



AUTONOMISATION ECONOMIQUE ET SÉCURITE ALIMENTAIRE

VAM GENRE ET MARCHÉS NOTE #9

AUTONOMISER LES FEMMES DANS LES MARCHÉS OUEST-AFRICAINS ÉTUDE DE CAS DES VENDEURS D'ALIMENTS DE RUE À MAIDUGURI, NIGÉRIA

MESSAGES CLÉS:

- Alors que les hommes sont avantagés dans la chaîne de valeur en bénéficiant du statut de détaillant, les femmes travaillent en tant que vendeuses de plats préparés. Les femmes de Maiduguri ont tendance à débiter leur entreprise de vente de nourriture de rue en raison de difficultés économiques et afin de pouvoir nourrir leur enfants, notamment après la perte de leur conjoint.
- Elles ont tendance à préparer la nourriture seules, à proximité de leur foyer et ont recours aux plus jeunes pour les aider à nettoyer, transporter ou encore vendre leurs produits. Souvent, les hommes soutiennent l'entreprise de leur conjointes réalisant le bénéfice apporté au ménage.
- Les petits commerces de ventes d'aliments tenues par les femmes sont souvent marginaux, plutôt informels, opèrent avec peu d'employés et requièrent souvent un capital de départ moindre que les commerces tenus par des hommes.

Challenges existants

Tous les groupes de personnes ont été identifiés comme consommant de la nourriture de rue, enfants et jeunes hommes célibataires étant les deux groupes mis en évidence dans cette étude. Ceci souligne l'importance de la nourriture de rue pour la sécurité alimentaire de ceux-ci. Les clients affichent généralement un haut niveau de fidélité envers leurs fournisseurs préférés, achetant souvent une ou plusieurs fois par jour de quoi se nourrir. Les clients expriment leur préférence pour la qualité, le prix et l'hygiène, et achètent souvent à crédit (jusqu'à ce qu'ils reçoivent leur paie).

L'accès au financement est un défi pour les femmes en raison des conditions économiques et des normes sociales, elles achètent souvent leurs ingrédients à crédit, ce qui les expose à un risque de défaut. Les groupes d'épargne féminine, appelés localement *adashe* se sont révélés être une source extrêmement importante de financement et de soutien entre pairs. Elles semblent cependant avoir été perturbées par la crise actuelle. Parmi les autres obstacles à la participation économique des femmes aux

marchés alimentaires de rue, figurent le faible niveau d'éducation, la mobilité limitée, les difficultés à obtenir du bois de chauffage pendant certaines saisons, les faibles marges bénéficiaires et une faible résilience aux changements des conditions du marché. Les jeunes jouent un rôle essentiel dans les entreprises d'alimentation de rue, souvent en vendant ou en «colportant» de la nourriture cuite au nom des femmes, ce qui est vital pour leur viabilité économique.

Bien que l'on ait constaté que les femmes remettaient rarement en question les rôles traditionnels dans lesquels elles sont principalement responsables des tâches domestiques, cette étude a révélé que la participation aux marchés de la nourriture de rue mène à plusieurs possibilités d'autonomisation. Les femmes ont indiqué que les revenus générés ont contribué à une meilleure cohésion de groupe, il était plus facile de s'exprimer à propos de leur activité économique et elles étaient fières de pouvoir subvenir aux besoins de leurs enfants. Bien qu'elles aient souvent besoin de la permission de leur mari pour démarrer une entreprise, elles sont autonome dans la plupart des prises de décisions d'affaires par la suite.

Au Nigeria, seulement 50% des femmes de plus de 18 ans sont alphabétisées

16% des femmes paient des frais, 69% des hommes paient des frais, indiquant un niveau ou une formalité et une structure plus élevés sur les marchés où les hommes opèrent

57% des répondants exploitent leur entreprise seuls

FORMER ET SOUTENIR LES GROUPES DE FEMMES	SOUTENIR LES HOMMES ET LES GARÇONS TOUT AU LONG DE LA CHAÎNE DE VALEUR	FOURNIR DU CAPITAL, DES CBT, ET DES INFRASTRUCTURES	SOUTENIR D'AVANTAGE LES VENDEURS D'ALIMENTS DE RUE DANS LES PROGRAMMES D'ALIMENTATION SCOLAIRE	RÉDUIRE LES RISQUES DE PROTECTION, EN PARTICULIER LES VIOLENCES BASÉES SUR LE GENRE
--	--	---	--	---

PRENDRE ACTION

La création de groupements féminins de vendeuses de rue facilite l'agrégation et la formation de groupement professionnels, favorisant les mécanismes d'épargne et de crédit. Ces groupements facilitent également les conventions collectives avec les commerçants. Ils aident à rétablir la confiance et le capital social existant entre les vendeuses et leur permet d'acheter collectivement à un prix réduit. La formation de ces groupes offre des possibilités de formation sur les pratiques alimentaires d'hygiène, de nutrition et d'utilisation des TIC pour un renforcement du capital social et de la résilience des ménages. Dans le cadre du PAM, un groupement de femme peut constituer une opportunité pour la gestion d'un programme d'alimentation scolaire.

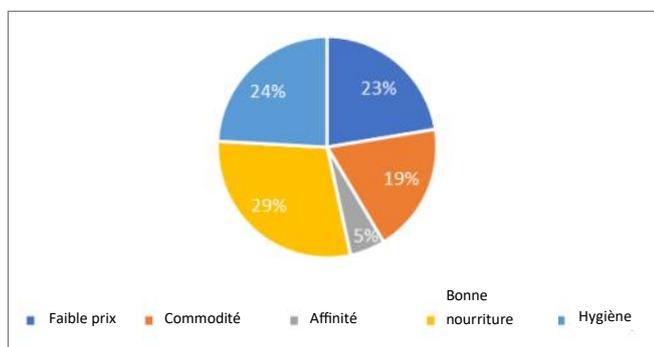
L'offre de capitaux est un véritable challenge pour les vendeuses de rues face aux besoins et aux obligations qu'elles ont vis à vis de leurs ménages. Du matériel tel que des tables, des couvertures ou des toits sont nécessaires pendant la saison des pluies afin permettre aux femmes de conserver leurs biens. Elles sont extrêmement dépendantes du bois de chauffage et la fluctuation des prix demeure un défi. Cette situation représente une opportunité d'intervention majeure afin de leur fournir du

matériel de cuisine adapté et les protéger contre les risques de santé (fumée de bois) auxquels elles sont exposées, tout en prévenant les risques environnementaux. Les transferts monétaires et l'assistance par chèques pourraient être utilisés pour supporter les entreprises féminines soutenant directement les bénéficiaires et l'économie locale.

Les risques de protection demeurent notamment par rapport à la participation des jeunes filles aux commerces rue. Le PAM est invité à faciliter les processus participatifs impliquant les autorités locales et nationales pour mieux identifier les risques et les solutions potentielles. La sensibilisation des communautés peut aider à identifier et à rémunérer le travail des filles/femmes dans des rôles où les risques de protection sont moindres. Le PAM est encouragé à créer davantage de partenariats pour améliorer l'accès des femmes à la santé et à aborder les problématiques liées au commerce de rue identifiées dans cette étude.

Enfin, soutenir les hommes/garçons tout au long des chaînes de valeur pourrait pallier au ressenti exprimé de négligence lors des interventions du PAM. Soutenir les communautés dans le secteur de l'éducation et dans les activités générant des revenus a été identifié comme un besoin majeur au sein de la communauté en général.

GRAPH 1 : LES QUALITÉS DES VENDEURS DE RUES PRÉFÉRÉES PAR LA CLIENTÈLE



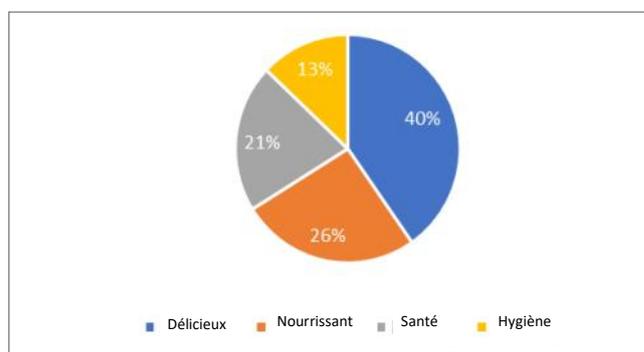
POUR ALLER PLUS LOIN :

Initiative Genre et Marchés : Autonomiser les femmes ouest africaines par le biais de l'assistance alimentaire sur les marchés : <https://resources.vam.wfp.org/node/106>

POUR LES DERNIERES INFOS SUR LE NIGERIA:

<http://www1.wfp.org/countries/nigeria>

GRAPH 2 : CARACTÉRISTIQUES DES REPAS PERÇUES PAR LE CLIENT



SOURCES (S) :

RAPPORT DU PAM, 2017. Étude de cas Genre et Marchés #9: Nourriture de rue et autonomisation auprès des IDPS et des populations urbaines au Nigeria.

CONTACT :

rbd.vam@wfp.org

Page photo 1: WFP/Karolina Greda