les activités génératrices de revenus, *European Scientific Journal November 2017 édition Vol.13*, No.32 ISSN: 1857 – 7881 (Print) e - ISSN 1857- 7431.