Journal of legal and social studies

Issn: 2507-7333

Eissn: 2676-1742

GENRE ET ENTREPRENEURIALE: Analyse de la contribution du commerce de poisson fumé dans l'amélioration des conditions de vie et d'autonomisation des femmes vendeuses du marché Bernard kolelas, ex total à Brazzaville (REPUBLIQUE DU CONGO).

NGALEKOUA Abdias Rodias Paul*
Doctorant à l'université Marien NGOUABI
Laboratoire de formation en population et développement (LAPODEV)
Tel: (242)06.525.06.99. Email: abdiasrodias442@gmail.com

Date of send: 07/01/2025	date of acceptance: 01/01/2025	Date of Publication: 01/03/2025

*Corresponding author

RESUME

Analyser la contribution du commerce de poisson fumé pour l'amélioration des conditions de vie des femmes vendeuses et les défis associés à cette activité commerciale sont les objectifs assignés à notre investigation. Pour mener à bien cette étude, une enquête sur le terrain a été conduite auprès d'un échantillon de 105 vendeuses de poisson fumé opérant au marché Bernard KOLELAS. Les résultats obtenus révèlent que les perspectives des femmes pour générer des revenus plus stables, susceptibles d'améliorer leur statut socioéconomique et de favoriser leur autonomisation, sont entravées par des difficultés financières pour accéder au crédit, des problèmes de transport, des charges fiscales ainsi que des problèmes d'approvisionnement en produit. La commercialisation de poisson fumé constitue la seule source de revenus pour ces femmes vendeuses, leur permettant de subvenir aux besoins sociaux de base. Le taux de rentabilité de cette activité commerciale est estimé à plus de 10.000 et jusqu'à plus de 50.000 FCFA par jour. Ce taux s'avère être suffisant pour initier un processus d'amélioration de leurs conditions de vie, d'autonomisation et de développement de cette activité. Cela offre des opportunités pour répondre aux besoins alimentaires de certains foyers. Les dépenses liées à l'alimentation, à la santé, à l'éducation des enfants et au paiement de l'eau sont les principaux domaines de contribution des revenus engendrés par la vente de poisson fumé.

MOTS CLES : Genre, Entrepreneuriat, Autonomisation, Poisson fumé et Marché Bernard kolelas.

INTRODUCTION

Les sociétés fortes et saines sont constituées de familles unies où les femmes et les hommes sont traités de manière équitable. Cependant, dans de nombreuses sociétés à travers le globe, y compris les nations africaines, les femmes ont été confrontées à divers obstacles lors de leur implication dans la vie sociale et économique. Ces défis impactent non seulement leur bien-être, mais restreignent également leur contribution au développement de leurs sociétés respectives.

C'est dans ce contexte que la Politique de l'Union africaine en matière de genre a été adoptée en 2009, visant à accélérer la mise en œuvre de tous les engagements en faveur de l'égalité des sexes et de l'autonomisation des femmes sur le continent. Ceci, dans le but de réaliser les objectifs du Principe 05 de la Conférence des Nations Unies sur l'environnement et le développement, qui s'est tenue à Rio de Janeiro du 3 au 14 juin 1992. Ce principe stipule que : « tous les États et tous les peuples doivent collaborer à l'effort essentiel d'élimination de la pauvreté, condition sine qua non du développement durable, afin de réduire les disparités de niveaux de vie et de répondre de manière plus adéquate aux besoins de la majorité des peuples du monde ».

En raison de la difficulté d'accès aux emplois rémunérés, les femmes se sont dirigées vers le commerce informel, notamment la vente de poissons fumés. Leur auto-employabilité dans ce secteur représente une stratégie de survie, ayant par conséquent une influence significative sur leur processus d'autonomisation.

Face aux contraintes liées à la satisfaction des besoins essentiels, s'engager dans ce domaine devient pour ces femmes une action rationnelle motivée par la recherche de bénéfices maximisés : c'est ce que notre étude cherche à mettre en lumière.Ainsi, l'analyse de la contribution du commerce de poisson fumé à l'amélioration des conditions de vie des femmes vendeuses et des difficultés associées à cette activité commerciale constituent les objectifs de notre investigation.

1. Cadre méthodologique:

En vue d'atteindre des objectifs précis et de parvenir à une compréhension scientifique approfondie, le chercheur en sciences sociales et économiques doit adopter une démarche méthodologique en adéquation avec ses aspirations.

Cette approche repose sur des postulats qu'il convient de vérifier ou de réfuter à partir des données recueillies sur le terrain. Elle se structure autour de trois aspects fondamentaux : l'examen de la littérature spécialisée, la collecte d'informations sur le terrain et l'analyse de ces données.

1.1. Revue bibliographique :

Les données secondaires de notre travail sont extraites de La recherche documentaire, qui implique la quête auprès des sources appropriées telles que les documents, ouvrages, articles, rapports, publications. Divers documents découverts et rapports élaborés par les experts, professionnels et universitaires (UMNG…) concernant notre sujet de recherche dans la filière ont été examinés et analysés. L'objectif était d'effectuer la compilation et la synthèse des documents du secteur économique de Brazzaville ainsi que des consultations avec les principaux intervenants nationaux (gouvernement, secteur privé, société civile, institutions de recherche…), et d'autres parties prenantes, incluant les partenaires techniques et financiers (PTF) pour le développement (bilatéraux et multilatéraux), et les rapports du Bureau du PNUD afin de mettre à l'épreuve les hypothèses de travail et de dresser un état des lieux de l'avancement de l'étude.

1.2. Collecte des données :

C'est le travail effectué sur le terrain en vue de réaliser nos objectifs. Pour ce faire, nous avons suivi les étapes suivantes :

L'observation sur le terrain ; Technique d'échantillonnage.

L'observation sur le terrain constitue une phase cruciale dans l'exploration de la zone d'étude. Il s'agissait pour nous de recueillir des informations en effectuant des descentes sur le terrain. Nous avons notamment localisé les divers espaces de vente de poisson fumé au marché Bernard KOLELAS. Cette reconnaissance nous a permis d'entrer en contact avec les différents acteurs, d'évaluer les changements commerciaux observables et de déterminer les endroits de la ville où ces changements sont les plus apparents.

Technique d'échantillonnage : La sélection des outils d'enquête a été déterminée par la nature des données que nous avons prévu de collecter. Afin d'atteindre notre objectif, nous avons initialement opté pour la méthode du questionnaire.Nous disposons ainsi d'un échantillon raisonné de 105 enquêtes qui se divise en deux points essentiels : la sélection des échantillons et le choix des sites d'enquête, permettant ainsi d'atteindre nos objectifs de recherche. Ainsi, pour garantir une représentativité adéquate, nous avons travaillé avec un échantillon raisonné de femmes entrepreneures, actrices clés dans le secteur du commerce de poisson fumé.

1.3. Traitement des données :

C'est le traitement des données recueillies sur le terrain, il s'agit ici de la phase d'analyse des questionnaires. Ce processus est effectué à travers l'utilisation de l'ordinateur. Nous avons tout d'abord un traitement statistique ou quantitatif, suivi d'un traitement graphique.

- ***Traitement statistique ou quantitatif :***

Le traitement statistique des données de terrain s'est appuyé sur des données quantitatives provenant du dépouillement des questionnaires d'enquête. Cette approche nous a permis de

procéder à une analyse approfondie, ainsi que de générer des graphiques à l'aide d'outils informatiques sophistiqués tels que les logiciels SPSS et Excel, que nous avons maîtrisés au cours de notre cursus en master.

- ***Traitement des données :***

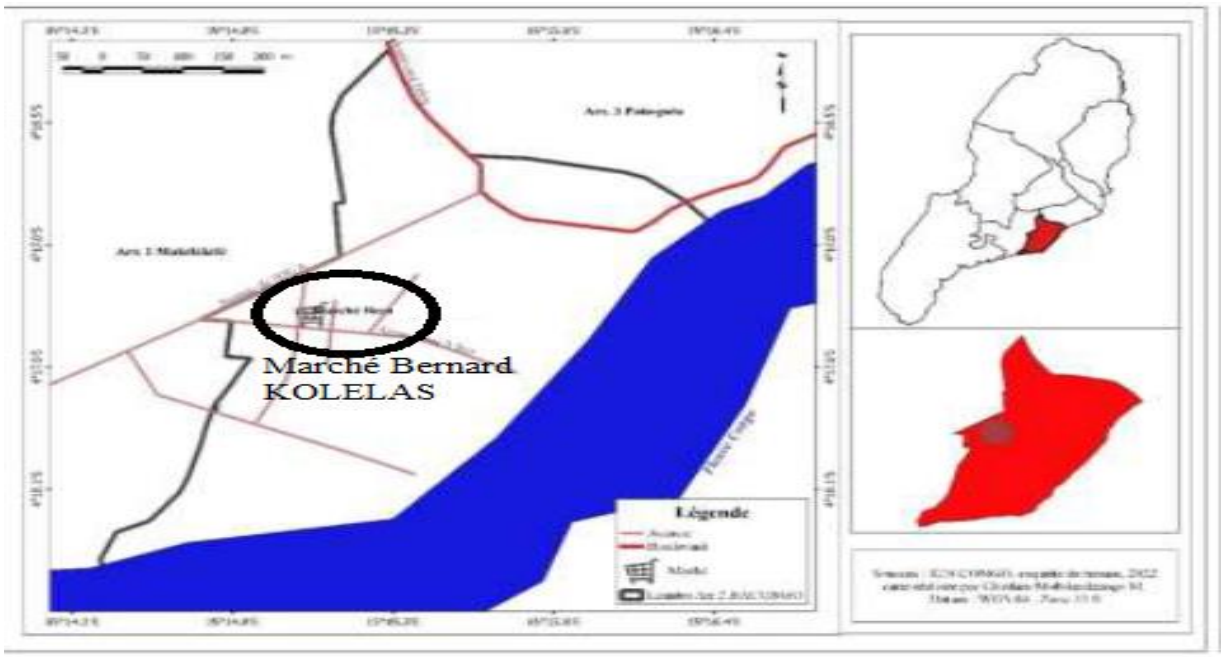
Nous avons utilisé les logiciels suivants : Word pour la rédaction des textes, Excel pour la création des graphiques et tableaux, et SPSS pour la gestion de la base de données.

2. Délimitation du champ de recherche

L'entreprenariat féminin englobe une diversité d'activités qui contribuent à l'autonomisation des femmes. Dans le cadre spécifique de cette étude, nous nous concentrons sur les commerçantes de poisson fumé du marché Bernard KOLELAS. L'objectif principal est d'analyser le lien étroit entre cette forme d'entreprise et l'amélioration significative des conditions de vie des femmes impliquées.

2.1. Aperçu sur le marché Bernard KOLELAS :

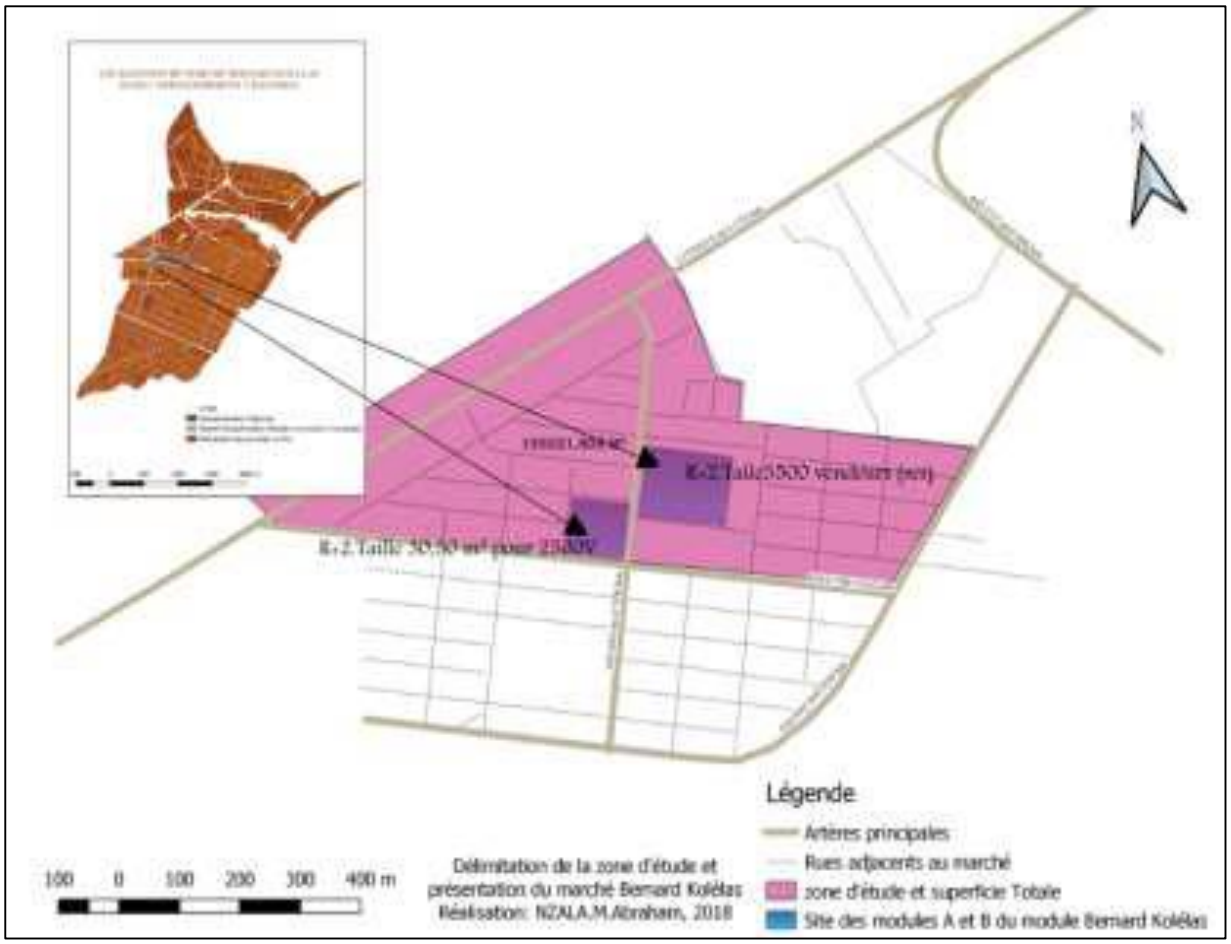
Cette étude porte exclusivement sur les vendeuses de poisson fumé du marché Bernard KOLELAS. Un bref aperçu sur ce marché révèle un intérêt capital



Carte 1 : Marché Bernard Kolélas

Source : IGN (2022). Réalisation : D. Ngouma, 2022

L'analyse de l'historique de la création du marché Bernard Kolélas permet de se situer sur ses caractéristiques et les facteurs susceptibles d'expliquer sa dynamique actuelle. C'est l'objet de cette section du travail. Selon les personnes ressources interrogées, le marché Bernard Kolélas a vu le jour dans les années 1940 et 1950, grâce à l'initiative des populations issues des villages situés au sud de Brazzaville. En réalité, le marché a été établi à la gare routière de Bacongo, un point de convergence majeur pour les véhicules transportant des marchandises (notamment des vivres locaux de toutes sortes) en provenance de ces villages et destinées à approvisionner la ville.



Carte 2 : Localisation du marché Bernard Kolélas dans l'espace de Bacongo
Source : IGN (2022). Réalisation : D. Ngouma, 2022

Le marché Total s'est ainsi présenté depuis son origine jusqu'en 2011 comme un marché principalement en plein air, étalé le long des artères principales (Matsoua et OUA) où il constitue le point de convergence principal. Après l'effondrement du hangar en mars 2011, le marché Total a été rénové en 2015 et rebaptisé "marché Bernard Kolelas". C'est le module A du marché qui a été érigé et officiellement ouvert en février 2015 par le Président de la République, sous le nouveau nom de "marché Bernard Kolelas".

3. RESULTATS ET DISCUSIONS

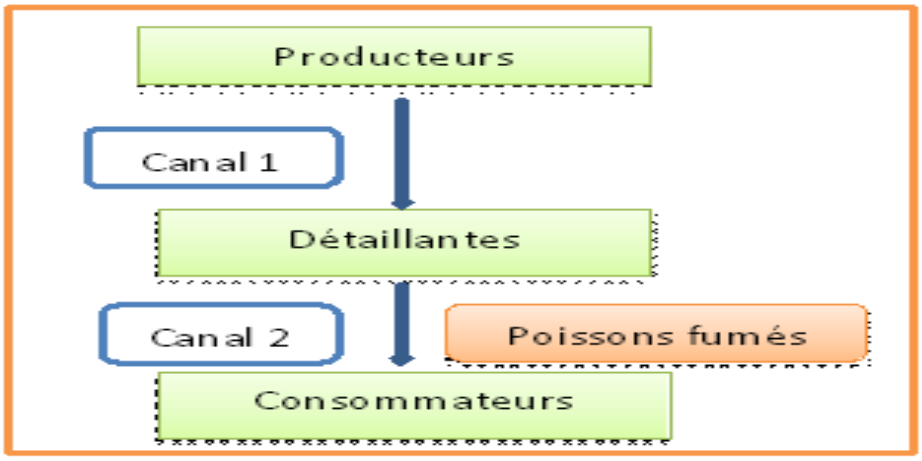
3.1. Typologie de circuits de distribution commerciale utilisés

Les échanges commerciaux des poissons fumés sont structurés à travers divers réseaux de distribution. Par réseau de distribution, on entend l'ensemble des canaux par lesquels un produit est acheminé du producteur au consommateur. Ces réseaux comprennent les circuits courts, longs et complexes impliquant les producteurs ou leurs délégués, les grossistes, les détaillants et enfin les consommateurs.

3.1.1. Le circuit court

Un circuit de distribution court est caractérisé par l'intervention d'un unique intermédiaire et de deux canaux reliant le producteur au consommateur final. Dans le contexte des marchandes du marché Bernard Kolelas, la vente des poissons fumés emprunte un parcours direct impliquant un seul intermédiaire, à savoir la détaillante, entre le producteur et le consommateur. Ce schéma de distribution se présente de la manière suivante :

Figure n°1 : Circuit Court



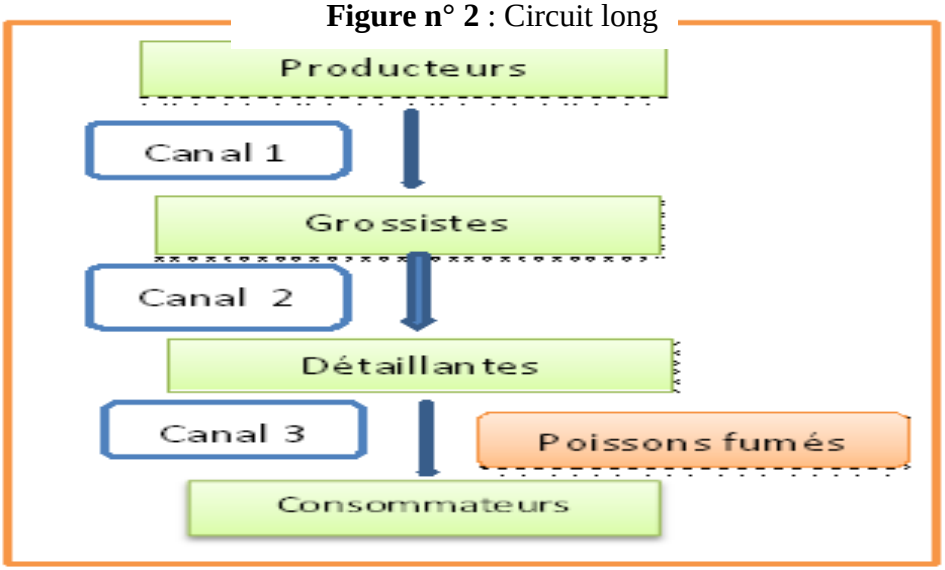
Source : *Enquête de terrain (2023)*

Les conclusions de cette étuc de poissons fumés préfèrent un mode d'approvisionnement en circuit court pour leurs marchandises. Cette pratique implique que les détaillantes achètent directement aux producteurs les poissons fumés pour les revendre ensuite au détail aux consommateurs. C'est ce que ces femmes expriment :

> "Personnellement, j'effectue mes achats de poissons directement sur le marché. Lorsque les camions arrivent, il m'arrive d'en acquérir entre cinq et sept caisses auprès des fournisseurs. Ensuite, je les dispose en tas que je propose à la vente, soit à 2.500FCFA, soit à 5.000CFA, en fonction de la quantité."
>
> "Les ressources financières dont je dispose ne me permettent pas d'acquérir de grandes quantités de produits. Ainsi, je préfère acheter une quantité limitée que je pourrai écouler rapidement en tas."

Le circuit long de distribution, quant à lui, implique la présence d'au moins deux intermédiaires entre les producteurs et les consommateurs. Les résultats de l'étude mettent en lumière que ce schéma implique la participation de deux types d'intermédiaires : les grossistes et les détaillantes. Le schéma ci-dessous illustre ce processus de distribution.

Figure n° 2 : Circuit long



Source : *Enquête de terrain (2023)*

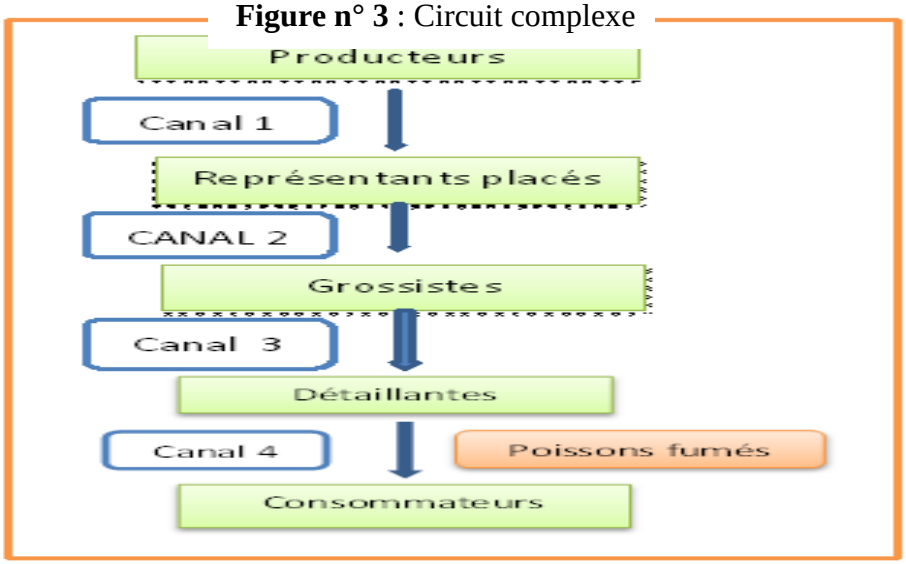
Les extraits d'entretiens ci-de

> En tant que mères pratiquant l'activité de'« grossistes », nous faisons l'acquisition de paniers de poisson directement auprès des producteurs, qui nous les livrent en camion au marché. Nous procédons ensuite à l'achat de ces produits et les entreposons dans nos dépôts avant de les revendre en gros à des détaillants. Ces derniers se chargent ensuite de les commercialiser en plus petites quantités aux consommateurs finaux.

3.1.3. Le circuit complexe

En dépit de ces deux canaux de distribution traditionnellement empruntés par les commerçants de Bernard KOLELAS, il est important de noter l'émergence d'un nouveau type de circuits et d'une nouvelle catégorie d'acteurs, que nous désignons comme des représentants placés dans un circuit complexe. Ces individus, des résidents de Brazzaville, sont des commerçants qui se chargent de la commercialisation des poissons fumés pour le compte des producteurs établis en milieu rural. Ce circuit complexe, identifié dans le cadre de cette étude, établit une connexion directe entre les producteurs et les consommateurs en impliquant trois segments intermédiaires : les représentants placés, les grossistes et les détaillants.

Figure n° 3 : Circuit complexe



Source : *Enquête de terrain (2023)*

Contrairement aux deux circuits précédents, où les producteurs sont directement en contact avec le marché, dans le schéma susmentionné, les producteurs ne s'adonnent pas à la commercialisation de leurs produits. Ils expédient leurs produits chez des commerçants (que nous qualifions de représentants placés) à Brazzaville pour la vente. Ce processus repose sur la logique suivante : les producteurs envoient des colis de poissons fumés à leurs représentants placés, les grossistes achètent ces poissons en gros auprès d'eux pour les revendre en petite quantité aux détaillants qui, à leur tour, les cèdent en détail aux consommateurs. À noter que les détaillants peuvent également s'approvisionner directement auprès des représentants placés des producteurs.

3.2. Motivations sur le choix et l'exercice du commerce de gnetum :

Les motivations des enquêtées gravitent autour de divers besoins. Lors des entretiens avec ces vendeuses, certaines justifient leur activité dans le domaine du commerce de poisson fumé par l'importance socio-économique de leurs enfants, qui ont des besoins à satisfaire. Une des enquêtées exprime cette réalité de la manière suivante : « *Après la fin de mes études, je me suis retrouvée sans occupation. C'est à la naissance de mes enfants que j'ai ressenti le devoir de m'investir dans le commerce. Je lutte pour le bien-être de mes enfants et pour l'amélioration des conditions de vie de mon foyer* ».

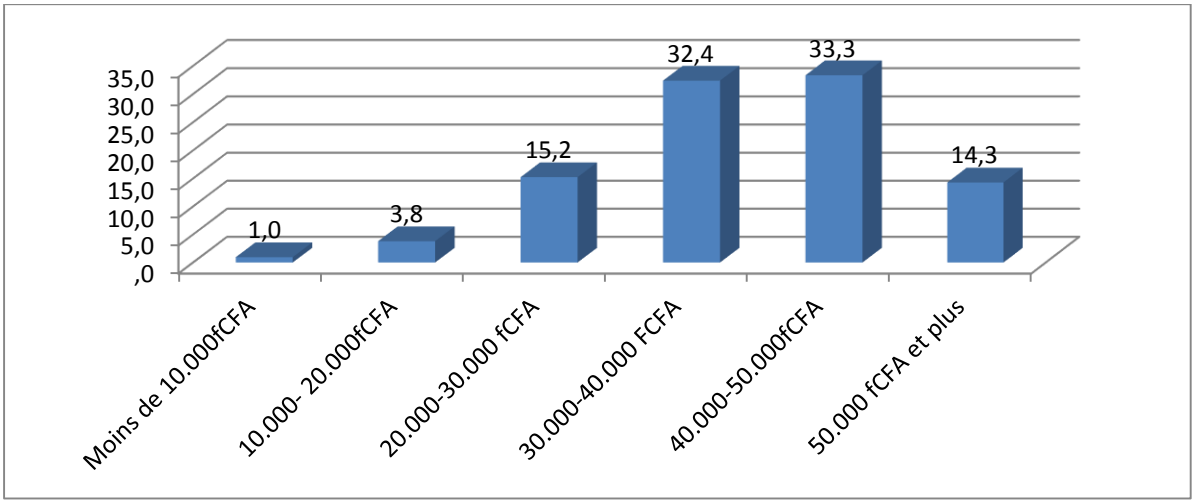


Planche 1 : Femmes vendeuses des poissons fumés ainsi que les prix de vente dans le marché Bernard KOLELAS à Ba-Congo
(Cliché de Abdias Ngalekoua 2023)

3.3. CONTRIBUTION DU COMMERCE DE POISSON FUME DANS L'AMELIORATION DES CONDITIONS DE VIE ET D'AUTONOMISATION DES FEMMES VENDEUSES

***3.3. 1.* Evaluation du revenu journalier des enquêtées :**

Le revenu quotidien est essentiel dans le processus d'amélioration des conditions de vie des femmes. En ce qui concerne les marchandes de poisson fumé du marché Bernard KOLELAS, leur revenu quotidien est tel qu'illustré dans la figure ci-dessous :



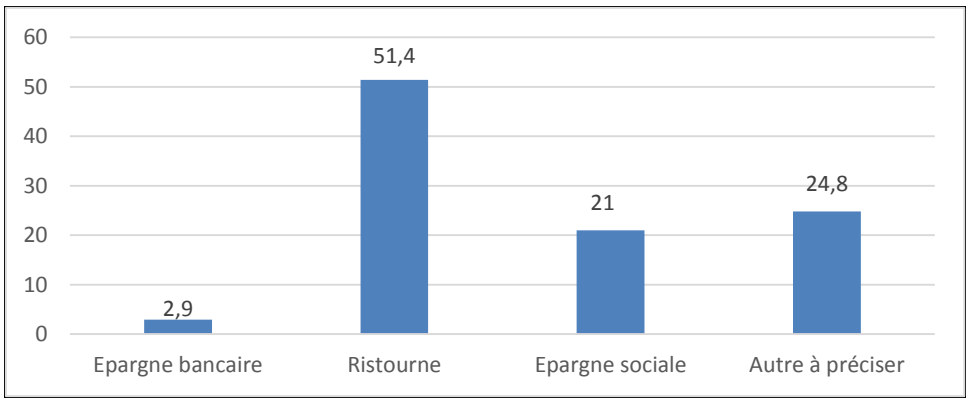
Graphique n°1 : Répartition des enquêtées selon les revenus journaliers
Source: Enquête de terrain 2023

Grâce à des initiatives entrepreneuriales, les femmes créent des opportunités d'emploi, engendrant ainsi des revenus qui contribuent à leur autonomie économique et au développement durable. En ce qui concerne les femmes opérant sur ce marché spécifique, leurs gains oscillent entre 10 000 et plus de 50 000 FCFA par séance de vente.

Nos résultats révèlent que 33,3% des commerçantes enregistrent un bénéfice quotidien compris entre 40 000 et 50 000 FCFA, tandis que 32,4% génèrent entre 30 000 et 40 000 FCFA par jour. En revanche, 15,2% réalisent des gains allant de 20 000 à 30 000 FCFA, et 14,3% perçoivent plus de 50 000 FCFA. Seule une personne, soit 1,0%, déclare gagner moins de 10 000 FCFA. En comparant le taux de rentabilité journalier de ces femmes vendeuses de poisson fumé impliquées dans cette enquête, il apparaît que ce taux est significatif pour améliorer leur niveau de vie et enclencher le processus d'autonomisation et de développement de cette activité. Cela offre des perspectives pour répondre aux besoins alimentaires de certains foyers. Ces conclusions font écho à celles de Ntoto (2001) concernant les ménages défavorisés de Kisenso.

3.3. 2. La commercialisation du poisson fumé et les activités connexes :

Comme toute activité commerciale, le négoce du poisson fumé est interconnecté avec d'autres activités connexes pour des raisons de productivité et d'efficacité. Dans le cadre de la présente enquête, il s'agit principalement de l'épargne bancaire, des ristournes, de l'épargne sociale et d'autres aspects similaires.



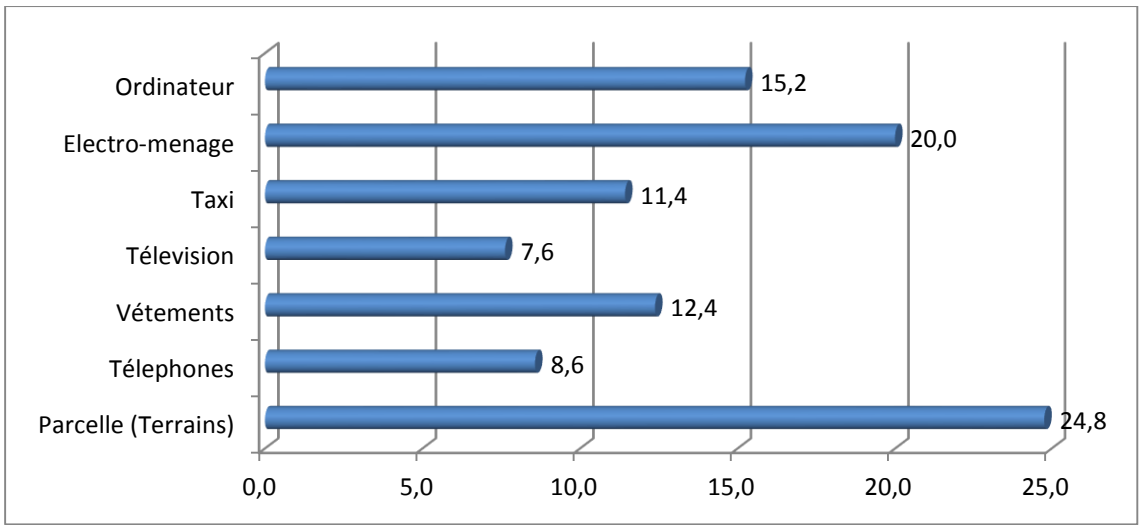
Graphique n°2 : Répartition des activités connexes

Source : Enquête de terrain 2023

On constate à travers ce schéma que seulement 2,9% des commerçantes interrogées épargnent en banque. Cette donnée suggère que ces femmes adoptent une approche non conventionnelle. Cette tendance témoigne de leur engagement dans des activités informelles. Pour garantir la stabilité de leurs revenus, 51,4% des femmes sondées privilégient la ristourne. Cette pratique, socialement acceptée par ces femmes, constitue une stratégie de survie. En explorant plus en profondeur cette facette intrigante de notre étude, nous avons découvert que cette pratique de la ristourne trouve ses fondements dans la théorie de l'obligation triple développée par le socio-anthropologue M. Mauss (1923-1924). Ainsi, ces femmes peuvent être considérées comme des entrepreneures de l'alliance, car leur approche commerciale repose sur les relations sociales.Alors que le graphique précédent révèle que seulement un faible pourcentage de femmes incluses dans notre étude épargnent en banque (2,9%), celui-ci démontre que 45,8% d'entre elles se tournent de plus en plus vers l'épargne sociale (Mobikisi) et d'autres formes similaires. Cette forme d'épargne informelle s'intègre dans le tissu de l'économie informelle, soulignant ainsi la légitimité culturelle de l'informel par rapport au formel.

3.3. 3. Les biens acquis grâce à cette activité

Tout individu engagé dans une activité sociale vise à générer des revenus lui permettant de subvenir à ses besoins fondamentaux. Le schéma ci-dessous illustre la répartition des enquêtés en fonction des biens acquis grâce à cette entreprise.

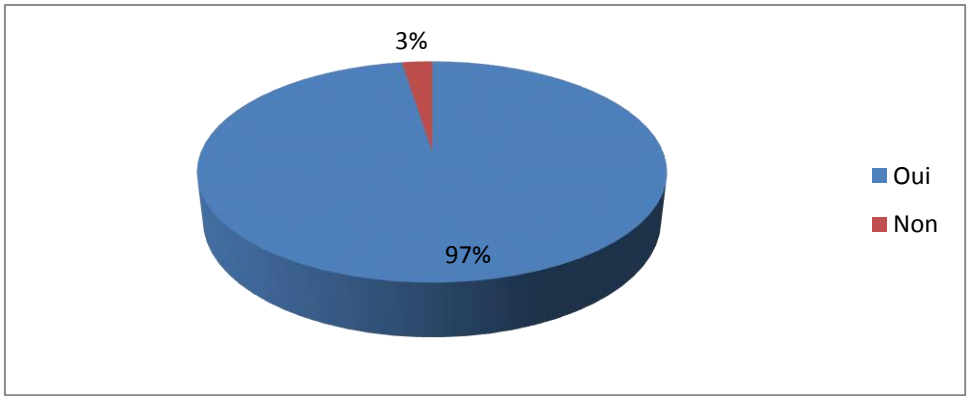


***Graphique* n°3 : répartition des enquêtés selon les biens acquis grâce à cette activité.**

Source : enquête du terrain

Les biens sont les outils essentiels de la vie humaine. Lier le commerce du poisson fumé à l'amélioration des conditions de vie soulève la question suivante : quels biens les enquêtés ont-ils acquis grâce à leur activité ? Cette interrogation mérite d'être soulevée car des biens tels que des terrains, des maisons, des accessoires révèlent la véritable situation des individus, permettant ainsi une meilleure compréhension de leur degré d'indépendance pour évaluer l'impact de cette activité. Examiner la contribution amène à se demander s'ils peuvent, tout comme les autres acteurs du commerce informel, acquérir des biens durables. Les données présentées dans ce graphique indiquent que 24,8% ont pu acquérir une parcelle grâce à cette activité, 20% des appareils électroménagers, 15,2% un ordinateur, 12,4% des vêtements, 11,4% un taxi, 8,6% un téléphone, ainsi que d'autres biens tels que la télévision représentant 7,6%.

3.3. 4. Satisfaction aux besoins éducatifs

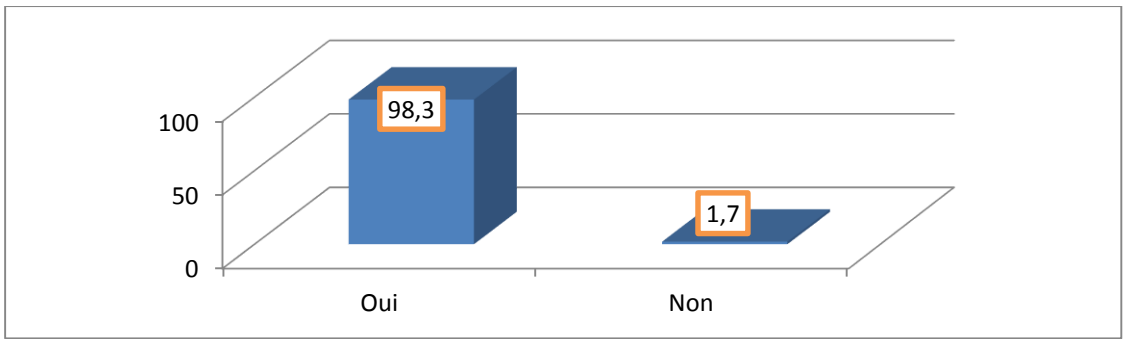


***Graphique* n°4 : contribution à la satisfaction du besoin éducatif**

Source : enquête du terrain

Si l'on considère que la variable monétaire influence l'amélioration des conditions de vie, cela ne peut se concrétiser que si celles-ci parviennent, tout comme d'autres activités, à répondre non seulement à leurs propres besoins, mais aussi, et surtout, à ceux du foyer. En ce qui concerne les commerçantes de poisson fumé, les données du graphique actuel révèlent que 97% d'entre elles veillent à satisfaire les besoins éducatifs et contribuent au financement de l'éducation des enfants à leur charge, pour celles qui en ont. En agissant ainsi, elles se positionnent en tant qu'actrices essentielles du développement durable. Leur contribution à l'éducation des enfants consiste à favoriser une intégration positive d'un "ensemble de compétences productives, de connaissances générales ou spécifiques, de savoir-faire, etc."(G Becker, 1964). Elles deviennent ainsi des promoteurs du capital humain, entendu comme un actif, un patrimoine, un ensemble de ressources susceptibles de générer des revenus, devenant ainsi un élément clé au sein de la notion globale de capital.

3.3. 5. Satisfaction aux besoins nutritionnels



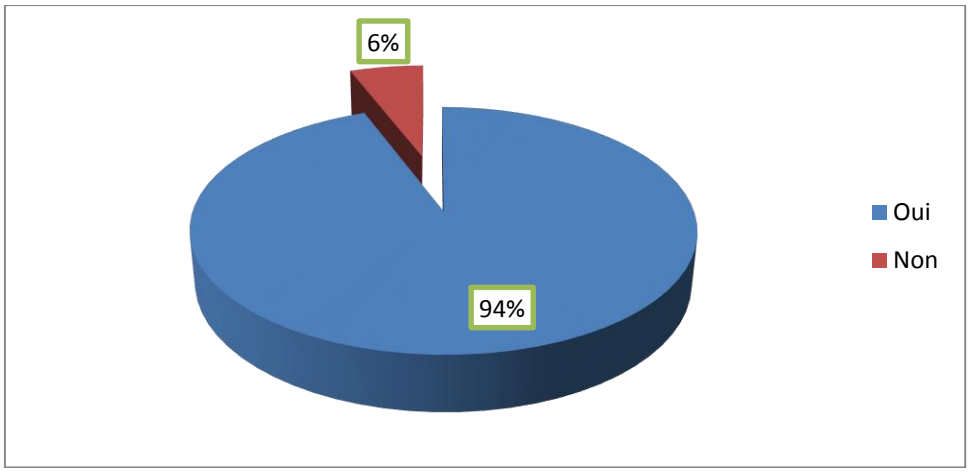
***Graphique* n°5 : contribution aux besoins nutritionnels**

Source : enquête du terrain

La nutrition est sans nul doute incontournable dans la vie humaine partant du rôle qu'elle joue dans la satisfaction des besoins du corps en calories, en protéine et en vitamines. Cependant, S. EL Hadj Imorou (2018 : 22) a constaté que dans le monde, les problèmes auxquels les personnes sont confrontées aujourd'hui, s'articulent souvent autour de l'insécurité alimentaire. Ainsi, conscientes de ce fait, l'apport de cette activité dans la satisfaction d'un tel besoin est notoire. A titre indicatif, ce graphique montre que 98,3% de ces enquêtées assurent avec conviction ce besoin de première nécessité.

A en croire ces données, il ressort que le besoin nutritionnel occupe une place de choix dans le processus de l'amélioration des conditions de vie.

***3.3. 6.* Satisfaction aux besoins sanitaires**



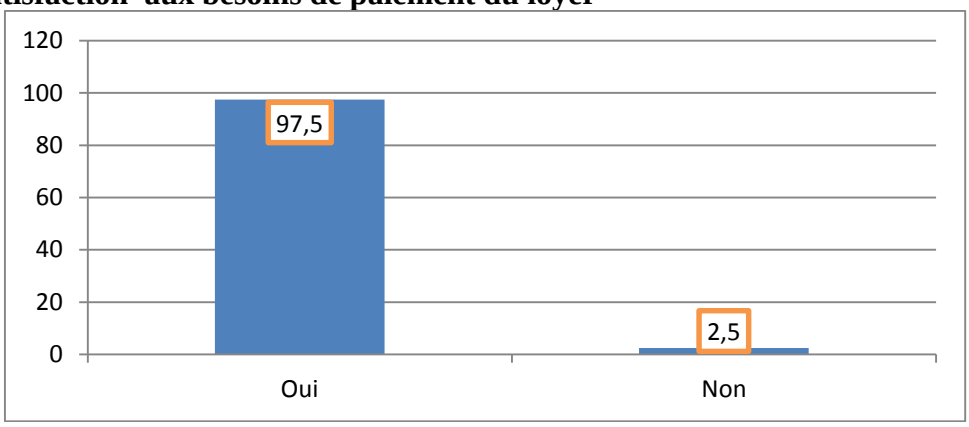
***Graphique* n°6 : contribution aux besoins sanitaires**

Source : enquête du terrain

La préservation de la santé est l'un des besoins essentiels de l'humanité. En cas de maladie, la grande majorité (94%) parvient à y faire face par le biais de leurs actions, tandis que seulement 5% rencontrent des difficultés. C'est ce que révèle l'enquête. Conformément au préambule de la Constitution de l'Organisation mondiale de la santé (OMS) datant de 1946, la santé est définie comme un état de bien-être complet sur les plans physique, mental et social, et ne se limite pas à l'absence de maladie ou de handicap.

Ainsi, la promotion de la santé selon la définition de l'OMS est un processus visant à donner aux populations les moyens de prendre un contrôle accru sur leur propre santé et de l'améliorer (Charte d'Ottawa sur la promotion de la santé, 1986). Les enquêtés reconnaissent la santé comme un droit fondamental et lui accordent une importance primordiale. En répondant à ce besoin crucial, cette démarche garantit le bien-être global de l'humanité.

3.3. 7. Satisfaction aux besoins de paiement du loyer

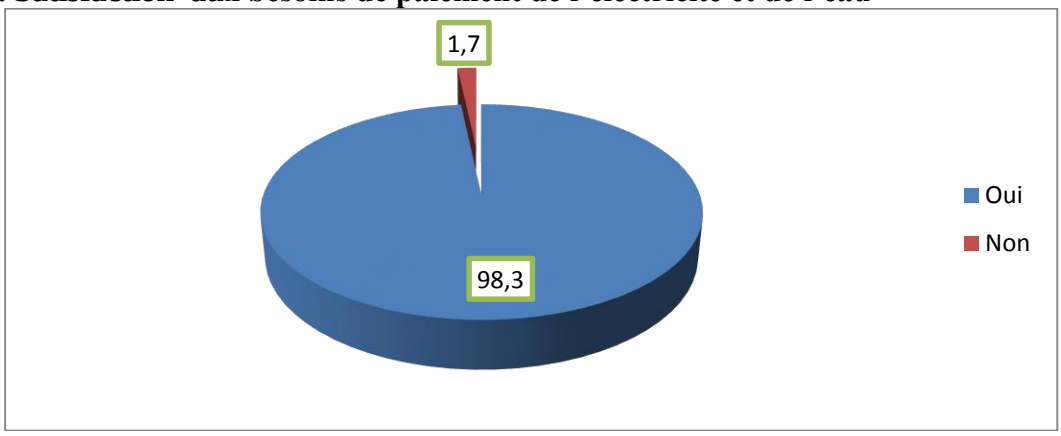


***Graphique* n°7 : contribution au paiement du loyer**

Source : enquête du terrain

Sur la totalité des jeunes interrogés, 97,5% contribuaient au paiement du loyer. Cette corrélation entre le commerce de poisson fumé et l'amélioration des conditions de vie se révèle être positive. En effet, pour les jeunes vivants en famille, leur contribution est significative pour soutenir leurs parents dans ce contexte de crise économique. Cette réalité est exemplifiée par le témoignage suivant : "Particulièrement en cette période de crise où les salaires sont versés tardivement, c'est moi qui prends en charge le loyer de la maison".

3.3. 8. Satisfaction aux besoins de paiement de l'électricité et de l'eau

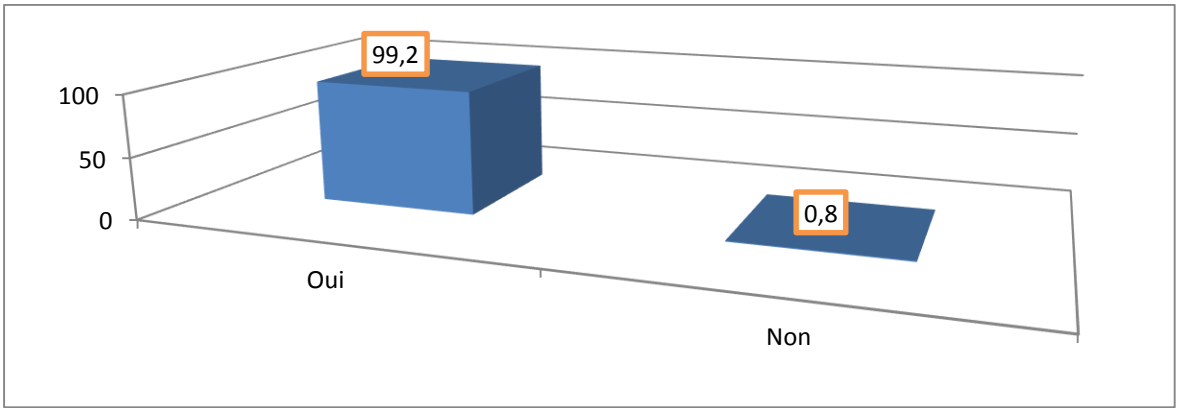


***Graphique* n°8 : contribution au paiement de l'électricité et de l'eau**

Source : enquête du terrain

A titre indicatif, ce graphique démontre que 98,3% des marchandes de poisson fumé remplissent de manière convaincante cette nécessité primordiale au sein des foyers où elles exercent leurs activités, que ce soit en tant qu'épouses ou filles pour les célibataires. Cette réalité est mise en évidence par cet extrait d'une interview : "Particulièrement en cette période de crise où les salaires sont versés tardivement, j'assume le règlement de la facture d'eau de la LCE pour apporter mon soutien."

3.3. 9. Satisfaction à l'autonomie financière



***Graphique* n°9 : contribue à l'autonomie financière**

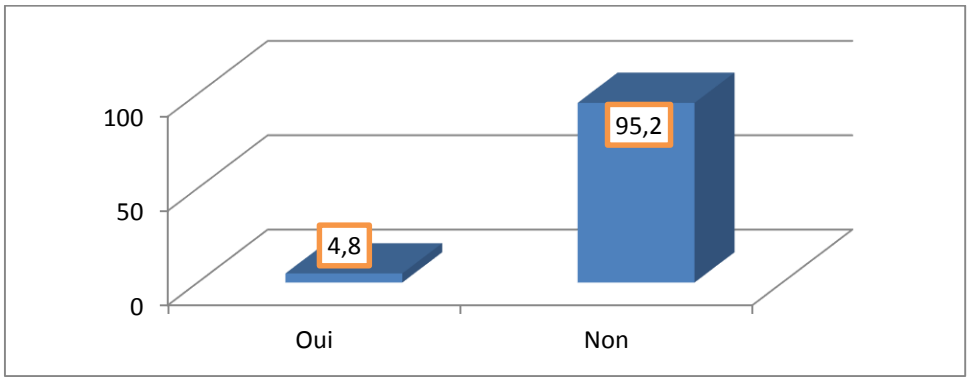
Source : enquête du terrain

Que pensent les femmes vendeuses du poisson fumé concernant leur statut actuel ? Une telle interrogation a été soulevée dans le cadre de cette étude afin d'évaluer le degré de dépendance et d'autonomie financière. À partir des données de ce graphique, il ressort que 99,2% des enquêtées revendiquent leur autonomie.

Ainsi, cette activité se présente comme une opportunité susceptible de contribuer à l'amélioration du statut socio-économique des enquêtées. En effet, elle leur offre la possibilité d'acquérir des biens et de satisfaire leurs besoins, orientant ainsi ces femmes vers une autonomie concrète.

***3.3. 10*. La satisfaction des besoins personnels des enquêtées par le biais de ce commerce :**

Bien que la commercialisation du gnetum soit une source de revenus, les vendeuses de ce produit sur ledit marché font face à des défis en matière de satisfaction des besoins.



***Graphique* n°10 : contribue aux besoins personnels**

Source : enquête du terrain

Peu haut il a été démontré que la quasi-totalité des femmes enquêtées étaient sous employées avant de se lancer dans le commerce de poisson fumé. C'est dans cette situation que les femmes sont souvent victimes de stéréotypes et de discriminations. En effet, lors des entretiens, une femme révèle que « quand la femme ne travaille pas, elle est une charge ». Cette charge s'explique dans la mesure où une femme qui n'a pas une activité ou une source génératrice de revenu, dépend conséquemment à son conjoint en matière de la satisfaction de ses besoins personnels. De ce fait, la dépendance sociale s'installe et la notion de l'autonomisation se périclite où se décline. D'autant plus que, l'activité de ces femmes génère l'interdépendance entre ces dernières et leurs conjoints, puis, elle les insère (intègre) dans le processus de développement. Car, au sens de N. Elias (1897-1990), le déséquilibre entre les acteurs sociaux individuels, créent un pouvoir de dépendance entre ces derniers.

Conscientes de ce fait, l'étude montre que les 95,2% des enquêtées sont capables de satisfaire leurs besoins en fonction de ce qu'elles gagnent du commerce des poissons. Partant de cet indicateur, la fonction du commerce de poisson fumé dans le processus de l'autonomisation de la femme est fondamentale. Puisqu'ici, loin de rester statiques, ces femmes changent en ce qu'elles s'inscrivent dans une perspective de la mobilité sociale : une transformation du statut socio-économique des femmes est tangible. Ce qui donne sens aux travaux de N. Chabour (2013) qui partant du «cas des femmes entrepreneures de la wilaya de Bejaia » montre que la motivation principale de création des entreprises chez les femmes est l'accomplissement de soi. En appuyant sur une telle constatation logiquement probante, l'on perçoit que le commerce peut permettre un changement profond sur le statut de la femme en termes d'attitude. En effet, dans un pays dont les us et coutumes sous-tendent la domination masculine, le travail des femmes était invisible (au sens de M.Buscatto : 2014), cependant à l'époque actuelle (contemporaine ou à l'époque moderne), s'impose une tendance notoire d'un détachement de ces dernières, qui s'accompagne avec un changement du logiciel mental féminin.

Plus loin encore, « être femme est un construit social » disais S. de Beauvoir. En effet, par la socialisation, la société attribue à la femme une identité similaire à l'infériorité. Dans le passé,

elles ne travaillaient exclusivement que pour les hommes/époux. Ainsi, le détachement du travail féminin à celui d'homme procure la valorisation et l'autonomisation de la femme.

4. Difficultés rencontrées par les femmes enquêtées dans le processus de leur activité :

Comme énoncé précédemment, cette section a pour dessein d'identifier et de classifier les entraves auxquelles se heurtent les femmes interrogées dans le cadre de leurs activités. Dans la partie antérieure, nous avons démontré que le négoce de poisson fumé représente une source de revenus prépondérante pour les femmes interrogées et contribue de manière significative à l'amélioration de leur qualité de vie et à leur émancipation. Néanmoins, les perspectives des femmes quant à la génération de revenus plus stables sont entravées par une série de difficultés ou d'obstacles, que cette section s'attache à identifier. Suite aux entretiens menés avec les femmes interviewées, nous avons identifié et regroupé ces obstacles en différentes catégories.

4.1 . Les difficultés financières :



Photo 1 : Femmes vendeuses des poissons fumés dans le marché Bernard KOLELAS à Ba-Congo
(Cliché de Abdias Ngalekoua 2023)

Ces images présentent les enquêtées qui font face aux difficultés financières, définies dans notre étude comme les divers obstacles entravant l'accès des femmes au financement. Les femmes interrogées ont unanimement exprimé les énormes défis qu'elles rencontrent pour obtenir des financements. Elles ont souligné le manque de ressources financières et/ou leur faible capital comme des entraves à l'optimisation de leur productivité et à la réalisation de bénéfices économiques. Les extraits d'entretiens ci-dessous illustrent cette réalité :

> "Nous sommes confrontées à de réelles difficultés financières. Parfois, nous aimerions acheter davantage de pagnes de poisson fumé, mais nos moyens financiers ne le permettent pas. Surtout que je ne bénéficie d'aucun soutien financier de la part de mon conjoint.
>
> La rentabilité de ce commerce exige que nous puissions acquérir une quantité conséquente de pagnes de poisson fumé. Or, je ne dispose pas des fonds nécessaires pour effectuer des achats massifs. J'achète seulement quelques paquets en fonction de mes moyens et je les vends au détail. De plus."

Les propos précédemment cités mettent en lumière la préoccupation majeure de l'accès limité des femmes aux financements, entravant leurs opportunités d'accroître leur chiffre d'affaires et par conséquent, de générer des revenus durables.

4.2. Les difficultés liées au transport :

L'enquête sur le terrain révèle que ces femmes sont également confrontées à des difficultés liées au transport. Le transport est considéré dans cette étude comme un élément crucial pour la commercialisation du poisson, car il facilite l'écoulement des produits et la mobilité des commerçants entre ces zones. Les extraits de discours suivants vont éclairer l'analyse à venir :

> Le défi du transport nous place dans une situation délicate. Si les démarcheurs ne parviennent pas à louer un véhicule, nous serons dans l'incapacité d'envoyer de l'argent pour acheter du poisson.

> En premier lieu, nous rencontrons des difficultés en matière de transport. Actuellement, le transport est particulièrement ardu avec les demi-terrains des bus et les tarifs en hausse due à la pression démographique pour se déplacer.

Il convient de noter que cette situation peut être expliquée par l'état déplorable des routes, la rareté des forces de l'ordre pour surveiller la réglementation des tarifs de transport, ainsi que le manque de véhicules publics de l'État pour assurer le transport vers les lieux de ravitaillement. Ces circonstances restreignent la productivité des femmes et leurs capacités à générer des revenus constants, élément essentiel pour leur activité.

4.3. Les difficultés liées aux taxes :



Photo 2 : Femmes vendeuses des poissons fumés ainsi que les papiers de taxes dans le marché Bernard KOLELAS à Ba-Congo
(Cliché de Abdias Ngalekoua 2023)

Une grande partie des entrepreneuses interrogées expriment leur mécontentement et énumèrent les défis liés aux paiements des impôts. C'est ce que reflètent les extraits de discours suivants :

> Il est impératif de réduire les charges fiscales imposées de façon constante. Ni l'État ni la municipalité ne nous apportent un soutien adéquat, tout en nous accablant de taxes excessives.

Selon ces femmes, les prélèvements fiscaux élevés entravent leur capacité à réaliser des bénéfices significatifs et à assurer des revenus stables nécessaires à l'amélioration de leurs conditions de vie, de celles de leur famille, ainsi que pour la pleine réalisation de leur activité afin de garantir leur autonomisation.

4.4. Les difficultés liées à l'approvisionnement :

Il y a d'autres femmes sur le terrain qui ont soulevé les obstacles liés à l'approvisionnement en poisson fumé. Cette problématique met en lumière les défis auxquels elles sont confrontées pour se procurer ce produit. Cela se traduit par les témoignages suivants :

> Il est nécessaire de se lever très tôt pour attendre les véhicules ou se rendre au lycée, à Texaco, mais l'insécurité dans ma zone de résidence rend cette sortie matinale risquée, avec une forte probabilité de rencontre avec des bandits qui peuvent vous détrousser de votre argent et de votre téléphone.
>
> Le déplacement lui-même constitue un obstacle, car se rendre au lycée ou à Texaco pour se procurer le produit pose véritablement problème.
>
> Lorsqu'on se rend au lycée ou à Texaco pour acheter du poisson fumé, il arrive parfois qu'on doive monter sur le camion pour accéder aux paniers de poisson, ce qui peut entraîner des bagarres et des pertes financières.

CONCLUSION

Depuis ces dernières décennies, la question de la réduction des disparités de genre et de l'amélioration des conditions de vie des femmes suscite un intérêt croissant parmi les organismes internationaux, les ONG, les gouvernements nationaux, ainsi que parmi les chercheurs. En ce qui concerne la République du Congo, les femmes sont confrontées à des obstacles en ce qui concerne l'accès à des emplois rémunérés et décents par rapport aux hommes. Conscientes de cette réalité et désireuses d'y remédier, les femmes s'engagent et se mobilisent dans le commerce du poisson fumé afin d'améliorer leur statut socio-économique et d'atteindre l'autonomie.

De manière générale, cette activité constitue la principale source de revenus pour ces femmes. Selon l'étude, elles contribuent pleinement au soutien financier des femmes célibataires et partiellement à celui des femmes ayant des conjoints, en aidant à payer les frais de scolarité des enfants, à faire face aux maladies et à assurer la nutrition du foyer. De plus, cette activité leur permet de satisfaire leurs besoins personnels.

Par ailleurs, elles parviennent à acquérir des biens durables tels que des terrains, des moyens de transport (taxis) et d'autres encore. Cette capacité à répondre à leurs besoins et à acquérir des biens témoigne de la démarche opérationnelle adoptée par ces femmes pour parvenir à l'autonomisation. Cela se manifeste notamment par leur propension à épargner et à participer à des ristournes.

Cependant, l'étude révèle que ces femmes font face à des difficultés socio-économiques dans leur quête d'amélioration de leurs conditions de vie. En effet, les obstacles tels que l'accès limité au financement, les problèmes de transport et les charges fiscales entravent les femmes commerçantes de poisson fumé dans leur progression vers une amélioration de leurs conditions de vie et une autonomisation effective.

BIBLIOGRAPHIE

CHABOUR Nadia (2013), « l'entrepreneuriat féminin en Algérie : « Cas des femmes entrepreneures de la wilaya de Bejaia »

BUSCATTO Marie (2014), Sociologie du genre, Armand Colin, Paris, 183p. CROZIER Michel et FRIEDBERG Erhard (1977), L'Acteur et le Système, Les contraintes de l'action collective, Paris, Seuil.

LEBARON Frédéric (2009), *La sociologie de A à Z Dunod*, Paris, Les Éditions de la Chenelièreinc, 2006, Savoir plus : outils et méthodes de travail intellectuel, 2e éd. 2 (Raymond Robert Tremblay et Yvan Perrier).

ROCHER Guy (1968), *introduction à la sociologie générale*, 3. Changement social, Ed. Point (HMH ; Ltée) Paris.

TADJINE Levy Thierry et ZOUITEN Jean Gael (2005), *Les femmes et les immigrés ont-ils besoin d'un accompagnement spécifique,* Académie de l'Entrepreneuriat, 24-26 novembre, Paris.

PENOUIL Marc (1978) « Préface » *in* METTELIN Pierre et SCHAUDEL Sylvie sous la direction de, « *Les activités de transition et le secteur informel à Abidjan* », Bordeaux, C.E.A.N, Etudes économiques Africaines.

BARTHÉLÉMY Claire. «*La femme. Une analyse du point de vue de différentes traditions religieuses sur la femme» dans MARTINI, Évelyne. La femme. Ce qu'en disent les religions, Paris, Les éditions de l'Atelier*, 2002, 176 p.

El hadj. Imorou. (2018), *« Analyse de l'influence du programme de MicroCrédit aux Plus Pauvres (MCPP) sur la promotion et l'autonomisation des femmes dans la commune de Parakou au Nord Bénin »,* in Revue de Géographie du Bénin Université d'Abomey-Calavi (Bénin)N°24, pp.221 – 238

MUSITU LUFUNGULA Willy (2006), *« La femme congolaise : pilier de l'économie informelle en milieu urbain »*, Berlin, Université Humboldt.

NGOUARI Appolinaire Attant (2005), « *Économie informelle et pratiques populaires au Congo Brazzaville : état des lieux et perspectives* », Montréal, Cahiers du LAREPPS, n005-09,UQAM, 40 p.
OKOKO Aristide Mathieu Clotaire (2016), « construction *identitaire et discrimination des femmes infectées par le VIH/sida : analyse des effets perversd'une lutte contre la maladie au Congo-Brazzaville »,in* Revue Interafricaine de Philosophie, Littérature et Sciences humaines n°19 pp 97-110.
OKOKO Aristide Mathieu Clotaire (2017), *« Un examen des handicaps à propos de la question du genre au Congo-Brazzaville »* in *Nazari, Revue africaine de Philosophie et de Sciences sociales*, numéro 005 - volume 1, décembre pp 31-54
VILLERS Gautier (1992), *« Petite économie marchande et phénomènes informels en Afrique »*, dans de VILLERS Gauthier (éd.), Economie populaire et phénomènes informels au Zaïre et en Afrique, Les Cahiers du CEDAF-ASDOC STUDIES 3-4 pp. 1-14.
YOULOU Jean-Jacques et DIANZINGA Scholastique (2006), « Une capitale dans l'histoire »

ZIAVOULA Robert Edmond (sous la direction de) : *Brazzaville, une ville à reconstruire*, éd. Karthala, Paris.

NGOUMA Damase (2023) : *« Projet urbain innovant à l'épreuve des habitus socio-culturels liés à l'urbanite dans une ville africaine : exemple du marché domanial Bernard Kolelas à Brazzaville (République du Congo*) ». Collection Recherche & Recgars d'Afrique pp234-256.

RACHDI Ezzahra Fatima et Khalid (2016), l'entrepreneuriat féminin au Maroc : une approche par le réseau personnel, thèse de doctorat en sciences de gestion, groupe institut supérieur de commerce et d'administration des entreprises centre des Etudes Doctorales en Gestion *Laboratoire de Recherche en Management (LAREM.)*
NGOUARI Appolinaire Attant (2007), politiques sociales et développement : le cas du Congo-Brazzaville École de travail social, Université du Québec à Montréal LAREPPS/UQÀM
OKOKO Aristide Mathieu Clotaire (2016), genre, VIH/sida et développement en république du Congo : contribution à la sociologie de la maladie et des rapports sociaux de sexe, thèse en vue de l'obtention du diplôme de doctorat unique en sociologie.
ZOUITEN Jihene (2009). L'entrepreneuriat féminin en Tunisie, Thèse de Doctorat en Sciences de Gestion, Université du Sud, Toulon.
Koffi Vivi (2008). *Intégration du successeur dans les PME familiales: étude de cas comparative des stratégies des prédécesseurs et des prédécesseurs. Thèse de doctorat. Université du Québec à Trois-Rivières, Trois-Rivières, Québec.*
BITANGOLO F.W. (2010), *L'entrepreneuriat féminin, une stratégie alternative de lutte contre la pauvreté, cas des couturières de quartier Lumumba en commune Bagira.* Mémoire de Master, Institut supérieur de management-Gradue.
KIMBALA MAKIADI Akim (2008), *Le secteur informel comme stratégie de survie des congolais.* Mémoire de Master, Université Kongo-Graduat.
KOULAS Fanold Dulich. (2019), *Genre, commerce informel et autonomisation des femmes à Brazzaville : cas des vendeuses de poisson du marché Thomas Sankara*. Mémoire de Matser, Université Marien Ngouabi, Brazzaville.
LEWA, Dady. (2019), *Crise économique et recours aux soins de santé à Jacques Opangault, un quartier précaire de Brazzaville*. Mémoire de Master, Université Marien Ngouabi, Brazzaville.
MUNDEKE Assumpta (2010), *L'entrepreneuriat féminin*. Mémoire de Master, Université libre des pays des grands Lacs RDC.

PARKOUDA Pingdwendé Patrick Ghislain (2015), *Effet du microcrédit sur la promotion de l'entrepreneuriat féminin : cas du crédit financé aux commerçants (CFC) de la Caisse populaire de SINYI à Ouagadougou.* Mémoire de Maîtrise, Université Ouaga II, Ouagadougou.
SANGARET Inthy (2020), *Autonomisation des femmes vulnérables participant au Programme national de bourses de sécurité familiale (PNBSF) du Sénégal, demeurant dans la commune de Saint-Louis*. Mémoire de Maitrise, Université Laval, Québec.
YATTARA Maïmounatou Altini (2017), *Accroitre l'autonomisation économique pour soutenir l'empowerment des femmes rurales au Mali : étude de deux structures collectives féminines de la région de Koulikoro.* Mémoire de Maitrise, Université Laval, Québec.
Le Document de stratégie de politique générale : DOSTRAPOG (du système de l'enseignement technique et Professionnel)
Document de Stratégie pour la réduction de la pauvreté 2012-2016 : Livre I République du Congo.
L'Enquête sur l'emploi et le secteur informel au Congo : Enquête 1-2-3 Phase 1 CNSEE 2010 Publications de la Banque Mondiale et la BAD (2012-2013& 2014).