



# Chaînes de Valeur Agricoles et Genre dans le Nord du Cameroun

VAM Etude Genre et Marchés #3

2016-2017

Le programme « Zéro Faim » met l'accent sur l'importance de renforcer l'autonomisation économique et soutient l'Objectif de Développement Durable 2 qui vise à *doubler les revenus et la productivité des petits producteurs*. L'intérêt croissant porté sur les marchés résilients peut apporter des contributions importantes aux systèmes alimentaires durables et édifier la résilience. La participation aux systèmes de marché n'offre pas seulement la possibilité d'assurer ses moyens de subsistance, mais elle permet aussi de se prendre en charge, de préserver sa dignité, de créer du capital social et d'augmenter la confiance en soi. L'analyse de la sécurité alimentaire doit tenir compte des questions de violence et de discrimination sexistes afin de fournir une assistance adaptée aux plus vulnérables.

La politique de nutrition du PAM (2017-2021) réaffirme que l'égalité entre les sexes et l'autonomisation des femmes sont essentielles pour assurer une bonne nutrition et des moyens de subsistance durables et résilients fondés sur les droits de l'homme et la justice. C'est pour cela que l'analyse sexospécifique dans les programmes de nutrition est une composante fondamentale pour réaliser les ODD. L'initiative VAM *Genre et Marchés* du Bureau régional du PAM pour l'Afrique de l'Ouest et du Centre vise à renforcer l'engagement, la responsabilité et les capacités du PAM et de ses partenaires en matière de sécurité alimentaire et d'analyse nutritionnelle tenant compte des sexospécificités, et ce, aux fins d'élaborer des interventions basées sur le marché qui favorisent l'autonomisation des femmes et des populations vulnérables. La série d'études régionales *Genre et Marchés* du VAM servira de base empirique et permettra de faire le lien avec l'ODD 5 dont le but est de *réaliser l'égalité des sexes et l'autonomisation des femmes et des filles*.

Tous droits réservés pour tous pays

Edition française, 2016-2017

Copyright © **Programme Alimentaire Mondial**  
**Bureau Régional Dakar**

Auteur : Yossa Thaddée

Révisé par : William Ndiaye

Pour plus d'information, contacter :

**Programme Alimentaire Mondial**

Simon Renk (Conseiller Régional des Marchés): [simon.renk@wfp.org](mailto:simon.renk@wfp.org)

Desiree Lwambo (VAM Spécialiste Genre): [desiree.lwambo@wfp.org](mailto:desiree.lwambo@wfp.org)

# Sommaire

|                                                                                                  |    |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Liste des Acronymes .....                                                                        | 4  |
| Table des Illustrations .....                                                                    | 6  |
| Remerciements .....                                                                              | 7  |
| Résumé Exécutif.....                                                                             | 8  |
| INTRODUCTION.....                                                                                | 12 |
| I. Contexte et justification de l'étude.....                                                     | 13 |
| II. Objectifs de l'étude .....                                                                   | 15 |
| III. Méthodologie.....                                                                           | 15 |
| IV. Limites de l'étude.....                                                                      | 16 |
| 1. Rôles des femmes et des hommes dans les filières et marchés alimentaires.....                 | 20 |
| 2. Défis spécifiques des femmes et des hommes dans les filières et marchés alimentaires .....    | 28 |
| 2.1 Défis communs aux femmes et aux hommes .....                                                 | 28 |
| 2.2 Défis spécifiques aux femmes.....                                                            | 31 |
| 3. Mesure et Suivi de l'Autonomisation des femmes sur les marchés alimentaires au Cameroun ..... | 38 |
| 3.1 Participation des femmes et des hommes aux prises de décisions.....                          | 39 |
| 4. Pistes de solutions programmatiques envisageables pour répondre aux défis .....               | 50 |
| 4.1 Prise en compte du genre dans les interventions du PAM au Cameroun .....                     | 50 |
| 4.2 Synthèse des défis sur les marchés alimentaires et recommandations .....                     | 52 |
| 4.3 Proposition d'interventions prioritaires.....                                                | 55 |
| CONCLUSION.....                                                                                  | 59 |
| Bibliographie .....                                                                              | 61 |
| ANNEXES .....                                                                                    | 63 |
| Annexe I – Caractéristiques générales du pays .....                                              | 63 |
| Annexe II – Caractéristiques des opérateurs économiques .....                                    | 68 |
| Annexe III – Questionnaire d'enquête.....                                                        | 75 |
| Annexe IV – Calendrier de la collecte de données de terrain .....                                | 84 |
| Annexe V – Liste des Personnes Consultées.....                                                   | 86 |

## Liste des Acronymes

|             |                                                                                |
|-------------|--------------------------------------------------------------------------------|
| ACAFIA      | Association Camerounaise des Femmes Ingénieurs en Agriculture                  |
| AGR         | Activité Génératrice de Revenu                                                 |
| ASBY        | l'Association des Bayam Sellam du Cameroun                                     |
| CBT         | Cash-based Transfer                                                            |
| CEFE        | Compétences des Economies par la Formation Entrepreneuriale                    |
| CEMAC       | Communauté Economique et Monétaire des Etats de l'Afrique Centrale             |
| CTD         | Collectivité Territoriale Décentralisée                                        |
| DESA        | Direction des Enquêtes et Statistiques Agricoles                               |
| DGSN        | Délégation Générale à la Sureté Nationale                                      |
| ECAM        | Enquête Camerounaise Auprès des Ménages                                        |
| EDS-MICS    | Enquête Démographique de Santé à Indicateurs Multiples                         |
| EMF         | Etablissement de Micro Finance                                                 |
| FAO         | Organisation des Nations Unies pour l'Alimentation et l'Agriculture            |
| FERAFCAM    | Fédération des Réseaux d'Associations Féminines                                |
| FIDA        | Fond International pour le Développement Agricole                              |
| FIMAC       | Fonds d'Investissement de Micro-Réalisations Agricoles et Communautaires       |
| GIC         | Groupes d'Initiative Commune                                                   |
| IRAD        | Institut de Recherche Agricole et de Développement                             |
| MINADER     | Ministère l'Agriculture et du Développement Rural                              |
| MINCOMMERCE | Ministère du Commerce                                                          |
| MINEDUB     | Ministère de l'Education de Base                                               |
| MINEPAT     | Ministère de l'Economie, de la Planification et de l'Aménagement du Territoire |

|           |                                                                                                            |
|-----------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| MINEPIA   | Ministère de la Pêche et des Industries Animales                                                           |
| MINPMEESA | Ministère des Petites et Moyennes Entreprises, de l'Economie Sociale et de l'Artisanat                     |
| MINPROFF  | Ministère de la Promotion de la Femme et de la Famille                                                     |
| ODD       | Objectifs de Développement Durable                                                                         |
| ONUFEMMES | Organisation des Nations Unies pour l'Egalité des Sexes et l'Autonomisation des Femmes                     |
| PACA      | Projet d'Amélioration de la Compétitivité Agricole                                                         |
| PADMIR    | Projet d'Appui au Développement de la Microfinance Rurale                                                  |
| PAEJ      | Point Accueil Ecoutes Jeunes                                                                               |
| PAM       | Programme Alimentaire Mondial                                                                              |
| PDG       | Police, Douane et Gendarmerie                                                                              |
| PDM       | Suivi Post-Distribution ( <i>Post Distribution Monitoring</i> )                                            |
| PIAASI    | Projet Intégré d'Appui aux Acteurs du Secteur Informel                                                     |
| PIB       | Produit Intérieur Brut                                                                                     |
| PRRO      | Intervention Prolongée de Secours et de Redressement ( <i>Protracted Relief and Recovery Operation</i> )   |
| SED       | Secrétariat d'Etat à la Gendarmerie Nationale                                                              |
| SOP       | Procédure Normale d'Exploitation ( <i>Standard Operating Procedure</i> )                                   |
| SPSS      | Logiciel Statistique pour Sciences Sociales ( <i>Statistical Package for Social Sciences</i> )             |
| TDR       | Termes de Référence                                                                                        |
| UNESCO    | Organisation des Nations Unies pour l'Education, la Science et la Culture                                  |
| VAM       | Equipe d'Analyse et de Cartographie de la Vulnérabilité ( <i>Vulnerability Analysis and Mapping Unit</i> ) |
| WEAI      | Women's Empowerment in Agriculture Index                                                                   |

## Table des Illustrations

|                                                                                            |    |
|--------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Figure 1. Répartition des opérateurs par sexes et par régions .....                        | 17 |
| Figure 2. Répondants par type d'activité, par sexe .....                                   | 21 |
| Figure 3. Spéculations commercialisées, par sexe .....                                     | 25 |
| Figure 4. Source de financement.....                                                       | 28 |
| Figure 5. Possession d'un bien pouvant servir de garantie, par sexe.....                   | 29 |
| Figure 6. Tâche domestique - cuisine, par sexe.....                                        | 34 |
| Figure 7. Tâche domestique - achat de la nourriture, par sexe.....                         | 34 |
| Figure 8. Qui décide généralement sur le choix des parcelles à cultiver ?.....             | 40 |
| Figure 9. Qui décide généralement sur le choix des spéculations à cultiver ?.....          | 40 |
| Figure 10. Qui décide généralement de la quantité à stocker et à déstocker ?.....          | 41 |
| Figure 11. Qui décide généralement du moment de stocker et déstocker ?.....                | 41 |
| Figure 12. Qui détient la clé du magasin ?.....                                            | 42 |
| Figure 13. Qui fixe les prix de vente des produits ?.....                                  | 42 |
| Figure 14. Qui décide où vendre les produits ? .....                                       | 43 |
| Figure 15. Qui décide quand vendre les produits ? .....                                    | 43 |
| Figure 16. Qui décide comment utiliser les recettes de la vente ? .....                    | 44 |
| Figure 17. Qui décide généralement de la source d'approvisionnement ?.....                 | 44 |
| Figure 18. Qui décide du moment opportun pour une nouvelle naissance dans le ménage ?..... | 45 |
| Figure 19. Personne ayant influencé le choix de l'activité .....                           | 45 |
| Figure 20. Etat civil des opérateurs économiques.....                                      | 69 |



## Remerciements

Le Bureau du Programme Alimentaire Mondial (PAM) au Cameroun a mandaté Monsieur YOSSA Thaddée, Consultant en management des initiatives de développement, à l'effet de conduire l'étude « genre et analyse des marchés /filières alimentaires en situation d'urgence » du 3 mars au 6 mai 2016.

L'étude a commencé le 3 mars 2016, avec une phase d'appropriation conceptuelle, de recherche documentaire et de préparation méthodologique qui s'est terminée le 25 avril. L'enquête de terrain a couvert les régions du Nord et de l'Extrême-nord et s'est déroulée du 26 avril au 6 mai 2016, avec une forte implication des acteurs économiques des filières et marchés alimentaires. Le consultant tient à saluer l'engagement de ces femmes et hommes qui ont accepté de partager avec lui leurs expériences, parfois très personnelles. Ces producteurs et productrices se sont montrés toujours disponibles et ouverts pour les réflexions et les échanges d'informations.

Le Consultant adresse ses vifs remerciements aux autorités administratives, religieuses et traditionnelles et aux responsables des structures sectorielles techniques déconcentrées des Régions du Nord et de l'Extrême-nord, qui ont bien voulu faciliter l'accès du Consultant aux structures, organisations et personnes-ressources.

Le Consultant a sollicité un large éventail de personnes-ressources, venant des départements ministériels, des organismes internationaux de coopération, des organisations de la société civile et des institutions de recherche. Tous ont généralement répondu à ses attentes par des contributions constructives. Il saisit la présente occasion pour leur signifier sa gratitude.

Il remercie enfin le Staff du Bureau Régional du PAM à Dakar, du Bureau Cameroun et des Sous-Bureaux de Maroua et de Garoua pour leur soutien à la réalisation de cette étude. Ils ont montré une volonté de collaboration remarquable.

Sur un autre plan, il est nécessaire de faire la mise au point suivante : plusieurs critiques formulées dans le cadre de la présente étude ne sont pas nouvelles pour les acteurs. Dans la perspective de faire profiter au prochain cycle de programmation les leçons apprises dans la mise en œuvre des actions, les bonnes pratiques de terrain ont été recherchées et les critiques ont été formulées non dans l'optique de déprécier la qualité excellente du travail qui a été fait par les uns et les autres, mais pour tracer des pistes à cette œuvre en construction, dans une optique d'apprentissage et de capitalisation.

Enfin, le consultant assume l'entière responsabilité des opinions et idées émises dans le rapport. Il assure que le souci d'objectivité a prévalu tout au long de la collecte et de l'analyse des données ainsi que lors de l'interprétation des contributions reçues.

# Résumé Exécutif

L'étude de cas « Genre et analyse des marchés et filières alimentaires au Cameroun » devait répondre aux questions suivantes :

1. Quels sont les rôles spécifiques des femmes et des hommes sur les filières et marchés alimentaires du Nord et de l'Extrême-Nord du Cameroun?
2. A quels défis spécifiques les femmes et les hommes font-ils face en termes d'inclusion économique dans ces filières et marchés alimentaires?
3. Quelles sont les limites et les lacunes sous le prisme du genre des analyses et interventions du PAM fondées sur les marchés et filières alimentaires au Cameroun ?
4. Quels sont les insuffisances et les défis actuels en ce qui concerne la mesure et le suivi de l'autonomisation des femmes sur les marchés ?
5. Quelles sont les solutions programmatiques envisageables pour relever les défis et les lacunes identifiés?

L'étude a été réalisée au cours des mois d'avril et de mai 2016, avec une méthodologie associant une recherche documentaire, des entretiens individuels et de groupes et une enquête sur les marchés. La recherche documentaire a consisté à compiler et examiner la documentation associée aux thématiques de l'étude et notamment sur le genre, la sécurité alimentaire et les marchés alimentaires au Cameroun, l'autonomisation de la femme ainsi que sa mesure et son suivi, y compris l'examen des bases de données primaires sur la sécurité alimentaire et les marchés au Cameroun au cours des cinq dernières années. Les entretiens individuels et de groupes ont eu lieu à Yaoundé, Maroua, Mokolo et Garoua et ont permis de recueillir des informations auprès des autorités administratives, religieuses et traditionnelles ; des responsables des structures sectorielles techniques déconcentrées ; des Organisations de la Société Civile (OSC) ; du staff du PAM et d'autres personnes-ressources, incluant une visite de grenier communautaire. L'enquête a eu lieu du 26 avril au 6 mai 2016, auprès d'un échantillon de 170 opérateurs économiques des marchés suivants : Mokolo grand marché ; Abattoir (grand marché de Maroua), Babba, Ouro Labbo, Ouro Tchede, Salack; Djefatou, Grand marché de Garoua et Yelwa.

Les résultats montrent que les hommes sont généralement les grossistes tandis que les femmes sont généralement les détaillants. Sur certains marchés, les intermédiaires, sortes de commissionnaires qui pilotent les transactions commerciales sans posséder des stocks, ont un fort pouvoir d'influence sur les acheteurs et les vendeurs. Ce sont toujours des hommes. Les rôles sexistes existent et sont variables selon la spéculation. Pour le mil par exemple, les propriétaires de champ sont généralement des hommes, le sarclage est confié en tâche rémunérée aux jeunes, la récolte est assurée par les personnes âgées, la manutention et le transport sont assurés par les hommes, la transformation en Bil Bil (bière locale) est quasiment réservée aux femmes, les collecteurs, grossistes et intermédiaires sont surtout les hommes et les détaillants sont majoritairement les hommes pour le mil, et des femmes pour les autres spéculations (arachide, niébé...). Les propriétaires des magasins donnés en



location dans les marchés sont toujours les hommes. Le triage est toujours assuré par les femmes, parfois avec les jeunes enfants.

Les défis communs aux hommes et aux femmes portent sur :

- Les besoins en capitaux pour agrandir le commerce (fond de roulement);
- Les besoins d'équipements et de logistique : instruments de pesée, moyens de transport, magasin de stockage, équipements de conservation (notamment pour le poisson) ;
- Les interférences et tracasseries des autorités locales ;
- L'absence de hangars et de comptoirs aménagés dans les marchés, ce qui se traduit par une exposition des biens et des personnes aux intempéries ;
- L'accès au crédit semble difficile aussi bien pour les hommes que pour les femmes.

Les femmes sont confrontées à d'autres problématiques spécifiques dont les principales sont :

- Gestion de la maternité (entraînant presque toujours la suspension du commerce) ;
- Garde des enfants au marché ;
- Toilettes et lieux d'aisance peu confortables pour les femmes ;
- Emploi du temps et conciliation des activités domestiques et commerciales.

L'étude de cas relève que des efforts significatifs ont été faits par le PAM, notamment en ce qui concerne la prise en compte des besoins différenciés des hommes et des femmes, ainsi que la désagrégation des données selon le sexe. La mise en place de points focaux genre témoigne de la volonté d'aller plus loin. Toutefois, ces derniers n'ont pas de cahier de charges spécifiques ou de termes de référence du poste. Ils exercent ces responsabilités en marge d'autres fonctions. Les cadres de suivi ne permettant pas de suivre les transformations sociales et les changements dans les rapports de genre que les projets ont induits.

Il est pertinent de mobiliser les structures et les centres de recherche universitaires et instituts de statistiques et les OSC locales pour assurer la promotion de la mesure et du suivi de l'autonomisation des femmes des marchés et filières alimentaires. Le défi majeur reste celui de l'appropriation locale du concept et de son opérationnalisation dans les interventions sur les marchés alimentaires. Les OSC locales peuvent être des relais pertinents pour travailler avec les communautés et produire les critères et indicateurs les plus pertinents de mesure et de suivi de l'autonomisation des femmes dans les marchés alimentaires.

L'étude fait plusieurs recommandations, notamment :

1. Elaborer et mettre en œuvre à moyen terme un programme conjoint du système des Nations Unies pour une prise en charge holistique de la question de l'autonomisation des femmes dans les marchés alimentaires, avec des volets spécifiques tels que (i) l'alphabétisation, (ii) la construction des infrastructures sensibles au genre, (iii) la communication pour le changement de comportement, (iv) le renforcement des capacités entrepreneuriales des femmes, (v) le

renforcement des coopératives de femmes, (vi) le financement des activités économiques, (vii) la sécurité alimentaire et (viii) l'éducation nutritionnelle.

2. Intégrer dans les programmes en cours du PAM un volet sur l'accompagnement des opérateurs de marchés et la structuration des acteurs des filières, visant entre autres à identifier et contractualiser avec des femmes grossistes de taille modeste pour consolider leur position dans leur filière, ou des coopératives de femmes, notamment dans des domaines jusque-là dits réservés aux hommes, à l'effet de faire bouger les lignes et constituer un effet levier pour l'émergence d'une génération d'opératrices économiques dans le secteur.
3. Consolider les acquis en matière de prise en compte du genre dans les initiatives du PAM basées sur les marchés et filières alimentaires, notamment par la mise en œuvre de mécanismes internes dédiés et la formation en genre et autonomisation de la femme pour les cadres du PAM et ses partenaires, incluant la production et diffusion d'un guide de mesure et du suivi de l'autonomisation des femmes dans les marchés et filières alimentaires.
4. Mobiliser les structures et centres de recherche universitaires et instituts de statistiques et les OSC locales à l'effet de développer et mettre en œuvre un système de suivi, produire des outils et former les acteurs pour la poursuite et l'approfondissement de la mesure de l'autonomisation des femmes dans les marchés et filières alimentaires.

---







# INTRODUCTION

Le Cameroun a dû faire face au cours des dernières années à l'augmentation brutale du nombre de personnes rendues vulnérables par les conflits, l'insécurité alimentaire, la malnutrition, les catastrophes naturelles, les épidémies et la détérioration importante du contexte socioéconomique. En décembre 2013, les groupes sectoriels estimaient à plus de six millions le nombre de personnes en besoin d'assistance humanitaire (Plan de réponse stratégique 2014-2016 du Cameroun ; 2015). En décembre 2015, les analystes faisaient le constat que le nombre de personnes se trouvant en insécurité alimentaire sévère a été multiplié par 4 sur les six derniers mois (Plan de réponse humanitaire : janvier – décembre 2016).

La pauvreté est plus accentuée en milieu rural où elle touche près de 90% de la population, contre 8,9% en milieu urbain. Les ménages des exploitants agricoles (entreprises informelles agricoles) forment de loin le groupe le plus pauvre, avec un taux de pauvreté de près de 63%, d'après les résultats de l'Enquête ECAM 4 (INS, 2016).

La présente étude de cas couvre les régions du Nord et de l'Extrême-nord du Cameroun, en raison notamment de leur exposition aux risques d'insécurité alimentaire dus au contexte climatique et de l'afflux de réfugiés en provenance du Nigéria et de la RCA, ainsi que les déplacements internes des populations du fait des actions terroristes menées par le groupe Boko Haram qui viennent exacerber une situation déjà préoccupante au regard notamment des indicateurs de pauvreté. L'option de réaliser l'étude de cas dans ces deux régions a été confortée par le fait qu'elles avaient déjà été retenues dans les sites échantillonnés aux fins de l'étude régionale genre et marchés alimentaires du bassin du Lac Tchad (*Regional Market Assessment - Lake Chad Basin Crisis, 2015*), et qu'elles faisaient également partie des zones couvertes lors des enquêtes du PAM sur les évaluations des marchés

alimentaires au Cameroun de 2014 et 2015. Toutes choses permettant de disposer de données comparables et de faire des liens entre l'étude de cas national et l'enquête régionale.

Les deux régions sont citées à plusieurs reprises par l'Enquête Démographique de Santé à Indicateurs Multiples (EDS-MICS) de 2011 comme ayant les moins bons scores dans les statistiques sociodémographiques et de santé. Ainsi, les résultats montrent que c'est dans l'Extrême-Nord que la prévalence de la malnutrition chronique est la plus élevée (45%), suivi du Nord (40%). Par ailleurs, on constate que cette prévalence décroît de façon importante quand le niveau d'instruction de la mère ou le niveau de bien-être économique du ménage augmente. Les régions de l'Extrême-Nord et du Nord sont celles où la prévalence de cette malnutrition sous la forme sévère est la plus élevée avec, respectivement 27% et 18%.

Les résultats révèlent une prévalence de la malnutrition aiguë beaucoup plus élevée dans l'Extrême-Nord (12%) et le Nord (10%) que dans toutes les autres régions dont les pourcentages se situent entre 1% et 6%. Le niveau d'instruction de la mère influence positivement la prévalence de la malnutrition aiguë : 12% des enfants dont la mère n'a aucune instruction en sont affectés contre 2% de ceux dont la mère a un niveau d'instruction secondaire du 2nd cycle ou plus. Enfin, il faut noter que les enfants vivant dans les ménages les plus pauvres sont plus affectés (11%) que ceux des autres ménages (2% pour les plus riches).

En milieu rural, on constate qu'un enfant sur 5 (20%) présente une insuffisance pondérale contre 9% dans les autres villes et 3% à Yaoundé et Douala. Un enfant de l'Extrême-Nord sur trois (32%) et un enfant du Nord sur quatre (24%) présentent une insuffisance pondérale. Dans les autres régions,

cette proportion est inférieure à 16%. Comme pour les autres indices, la proportion d'enfants en situation d'insuffisance pondérale baisse lorsque le niveau d'instruction de la mère ou le niveau de vie du ménage augmente.

Relativement à la pauvreté, c'est dans les régions de l'Extrême-Nord et du Nord que les proportions de population classée dans le quintile le plus pauvre sont les plus élevées (respectivement 55% et 52%). Plus de neuf ménages sur dix occupent un habitat considéré comme précaire. C'est également dans ces régions que l'on enregistre les proportions les plus élevées d'enquêtés sans aucun niveau d'instruction. Les taux nets de fréquentation scolaire sont les plus faibles du pays : Extrême-Nord (52%) et Nord (67%). Ces régions enregistrent les proportions les plus faibles de personnes alphabétisées du pays : Extrême-Nord (23% des femmes et 53% des hommes), Nord (respectivement, 31% et 65%) ; ces paramètres sont de 92% de femmes et 91% d'hommes dans le Sud, 89% et 92% respectivement pour le Centre, et 86% de femmes et 93% d'hommes pour le Littoral.

La proportion de femmes n'ayant accès à aucun média est très élevée dans les régions de l'Extrême-Nord (77%) et du Nord (68%), comparativement aux faibles proportions dans les villes de Yaoundé (6%) et de Douala (7%). On retrouve la même tendance chez les hommes. En outre, le niveau d'instruction semble influencer de manière significative le niveau d'exposition aux médias. Que ce soit chez les femmes ou les hommes, l'exposition aux trois médias augmente considérablement avec le niveau d'instruction : de 2% à 21% chez les femmes et de 4% à 34% chez les hommes lorsqu'on passe du niveau primaire au niveau secondaire du 2nd cycle ou plus. 81% des femmes et 64% des hommes sans niveau d'instruction ne sont exposés à aucun média.

## I. Contexte et justification de l'étude

Au Cameroun, depuis quelques temps, certaines localités se trouvent depuis quelques temps en

situation d'urgence, notamment dans les régions de l'Extrême-Nord, du Nord, de l'Adamaoua et de l'Est. Ces situations d'urgence résultent d'une part, de la crise sécuritaire créée par les attaques de la secte terroriste Boko Haram et, d'autre part, de la crise socio-politique en République Centre Africaine qui a induit une forte dégradation de la situation dans l'Adamaoua et dans l'Est du Cameroun. Ces régions sont habituellement confrontées à la rudesse des conditions naturelles et font face aux aléas de toutes sortes.

Le déplacement de populations et l'afflux de réfugiés venant de la RCA occasionnent des besoins accrus en matière de santé, de logement, de nutrition, de protection et d'assainissement. Ces situations d'urgence ont une forte influence sur la vie économique et sociale des populations dans ces zones, notamment une forte perturbation des systèmes de production et de commercialisation, principalement des produits alimentaires. La sécurité alimentaire et nutritionnelle des populations revêt dès lors, une importance et un enjeu majeur.

Par ailleurs, il importe de relever que ces besoins sont ressentis différemment par les hommes et par les femmes aussi bien au sein de la population réfugiée et déplacée qu'au sein des populations autochtones.

Le Bureau Régional pour l'Afrique Occidentale de PAM a commandé une initiative régionale sur le genre et une aide alimentaire axée sur le marché sous la direction technique de l'unité régionale de l'analyse et de la cartographie de la vulnérabilité (VAM, *Vulnerability Analysis and Mapping*). Le projet permettra de renforcer les liens entre l'analyse de genre et les évaluations du marché, et de soutenir le PAM et les partenaires dans la conception et la prestation d'interventions axées sur le marché avec des objectifs explicites d'égalité des sexes. L'initiative régionale du PAM qui étudie les impacts de cette crise sur les marchés au Tchad, au Niger, au Nigeria et au Cameroun se propose de collecter et

d'analyser les données pertinentes pour permettre la formulation d'un cadre complet servant de justification aux interventions adaptées aux contextes, aux réalités des marchés et aux besoins des populations cibles.

Compte tenu du contexte sus évoqué, le Cameroun a été retenu pour faire l'objet d'une étude de cas. Il s'agira de cerner comment les marchés se sont adaptés aux situations de crise et de déterminer quels sont les besoins prioritaires et les formules appropriées de réponses. Une problématique au cœur de cette démarche est celle de l'égalité homme-femme, puisque même si les facteurs sont communs, la situation est vécue de manière différenciée par les hommes et par les femmes, avec des impacts tout aussi différents.

Le but de la politique du PAM en matière de problématique Hommes-Femmes 2015-2020 est de permettre à l'Institution d'intégrer l'égalité des sexes et l'autonomisation des femmes dans tous ses travaux et activités, mais aussi d'obtenir que les besoins différents des femmes, des hommes, des filles et des garçons en matière de sécurité alimentaire et de nutrition soient satisfaits.

Dans les enquêtes VAM du Cameroun d'il y a quelques années<sup>1</sup>, la dimension genre était superficiellement prise en compte ou analysée. L'attention était notamment portée sur le sexe du chef de ménage, la participation des hommes/femmes à la gestion ou à l'utilisation des ressources (vivres en particulier) dans le ménage et quelquefois de la représentation des femmes au sein des ménages. Depuis 2014, des efforts sont faits pour mettre en évidence la dimension genre dans

toutes les analyses, notamment celles relatives au marché. Aussi observe-t-on des efforts significatifs dans la prise en compte des besoins différenciés des hommes et des femmes et la proposition de réponses spécifiques. Les informations sont de plus en plus désagrégées selon le sexe et les questions d'égal accès aux opportunités, d'égal accès et contrôle des ressources et des bénéfices sont approfondies.

Les études récentes<sup>2</sup> montrent cette évolution positive, même si des améliorations restent possibles, notamment en ce qui concerne la mesure et le suivi de l'autonomisation des femmes et l'évaluation d'impact genre des interventions en matière de transformations sociales, par exemple le suivi de leurs incidences sur les inégalités de genre. L'exploitation préliminaire des aspects genre dans la base de données de l'étude régionale<sup>3</sup> réalisée par le PAM dans quatre pays du bassin du Lac Tchad en 2016 a permis d'établir que globalement, les grossistes sont à 90% des hommes, alors que les détaillants sont à 92% des femmes. Les femmes sont présentes sur le marché depuis aussi longtemps que les hommes. Ceux-ci ont un peu plus recours à l'emploi d'ouvriers dans leur affaire que celles-là. Ils ont en général plus de stocks (grossistes), le stockage au domicile étant plus répandu chez les femmes (détaillants).

Le manque de capital est une plus grande contrainte pour les femmes que pour les hommes alors que l'insécurité est plus appréhendée par les hommes. Aucune femme n'a recours à la banque pour le financement de son affaire. La possession d'un compte bancaire n'est pas d'usage courant pour l'un et l'autre sexe. L'achat de stocks à crédit est similaire

<sup>1</sup> MINADER ; Analyse Globale de la Sécurité Alimentaire et de la Vulnérabilité (CFSAV) ; mai 2007 FAO ; Analyse des marchés camerounais de produits vivriers- effectuée dans le cadre de l'étude globale sur la sécurité et la vulnérabilité alimentaire des ménages (CFSVA) ; 2011 ; 89 pages PAM/FAO/Cameroun ; évaluation de l'assistance humanitaire et de la situation des réfugiés centrafricains vivant au Cameroun ; juillet 2013

<sup>2</sup> PAM/PNSA ; Evaluation de la sécurité alimentaire dans les régions de l'Est, Adamaoua, Nord et Extrême-Nord du Cameroun, 14-28 septembre 2015 (EFSA 2015) ; HCR / Solidarité International ; étude des systèmes de marchés en situation d'urgence : riz importé, farine de manioc et eau potable -axe Bertoua-Garoua boulaï, Cameroun, Frontière RCA ; janvier 2015  
PAM ; Etude des marchés pour la faisabilité du cash et voucher dans les régions de l'Adamaoua et Est du Cameroun ; mars 2015 ; 63 pages. ; PAM ; Regional Market Assessment in Lake Chad Basin Crisis ; 2016

<sup>3</sup> PAM ; Regional Market Assessment in Lake Chad Basin Crisis: Cameroon, gender analysis, preliminary outputs; 2016



entre les deux sexes. La capacité de réponse à une demande croissante est relativement la même entre les hommes et les femmes. Les femmes subissent plus les ruptures de stocks durant les périodes de récolte. Ces résultats restent à être confirmés et approfondis par une étude de cas nationale.

## II. Objectifs de l'étude

La présente étude a pour but de renforcer les liens entre l'analyse de genre et les évaluations des marchés, de manière à aider le PAM, ses partenaires et d'autres organisations humanitaires dans la conception et la mise en œuvre d'interventions fondées sur les marchés, et intégrant des objectifs liés à l'égalité des sexes.

Ainsi, du fait de la situation particulière des Régions du Nord et de l'Extrême-Nord du Cameroun au regard de l'insécurité et de la pauvreté ambiantes, l'étude de cas devait répondre aux questions suivantes :

- Quels sont les rôles spécifiques des femmes et des hommes sur les filières et marchés alimentaires du Nord et de l'Extrême-Nord du Cameroun ?
- A quels défis spécifiques les femmes et les hommes font-elles ou font-ils face en termes d'inclusion économique dans ces filières et marchés alimentaires ?
- Quelles sont les limites et les lacunes sous le prisme du genre dans les analyses et interventions du PAM fondées sur les marchés et filières alimentaires au Cameroun ?
- Quels sont les insuffisances et les défis actuels de l'autonomisation des femmes sur les marchés, sa mesure et son suivi ?
- Quelles sont les solutions programmatiques envisageables pour relever les défis et les lacunes identifiés ?

## III. Méthodologie

La réalisation de l'étude sur « Chaînes de Valeur Agricoles et Genre dans le Nord du Cameroun » s'est appuyée sur une méthodologie structurée en quatre phases : la phase exploratoire ; la phase d'enquête de terrain ; la phase de saisie et de traitement des données et la phase d'analyse et de synthèse.

### La phase exploratoire

La phase exploratoire a été marquée par la recherche et la revue d'une abondante littérature constituée de rapports, de documents d'orientation, de projets, d'études et d'enquêtes auprès du PAM, du Ministère de la Pêche et des Industries Animales (MINEPIA), du Ministère de l'Agriculture et du Développement Rural (MINADER), du Ministère de la Promotion de la Femme et de la Famille (MINPROFF), de l'Organisation des Nations Unies pour l'Egalité des Sexes et l'Autonomisation des Femmes (ONU Femmes), de l'Organisation des Nations Unies pour l'Alimentation et l'Agriculture (FAO, « *Food and Agriculture Organisation* ») et du Ministère de l'Economie, de la Planification et de l'Aménagement du Territoire (MINEPAT). A cela il faut ajouter l'exploitation des bases de données d'enquêtes de l'équipe VAM du Cameroun (*Etude globale sur la sécurité et la vulnérabilité alimentaire des ménages*, 2011), ainsi que celles de l'étude régionale genre et marchés alimentaires du Bassin du Lac Tchad et les Statistiques du Secteur Agricole de 1998 à 2013.

Ceux-ci ont permis de cerner davantage la problématique de l'étude et de commencer à réunir des éléments de réponse aux objectifs assignés à l'étude et de se donner des repères pour l'enquête de terrain à réaliser dans les Régions du Nord et de l'Extrême-Nord du Cameroun, en termes d'identification des marchés, de personnes et structures à rencontrer et de définition des critères de sélection.

C'est également pendant cette phase que les différents outils de collecte des données ont été

élaborés et testés en vue de leur utilisation optimale lors de la phase de terrain.

### **L'enquête de terrain**

Elle a consisté en la collecte de données auprès des opérateurs économiques, le personnel des sous-bureaux du PAM de Garoua et de Maroua, ainsi que les responsables des services publics intéressés par l'étude. Une observation participante du consultant a complété la phase d'enquête de terrain. Ainsi, les résultats de l'étude de cas reposent sur l'exploitation (i) d'une base de données d'enquêtes effectuées du 26 avril au 6 mai 2016 auprès d'un échantillon de 170 opérateurs économiques ; (ii) d'informations recueillies dans le cadre de discussions de groupe avec les opérateurs de marché et leurs partenaires (autorités administratives, religieuses et traditionnelles ; responsables des structures sectorielles techniques déconcentrées ; Organisations de la Société Civile ; personnel des sous-bureaux du PAM ; autres personnes-ressources), incluant une visite de grenier communautaire et des interviews semi-structurées.

La méthodologie générale prévoyait que le Consultant se rende dans les régions et sites échantillonnés, qu'il rencontre les responsables régionaux et/ou départementaux du MINADER, du Ministère du Commerce (MINCOMMERCE), du MINPROFF ou du Ministère des Petites et Moyennes Entreprises, de l'Economie Sociale et de l'Artisanat (MINPMEESA), en fonction de leur disponibilité et de la disponibilité des données recherchées, ainsi que les régisseurs de marchés. Les discussions de groupe et les entretiens individuels devaient avoir lieu par la suite.

### **La saisie et le traitement des données**

La saisie des données a mobilisé six agents temporaires de saisie. Le logiciel CPro a été utilisé pour la saisie des données. Quelques tests de cohérence opérés dans la base de données obtenue et la correction des erreurs détectées dans les tableaux de fréquence simples produits à partir du

logiciel SPSS ont permis de disposer des fichiers apurés. Les analyses croisées dynamiques ont été opérées avec le logiciel MS-Excel.

### **L'analyse et la synthèse**

Cette phase permettait les analyses croisées de la masse d'informations collectées, la production d'un rapport provisoire, la prise en compte des commentaires et observations du Maître d'Ouvrage et la production d'un rapport final.

## **IV. Limites de l'étude**

L'enquête a conjugué la recherche documentaire, les enquêtes individuelles auprès des opérateurs économiques et les discussions de groupes et interviews semi-structurées.

La recherche documentaire a consisté à compiler et examiner la documentation associée aux thématiques de l'étude et notamment sur le genre, la sécurité alimentaire et les marchés alimentaires au Cameroun, l'autonomisation de la femme ainsi que sa mesure et son suivi, y compris l'examen des bases de données primaires sur la sécurité alimentaire et les marchés au Cameroun au cours des 5 dernières années.

### **Marchés échantillonnés**

Pour saisir le phénomène étudié dans toute sa complexité, il a été retenu d'explorer les principaux marchés de la zone d'étude, notamment ceux réputés importants au regard des volumes de transaction et de la fonction d'approvisionnement des principales villes. Ainsi, dans la base des marchés échantillonnés lors des enquêtes PAM de 2014 et 2015, la priorité a été donnée à ceux où les femmes sont très actives et qui se trouvent dans un rayon de 70 kilomètres des principales villes des régions du Nord et de l'Extrême-nord.

Cette sélection a permis de retenir les neuf marchés suivants situés dans les trois principaux centres de Mokolo, Maroua et Garoua : Mokolo grand

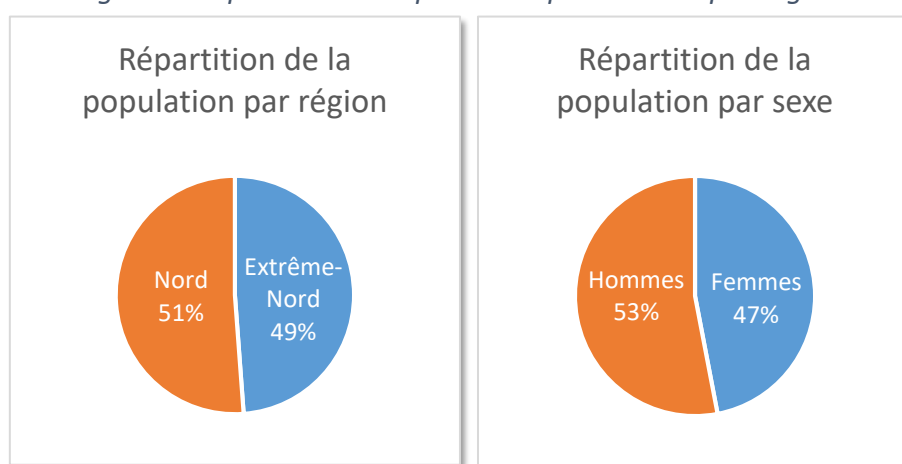
marché (ville de Mokolo) ; Abattoir (grand marché de Maroua), Babba, Ouro Labbo, Ouro Tchede, Salack (ville de Maroua) ; Djefatou, Grand marché de Garoua et Yelwa (ville de Garoua). Les principaux produits vendus sur ces marchés sont : mil/sorgho, oignons, arachides, maïs, fruits et légumes, tubercules, riz importé, riz local et niébé.

Le marché de Babba (Maroua) était pratiquement dédié aux femmes. Historiquement, il était spécialisé dans la vente des ustensiles de cuisine. Aujourd'hui, on y retrouve des produits alimentaires, mais les

femmes y restent toujours nombreuses. Les marchés de Salack et d'Ouro Tchede sont des points de collecte satellite de Maroua. On y retrouve donc des collecteurs et producteurs venant des champs. Le marché de Djefatou est réputé comme un centre de collecte et de redistribution. Ouro Labbo et Yelwa sont des marchés urbains à Garoua.

170 opérateurs économiques ont été enquêtés. La composition de l'échantillon a privilégié l'équilibre entre les sexes et entre les régions.

*Figure 1. Répartition des opérateurs par sexes et par régions*



Source : résultat d'enquête mai 2016

*Table 1. Répartition de l'échantillon d'opérateurs par sexe et par marché*

| Marchés                | Femmes     | Hommes     | Total | Pourcentage |
|------------------------|------------|------------|-------|-------------|
| Abattoir               | 8          | 10         | 18    | 11%         |
| Babba                  | 16         | 19         | 35    | 21%         |
| Djefatou               | 11         | 15         | 26    | 15%         |
| Grand Marché de Garoua | 5          | 2          | 7     | 4%          |
| Mokolo                 | 7          | 8          | 15    | 9%          |
| Ouro Labbo             | 16         | 13         | 29    | 17%         |
| Ouro Tchede            | 8          | 5          | 13    | 8%          |
| Salack                 | 4          | 6          | 10    | 6%          |
| Yelwa                  | 4          | 13         | 17    | 10%         |
| Total                  | 79         | 91         | 170   | 100%        |
| <b>Pourcentage</b>     | <b>46%</b> | <b>54%</b> |       |             |

Source : résultat d'enquête mai 2016

Les résultats de la présente étude, circonscrits aux régions du Nord et de l'Extrême-Nord du Cameroun qui ont une spécificité religieuse, économique, géo-climatique, historique, culturelle et sociale, ne peuvent être généralisés à l'ensemble du pays. De plus, ils ne couvrent que la réalité de neuf marchés des deux régions. Par ailleurs, l'échantillonnage a donné la priorité aux activités et marchés où les femmes sont les plus actives en dehors de toute base de sondage. Ceci constitue un biais méthodologique qui, toutefois, ne pourrait remettre en cause les résultats obtenus.

L'absence de données secondaires sur la mesure et le suivi de l'autonomisation des femmes sur les marchés alimentaires au Cameroun ainsi que la nouveauté de la thématique et l'insuffisante familiarité des acteurs avec ce concept ont constitué un handicap à l'approfondissement de la question relevant de cette problématique.

Enfin, sans remettre en cause la sincérité des répondants et la fiabilité des réponses, des réserves peuvent cependant concerner certains aspects jugés personnels ou stratégiques par les opérateurs. En

effet, plusieurs opérateurs ont relevé le caractère confidentiel des informations liées aux prises de décision, aux volumes et prix pratiqués et aux marges bénéficiaires dégagées.

### Structure du rapport

Le présent rapport comprend 4 chapitres :

- Rôles des femmes et des hommes sur les filières et marchés alimentaires du Nord et de l'Extrême-Nord du Cameroun ;
- Défis spécifiques des femmes et des hommes sur les filières et marchés alimentaires du Nord et de l'Extrême-Nord du Cameroun ;
- Mesure et suivi de l'autonomisation des femmes sur les marchés alimentaires ;
- Insuffisances en matière de genre des interventions du PAM sur les marchés alimentaires au Cameroun et solutions programmatiques envisageables pour répondre aux défis identifiés.







# 1. Rôles des femmes et des hommes dans les filières et marchés alimentaires

Pour répondre à la question des rôles spécifiques des femmes et des hommes sur les filières et marchés, les éléments suivants sont tour à tour examinés : (i) la multiplicité des acteurs sur les filières et marchés alimentaires ; (ii) les segments d'activité selon le sexe ; (iii) les spéculations commercialisées selon le sexe des opérateurs ; et (iv) la propension moyenne à recourir aux aides et employés selon le sexe.

## Multiplicité des acteurs

L'essentiel des produits vivriers est échangé au sein des marchés alimentaires. Les grands centres urbains ont chacun au moins un marché construit et géré par la commune. Il se tient tous les jours. Mais la plupart des marchés sont spontanés, situés sur des espaces dédiés, et se tiennent de façon hebdomadaire.

Une analyse fine permet d'identifier une multitude d'acteurs aux rôles spécifiques variés, intervenants de la production à la commercialisation. Si l'on prend du mil/sorgho, on se rend compte que, dans la production, les propriétaires des champs sont généralement des hommes. Le marché du mil/sorgho, est très structuré. Les petits producteurs viennent des villages aux marchés urbains avec de petites quantités allant de la tasse de mil au demi sac. Les petits producteurs sont approchés à l'entrée des marchés par des agents jouant le rôle de rabatteurs pour les grossistes ou les collecteurs. Ces rabatteurs sont pour l'essentiel des hommes, mais on y trouve aussi quelques femmes. La compétence la plus demandée ici consiste à apercevoir le petit producteur, courir vers lui et commencer le marchandage le premier. En effet, selon les us et coutumes de la région, il est interdit de surenchérir ou d'engager une négociation avant que celle en cours n'ait été soldée par un échec. Les femmes dont les conditions physiques ne sont pas favorables, ou

ayant un bébé, ne peuvent donc pas réussir dans cette activité de rabattage sur le marché.

Les collecteurs et grossistes s'approvisionnent dans les marchés ruraux avec l'aide des rabatteurs ou directement auprès des producteurs, le jour du marché de la localité, en général une fois par semaine. Les grossistes vendent directement aux détaillants. Ces derniers achètent généralement avec un crédit d'un jour, le paiement des enlèvements intervenant en fin de journée. Les détaillants viennent des villages voisins, parcourant à pied parfois plus de 5 km. Ce sont généralement des femmes, aux revenus relativement faibles et qui s'approvisionnent auprès des grossistes ou des semi-grossistes par petites quantités tous les jours la demande du marché. Les caractéristiques de la vente au détail tiennent en grande partie au fractionnement des mesures de vente. Le commerce de détail et les détaillantes se reconnaissent alors par la vente en unités de mesure locales (tas, cuvette, verre, tasse, etc.).

A l'intérieur des marchés de mil/sorgho, entre les grossistes et les détaillants qui sont les acteurs économiques connus, l'enquête a mis en évidence des intermédiaires. Ceux-ci se présentent aux acheteurs comme les propriétaires de tous les magasins de gros. Connaissant les prix minimums acceptables des grossistes, ils négocient avec des acheteurs de passage intéressés par des achats de grandes quantités. Les grossistes les présentent comme étant les « maîtres du marché ». En effet, ces intermédiaires font croire aux acheteurs qu'ils possèdent les meilleures informations sur la qualité et le prix des marchandises, d'un grossiste à l'autre.

Dans la commercialisation du mil/sorgho, les activités de manutention ne sont pas les moins importantes. Dès que le mil/sorgho est mis en sac de

100/120 kg, cela devient une affaire de spécialistes. Son chargement/déchargement coûte 100 à 200 F CFA par sac, selon les marchés.

Les transporteurs sont en réalité des chauffeurs de camions qui, connaissant les flux de production, sillonnent la zone à la recherche de mil/sorgho pour transporter. Il est très rare de voir un grossiste ou un collecteur qui possède ses propres véhicules dédiés au transport des produits.

Les grossistes ont pour principale caractéristique la possession d'un magasin. Ils sont propriétaires ou locataires des dits magasin. Ici, les constats sont :

- Aucune femme propriétaire
- Aucune femme bailleur.

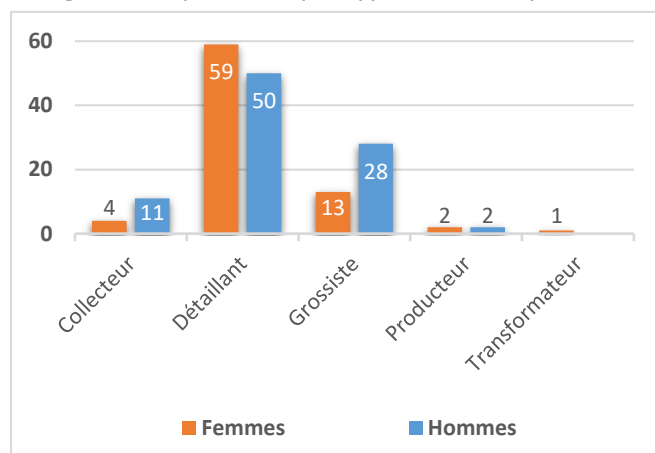
Les opérateurs des marchés se plaignent des tracasseries qui sont le fait des autorités traditionnelles, communales et administratives, ainsi que les forces de maintien de l'ordre. En effet,

chaque marché est placé sous la houlette d'un chef traditionnel qui délègue son pouvoir à un ou plusieurs représentants (généralement des bouchers). Pour assurer la discipline sur le marché, l'autorité traditionnelle prélève 100 F CFA/sac au vendeur et idem à l'acheteur.

L'agent communal prélève 150 F CFA par jour et par vendeur. Les forces de maintien de l'ordre placées à l'entrée des marchés prélèvent (sans délivrer de reçus) des sommes variant d'un véhicule à l'autre, en fonction du nombre de sacs dans le véhicule. Par ailleurs, les barrières de contrôle se sont multipliées sur les voies avec l'avènement de Boko Haram, et chaque poste est une tracasserie de plus pour les opérateurs.

Le tableau ci-après permet de désagréger l'échantillon de l'enquête entre les collecteurs, les détaillants, les grossistes, les producteurs et les transformateurs selon le sexe.

*Figure 2. Répondants par type d'activité, par sexe*



Source : résultat d'enquête mai 2016

En l'absence de base de sondage, l'échantillon n'a pas été constitué pour être représentatif de la structure des marchés, mais pour inclure autant que faire se pouvait les femmes et les hommes d'une part et d'autre part les acteurs de chaque segment de marché, lorsqu'ils étaient présents. Par exemple, lorsque l'on n'a eu que deux (2) producteurs sur un marché, ils ont été tous enquêtés.

Les collecteurs et grossistes sont surtout des hommes (73%). En fonction des spéculations, les détaillants sont parfois des hommes mais, en grande partie, surtout des femmes.

La transformation est faiblement pratiquée, les seules observées étant la transformation du mil/sorgho en farine, dominée par les hommes qui

disposent de moulins dans les marchés, et la production de la bière locale à base de mil (bil-bil) qui est essentiellement faite par les femmes.

Ces tendances sont les mêmes que pour l'enquête régionale, mais les chiffres sont plus nuancés. Le transport demeure une activité exclusive des hommes.

*Table 2. Rôles spécifiques dans la réalisation de certaines activités*

| Activités             | Hommes | Femmes | Enfants | Personnes âgées |
|-----------------------|--------|--------|---------|-----------------|
| Défrichage / Sarclage | XX     | XX     | XXXX    |                 |
| Labour                | XX     | XX     | XXXX    |                 |
| Semis                 | X      | XXXX   | XX      |                 |
| Traitement            | XXX    | XXX    |         |                 |
| Récolte               |        | XX     | X       | XXX             |
| Egrainage             |        | XXX    | XXX     | XXX             |
| Séchage               |        | XXX    | XXX     |                 |
| Triage                |        | XXXX   | XXX     | XXX             |
| Manutention           | XXXX   |        |         |                 |
| Transport             | XXXX   |        |         |                 |
| Négociation et vente  | XXXX   |        |         |                 |

Source : Groupe focus mai 2016

Note : X = faible participation ; XX = participation moyenne = XXX : forte participation ; XXXX = très forte participation

### Pourquoi y-a-t-il si peu de femmes grossistes ?

Les discussions de groupes ont retenu les raisons suivantes :

- L'activité est jugée harassante, difficile et implique d'incessants voyages parfois dans des conditions physiquement éprouvantes et généralement inconfortables.
- Il y aurait plus de difficultés pour les femmes à contracter des partenariats d'affaires. La propension à faire confiance aux femmes serait-elle plus faible que lorsqu'il s'agit d'opérateur masculin ? Les hommes préféreraient en effet traiter avec d'autres hommes et donc d'égal à égal alors qu'avec les partenaires de sexe féminin, on aurait moins de moyens de pression (on ne peut par exemple pas la faire arrêter et placer en cellule en cas d'inexécution de ses engagements, de peur d'être mal vu socialement).
- Les maternités induisent pour la femme une suspension d'activité. Or, dans les marchés alimentaires, toute absence prolongée d'un grossiste entraîne la perte de contrôle sur son réseau commercial. A cause de la forte concurrence, les absents sont immédiatement remplacés. Il faut ainsi tenir compte de la difficulté à construire un réseau commercial dans ces conditions de concurrence. Les femmes grossistes sont rarement en activité de reproduction.
- La femme doit gérer les activités ménagères tôt le matin avant de sortir de la maison et doit revenir tôt en fin de journée pour continuer ces activités. Elle met donc moins de temps sur le marché comparativement à l'homme. Elle vit un véritable dilemme lors des périodes de récolte, au cours de laquelle, en raison du besoin de constitution des stocks, les grossistes doivent se lever très tôt le matin pour affronter la concurrence à l'achat aux producteurs ; elle

doit arbitrer entre délaissier ses activités familiales ou ses activités économiques.

- Les femmes grossistes sont généralement celles qui n'ont pas de conjoint (célibataires, veuves, divorcées) ou qui ont un conjoint qui leur fournit de l'appui. Elles sont « sans pression ».
- Les facteurs culturels et religieux ne sont pas des moindres : plusieurs acteurs ont cité la Bible pour qui l'homme doit assumer tous les besoins de sa femme. Celle-ci n'a donc pas à s'impliquer dans des activités économiques sauf si l'homme est défaillant. Elle est alors confinée aux travaux ménagers. Dans certaines ethnies, elle ne va même pas au marché pour acheter de la nourriture. Cette position est contradictoire pour une minorité des personnes consultées, le Coran mentionnant que la première femme du prophète était une commerçante.
- Le niveau d'éducation de la femme constitue certainement un frein à sa participation en tant que grossiste aux activités économiques. En effet, l'éducation au sein de la famille, puis à l'école prépare mieux les hommes que les femmes à s'impliquer au commerce, surtout à un niveau où les volumes sont importants, induisant des risques significatifs.

### **Comment encourager les femmes à exercer comme grossistes ?**

Les pistes suivantes sont avancées par les participants des discussions de groupe :

- **Investir dans la structuration en coopérative des femmes sur les marchés** afin de mutualiser leurs moyens, réaliser des volumes par le biais des transactions groupées ; soutenir le développement de la culture de transparence, et de redevabilité dans la gouvernance des coopératives ;
- **Investir massivement dans la formation et**

**l'information des femmes** sur les marchés. La production et la diffusion de guides de la femme entrepreneur sur les marchés de produits alimentaires constitueraient un moyen efficace d'information des femmes, à condition que ledit guide soit vraiment pratique et édité en français, en anglais et en langues locales ;

- **Renforcer les capacités des ONG locales**, notamment en matière d'accompagnement à l'entrepreneuriat. Une formation des formateurs sur la méthodologie CEFE permettrait d'outiller les cadres des ONG locales au développement des compétences entrepreneuriales des femmes et de développer un appui à la commercialisation.

- **Mettre en place un mini-fonds de crédit**

La communauté reconnaît que les jours de marché et les dimanches les enfants peuvent effectuer le sarclage dans les champs d'autrui, comme activité rémunérée pour générer les moyens leurs permettant d'assurer en partie ou en totalité les frais de rentrée scolaire. Les autres jours, ils travaillent dans l'exploitation familiale sous les ordres du chef de famille.

Dans les cultures maraîchères, ce sont principalement les hommes qui apprêtent le sol, cultivent, transportent et livrent aux femmes qui les revendent sur le marché. Donc, plus d'hommes dans les champs et moins dans les marchés ; lorsqu'ils y sont, ils sont jeunes et vendent généralement les légumes. L'oignon est cultivé par les hommes, revendu aux grossistes généralement hommes, puis revendu par les détaillants qui sont eux aussi plus souvent des hommes que des femmes.

On ne mesure pas toute l'étendue de l'apport des femmes en soutien des activités des hommes. En effet, on prend rarement en compte le fait qu'elle fournit la nourriture aux travailleurs dans les champs par exemple. Tant que la femme travaille dans le champ du mari, on ne dit pas que ce sont les champs



du mari et de la femme. La femme a son champ où elle cultive et récolte, mais elle a l'obligation sociale de contribuer dans le champ de son mari.

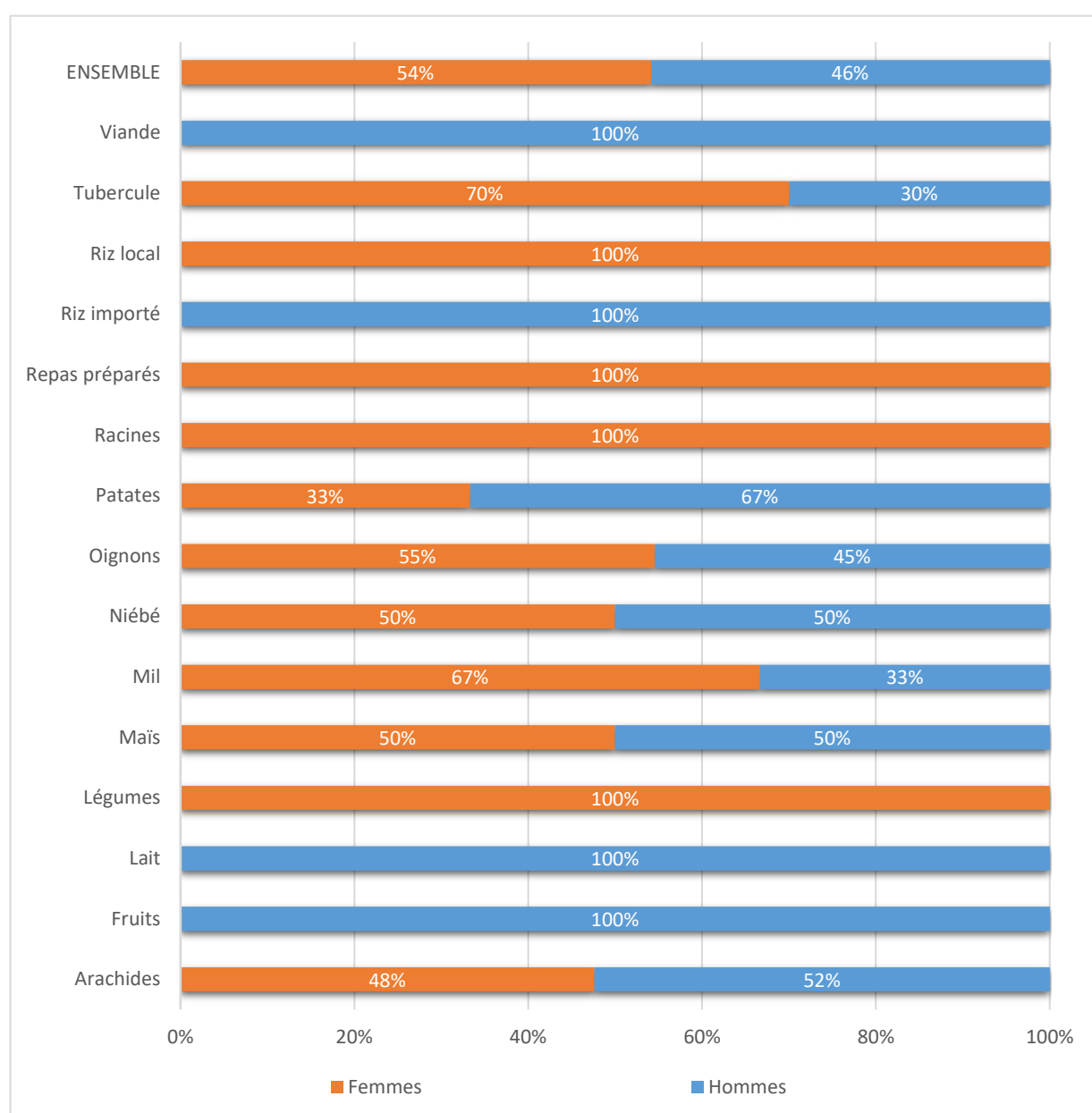
Le vocabulaire est lui-même relativement sexiste. Lorsque l'on demande si ce sont les hommes ou les femmes qui produisent le plus de céréales, la réponse est que ce sont les hommes. À l'analyse, ceux-ci ont la terre, ce qui fait que les champs qui y sont installés leur appartiennent. À l'observation, ce sont les femmes qui y opèrent en majorité, suivies des enfants. « Les femmes travaillent beaucoup, mais pour leur famille, principalement leur mari et leurs enfants » selon un participant aux focus group du 04 mai 2016 à Garoua.

Si les commerçants des arachides sont aussi bien des femmes que des hommes, les détaillants de fruits, de lait, de riz importé et de viande sont des hommes, tandis que les ventes de légumes, de racines et tubercules, de riz local et de repas préparés sont entièrement assurées par les femmes.

Le métier « exclusivement réservé » à un seul sexe est ici la boucherie qui est la chasse gardée des hommes.

*Il pourrait être pertinent d'encourager les femmes à exercer en boucherie. Ceci pourrait permettre de briser les tabous et faire avancer les lignes.*

Figure 3. Spéculations commercialisées, par sexe



Source : résultat d'enquête mai 2016

L'enquête régionale indiquait que la plupart des commerçants n'ont pas d'employés (87%). Généralement, la propension moyenne à employer semble plus forte chez les hommes (18%) que chez les femmes (6,5%). L'étude de cas confirme ces résultats, avec des chiffres plus nuancés : en moyenne, environ 2/3 des opérateurs économiques travaillent sans aide, avec une propension à employer plus faible chez les femmes parmi lesquelles 73% travaillent sans aide.

Si pour les deux sexes environ 22% à 25% des opérateurs ont au moins un employé, les femmes ont tendance à avoir un employé (20%) tandis que les hommes sont plus nombreux à avoir deux employés. Ceci peut se comprendre par le fait que, soit les femmes s'occupent en majorité à tout faire toutes seules, soit elles consacrent moins de temps dans l'activité commerciale, fermant leur commerce lorsqu'elles doivent s'occuper de leurs tâches domestiques.

Table 3. Nombre d'aides et employés, par sexe

| Nombre d'employés | Femmes | Hommes | Total |
|-------------------|--------|--------|-------|
| 0                 | 73%    | 59%    | 66%   |
| 1                 | 19%    | 15%    | 17%   |
| 2                 | 3%     | 10%    | 6%    |
| 3                 | 3%     | 3%     | 3%    |
| 4                 | 0%     | 2%     | 1%    |
| 5                 | 0%     | 2%     | 1%    |
| 8                 | 0%     | 1%     | 1%    |
| 12                | 0%     | 3%     | 2%    |
| 13                | 0%     | 2%     | 1%    |
| ND                | 2%     | 3%     | 2%    |
| Total             | 100%   | 100%   | 100%  |

Source : résultat d'enquête mai 2016







## 2. Défis spécifiques des femmes et des hommes dans les filières et marchés alimentaires

Parmi les défis majeurs que rencontrent les opérateurs économiques des marchés et filières alimentaires du Nord et de l'Extrême-Nord du Cameroun, certains sont communs aux deux sexes tandis que d'autres sont spécifiques aux femmes.

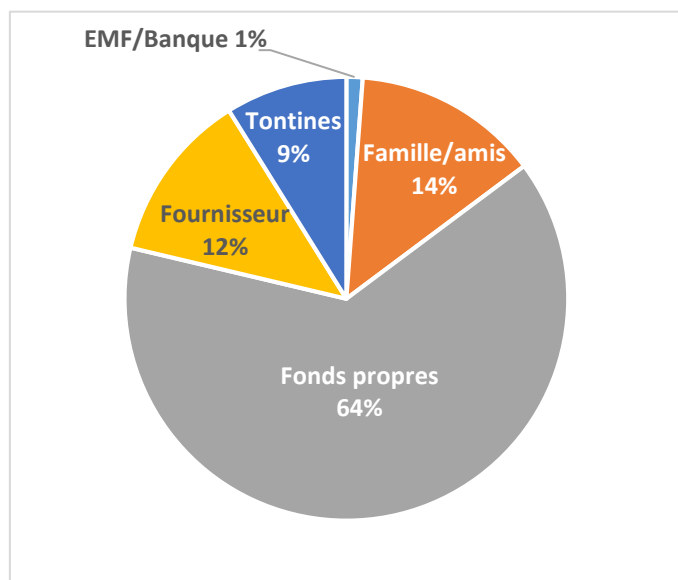
### 2.1 Défis communs aux femmes et aux hommes

Parmi les défis communs aux deux sexes, il y a le problème du financement, celui des procédures administratives complexes, le besoin d'équipements de travail et l'inconfort des marchés sans hangar ni comptoir.

### Besoin de capitaux et de financement

La plupart des détaillants ont indiqué qu'ils souhaiteraient évoluer au cours des prochaines années pour devenir des grossistes (68%), ou producteur (10%). Mais, un des principaux défis des opérateurs économiques reste le financement. Comme déjà relevé par l'enquête régionale, le manque ou l'insuffisance de capital et de financement figure en bonne position parmi les barrières de l'évolution de l'activité. En effet, 87% des opérateurs enquêtés n'ont jamais bénéficié d'un crédit. Ils se financent sur fonds propres (64%), auprès des amis et de la famille (14%), des fournisseurs (12%) et des tontines (9%).

Figure 4. Source de financement

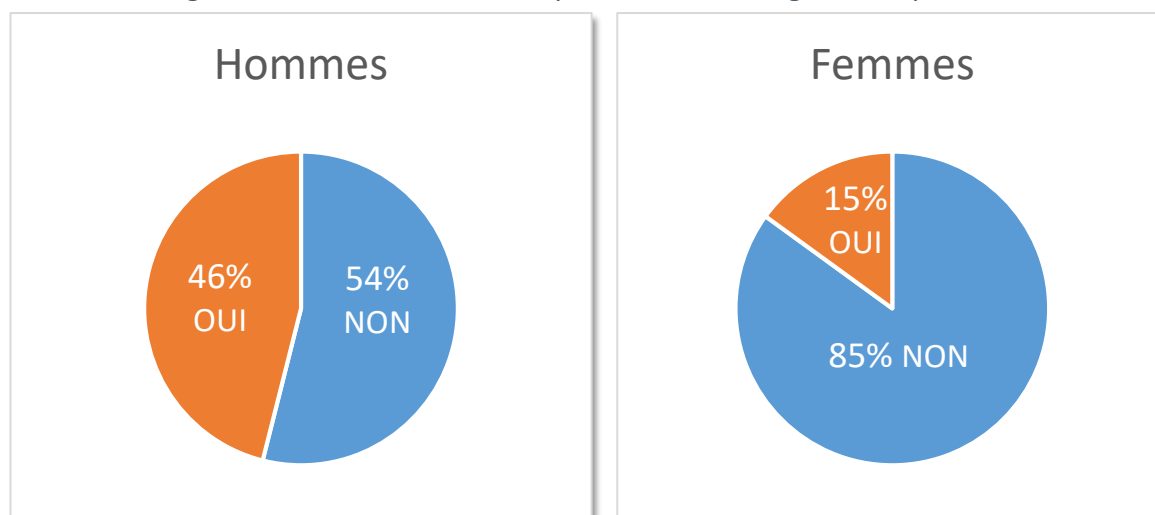


Source : résultat d'enquête mai 2016

31% des opérateurs déclarent posséder un bien qui peut servir de garantie pour l'obtention de crédit, contre 68% qui n'en ont pas. La disparité selon les

sexes est importante. Chez les hommes, 46% possèdent un bien alors que chez les femmes ce paramètre est de 15% seulement.

Figure 5. Possession d'un bien pouvant servir de garantie, par sexe



Source : résultat d'enquête mai 2016

Comme l'a relevé l'enquête régionale, le besoin de capital est crucial aussi bien pour les hommes que pour les femmes. Le capital de démarrage des activités provient généralement du produit d'activités agricoles (vente des récoltes). Le montant est donc généralement peu conséquent.

Faciliter l'accès des femmes aux crédits pour renforcer leurs opportunités est crucial. Le MINEPAT a prévu d'accorder un soutien financier aux groupements de producteurs de maïs par un financement à débloquer au début de la campagne. Malheureusement, selon l'avis des acteurs consultés, le processus a connu deux travers majeurs : (i) quel que soit le projet, le même montant

de 756 000 F CFA a été alloué par groupements ; (ii) un retard administratif significatif n'a pas permis que les finances soient disponibles en début de campagne.

#### Procédures administratives complexes

Parmi les difficultés les plus importantes auxquelles ils font face, les collecteurs et grossistes, sans discrimination de sexe, signalent les désagréments sur les routes et dans les marchés causés par les représentants des autorités. Ceux-ci font des prélèvements, notamment sur les céréales et légumineuses, en fonction du nombre de sacs vendus ou transportés.

Table 4. Principaux harcèlements administratifs rapportés

| Source de désagréments                                                | Rôles                          | Commentaires                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
|-----------------------------------------------------------------------|--------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Forces de l'ordre : Police, Douanes, gendarmerie (PDG), et Militaires | Sécurisation des axes routiers | <p>Multiplication de barrières de contrôle sur les routes en raison du contexte sécuritaire. Moyenne atteindrait 1 contrôle par 10 km, par exemple, entre Garoua et Adonwé.</p> <p>Chaque corps aurait ses pratiques tracassières d'extorsion de fonds. Le tarif irait de 1.000 F à 5.000 F CFA par poste de contrôle.</p> |

|                                                                                    |                                                                                      |                                                               |
|------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------|
| Préleveurs d'impôt traditionnel (Lawan-Jarma – chef céréales-ou Sarkipawa-boucher) | Représentant de l'autorité traditionnelle-gestion de la discipline et de la sécurité | 200 F CFA par sac, par acteurs soit 400 F CFA par transaction |
| Préleveurs d'impôt communal                                                        | Vente des tickets de places et gestion de la discipline et du nettoyage              | 100 à 200 F CFA pour une place par jour                       |
| Préleveurs d'impôt pour l'administration (Sous-Préfet)                             | Gestion de la discipline, de la sécurité                                             | Jusqu'à 300 F CFA par sac dans certains marchés               |

Source : Focus groupe de mai 2016

### Besoin crucial d'équipements professionnels

Le besoin d'équipements et d'outillage est crucial.

Ci-suit quelques exemples rapportés sur les besoins en équipement.

Table 5. Besoins en équipement et outillage

| Activité                     | Equipements et outillage requis                                                                                      | Pratiques actuelles                              |
|------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------|
| Vente des céréales           | Outillage de pesée ; Outillage de précision en ce qui concerne la qualité des produits                               | Tasses, cuvettes, seaux                          |
| Production agricole          | Charrues, animaux de trait, tracteurs                                                                                | Travail à la main, très pénible                  |
| Commercialisation du poisson | Chaine de froid (congélateur, glacières, chambres froides, véhicules frigorifiques) ;<br>Outillage de pesée ; fumoir |                                                  |
| Transformation               | Moulins à céréales                                                                                                   | On paye 2000 F CFA par sac de mil pour le moudre |
| Transport                    | Véhicules, charrettes, tricycles                                                                                     |                                                  |
| Grossistes                   | Magasin de stockage                                                                                                  |                                                  |

Source : Focus groupe, mai 2016

### Inconfort des marchés

Les conditions de travail sont rudes dans les marchés, notamment dans les marchés qui se créent spontanément et qui sont les plus nombreux. Les marchés construits par les collectivités territoriales décentralisées ont des hangars, des boutiques, des comptoirs et des blocs toilettes. Les autres marchés ne bénéficient pas de hangar pour offrir aux commerçants un espace sécurisé. Sous le soleil, à température atteignant parfois 45°, les femmes et les hommes se protègent en attachant sur deux

piquets enfoncés au sol des morceaux de tissus ou de film plastique. Les comptoirs sont en piteux état. Les conditions d'hygiène sont calamiteuses.

Aucun marché ne possède un restaurant, ce qui ne laisse aux femmes et aux hommes que la possibilité de manger du pain et des beignets.

### Besoin de semences et d'information fiables

Outre le besoin de finances à temps et en volume requis, il y a un besoin de semences à temps, en quantité et en qualité adéquates ainsi qu'un besoin

d'informations fiables sur les aspects techniques, les aspects de commercialisation.

Les semences améliorées avec l'aide de l'Institut de Recherche Agricole et de Développement (IRAD) ont été distribuées en 2014. En raison de la non-fluidité de l'information, moins d'un quart des producteurs ont bénéficié de semences. Ces dernières étant distribuées seulement aux groupements, très peu de femmes en ont bénéficié en raison de leur faible présence dans ceux-ci. Les acteurs ayant noué des relations privilégiées avec les chefs de postes agricoles sont généralement avantagés.

### **Agressions et abus physiques sur les routes de marchés**

Les agressions et abus physiques ne semblent toutefois pas être très fréquents. Seulement 23% des opérateurs estiment que les agressions et violences physiques sont fréquentes. Cette proportion est toutefois un peu plus élevée si l'on considère uniquement les collecteurs et grossistes (29%). En fonction du sexe, 27% des hommes estiment que la fréquence des agressions est élevée contre 19% des femmes et, similairement, 81% des femmes ne considèrent pas être sujettes aux risques d'agressions sur les routes de marché contre 73% des hommes.

Aussi, seulement 8,8% des opérateurs déclarent avoir déjà été agressés ou violentés physiquement sur les routes des marchés alimentaires, représentant 6% des femmes et 11% des hommes.

### **Vie associative et coopérative peu développée**

Le Projet d'Investissement et de Développement des Marchés Agricoles (PIDMA) et ses partenaires, principalement la Guinness, offrent un appui à la structuration des producteurs en coopératives, (SOCOSEN pour le sorgho, BARKA pour le maïs et CROCPSEC – coopérative régionale). Mais, en dépit des efforts de ce projet, le mouvement coopératif reste peu développé. Il n'y a presque pas de coopératives dans les céréales à l'exception de quelques initiatives, malgré que la zone soit pourtant

un important bassin de production de maïs et de mil/sorgho.

### **Propriété foncière**

La problématique du foncier ne semble pas se poser en termes de propriété mais uniquement en termes de droits d'usage. Le réflexe de sécurisation foncière n'est pas courant, les conflits fonciers portent surtout sur la location des champs. Les conflits agropastoraux liés à la divagation des animaux sont récurrents. La plupart des acteurs enquêtés ont un accès à un espace exploité sans conflit.

### **Autres difficultés signalées par les acteurs**

Parmi les autres difficultés citées, on retient :

- Absence d'appui et d'accompagnement ;
- Manque d'information et de formation ;
- Absence d'équipement ;
- Difficultés de transport et de communication ;
- Catastrophes naturelles ;
- Difficultés/charges familiales ;
- Fatigue physique ;
- Irrégularité dans la production ;
- Rareté de la clientèle.

## **2.2 Défis spécifiques aux femmes**

Les principaux défis spécifiques aux femmes ont trait à la question de l'eau, hygiène et assainissement sur les marchés alimentaires, la maternité et la garde de l'enfant, l'agenda surchargé par les tâches ménagères, le poids des traditions et autres facteurs culturels.

### **Eau, hygiène et assainissement**

La problématique de l'eau, l'hygiène et l'assainissement sur les marchés alimentaires se pose de manière cruciale. En effet, l'absence d'infrastructures telles que l'adduction d'eau potable, les toilettes, les poubelles, rend particulièrement difficile la bonne gestion de leur hygiène menstruelle et autres besoins naturels.



Comme on peut le voir dans le tableau ci-dessous, la situation de l'assainissement et la promotion de

l'hygiène de l'eau (WASH « *Water, Sanitation and Hygiene* ») est non satisfaisante sur les marchés.

*Table 6. Existence et opérationnalité des toilettes dans les marchés*

| Nom du marché          | Existence et opérationnalité                                            | Alternatives                              |
|------------------------|-------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------|
| Tacasco                | Existe, mais non opérationnel car la commune cherchait encore un gérant | "Nous nous débrouillons"                  |
| Ourolabo               | Inexistant                                                              | Brousse ; nature                          |
| Narsawo                | Inexistant                                                              | "Nous nous débrouillons"                  |
| Grand marché de Garoua | Existe, mais en nombre insuffisant par rapport aux besoins.             | On demande la permission chez les voisins |
| Yelwa                  | Existe, possibilité de s'y laver                                        |                                           |
| Camp chinois           | Inexistant                                                              | "Nous nous débrouillons"                  |
| Adoumri                | Existe, propre mais payant (50 F CFA)                                   |                                           |
| Marché du pont         | Inexistant                                                              | "Nous nous débrouillons"                  |

Source : résultat du Focus group du 4 mai 2016 à Garoua

On pourrait ajouter à ces résultats, les observations de l'équipe d'enquêteurs sur les marchés suivants :

- Salack : toilettes situées en plein marché, mais jamais fréquentées ;
- Abattoir : toilettes situées en plein marché, mais peu fréquentées ;
- Mokolo : pas de toilettes ;
- Marché Baba : pas de toilettes ;
- Djefatou : toilettes existent et ne sont pas propres.

Si l'on considère les différences de pratique en fonction du sexe, les hommes peuvent plus facilement régler leurs problèmes d'urine « à ciel ouvert » et il leur est possible de s'organiser pour que le besoin de défécation ait lieu tôt le matin avant de quitter la maison et/ou tard le soir déjà rentré, étant entendu que les crises de type diarrhée se règlent au cas par cas.

En revanche, pour la femme, la situation est plus complexe. Le besoin d'uriner ou de déféquer doit se faire dans un cadre d'intimité totale (ce qui expliquerait la faible utilisation des toilettes situées en plein marché, avec des comptoirs près de la porte d'entrée, comme au marché de Salack). La gestion de

l'hygiène menstruelle se trouve mise en difficulté. En effet, elles ont besoin d'eau propre, mais aussi d'un espace sécurisé et d'intimité où elles peuvent procéder dignement à leur hygiène menstruelle.

Il s'en suit que les femmes en période de menstruation, en l'absence de toilettes appropriées ont le choix entre :

- Procéder à leur hygiène menstruelle derrière les buissons avec ce que cela comporte comme risque : sécurité, santé...
- Ne pas se changer avec les risques que cela comporte en termes de santé ;
- Rester à la maison et ne pas être productive pendant les menstrues.

ONUFEMMES a mis en place un marché sensible au genre à Kyo-essi et un autre à Idenao. La recommandation forte ici est la reproduction de ce type d'infrastructures de marché en s'assurant qu'elles répondent aux besoins spécifiques des hommes et des femmes.

## Maternité et garde des tout-petits enfants

Plus du quart des femmes sur le marché de Mokolo avait la garde d'au moins un enfant en même temps qu'elle procédait à la vente de ses marchandises, portant l'enfant comme un fardeau tout en travaillant. Dans les autres marchés, la proportion semble moindre, mais la réalité est la même. Plusieurs mamans opèrent sur le marché en compagnie de leur bébé. Aucun marché n'a de crèches-garderies.



Le planning familial ne semble pas pratiqué. La plupart des opérateurs enquêtés croient que c'est la volonté divine qui se matérialise en maternité. Celle-ci implique un arrêt de travail de plusieurs mois pour la femme : d'abord pendant la grossesse de 3 à 6 mois. Puis à la suite de l'accouchement et de la période d'allaitement qui peut s'étendre jusqu'à six mois. Enfin, avant de pouvoir emmener l'enfant avec elle au marché, il peut s'écouler 6 mois de plus, ce qui fait parfois plus de 12 mois d'arrêt pour une maternité. Pour 66% des hommes, une naissance ne cause pas d'arrêt de travail. Ce taux pour les femmes est de 33%. De même, 35% de femmes ont plus de 60 jours d'arrêt de travail, suite à une maternité. Ce taux est de 2% chez les hommes. Les femmes racontent comment elles s'organisent en période de maternité, et en général pour faire face à leurs obligations domestiques :

« Quand j'accouche, je sais que j'ai au moins 6 mois sans aller au marché parce que mon mari ne peut pas me laisser sortir avec le bébé, surtout que je fais le marché de brousse. À partir du sixième mois, je sors avec le bébé : il doit téter et je ne peux pas le laisser à la maison ; quand je rentre le soir, je sais qu'il est très fatigué, je le masse avec de l'eau tiède. Dès qu'il a un an, je commence à le laisser

à la maison » - Une grossiste (38 ans) au groupe focus du 4 mai 2015 à Garoua.

« Quand j'accouche, je ne peux plus continuer mes activités au marché alors je vends des pagnes ; une amie me les livre à domicile et je les propose à tous ceux qui viennent saluer le bébé ; je ne ressens donc pas la fermeture de mon activité au marché » - Une grossiste (42 ans) au groupe focus du 4 mai 2016 à Garoua.

## Agenda de la femme et obligations domestiques

Le nombre d'heures par jour consacrées à l'activité professionnelle varie de 1 à 15 heures, avec une dominance prononcée pour 6, 7, 8, 9 et 10 heures. Le nombre d'heures par jour consacrées aux activités domestiques varie de 0 à 17 heures, avec une dominance prononcée pour 4 à 6 heures.

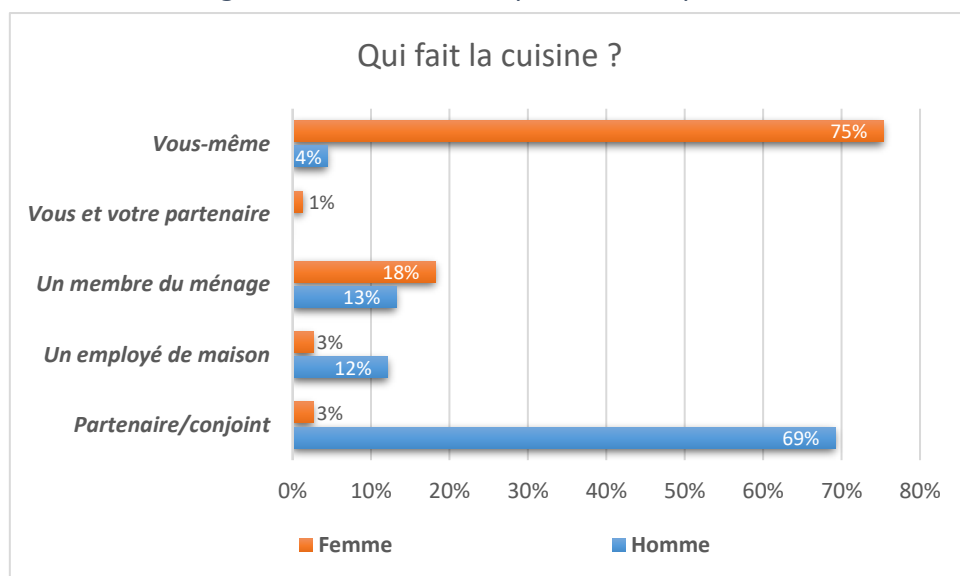
De toutes les activités domestiques, celle que la société a cataloguée comme étant dédiée à la femme est la cuisine. En général, l'homme ne fait la cuisine que lorsqu'il s'agit d'une activité professionnelle rémunérée. La cuisine est une tâche essentiellement réalisée par les femmes. Ainsi, 75% des femmes déclarent qu'elles font elles-mêmes la cuisine, corroborées par près de 70% des hommes qui déclarent que c'est leur conjointe qui fait la cuisine. Environ 15% des enquêtés déclarent que la cuisine est faite par un autre membre du ménage.

Les témoignages recueillis sont les suivants :

« C'est bien lorsque la femme cherche l'argent, mais elle a beaucoup de rôles à remplir à la maison ; je ne mange que de la nourriture préparée et servie par ma femme ; tant que ce sont mes enfants qui me présentent la nourriture, je ne mange pas ; si elle peut travailler au bureau ou vendre au marché et jouer correctement son rôle d'épouse ça va » - Un grossiste (44 ans) au groupe focus du 4 mai 2016 à Garoua.

« Je ne mange pas la nourriture de la glacière ; je préfère dormir le ventre vide. Mon épouse travaille et elle a une domestique à la maison ; je la paie. Mais, c'est ma femme qui doit faire la nourriture que je mange quelle que soit l'heure de son retour du travail » - Un grossiste (39 ans) au groupe focus du 4 mai 2016 à Garoua.

Figure 6. Tâche domestique - cuisine, par sexe

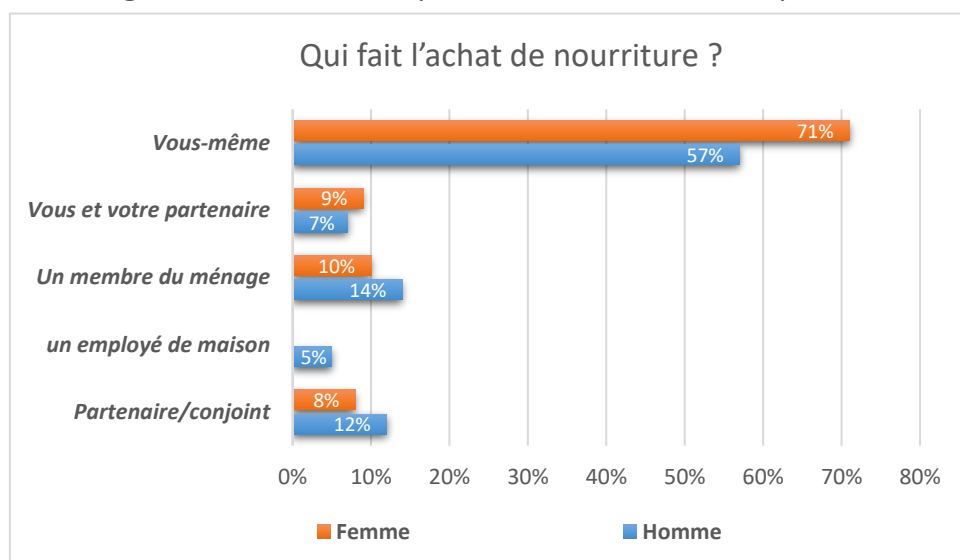


Source : résultat d'enquête mai 2016

Dans leurs ménages, les opérateurs économiques, qu'ils soient hommes ou femmes, s'occupent généralement de l'achat de nourriture pour l'alimentation du ménage (64%), avec une disparité selon le sexe de 71% pour les femmes contre 57% pour les hommes. Un membre du ménage fait le

marché à 12% tandis que le partenaire ou conjoint ne le fait qu'à 10%. Cette information semble conforter ceux qui pensent que la femme ne doit pas souvent être au contact de l'argent, pour l'équilibre du ménage.

Figure 7. Tâche domestique - achat de la nourriture, par sexe



Source : résultat d'enquête mai 2016

En général, les activités domestiques accomplies par les hommes et les femmes sont : la lessive (19%) ; la cuisson des repas (15%) ; l'encadrement du bétail (8%) ; l'éducation des enfants (7%) ; et le nettoyage

de la maison (6%). On constate toutefois qu'aucun homme n'a déclaré faire la cuisson des repas. Lorsque l'on considère les déclarations à titre d'activités principales, près de 4 fois plus de femmes

que d'hommes ont déclaré faire la lessive et une seule femme a déclaré comme principale activité au foyer, l'éducation des enfants. Curieusement, la proportion d'hommes et de femmes qui indique le nettoyage de la maison comme la priorité numéro un est équilibrée.

Les causes d'arrêt de travail dans le commerce sont principalement :

- La maladie, qui est la première cause avec 65%, soit 111 déclarations sur 170 ;
- Les cérémonies familiales, deuxième cause citée, suivies de près par les voyages.

### Traditions et autres facteurs socioculturels

Les traditions et les facteurs socioculturels s'illustrent notamment par ce qui suit, selon les témoignages concordants recueillis auprès des services techniques déconcentrés en charge du genre, de leaders d'opinion et des autorités traditionnelles locales :

- La communauté encourage et fait l'apologie de la situation dans laquelle l'homme assure totalement le financement des charges domestiques et des besoins matériels de son épouse ; c'est un signe de réussite et donc de valorisation sociale que la femme ne travaille pas ;
- La femme doit rester en arrière-plan, dans la cour arrière de la maison ;
- La femme ne doit pas parler en public en présence des hommes ;
- La femme ne doit pas manger certains mets, au risque de ne plus procréer (tabous alimentaires) ;

- La communauté ayant fortement valorisé le statut de « femme mariée », celle-ci déploie tous les efforts imaginables pour assurer les besoins de la famille et maintenir à flot son ménage.

Ces témoignages<sup>4</sup> rejoignent les conclusions de plusieurs analystes<sup>5</sup> qui sont d'avis que ces facteurs socioculturels influencent la prise de décision. En effet, les régions de l'Extrême-Nord et du Nord sont encore fortement marquées par le poids de la culture qui peut favoriser ou inhiber le développement des marchés alimentaires, notamment en ce qui concerne les femmes.

### Facteurs favorables :

- *La solidarité* : de nombreuses femmes forment des associations au sein de leurs commerces, dans les marchés et même en dehors de ces activités. Elles y font des tontines et développent le système de crédit communautaire à faible taux. L'épargne et le crédit servent généralement à pourvoir aux besoins des ménages et aux activités commerciales.
- *La confiance* : dans les marchés et les commerces, les femmes et les hommes se constituent des cercles de confiance mutuelle. On verra ainsi un commerçant qui confie sa marchandise ou son comptoir à la garde du voisin lorsqu'il s'absente.
- *L'honneur* : dans les zones suscitées, le respect de la parole donnée est de rigueur. Etant donné que le communautarisme est développé, les personnes se regroupent facilement par affinité. Au sein de ces entités, l'honneur constitue un motif d'ancrage ou d'exclusion de cette communauté.

<sup>4</sup> Ces témoignages rejoignent les propos de Jules Akeze dans son article intitulé : « *Extrême-Nord du Cameroun - Question de genre : des réalités culturelles au harcèlement sexuel* » publié sur <http://www.genreenaction.net>, 2015. L'auteur écrit : « *Parlant de l'Extrême-Nord du Cameroun où je vis et travaille, et du cas précis des populations originaires de cette région, l'avis ou plutôt l'opinion d'une femme ne compte pas, pas encore lorsqu'il s'agit d'une fille. Seul compte l'avis/l'opinion de l'homme. Une femme ne fait que ce que son compagnon/mari lui dit de faire. On inculque cela aux enfants, filles comme garçons, dès le bas-âge* »

<sup>5</sup> Voir notamment DIFFO TCHUNKAM (Sous la direction de) : « *Genre, leadership et participation au Cameroun* » (1931-2013) ; More Women in politics /Colorix, 2014. Voir également Saare Tabitha : « *Analyse de la situation socio culturelle et économique des filles et femmes au Nord Cameroun* », 2012



- *Le tuteurage* : dans ces zones, la société est fortement hiérarchisée, le respect des aînés et de l'autorité étant de rigueur. Ainsi, pour réussir sa socialisation, il faut se faire assister par des aînés qui se présentent comme des modèles et des tuteurs qui aideront les moins expérimentés à grandir. Dans ces circonstances, même au sein des marchés et des commerces, on est initié et parrainé par des anciens, des aînés dans les filières qui éclairent les nouveaux venus et peuvent leur accorder des avantages tant qu'ils n'ont pas encore atteint la phase d'autonomisation.

### **Facteurs défavorables**

- *La discrimination à l'égard des femmes* : la société est patriarcale. Ici, le pouvoir de décision revient généralement aux hommes, ce qui ne donne pas toujours l'opportunité à la femme de pouvoir décider réellement de ce qu'elle veut faire, même au sein des associations. Il en est ainsi de la responsabilité dans le commerce. Ce qui peut être un facteur limitant dans la production agricole qui est à la base de l'essor des marchés alimentaires.
- *Le poids de la religion* : les religions chrétiennes et musulmanes sont les plus pratiquées dans la zone ; celles-ci ont légitimé des règles et des pratiques de discrimination à l'égard des femmes, notamment en limitant leur accès à certaines fonctions et espaces spirituels ou en leur prescrivant une posture spécifique vis-à-vis

de l'homme, comme la soumission. Parfois, c'est l'interprétation qui est faite des écritures par les hommes qui est sujette à controverse, du point de vue de l'égalité de genre.

- *Le poids de certaines traditions* : selon les traditions dans ces zones, les femmes ne doivent et ne peuvent pas mener certaines activités dites réservées aux hommes. ECAM2 (INS, 2001) a établi pour la zone un lien entre le poids des traditions comportant une discrimination de genre et la pauvreté. Les résultats de l'enquête montrent qu'il y aurait une forte corrélation entre les pratiques jugées rétrogrades ou discriminatoires et l'incidence de la pauvreté. Une caractérisation des ménages selon qu'ils s'adonnent ou non à douze pratiques coutumières identifiées comme étant courantes dans la zone a montré que les plus répandues sont celles qui touchent en premier lieu les femmes et qui tendent à les marginaliser. C'est pourquoi, dans les marchés par exemple, de nombreux grossistes sont des hommes ; rares sont les transporteurs de sexe féminin. Aucune femme ne fait la boucherie.
- La société traditionnelle a tôt fait de reconnaître *le mariage traditionnel* sans formalités administratives. Aussi, tout comme la conclusion, la rupture est-elle facilement prononcée par devant l'autorité traditionnelle sans autre forme de procès. Ainsi, la femme répudiée perd tout ce qu'elle a produit.







### 3. Mesure et suivi de l'autonomisation des femmes sur les marchés alimentaires au Cameroun

L'EDS-MICS (2011) a tenté d'évaluer le rôle et le niveau d'implication des femmes dans la prise de décision au niveau du ménage. Les questions avaient pour but de renseigner qui, de l'enquêtée ou d'une autre personne, avait le dernier mot dans certaines prises de décisions telles que les soins de santé de la femme, les achats importants du ménage et les visites à la famille de la femme. Ces questions s'adressaient seulement aux femmes en union.

Quelle que soit la décision à prendre, les femmes ont répondu que c'est le conjoint qui décide principalement. En effet, 59% des femmes déclarent que c'est le mari/partenaire qui décide lorsqu'il s'agit de leurs soins de santé, 49% lorsqu'il s'agit des achats importants pour le ménage et 44% pour les visites à la famille ou aux parents de la femme. Les décisions sont prises conjointement par la femme et le mari/partenaire dans 23% des cas pour les décisions concernant les soins de santé de la femme, 31% des cas pour les achats importants et 31% pour les visites à la famille de la femme. C'est quand il s'agit de ses propres soins de santé que la femme participe le moins fréquemment aux décisions : dans seulement 16% des cas c'est principalement la femme qui décide et dans 23% des cas c'est la femme avec le conjoint. Ces résultats mettent en évidence la vulnérabilité et la dépendance de la femme en ce qui concerne la prise de décision relative à ses propres soins de santé.

Cependant, il est constaté qu'une proportion importante de femmes n'est impliquée dans la prise d'aucune des trois décisions (30%). Cette proportion diminue fortement avec l'augmentation en âge, mais aussi avec l'élévation de son niveau d'instruction et du niveau de vie du ménage dans lequel elle vit. On observe des écarts importants d'exclusion ou de marginalisation des femmes dans la prise de décisions selon certaines caractéristiques

sociodémographiques. Par rapport à l'emploi, les femmes qui ne travaillent pas (47%) sont plus marginalisées que celles qui travaillent sans rémunération (38%) et que celles qui travaillent et sont rémunérées (22%). Cette exclusion est plus importante en milieu rural (36%) que dans les Autres villes (26%) et qu'à Yaoundé ou Douala (17%). Cette exclusion dans la prise de décision varie d'un maximum de 52% dans l'Extrême-Nord à un minimum de 10% dans le Nord-Ouest.



Les résultats selon le type de décision montrent que les femmes participent plus fréquemment à la décision quand il s'agit des visites à la famille (53%) qu'à celle qui concerne les achats importants (48%) et surtout qu'à celle concernant leur propre santé (38%). Les variations selon les caractéristiques sociodémographiques sont pratiquement les mêmes quel que soit le type de décision : l'implication des femmes augmente avec l'âge, le niveau d'instruction et le niveau de vie du ménage. Par ailleurs, les femmes qui travaillent et gagnent de l'argent, celles du milieu urbain et celles du Nord-Ouest sont plus fréquemment impliquées dans la prise de décision que les autres. À l'opposé, les femmes de l'Extrême-Nord sont celles qui sont les moins fréquemment impliquées dans la prise de décision, quelle qu'elle soit.

Lors de l'EDS-MICS 2011, on a demandé aux hommes qui avaient gagné de l'argent pour leur travail, qui décidait principalement de l'utilisation de cet argent. On a également demandé aux femmes en union dont le conjoint gagnait de l'argent qui décidait de l'utilisation de cet argent. On peut comparer les points de vue de l'homme et ceux de la femme concernant le contrôle des revenus de l'homme. Ainsi, 6% d'hommes en union ont déclaré que c'est principalement leur épouse ou partenaire qui décidait de l'utilisation de leur revenu. Dans 32% de cas, la femme est associée à la décision d'utilisation de l'argent gagné par l'homme et, dans 62% des cas c'est l'homme lui-même qui décide principalement.

Chez les hommes en union, qui ont gagné de l'argent pour leur travail, c'est dans le Nord (85%), l'Adamaoua (81%), l'Extrême-Nord (74%) et l'Ouest (70%) que la proportion de ceux qui ont déclaré décider seul de l'utilisation de leur argent est la plus élevée. Par ailleurs, cette proportion est aussi élevée chez ceux de 20-24 ans (75%), chez ceux sans enfant (71%) et chez ceux des ménages les plus pauvres (74%). Enfin, plus le niveau d'instruction de l'homme augmente, plus la décision d'utilisation de l'argent qu'il a gagné est prise conjointement : de 16% pour les hommes sans niveau d'instruction, cette proportion passe à 32% chez ceux de niveau primaire et atteint 36% chez ceux ayant le niveau secondaire 2nd cycle ou plus. Quand l'homme n'a pas d'instruction, la femme est associée à la prise de décision dans 17% des cas contre 45% des cas quand l'homme a un niveau secondaire second cycle ou plus.

### 3.1 Participation des femmes et des hommes aux prises de décisions

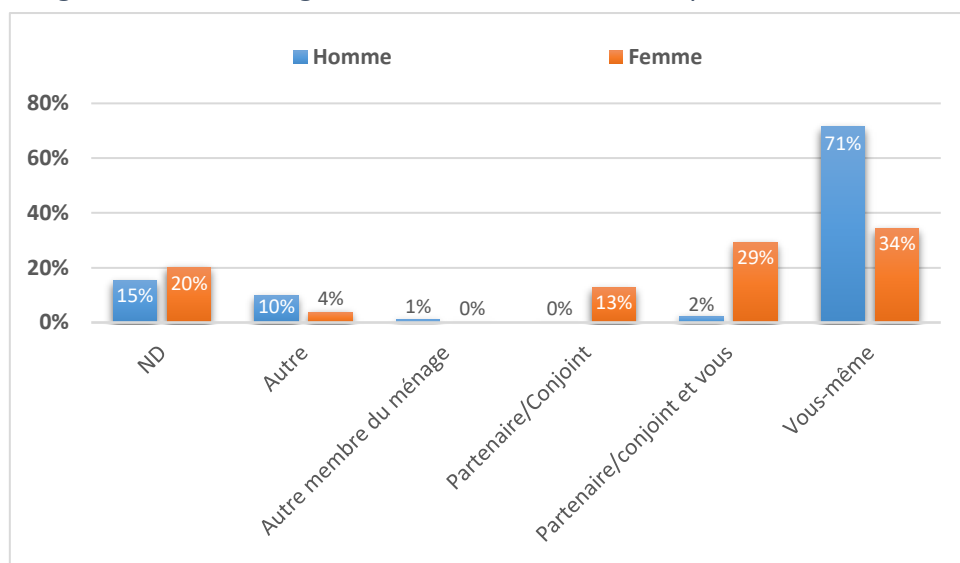
La présente étude s'est inspirée des questions développées dans la Note Technique du PAM sur les enquêtes d'évaluation de marché fondée sur le genre et l'autonomisation intégrée de février 2016 (PAM/RBD/VAM, fév. 2016). Il s'agit d'une série de questionnaires internes conçus pour l'évaluation du marché régional du Bassin du Lac Tchad. Ces questionnaires servent de référence de bonnes pratiques pour les évaluations intégrant le genre et l'autonomisation, pour le PAM et ses partenaires. Ces questionnaires comportent deux composantes majeures qui en font des références en termes de genre et d'analyse de marché : ils permettent la désagrégation des résultats par sexe à plusieurs niveaux (commerçants, grossistes, clients, employés, transporteurs, etc.), et ils intègrent dans les questions les sous-thématiques de l'autonomisation.

Cet outil permet aux analystes d'aller au-delà des aspects de rapports sur le nombre de fournisseurs ou de transporteurs féminins et masculins dans un marché, et examiner exactement la proportion de ces vendeuses qui exerce un contrôle sur leur chaîne d'approvisionnement, la sélection de prix, le système de crédit, etc. Il intègre aussi les questions de contrôle de prise de décision, le contrôle des actifs, l'accès, et d'autres facteurs clés pour lesquels les données ne seraient pas autrement disponibles dans le contexte des marchés alimentaires.

Ainsi, dans le cadre de cette étude de cas, plusieurs questions ont été posées aux acteurs enquêtés qui ont donné les résultats suivants.



Figure 8. Qui décide généralement sur le choix des parcelles à cultiver ?

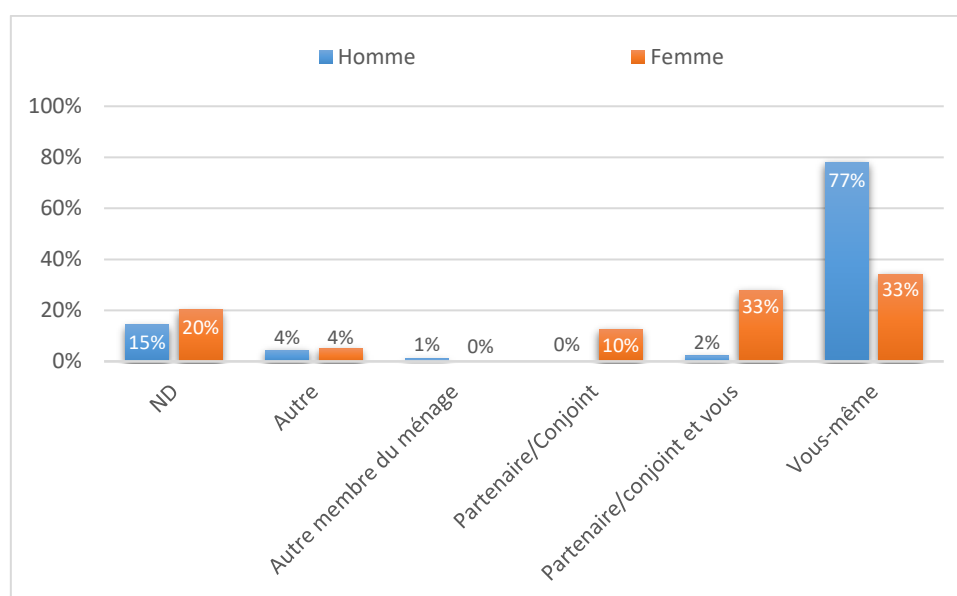


Source : résultat d'enquête mai 2016

71% des hommes prennent seuls leurs décisions sur le choix des parcelles à cultiver, contre 34% pour les femmes. Près d'un tiers de celles-ci prennent cette décision avec leur conjoint (29%). Pour 13% des

femmes, les époux décident seuls. 10% des hommes prennent cette décision avec des personnes autres que les membres du ménage.

Figure 9. Qui décide généralement sur le choix des spéculations à cultiver ?

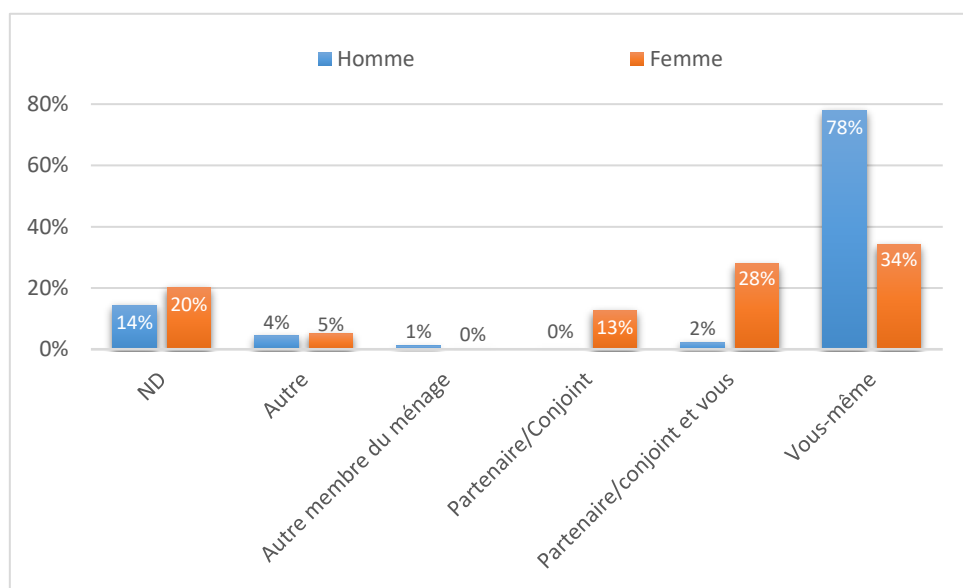


Source : résultat d'enquête mai 2016

77% des hommes prennent seuls leurs décisions sur le choix des spéculations à cultiver, contre 33% pour les femmes. Environ 33% des femmes prennent cette décision avec leur conjoint. Pour 10% des femmes,

les époux décident seuls. Environ 4% des hommes et des femmes prennent cette décision avec des personnes autres que les membres du ménage.

Figure 10. Qui décide généralement de la quantité à stocker et à déstocker ?

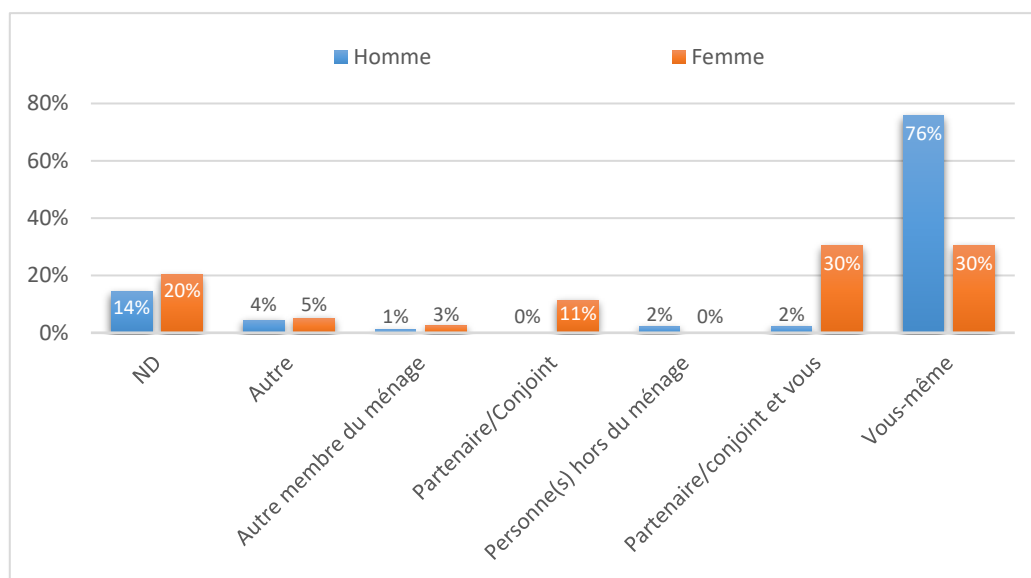


Source : résultat d'enquête mai 2016

78% des hommes prennent seuls leurs décisions sur le choix des quantités à stocker et à déstocker, contre 34% pour les femmes. Moins d'un tiers de celles-ci prennent cette décision avec leur conjoint

(28%). Pour 13% des femmes, les époux décident seuls. 4% des hommes et 5% des femmes prennent cette décision avec des personnes autres que les membres du ménage.

Figure 11. Qui décide généralement du moment de stocker et déstocker ?

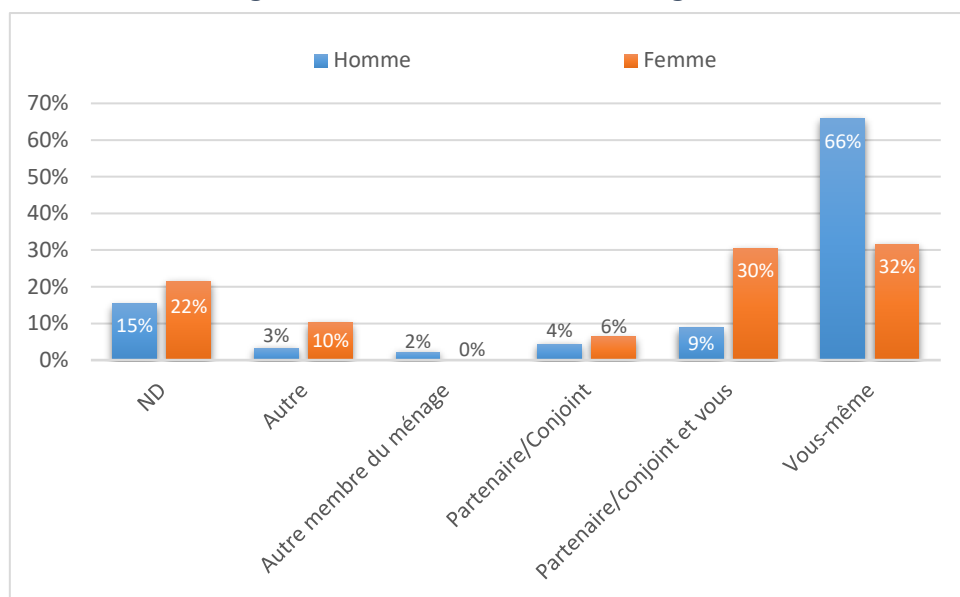


Source : résultat d'enquête mai 2016

76% des hommes prennent seuls la décision sur le choix du moment de stocker et déstocker, contre 30% pour les femmes. Un tiers de celles-ci prennent cette décision avec leur conjoint (30%). Pour 11% des

femmes, les époux décident seuls. 4% des hommes et 5% des femmes prennent cette décision avec des personnes autres que les membres du ménage.

Figure 12. Qui détient la clé du magasin ?

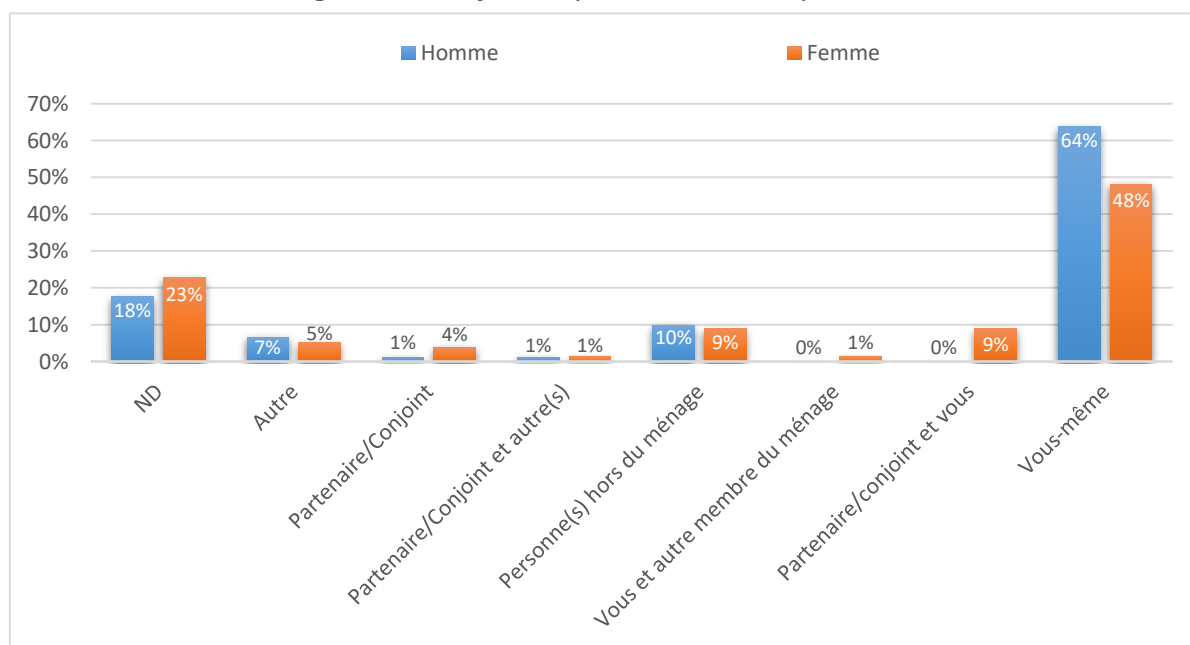


Source : résultat d'enquête mai 2016

66% des hommes détiennent seuls la clé du magasin, contre 32% pour les femmes. Un tiers de celles-ci détiennent cette clé avec leur conjoint (30%). Pour 6% des femmes, les époux détiennent seuls la clé. Ce

paramètre est de 4% chez les hommes. 3% des hommes contre 10% des femmes confient les clés à des personnes autres que les membres du ménage.

Figure 13. Qui fixe les prix de vente des produits ?



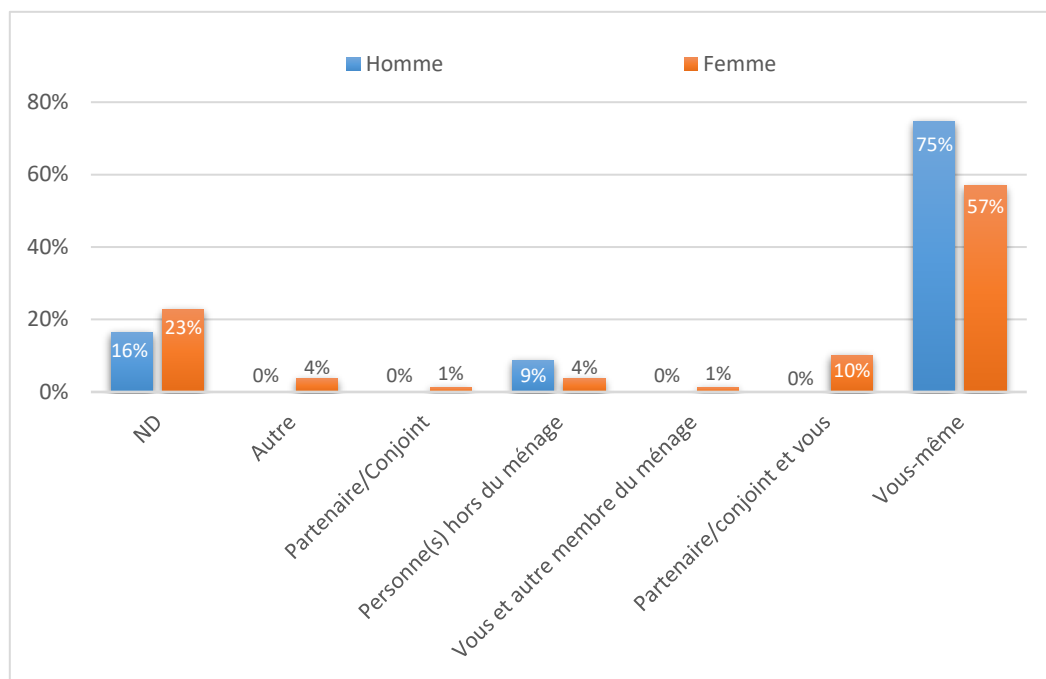
Source : résultat d'enquête mai 2016

64% des hommes prennent seuls la décision sur la fixation du prix de vente du produit, contre 48% des femmes. 9% de celles-ci prennent cette décision

avec leur conjoint. Pour 4% d'elles, les époux décident seuls. 7% des hommes et 5% des femmes prennent cette décision avec des personnes autres

que les membres du ménage. Les taux de non-réponses atteignent 20%.

Figure 14. Qui décide où vendre les produits ?

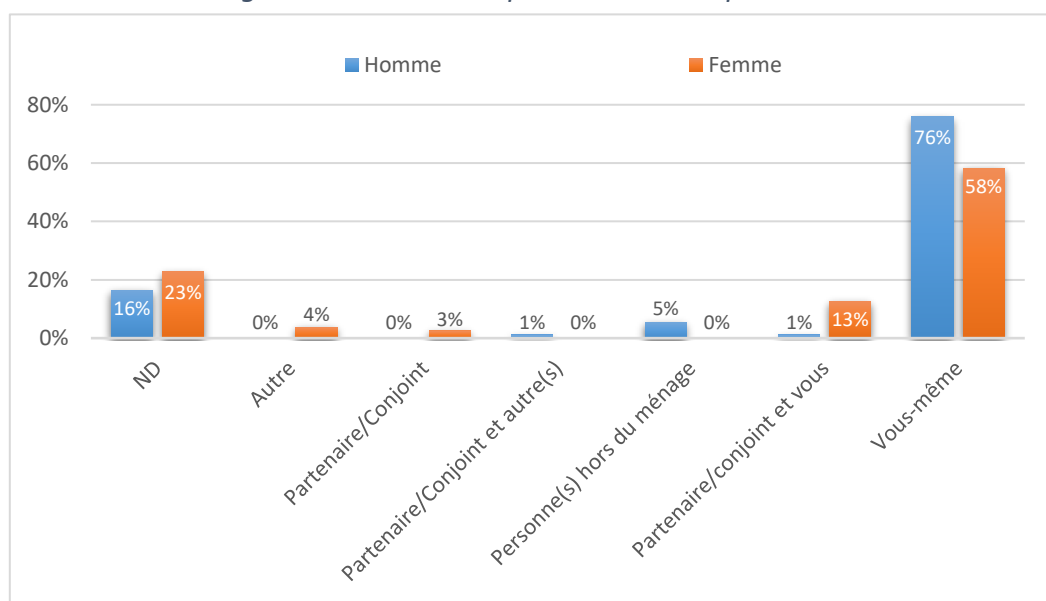


Source : résultat d'enquête mai 2016

75% des hommes prennent seuls la décision des lieux sur lesquels vendre le produit, contre 57% des femmes. 10% de celles-ci prennent cette décision

avec leur conjoint et 4% avec des personnes autres que les membres du ménage. Les taux de non-réponses dépassent 20%.

Figure 15. Qui décide quand vendre les produits ?



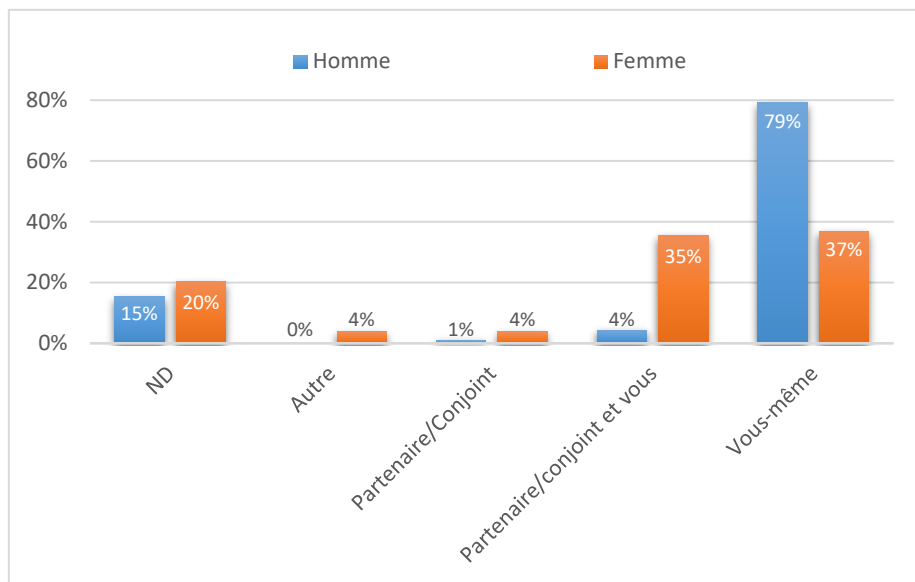
Source : résultat d'enquête mai 2016



76% des hommes prennent seuls la décision du moment de la vente, contre 58% des femmes. 13%

parmi celles-ci prennent cette décision avec leur conjoint.

*Figure 16. Qui décide comment utiliser les recettes de la vente ?*

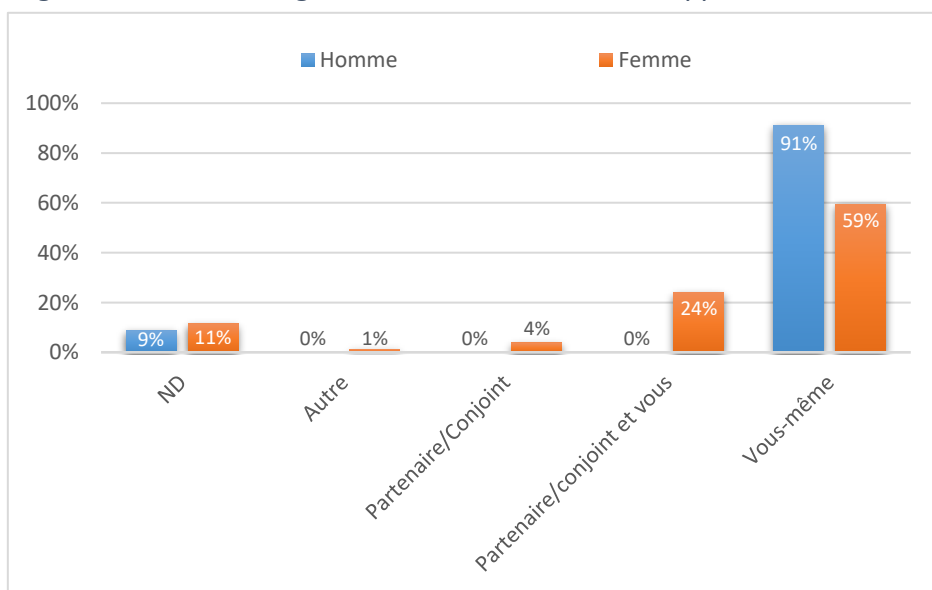


Source : résultat d'enquête mai 2016

79% des hommes prennent seuls la décision de l'utilisation des recettes de vente du produit, contre 37% pour les femmes. 35% des femmes prennent cette décision avec leur conjoint contre 4% pour les

hommes et 4% de celles-ci prennent cette décision avec des personnes autres que les membres du ménage. Le taux de non-réponses avoisine 20%.

*Figure 17. Qui décide généralement de la source d'approvisionnement ?*

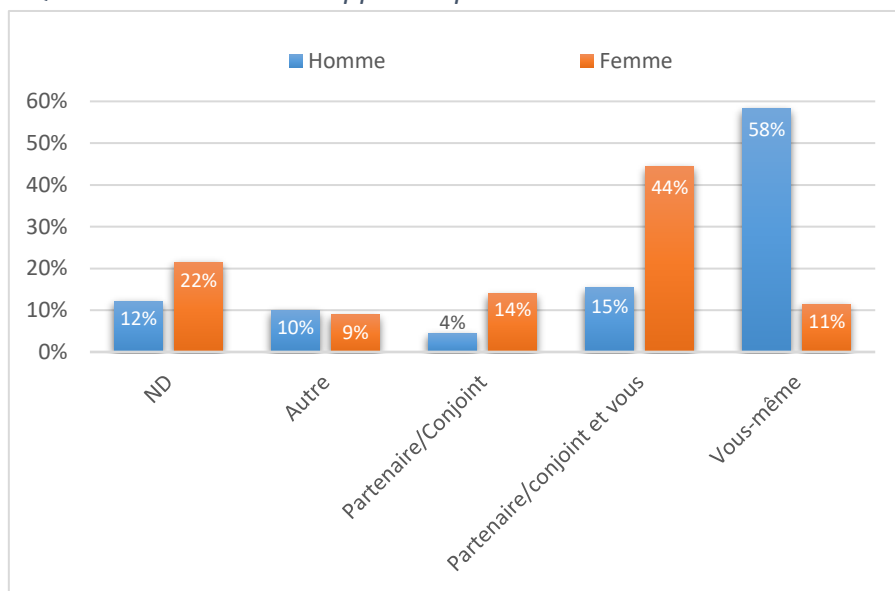


Source : résultat d'enquête mai 2016

91% des hommes prennent seuls la décision sur la source d'approvisionnement, contre 59% des femmes. 24% de celles-ci prennent cette décision avec leur conjoint. Pour 4% des femmes, les époux

décident seuls. 1% des femmes prennent cette décision avec des personnes autres que les membres du ménage. Le taux de non-réponses avoisine 20%.

Figure 18. Qui décide du moment opportun pour une nouvelle naissance dans le ménage ?

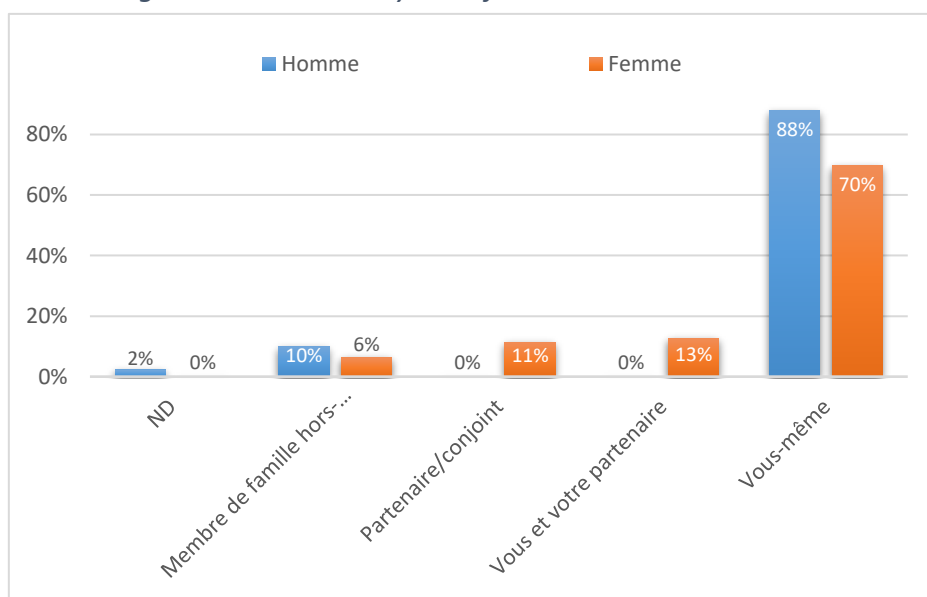


Source : résultat d'enquête mai 2016

58% des hommes prennent seuls la décision du moment opportun pour une nouvelle naissance dans le ménage, contre 11% des femmes. 44% de celles-ci disent prendre cette décision avec leur conjoint contre 15% des hommes. Pour 14% des femmes, les

époux décident seuls, contre 4% pour les hommes. 9% des femmes et 10% des hommes prennent cette décision avec des personnes autres que les membres du ménage. Le taux de non-réponses avoisine 20%.

Figure 19. Personne ayant influencé le choix de l'activité



Source : résultat d'enquête mai 2016

Les hommes prennent eux-mêmes les décisions portant sur le choix de l'activité, seuls (88%) ou avec l'influence de membres de la famille (10%). Cette même décision, les femmes la prennent seules à

70%, avec leur conjoint à 13%, et les membres de la famille à 6%. Pour 11% des femmes, les époux décident seuls, et aucun homme n'en dit de même de son épouse.

---

En conclusion de cette partie, il apparaît que l'identification de la personne qui prend la décision donne un aperçu sur l'un des facteurs de mesure de l'autonomisation des femmes. Il apparaît ainsi qu'au-delà de la sphère conjugale et familiale, l'autonomisation des femmes opératrices des marchés passe par le relèvement d'un certain nombre de contraintes et obstacles majeurs qu'elles rencontrent pour leur épanouissement dans l'exercice de leur activité.

Une question importante est celle de savoir comment mesurer et suivre l'autonomisation des femmes sur le marché. L'étude ici se proposait d'apporter une contribution à la réflexion en cours sur cette question. Les discussions de groupe révèlent que l'autonomisation n'est pas une option retenue par toutes les femmes. Celles qui opèrent sur les marchés alimentaires ont opté pour l'autonomisation. Elles se déploient donc à longueur de journée pour générer des revenus leur permettant de contribuer aux charges de la famille, accéder aux ressources productives et améliorer leurs conditions de vie et celles de leur famille. Les échanges permettent de mettre en évidence que les femmes sur les marchés ne sont pas généralement intéressées par la participation politique dans les décisions communautaires.

Un autre résultat porte sur la prise de décision dans les activités commerciales. Les décisions semblent être prises de manière collégiale si on en croit les résultats des enquêtes. Toutefois, il est apparu, de façon assez répétitive, que même lorsque les décisions sont prises unilatéralement par l'époux, la femme préfère dire que la décision a été consensuelle.

On observe donc que lorsque l'opérateur est un

homme, il décide seul de ses activités commerciales courantes et n'implique sa femme que lorsque les décisions ont un impact sur sa présence au foyer. Par exemple, s'il doit faire un voyage, cela implique qu'il devra passer la nuit hors du ménage. A contrario, lorsque c'est la femme qui est opératrice, sa marge de manœuvre est plus restreinte et plus réduite. Et le mari participe lorsqu'il n'impose pas à la prise de décision comme les heures d'ouverture, de fermeture et même les soldes. La femme, un peu plus que l'homme, subit le poids des traditions et de la sous-scolarisation, ce qui limite son implication aux activités de marché.

Sur l'accès aux ressources sur les marchés, les hommes et les femmes expérimentent le mauvais état de route et les tracasseries des administrations y compris traditionnelles. Le problème de transport, de stockage et de conservation est crucial. L'information sur le marché n'est pas partagée ou disséminée aux acteurs.

Enfin et pas des moindres, le fait que les marchés ne soient pas sensibles au genre est un facteur fortement pénalisant, d'autant que la femme doit, en plus, gérer la maternité, la garde des enfants, son hygiène menstruelle et la conciliation des activités domestiques et commerciales (elle ne participera pas aux réunions d'information car elle doit rentrer à la maison).

Plus que de savoir qui décide, il faudrait mesurer quels changements se sont opérés sur la femme. On peut ainsi mesurer l'évolution de :

- Son degré d'autonomie, c'est-à-dire la diminution de la dépendance financière vis-à-vis de son mari, en quelques mots, sa capacité

à se prendre en charge, via son épargne dans les établissements de micro finance, son chiffre d'affaires et ses revenus générés, sa contribution financière aux charges du ménage

- Son adhésion aux tontines et associations d'entraide ;
- Sa capacité à venir en aide aux membres de la famille lorsque ceux-ci sont dans le besoin ;
- Sa participation aux séminaires de formation, d'information et aux foires aux niveaux régional, national et international, ce qui suppose de passer quelques jours en dehors du ménage et du cadre de travail habituel.

Selon les discussions de groupes, le profil idéal ou recherché s'en déduit et la mesure et le suivi de l'autonomisation des femmes devraient s'organiser autour des cinq paramètres suivants :

- Implication dans les activités économiques et productives ;
- Scolarisation et accès aux formations ;
- Respect éclairé des traditions, en distinguant notamment les bonnes et les pratiques néfastes, en évitant de suivre « aveuglement » les normes traditionnelles contre-productives ;
- Ouverture et contact avec les autres ;
- Prise de position publique et participation aux activités des réseaux d'associations.

Il n'est pas certain que les femmes soient déjà prêtes à discuter de ces questions, notamment avec les personnes étrangères à leur communauté ; aussi, n'est-il pas surprenant de trouver des réponses qui contrastent avec l'observation, lorsque l'on aborde ces questions personnelles.

Pour les participants des discussions de groupe, la femme qui n'a pas amorcé son processus d'autonomisation est reconnaissable aux caractéristiques suivantes :

1. N'est impliquée ni dans un commerce, ni dans

les activités agricoles, ni dans un emploi salarié, ni dans les tâches domestiques ;

2. Son niveau d'éducation est très bas et elle n'a jamais suivi une formation technique ou professionnelle ;
3. Elle reste soumise aux traditions quand bien même elles lui seraient défavorables (mariage précoce, domination masculine, répudiation traditionnelle, etc.) ;
4. Elle n'entre pas en contact avec les « étrangers » ;
5. Elle ne prend pas position en public et participe peu aux réunions et associations (association d'entraide, de solidarité communautaire, etc.).

Toutefois, les échanges révèlent que la priorité de la femme dans cette partie du pays, c'est son ménage, c'est-à-dire son conjoint et ses enfants au premier chef, mais aussi les membres de la famille élargie. Elle mène donc des activités pour générer des revenus afin de combler leurs besoins, en priorité, et les siens de manière secondaire.

Aussi, les activités économiques des femmes resteront minimales parce qu'une grande partie des revenus générés est allouée aux charges du ménage, à la décision autonome de la promotrice. En effet, du fait d'une certaine éducation, certaines femmes voient dans le mariage, un moyen d'obtenir respect et considération sociale. Être épousée devient dès lors pour celles-là un objectif majeur ; parfois au prix de multiples sacrifices parmi lesquels la soumission totale au mari et aux construits sociaux, même si ceux-ci sont à son désavantage. L'activité économique de la femme permet de satisfaire le mari, lequel est en charge de la sécurité de la famille. Pour asseoir son autorité et son assise sociale, témoigne un participant au focus group du 4 mai 2016 à Garoua, il doit montrer « *que c'est bien lui qui commande* ». Dès lors, il ne peut effectuer des activités dévalorisantes comme faire la cuisine, écraser les condiments sur la pierre, laver la vaisselle, etc.

Dans un contexte où les discussions sur l'autonomisation sont handicapées par le fait que la



matière reste très personnelle, voire confidentielle, les femmes n'étant pas toujours prêtes à discuter de ces questions, notamment avec les personnes étrangères à leur communauté, il est pertinent de mobiliser les structures et les centres de recherche universitaires, les instituts de statistiques et les OSC locales pour assurer la promotion de la mesure et du suivi de l'autonomisation des femmes des marchés et filières alimentaires. Le défi majeur reste celui de

l'appropriation locale du concept et de son opérationnalisation dans les interventions sur les marchés alimentaires. Les OSC locales peuvent être des relais pertinents pour travailler avec les communautés et produire les critères et indicateurs les plus pertinents de mesure et de suivi de l'autonomisation des femmes dans les marchés alimentaires.

---



## 4. Pistes de solutions programmatiques envisageables pour répondre aux défis

Pour formuler des recommandations et proposer des interventions prioritaires, les pistes de solutions envisagées doivent tenir compte l'analyse du genre dans les interventions du PAM fondées sur les marchés alimentaires au Cameroun et les défis persistants sur ces marchés.

### 4.1 Prise en compte du genre dans les interventions du PAM au Cameroun

Les activités identifiées comme relatives aux marchés alimentaires sont : l'appui aux greniers villageois, l'initiative vivres contre actifs productifs (FFA, *Food For Assets*) le « Cash-based Transfer » (CBT), les achats locaux et enfin la distribution générale de vivres aux populations, notamment dans l'interaction entre les bénéficiaires et les marchés.

Globalement, le Bureau Pays pratique le suivi des données désagrégées selon le sexe et l'âge dans l'ensemble de ses interventions. Une réelle volonté de prise en compte du genre dans les interventions est observée. Si l'on considère par exemple les achats locaux et la distribution générale des vivres aux populations, on se rend compte que le PAM Cameroun a développé une pratique de promotion des activités des femmes. En effet, ayant constaté que la ration confiée aux femmes est moins sujette au risque de détournement que celle confiée aux hommes, l'idée est d'amener les hommes à déléguer aux femmes la récupération et la gestion de la ration alimentaire.

À l'enregistrement des bénéficiaires de vivres, on dissocie les ménages polygamiques où chaque conjointe est détentrice d'une carte de ration pour elle-même et ses enfants, l'homme ayant sa carte de ration de taille 1. Bien plus, au premier jour de la distribution, les personnes vulnérables ou à besoins

spécifiques sont privilégiées (personnes vivant avec un handicap, personnes à mobilité réduite, personnes âgées, à qui il faut offrir l'assistance dans le transport des rations). Aux deuxième et troisième jours, priorité est donnée aux femmes. Comme conséquence, le temps d'attente est plus long pour les hommes que pour les femmes, ce qui pousse les hommes à confier aux femmes le soin de récupérer la ration familiale.

Le PAM fait généralement recours aux partenaires pour la distribution des vivres aux réfugiés et aux populations déplacées. La ration correspond à un panier alimentaire défini par le PAM. Cette ration est remise au chef de ménage ou à son représentant, dépositaire de la carte de ration. Un comité local de distribution endogène est en place pour s'assurer que la distribution se passe selon les règles de l'art. Ce comité local comprend différents postes dont certains sont « genrés ». Ainsi, par exemple, il y aurait davantage d'hommes pour la distribution des céréales, des super céréales et des légumineuses et plus de femmes pour le sel et l'huile de cuisine.

Dans les achats locaux de produits vivriers, le PAM et le Gouvernement procèdent à des appels en vue d'achat dans les zones où il y a des excédents. L'examen sommaire de la procédure des achats locaux ne révèle pas des discriminations basées sur le genre (ni biais sexistes, ni discriminations positives).

L'appui au grenier villageois est une initiative du PAM Cameroun qui accompagne les communautés dans la gestion préventive des périodes de soudure depuis 2010. En effet, lors des récoltes, les produits sont abondants et les prix sur les marchés sont bas, ce qui fait que les producteurs bradent les récoltes lorsqu'ils n'ont pas de magasins de stockage. Au moment des pénuries, les prix sont élevés sur les



marchés et les producteurs vont acheter à prix d'or ce qu'ils avaient vendu à bas prix. Les hausses de prix vont du simple au double, en période de pénurie alimentaire.

L'initiative consiste à appuyer le renflouement des greniers à céréales gérés par les organisations paysannes (OP). La priorité est donnée aux groupements où les femmes sont actives, en prenant en compte le ratio groupement de femmes contre groupements d'hommes et les effectifs désagrégés selon le sexe des membres des groupements et leur rôle/responsabilité dans le groupement.

L'intervention du PAM consiste à offrir une dotation initiale de 20 tonnes de céréales à la communauté qui s'est construit un magasin de stockage. Cette dotation initiale sert de fond de roulement. Lors de la pénurie, la communauté ouvre le magasin et procède à la vente des produits. Au moment de la récolte, la communauté reconstitue les stocks pour la prochaine période de soudure.

Les greniers communautaires semblent avoir bien réussi dans les régions septentrionales. Le concept du projet reste très pertinent, en raison des difficultés des périodes de soudure. Il reste toutefois que, de l'avis des personnes consultées, les problèmes suivants sont récurrents :

- Interférence des autorités traditionnelles ;
- Difficulté/lenteur des recouvrements ;
- Application insuffisante des cahiers de charge des organes par les responsables et manque de contrôle des conflits résultants.

Cependant, on note une excellente appropriation des greniers par les bénéficiaires.

L'initiative FFA lancée en 2011 s'inscrit dans la logique des interventions prolongées de secours et de relèvement (PRRO, « *Protracted Relief and Recovery Operation* »). L'appui du PAM consiste à accompagner la communauté à recréer ses moyens d'existence. Le PAM s'appuie sur un partenaire,

démembrement du gouvernement, ONG ou organisation paysanne qui va coacher les populations. Celles-ci déterminent les secteurs et activités ayant des meilleures chances de succès de développement d'actifs susceptibles de leur redonner leur dignité. Le projet est élaboré par les populations avec l'appui du partenaire technique et soumis au PAM.

L'initiative FFA a donné lieu à des réalisations multiples parmi lesquelles la réhabilitation des périmètres irrigués et des canaux d'irrigation, la mise en place de champs fourragers, d'étangs piscicoles communautaires, l'appui à la culture du soja et aux cultures maraîchères, l'appui aux activités agricoles, etc. La division sexuée du travail s'observe généralement puisque, en fonction du type de projet retenu, les participants sont majoritairement des hommes ou des femmes.

Dans le Cash-based Transfer en cours d'introduction au Cameroun, des études de faisabilité ont mis en évidence les relations entre conjoints et les rôles de la femme dans la gestion des biens du ménage. Si les études concluent que, généralement, les femmes ont un accès et un contrôle sur les biens, on note des situations atypiques. Ainsi, par exemple, chez les peulhs du Nord Cameroun, la femme n'a pas vocation à "toucher" de l'argent. Les hommes délèguent la gestion des vivres mais rarement celle du cash. Ce sont donc les hommes qui sont en charge des opérations de marché (achat, vente) y compris alimentaires. Les initiatives qui s'exécutent dans cette zone s'intéressent aux opportunités économiques qu'auraient les femmes si elles avaient plus de pouvoir de gestion et prévoient des actions de sensibilisation en vue d'améliorer la capacitation des femmes dans la gestion des ressources du ménage.

La notation genre des projets avant leur approbation et mise en œuvre, même si elle s'observe, n'est pas systématique. Ainsi, le projet Cash-based Transfer n'a pas fait l'objet de notation genre. Les outils de suivi de la prise en compte du genre dans la

conception et la mise en œuvre de l'activité sont inexistantes.

Les outils utilisés pour la prise en compte du genre, notamment dans l'établissement des rapports semblent pertinents. C'est le cas du catalogue des *Gender-Related Activities*. Les rapports de PDM (« *Post Distribution Monitoring* ») s'intéressent aux désagréments de l'effectif des bénéficiaires, selon le sexe.

Plus généralement, il n'apparaît pas que le PAM Cameroun ait introduit dans ses textes d'appel à propositions de projets, d'appels d'offres ou d'appels à partenaires, des exigences de prise en compte du genre, sauf l'indication que les candidatures féminines sont privilégiées dans les recrutements du personnel.

Dans la contractualisation avec les partenaires de mise en œuvre, il n'y a pas d'exigences de prise en compte du genre dans l'évaluation des potentiels partenaires. Ceci est également vrai en ce qui concerne la systématisation du contrôle d'application de la prise en compte du genre dans les interventions. Il serait judicieux, dans le cadre de l'évaluation des potentiels partenaires, de vérifier l'existence ou non de documents cadres sur le genre (documents de politiques internes par exemple) ; cette évaluation devrait également mettre l'accent sur l'existence ou non d'un staff sensible au genre. Plus généralement, dans les procédures normalisées d'exploitation (PNE) ou les listes de contrôle d'approbation de projet du Bureau PAM, il serait judicieux de prévoir des verrous de genre.

Nous n'avons pas vu d'évaluation d'impact qui permettrait de suivre les transformations sociales et les changements dans les rapports de genre que les projets ont induits.

La plupart des personnes consultées ont au moins suivi une formation ou une information initiatique sur le genre ; mais plusieurs membres du staff sont des nouveaux principalement au sous bureau de Maroua où cette catégorie représente près de 75% des effectifs.

Des échanges avec les membres du staff dans les sous bureaux de Garoua et Maroua mettent en évidence le besoin de renforcer la sensibilité à l'égalité de genre chez certains personnels ; en effet, lors d'échanges informels, plusieurs staffs ont marqué leur opposition au travail de la femme.

On peut relever que le point focal genre du bureau pays est nouvellement désigné. Idem pour le sous-bureau de Maroua. Ils n'ont aucun cahier de charges ou termes de référence du poste de point focal genre. Ils exercent ces responsabilités en marge d'autres fonctions.

Sans remettre en cause les compétences en matière de genre des personnes rencontrées, il semble judicieux de planifier une formation de consolidation et de capacitation du staff au bureau pays et du personnel des partenaires. Plus généralement, la formation en genre et autonomisation des femmes, en situation d'urgence pour le staff du bureau pays, des sous-bureaux et des ONG partenaires pourrait être riche en valeur ajoutée.

## 4.2 Synthèse des défis sur les marchés alimentaires et recommandations

Le tableau liste les défis auxquels sont confrontés les acteurs économiques sur les marchés alimentaires et offre des suggestions d'actions qui devraient être entreprises pour faire face à ces défis.



Table 7. Synthèse des défis sur les marchés alimentaires et recommandations

| DEFIS                                                                                        | RECOMMANDATIONS                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
|----------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1. Besoin de capitaux et de financements                                                     | <p>Développer avec les EMF des partenariats visant à créer et faire fonctionner un fonds de financement des opérateurs économiques des marchés alimentaires, et en particulier les femmes (sélection des EMF, renforcement des capacités des cadres des EMF pour comprendre les spécificités du public-cible ; développement d'outils d'intervention en financement de la cible, etc.)</p> <p>En partenariat avec le FIDA et la FAO, initier un Fonds de garantie de financement des opérateurs économiques des marchés alimentaires, et en particulier les femmes.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
| 2. Faible structuration des opérateurs économiques des marchés alimentaires                  | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Appuyer la structuration des femmes commerçantes en coopératives ; former à la gouvernance des coopératives, et à l'enracinement de la culture de transparence et de redevabilité (demande de redevabilité, pratique de redevabilité).</li> <li>• Encourager les femmes à exercer des métiers restés jusqu'ici la chasse gardée des hommes tels que la boucherie. Ceci pourrait permettre de briser les tabous et faire avancer les lignes.</li> <li>• Apporter un appui organisationnel par filière aux opérateurs en vue de la production, la transformation, le transport, la commercialisation et le stockage des produits issus des différentes chaînes de valeurs.</li> <li>• Inclure dans toutes initiatives en cours basées sur les marchés et filières alimentaires, à l'instar du CBT ou des greniers communautaires un volet sur l'accompagnement à la croissance d'opérateurs de taille modeste pour créer des effets démonstratifs et faire bouger les lignes.</li> </ul> |
| 3. Faibles compétences entrepreneuriales des opérateurs économiques des marchés alimentaires | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Renforcer les capacités entrepreneuriales des femmes engagées dans le commerce, y compris leurs compétences en commercialisation, en négociation et élaboration de business plan ;</li> <li>• Renforcer les capacités des associations et ONG locales en matière d'appui à l'entrepreneuriat féminin ;</li> <li>• Produire et diffuser un guide pratique de la femme entrepreneur des filières alimentaires dans les régions septentrionales du Cameroun</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
| 4. Tracasseries de la part des représentants des autorités                                   | <p>Faire un plaidoyer auprès des administrations compétentes (MINATD, MINCOMMERCE, MINDEF, MINTRANSPORT, DGSN, CED, etc.) pour la facilitation des activités commerciales agricoles sur les routes et marchés des régions du Nord et de l'Extrême Nord.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |

| DEFIS                                                                         | RECOMMANDATIONS                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
|-------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 5. Inconfort des marchés                                                      | <ul style="list-style-type: none"> <li>Faire un plaidoyer auprès des administrations compétentes pour la construction des marchés genre sensibles dans les régions du Nord et de l'Extrême Nord;</li> <li>Faire un plaidoyer auprès des CTD pour améliorer les conditions d'assainissement et d'hygiène dans les marchés existants ;</li> <li>Développer un partenariat avec ONUFEMMES pour la promotion du concept de « marchés sensible au genre » ;</li> <li>Développer et mettre en œuvre un programme local de sensibilisation sur l'eau, l'assainissement et la gestion de l'hygiène menstruelle.</li> </ul> |
| 6. Défis liés à la maternité et à la garde des tout-petits enfants            | <ul style="list-style-type: none"> <li>Sensibiliser les opérateurs économiques ainsi que leurs conjoints à une meilleure gestion du planning familial et à la gestion sensible au genre de leur foyer/ménage ;</li> <li>Faire un plaidoyer auprès des acteurs compétents pour la mise en place des structures de garderie au sein des marchés existants.</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                |
| 7. Leadership féminin, poids des traditions et autres facteurs socioculturels | <ul style="list-style-type: none"> <li>Faire des formations en direction des hommes et des femmes sur le genre et autonomie ;</li> <li>Contractualiser avec les médias locaux pour une production des émissions spécialisées sur le changement de comportement sur l'autonomisation. Il est important d'obtenir des hommes qu'ils soutiennent les femmes impliquées dans les activités commerciales.</li> </ul>                                                                                                                                                                                                    |
| 8. Insuffisance des initiatives de renforcement des capacités                 | Organiser des formations en faveur des cadres des associations et ONG locales et des structures sectorielles techniques déconcentrées sur la formulation de programmes adaptés aux besoins des groupes cibles et la recherche et mobilisation des financements en vue de programmes d'accompagnement en faveur des opérateurs économiques des marchés alimentaires.                                                                                                                                                                                                                                                |
| 9. Niveau d'éducation faible                                                  | <ul style="list-style-type: none"> <li>Investir dans l'éducation et la formation des femmes et des filles est la seule voie.</li> <li>Faire un plaidoyer pour plus d'investissements dans l'éducation et la formation des femmes et des filles en partenariat avec le MINEDUB, le MINPROFF, le MINEFOP, les CTD et l'UNESCO.</li> </ul> <p>Il est suggéré au PAM d'inclure dans toutes ses initiatives en cours basées sur les marchés et filières alimentaires, à l'instar du CBT ou des greniers communautaires, un volet sur l'alphabétisation fonctionnelle.</p>                                               |

| DEFIS                                                                                                                | RECOMMANDATIONS                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 10. Mobilisation des structures existantes pour la promotion de la mesure et du suivi de l'autonomisation des femmes | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Engager un plaidoyer et une action de mobilisation des structures de recherche et de la communauté universitaire, ainsi que les instituts de statistiques et les OSC locales pour assurer la promotion de la mesure et du suivi de l'autonomisation des femmes des marchés et filières alimentaires.</li> <li>• Saisir l'opportunité du prochain cycle de programmation pour intégrer davantage la mesure et du suivi de l'autonomisation des femmes des marchés et filières alimentaires dans les programmes et projets aussi bien au niveau des agences du système des nations unies que des gouvernements</li> <li>• Soutenir l'action des OSC visant l'appropriation locale du concept et de son opérationnalisation dans les interventions sur les marchés alimentaires ; les OSC locales peuvent être des relais pertinents pour travailler avec les communautés et produire les critères et indicateurs les plus pertinents de mesure et de suivi de l'autonomisation des femmes dans les marchés alimentaires.</li> </ul> |

### 4.3 Proposition d'interventions prioritaires

- **Programme d'autonomisation des femmes**

**Objectif stratégique :** Mutualiser les moyens et fédérer les initiatives pour soutenir l'autonomisation des femmes dans les marchés alimentaires

L'élaboration et mise en œuvre d'un programme conjoint du système des Nations Unies se justifie par le souci d'une prise en charge holistique de la question de l'autonomisation des femmes dans les marchés alimentaires. En effet, certains aspects et problèmes majeurs relevés dans l'étude tombent dans le champ des missions et des compétences de plusieurs autres agences du système des Nations Unies. Il en est ainsi de l'alphabétisation, la formation des hommes et des femmes en genre et autonomisation, la construction des infrastructures genre sensibles, la communication pour le changement de comportement, la facilitation des activités commerciales agricoles sur les routes et marchés des régions du Nord et de l'Extrême Nord pour les femmes, l'organisation en coopératives, le

financement des activités économiques, la sécurité alimentaire et l'éducation nutritionnelle.

Ce programme pourrait également promouvoir les activités économiques alternatives aux femmes des marchés et filières alimentaires lorsque celles-ci sont en situation de maternité ou de garde des tout-petits enfants, de manière à ce qu'elles puissent continuer à gérer leur maternité tout en ne ressentant pas trop brutalement l'arrêt d'activité.

Les efforts pour réduire le poids des coutumes et des traditions néfastes à l'autonomisation économique de la femme pourraient figurer dans ce programme. Par exemple, l'appui aux OSC locales dans la formulation et la mise en œuvre d'actions visant l'éducation au niveau communautaire pour élever la prise de conscience des acteurs sur les conséquences néfastes de ces pratiques et faire évoluer les normes sociales. Il en est de même pour le soutien des efforts de plaidoyer et la valorisation de modèles de femmes qui réussissent dans les activités professionnelles (salariées et non salariées) sans rompre l'harmonie conjugale.

Au meilleur de notre connaissance, l'initiative commune au plan mondial de l'ONUFEMMES, du Fonds International pour le Développement Agricole (FIDA), de l'Organisation des Nations Unies pour l'alimentation et l'agriculture (FAO, « *Food and Agriculture Organisation* »), et du Programme Alimentaire Mondial (PAM), qui ont mis en place un programme visant à accélérer les progrès vers l'autonomisation économique des femmes rurales, va dans ce sens et pourrait constituer une opportunité.

Cette orientation contribuerait à l'atteinte de plusieurs Objectifs de Développement Durable (ODD), notamment ceux de l'égalité entre les sexes et l'autonomisation des femmes (ODD5), la pauvreté (ODD1), l'éducation de qualité et l'apprentissage tout au long de la vie (ODD4), le travail décent et la croissance économique soutenue, partagée et durable (ODD8), la réduction des inégalités (ODD10), le partenariat (ODD 17), etc.

ONUFEMMES et d'autres agences du Système des Nations-Unies (SNU) ont initié en 2014 au Cameroun la réflexion pour la formulation d'un programme conjoint du SNU visant l'accélération de l'autonomisation des femmes rurales, via l'amélioration des revenus, de la résilience sociale et de la participation au développement et à la citoyenneté, dans une perspective de développement durable.

Les changements escomptés étaient les suivants :

1. Les capacités productives et d'accès aux revenus ainsi que les performances économiques des femmes rurales dans la production, la conservation, la transformation et la commercialisation sont améliorées, via un meilleur accès aux ressources, actifs et services critiques pour améliorer la production et la productivité dans le monde rural ;
2. L'accès aux marchés des femmes rurales est amélioré dans les trois domaines suivants : (i) infrastructures et équipements, (ii) compétences managériales et entrepreneuriales, et (iii) financement des activités productives ;
3. Les capacités de résilience économique et sociale des femmes rurales sont améliorées et leur vulnérabilité est réduite ;
4. La participation des femmes rurales à la gouvernance locale est renforcée et la prise en compte du Genre dans les plans et budgets communaux de développement améliorée.

En dépit de l'intérêt affiché par les acteurs impliqués au rang desquels les départements ministériels (MINADER, MINEPIA, MINPROFF) et les agences du Système des Nations Unies (FAO, PNUD, ONUFEMMES), l'initiative n'a pas prospéré à date.

Recommandation est faite au Programme Alimentaire Mondial Bureau pays de prendre attache avec ONUFEMMES Cameroun à l'effet de souligner la pertinence, le bien-fondé et l'à-propos d'un tel programme et l'inscrire le cas échéant dans le prochain cycle de programmation.

- **Intégration des opérateurs de marché dans les programmes du PAM (court terme)**

**Objectif stratégique :** Soutenir la mise à niveau des petites entreprises et des coopératives de femmes dans les marchés et filières alimentaires et accélérer leur autonomisation dans la perspective de valoriser les modèles locaux de femmes qui réussissent.

L'accompagnement dont il s'agit porte sur la structuration des acteurs des filières en coopératives avec lesquels le PAM pourrait contractualiser, dans le cadre de ses initiatives actuellement en cours.

Cette contractualisation pourrait inclure l'appui à des femmes grossistes de taille modeste pour consolider leur position dans leur filière, dans le

cadre d'un soutien à l'entrepreneuriat féminin. Pour ce qui est de la structuration en coopératives, le Projet d'Investissement et de Développement des Marchés Agricoles (PIDMA) du MINADER constitue une excellente opportunité de développement des coopératives de femmes et pourrait être un partenaire pour le PAM.

Par ailleurs, les programmes en cours du PAM devraient intégrer des sessions de formation spécifiques pour les femmes dans les domaines de l'entrepreneuriat et de la gestion de projet, en fonction des besoins préalablement identifiés. Cette formation peut être utilement complétée par la vulgarisation d'un guide pratique de la femme entrepreneur des filières et marchés alimentaires, lequel présenterait les facteurs-clés de succès et les plans d'exploitation standards d'activités, avec des conseils pertinents spécifiques à la femme entrepreneur.

Compte tenu du contexte socioculturel particulier de ces deux régions administratives, l'option d'appuyer techniquement et financièrement une masse critique de femmes entrepreneurs (au moins 100) dans des domaines dits réservés aux hommes jusqu'à-là (exemple, femme boucher) pourrait

constituer un effet levier pour l'émergence d'une génération d'opératrices économiques dans le secteur (faire bouger les lignes). Dans une telle hypothèse, l'accompagnement rapproché de ces opératrices pourrait être confié sous certaines conditions contractuelles, soit à une ou des Organisations de la Société Civile, soit à des Cabinets spécialisés ou encore à des services sectoriels techniques publics compétents.

L'accompagnement des petites entreprises et des coopératives de femmes dans les marchés et filières alimentaires pour que ceux-ci soient capables entre autres de postuler aux appels d'offres du PAM en vue de la fourniture des denrées apparaît comme une action porteuse de valeur ajoutée et d'effets induits significatifs.

Les échanges avec les membres du Bureau PAM Pays et des sous-bureaux n'ont pas montré des difficultés d'intégration de l'accompagnement des opérateurs de marchés dans les programmes en cours tels que l'appui aux greniers villageois, l'initiative vivres contre actifs productifs, le « Cash-based Transfer », les achats locaux et la distribution générale de vivres aux populations

Recommandation est faite au Bureau Pays du Programme Alimentaire Mondial d'engager la réflexion au sein de chacun de ses programmes pour identifier la meilleure façon d'intégrer l'accompagnement et la mise à niveau des petites entreprises et des coopératives locales de femmes pour en faire des partenaires ayant la capacité de satisfaire aux exigences des services d'acquisition du PAM.

- **Formation des cadres du PAM et de ses partenaires en genre et autonomisation**

**Objectif stratégique :** les interventions du PAM et de ses partenaires répondent aux besoins des hommes et des femmes (dans leur conception et leur exécution).

Dans le souci d'intégrer durablement l'approche genre dans la conception et la mise en œuvre des programmes et projets du PAM, il est nécessaire d'envisager le perfectionnement des cadres du PAM

et ses partenaires en genre et autonomisation des femmes.

Cette formation serait appuyée par la production d'un guide de prise en compte du genre dans les marchés et filières alimentaires incluant un module sur la mesure et le suivi de l'autonomisation des femmes.

- **Mesure et Suivi de l'autonomisation des femmes**



**Objectif stratégique :** assurer la promotion de la mesure et du suivi de l'autonomisation des femmes dans les marchés et filières alimentaires

Il est pertinent de mobiliser les structures et les centres de recherche universitaires et instituts de statistiques à l'effet de développer un système de suivi, produire des outils et former les acteurs pour un suivi efficace de la mesure de l'autonomisation des femmes dans les marchés alimentaires.

Au plan individuel, la mesure et le suivi de l'autonomisation des femmes sur le marché devraient inclure des critères permettant de détecter les changements qui s'opèrent sur la femme au fil du temps, notamment :

- Son degré d'autonomie, c'est-à-dire (i) la diminution de la dépendance financière vis-à-vis de son mari, (ii) sa capacité à se prendre en charge via son épargne dans les établissements de micro finance, (iii) son chiffre d'affaires et ses revenus générés, et (iv) sa contribution

financière aux charges du ménage ;

- Son adhésion aux tontines et associations d'entraide ;
- Sa capacité à venir en aide aux membres de la famille lorsque ceux-ci sont dans le besoin ;
- Sa participation aux séminaires de formation, d'information et aux foires aux niveaux régional, national et international, ce qui suppose de passer quelques jours en dehors du ménage et du cadre de travail habituel.

Le défi majeur reste celui de l'appropriation locale du concept et de son opérationnalisation dans les interventions sur les marchés alimentaires. Les OSC locales peuvent être des relais pertinents pour travailler avec les communautés et produire les critères et indicateurs les plus pertinents de mesure et de suivi de l'autonomisation des femmes dans les marchés alimentaires.

## CONCLUSION

L'étude de cas « Chaînes de valeur agricoles et Genre dans le Nord du Cameroun » avait pour but de renforcer les liens entre l'analyse de genre et les évaluations des marchés, de manière à aider le PAM, ses partenaires et d'autres organisations humanitaires dans la conception et la mise en œuvre d'interventions fondées sur les marchés et intégrant des objectifs liés à l'égalité des sexes.

L'étude de cas du Cameroun confirme les principaux résultats de l'enquête régionale et notamment que la production et la commercialisation des produits vivriers fait appel à une grande diversité d'intervenants, des femmes et des hommes jouant des rôles spécifiques dans les filières et marchés. Les grossistes sont généralement des hommes alors que les femmes sont très souvent des détaillants. Les rôles sexistes existent et sont variables selon la spéculation. Les propriétaires des magasins donnés en location dans les marchés sont toujours les hommes. Le triage est toujours assuré par les femmes, parfois avec les jeunes enfants. Les femmes sont présentes sur le marché depuis aussi longtemps que les hommes. Leurs caractéristiques socioéconomiques et sociodémographiques en font des groupes vulnérables et exposés à la pauvreté et à la précarité.

Les opérateurs économiques des marchés alimentaires sont confrontés à plusieurs défis communs aux hommes et aux femmes tels que : les besoins en capitaux pour agrandir le commerce (fond de roulement) ; les besoins d'équipements et de logistique (instruments de pesée, moyens de transport, magasin de stockage, équipements de conservation – notamment pour le poisson, les fruits et légumes) ; les interférences et tracasseries des autorités locales ; et l'absence de hangars et de comptoirs aménagés dans les marchés qui se traduit par une exposition des biens et des personnes aux intempéries. L'accès au crédit semble difficile aussi

bien pour les hommes que pour les femmes.

Les femmes sont confrontées à d'autres problématiques spécifiques dont les principales sont :

- Gestion de la maternité (entraînant presque toujours la suspension du commerce);
- Garde des enfants au marché;
- Toilettes et lieux d'aisance peu confortables pour les femmes;
- Emploi du temps et conciliation des activités domestiques et commerciales.

L'étude de cas identifie les bonnes pratiques et les limites en matière de genre des interventions du PAM fondées sur les marchés et filières alimentaires au Cameroun et détermine les pistes de poursuite de la dynamique d'intégration institutionnelle de la prise en compte du genre via, notamment, le renforcement des capacités en genre des acteurs en général et des points focaux genre en particulier, concomitamment avec la clarification de cet important poste par la mise en place d'un cahier de charges et d'un système d'évaluation des performances desdits points focaux. L'approche et les outils de mesure et de suivi de l'autonomisation des femmes sur les marchés alimentaires sont encore nouveaux et demandent à être consolidés et appropriés par les acteurs.

Au final, l'étude fait les principales recommandations suivantes :

- **La mise en place d'un programme de prise en charge holistique de la question de l'autonomisation des femmes dans les marchés alimentaires, avec des volets spécifiques** sur : l'alphabétisation, l'établissement d'infrastructures sensibles au

genre, le plaidoyer pour le changement de comportement, la mise à niveau des capacités entrepreneuriales des femmes, le renforcement des coopératives de femmes, le financement des activités économiques, la sécurité alimentaire, l'éducation nutritionnelle, etc.

- L'intégration dans les programmes en cours du PAM d'un volet sur l'accompagnement des opérateurs de marchés et la structuration des acteurs des filières, visant entre autres à **identifier et contractualiser avec des femmes grossistes de taille modeste pour consolider leur position dans leur filière, ou des coopératives de femmes, notamment dans des domaines jusque-là dits réservés aux hommes**, à l'effet de faire bouger les lignes et constituer un effet levier pour l'émergence d'une génération d'opératrices économiques dans le secteur.
- **La consolidation des acquis en matière de prise en compte du genre dans les initiatives du PAM basées sur les marchés et filières alimentaires**, notamment par la mise en œuvre de mécanismes internes dédiés et la formation en genre et autonomisation de la femme pour les cadres du PAM et des Partenaires, **incluant la production et diffusion d'un guide de mesure et suivi de l'autonomisation des femmes dans les marchés et filières alimentaires**.
- **La mobilisation des structures et centres de recherche universitaires et instituts de statistiques et les OSC locales** à l'effet de développer et mettre en œuvre un système de suivi, produire des outils et former les acteurs pour la poursuite et l'approfondissement de la mesure de l'autonomisation des femmes dans les marchés et filières alimentaires.

# Bibliographie

1. ACHANCHO, V. (2013), Revue et analyse des stratégies nationales d'investissements et des politiques agricoles en Afrique du Centre : Cas du Cameroun, Dans : Reconstruire le potentiel alimentaire de l'Afrique de l'Ouest, A. Elbehri (ed.), FAO/FIDA.
2. ACP/FAO/FIDA/SEWA, Le rôle des organisations de productrices dans les chaînes de valeur des produits agricoles : enseignements pratiques tirés d'expériences en Afrique et en Inde, 2011, 73 pages
3. AFD, CTA, INTER-RÉSEAUX DÉVELOPPEMENT RURAL, Accès au marché et commercialisation de produits agricoles : Valorisation d'initiatives de producteurs
4. Banque Africaine de Développement, Rapport d'évaluation de la stratégie du Programme de la BAD au Cameroun (2004-2013), 2015
5. BUCREP, Les populations vulnérables dans les situations d'urgence : Regard sur les régions affectées par les situations d'urgence au Cameroun, juillet 2015
6. BUCREP, Rapport Thématique sur la Nuptialité au Cameroun, 2007
7. Bureau Central de Recensement de la Population, rapport thématique sur la nuptialité au Cameroun, 2007
8. CAMEROUN, Document de politique nationale genre
9. CAMEROUN, Plan de réponse stratégique, 2015
10. CAMEROUN, Plan de réponse humanitaire : janvier – décembre 2016, décembre 2015
11. CAMEROUN, Résumé des besoins humanitaires, 2015
12. CARE, Atteindre de nouveaux sommets : Mesurer l'autonomisation des femmes
13. Commission Européenne, marchés agricoles et petits producteurs : instruments d'accès et gestion des risques
14. DAVID-BENZ et al. Les systèmes d'information sur les marchés agricoles en Afrique subsaharienne : de la première à la deuxième génération
15. DIFFO TCHUNKAM (Sous la direction de), Genre, leadership et participation au Cameroun (1931-2013), More Women in politics /Colorix, 2014.
16. Evelyne Sylva, Mesurer l'autonomisation des femmes dans les programmes de sécurité alimentaire : Bonnes pratiques et défis de la coopération canadienne au Sénégal
17. FAO, Analyse des marchés camerounais de produits vivriers- effectuée dans le cadre de l'étude globale sur la sécurité et la vulnérabilité alimentaire des ménages (CFSVA), 2011, 89 pages
18. FIDA, Etude sur les potentialités de commercialisation des produits dérivés du manioc sur les marchés de la CEMAC, 2008
19. FIDA, Reconstruire le potentiel alimentaire de l'Afrique de l'Ouest : Politiques et incitations du marché pour la promotion des filières alimentaires intégrant les petits producteurs
20. FOFIRI NZOSSIE Éric Joël, Les déterminants de l'offre alimentaire vivrière dans les villes du nord-Cameroun, Thèse de doctorat PH/D de Géographie, année académique 2012-2013)
21. Fonds International de Développement Agricole (FIDA), République du Cameroun, Programme de Promotion de l'Entreprenariat Agropastoral des Jeunes (PEA-JEUNES), Document de conception
22. HCR / Solidarité International, étude des systèmes de marchés en situation d'urgence : riz importé, farine

de manioc et eau potable -axe Bertoua-Garoua boulay, Cameroun, Frontière RCA, janvier 2015

23. INS, Annuaire statistique national 2015 ; 2016
24. INS, Enquête Démographique, de Santé et à Indicateurs Multiples (EDS-MICS) ; 2011
25. INS, Enquête Camerounaise Auprès des Ménages (ECAM 2) : conditions de vie des ménages et profil de pauvreté à l'Extrême-nord Cameroun en 2001 ; 2002
26. INS, Quatrième Enquête Camerounaise Auprès des Ménages (ECAM 4) : Tendances, profil et déterminants de la pauvreté au Cameroun entre 2001 et 2014 ; 2016
27. MINADER, Analyse Globale de la Sécurité Alimentaire et de la Vulnérabilité (CFSAV), mai 2007
28. MINEFI, Etude diagnostique de la compétitivité de l'économie camerounaise : Phase I, 2005
29. MINPROFF, Etude sur la participation des femmes à la Citoyenneté, 2012
30. NEPAD, les agricultures africaines : Transformations et perspectives
31. NJOYA Aboubakar, analyse comparée des processus de mise en œuvre et de transformation des dispositifs de formation agricole et rurale dans trois pays d'Afrique : Cameroun, Maroc et Madagascar, Octobre 2012
32. OECD - Réseau du CAD sur l'égalité hommes-femmes (GENDERNET), l'autonomisation économique des femmes, document de réflexion, 2011
33. PAM, Country Programme Cameroon 200330 (2013–2017), 31 July 2012
34. PAM, Etude des marchés pour la faisabilité du cash et voucher dans les régions de l'Adamaoua et Est du Cameroun, mars 2015, 63 pages
35. PAM, Regional Market Assessment Lake Chad Basin Crisis : Cameroon – Gender analysis, Preliminary outputs, March 2016
36. PAM/FAO/Cameroun, évaluation de l'assistance humanitaire et de la situation des réfugiés centrafricains vivant au Cameroun, juillet 2013
37. PAM/PNSA, Evaluation de la sécurité alimentaire dans les régions de l'Est, Adamaoua, Nord et Extrême-Nord du Cameroun, 14-28 septembre 2015
38. Rapport inter agences sur la situation dans l'extrême nord Cameroun (1 — 31 jan 2016)
39. Rapports d'activités des projets mis en place par le PAM au Cameroun (collecte en cours).
40. Saare Tabitha, Analyse de la situation socio culturelle et économique des filles et femmes au Nord Cameroun, 2012
41. Solidarité internationale, Rapport d'Evaluation, Camp de Minawao, Extrême Nord, Cameroun, novembre 2015
42. UNICEF et Ministère de la Santé Publique, Enquête Nutritionnelle SMART 2015
43. UNICEF et Ministère de la Santé Publique, Enquête nutritionnelle et de mortalité rétrospective basée sur la méthodologie SMART dans 4 régions du Cameroun : Extrême-Nord, Nord, Adamaoua et Est (Populations camerounaises et réfugiés des régions de l'Adamaoua et de l'Est), 2013
44. Consultation des sites internet du PAM, de la Banque Mondiale, de WorldVision, de l'IFAD, du FAO, de l'INS, du MINADER, etc.).
45. Documents de politiques et stratégies genre du PAM, ainsi que les rapports d'activités des Agences spécialisées du Système des Nations Unies (FAO, PAM, PNUD, ONUFEMMES).



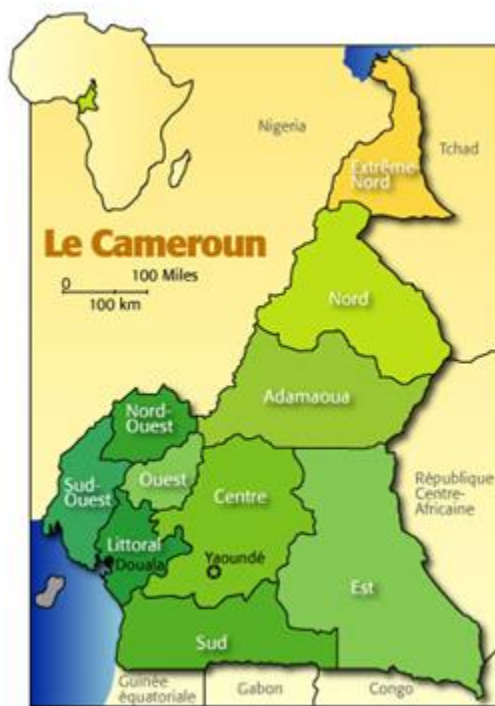
## ANNEXES

### Annexe I – Caractéristiques générales du pays

Le Cameroun est un pays de l'Afrique Centrale situé au fond du Golfe de Guinée, entre les 2<sup>e</sup> et 13<sup>e</sup> degrés de latitude nord et les 9<sup>e</sup> et 16<sup>e</sup> degrés de longitude est. Le pays s'étend sur une superficie de 475 650 km<sup>2</sup>, sous une forme triangulaire qui s'étire du sud jusqu'au lac Tchad sur près de 1 200 km tandis que la base s'étale de l'ouest à l'est sur 800 km. Il possède au sud-ouest une frontière maritime de 420 km le long de l'océan Atlantique. Véritable carrefour, c'est le seul pays de la CEMAC à partager une frontière avec chacun des cinq autres que sont : le Tchad au Nord-Est, la Centrafrique à l'Est, le Congo, le Gabon et la Guinée Équatoriale au Sud. A l'Ouest, il partage avec le Nigéria une longue frontière de 1 200 Km qui va du lac Tchad à l'océan Atlantique.

Les estimations basées sur les résultats du 3<sup>ème</sup> Recensement Général de la Population et de l'Habitat (RGPH), situent la population camerounaise à environ 23 894 602 en juin 2016, avec un taux d'accroissement annuel d'environ 2,5%. Il s'agit d'une population jeune en grande partie (55% ont moins de 20 ans), de plus en plus urbanisée (la population urbaine est passée de 48% en 2005 à 52% en 2010). Les deux villes principales, Yaoundé (capitale politique du pays) et Douala (capitale économique) regroupent plus de 21% de la population totale et 44% de la population urbaine.

En ce qui concerne la structure par sexe de la population, les femmes sont majoritaires dans le pays (50,6%). Par rapport au milieu de résidence, les femmes constituent en milieu rural 51,3% de la population alors qu'en milieu urbain, elles ne représentent plus que 49,8%. La répartition géographique de la population sur le territoire national est très inégale, la région la plus peuplée étant l'Extrême-Nord. La diversité physique et climatique est complétée par une diversité humaine, le Cameroun comptant plus de 230 ethnies et langues réparties en six grands groupes : les Soudanais, les Hamites, les Sémites, les Bantous, les Semi Bantous et apparentés, et les Pygmées.



Sur le plan politique, le Cameroun est un Etat unitaire décentralisé et bilingue, subdivisé en 10 régions. Le pouvoir exécutif est exercé par un Président de la République élu au suffrage universel pour un mandat de sept ans renouvelable. Un Sénat et une Assemblée Nationale exercent le pouvoir législatif. La bonne tenue régulière d'élections présidentielles, législatives et municipales conforte la stabilité socio-politique du pays, dans un contexte régional de crise politique et sécuritaire.

Le pouvoir judiciaire est exercé par la Cour Suprême. Il existe également un Conseil Économique et Social et une Cour des Comptes. La décentralisation consacrée dans la Constitution adoptée en 1996, donne plus de responsabilités aux collectivités territoriales décentralisées (CTD) et plus d'opportunités d'implication des populations bénéficiaires dans la conception, le financement, la programmation et la mise en œuvre des programmes et projets de développement au niveau local.

Sur le plan économique<sup>6</sup>, le pays a connu une croissance en hausse sur la dernière décennie (autour de 3 % par an, avec un bond à près de 5 % en 2013), grâce à une demande intérieure en hausse, elle-même induite par la poursuite des grands projets d'infrastructures d'une part, et par des actions de relance de la production dans plusieurs branches marchandes d'autre part. Toutefois, cette croissance n'a pas bénéficié à toutes les strates de la population et les performances sociales se situent en deçà des ambitions du pays et de l'atteinte des Objectifs du Millénaire pour le Développement (OMD) pour 2015. Le rang mondial du pays en fonction de l'Indicateur du Développement Humain (IDH) durable était 150<sup>ème</sup> sur 187 pays en 2012 contre 142<sup>ème</sup> sur 186 pays en 2003.

En 2013, la structure du PIB demeure caractérisée par la prépondérance du secteur tertiaire (47,8%, tandis que les secteurs primaire et secondaire, en baisse relative, n'ont représenté respectivement que 22,5 % et 29,7 %). Selon l'Enquête sur l'Emploi dans le Secteur Informel (EESI) 2010, le taux de chômage de 3,84% masque la prépondérance du secteur informel - qui occupe 90,5% de la population active - et un sous-emploi chronique de 70,66%, touchant davantage les femmes (78%) que les hommes (64%). L'activité des femmes se concentre dans le secteur rural (75%) et le secteur urbain informel non agricole (70%) ainsi que dans le secteur informel agricole (58%).

L'Enquête ECAM 4 (INS, 2016) montre que l'incidence de la pauvreté a diminué mais reste toujours élevé. Cette enquête estime à 37,5% le taux de pauvreté en 2014 contre 39,9% en 2007 et 40,1% en 2001. La pauvreté est plus accentuée en milieu rural où elle touche près de 90% de la population, contre 8,9% en milieu urbain. Les ménages des exploitants agricoles (entreprises informelles agricoles) forment de loin le groupe le plus pauvre, avec un taux de pauvreté de près de 63%.

Sur le plan humanitaire, le pays a dû faire face au cours des dernières années à l'augmentation brutale du nombre de personnes rendues vulnérables par les conflits, l'insécurité alimentaire, la malnutrition, les catastrophes naturelles, les épidémies et la

détérioration importante du contexte socioéconomique. En décembre 2013, les groupes sectoriels estimaient à plus de six millions le nombre de personnes en besoin d'assistance humanitaire (Plan de réponse stratégique 2014-2016 du Cameroun, 2015). En décembre 2015, les analystes faisaient le constat que le nombre de personnes se trouvant en insécurité alimentaire sévère a été multiplié par 4 sur les six derniers mois (Plan de réponse humanitaire, janvier – décembre 2016).

### Cadre géophysique

La présente étude de cas couvre les régions du Nord et de l'Extrême-Nord du Cameroun, en raison notamment de leur exposition aux risques d'insécurité alimentaire dus au contexte climatique et de l'afflux de réfugiés en provenance du Nigéria et de la RCA, ainsi que les déplacements internes des populations du fait des actions terroristes menées par le groupe Boko Haram qui viennent exacerber une situation déjà préoccupante au regard notamment des indicateurs de pauvreté. L'option de réaliser l'étude de cas dans ces deux régions a été confortée par le fait qu'elles avaient déjà été retenues dans les sites échantillonnés aux fins de l'étude régionale genre et marchés alimentaires du bassin du Lac Tchad (*Regional Market Assessment - Lac Chad Basin Crisis*, 2015), et qu'elles faisaient également partie des zones couvertes lors des enquêtes du PAM sur les évaluations des marchés alimentaires au Cameroun de 2014 et 2015. Toutes choses permettant de disposer de données comparables et de faire des liens entre l'étude de cas national et l'enquête régionale.

La région de l'Extrême-Nord a pour Chef-lieu Maroua et s'étend sur une superficie de 34 263 km<sup>2</sup>. Elle a un climat soudano-sahélien de type tropical sec qui s'étend du sud au centre de la région et de type soudano-sahélien au nord. Ce climat est caractérisé par des sécheresses récurrentes et les moyennes pluviométriques annuelles décroissent avec le temps. Ainsi, les moyennes interannuelles de la zone, supérieures à 850 mm avant 1999 n'ont été que de 700 mm sur la période 2000 – 2005.

<sup>6</sup> Source : Rapport d'évaluation de la stratégie du Programme de la BAD au Cameroun (2004-2013) de juin 2015

L'ouest de la région est dominé par une courbe montagneuse comprenant les monts Mandara (1 100 m de hauteur), Roumsiki (1 224 m de hauteur). Par ailleurs, la région est bordée de montagnes aux formes tourmentées et particulièrement pittoresques dans les départements du Mayo-Sava et du Mayo-Tsanaga.

Les sols de l'Extrême-Nord ont des formes pédologiques spécifiques et sont adaptés aux différentes cultures :

- Les sols sableux dans les plaines, favorables pour les cultures du sorgho et de l'arachide ;
- Les sols limoneux riches en alluvions le long des cours d'eau, favorables au coton, sorgho et patate douce ;
- Les sols argileux favorables à la culture du sorgho rouge.

Le réseau hydrographique de la région est composé de deux bassins : le bassin du Niger et le bassin du Lac Tchad. A l'exception du Logone et du Chari qui prennent leur source dans des régions plus arrosées et s'écoulent vers le bassin tchadien, l'ensemble des cours d'eau de la région est caractérisé par des écoulements non permanents.

La région du Nord est située entre le 7° et le 10° degré de latitude nord d'une part et le 12° et le 16° méridien d'autre part. Avec Garoua comme chef-lieu, la région du Nord a une superficie de 66 090 km<sup>2</sup>, soit 14,2% de la superficie du Cameroun. Elle partage les frontières communes avec les régions de l'Extrême nord et de l'Adamaoua et les pays voisins dont la Centrafrique, le Nigeria et le Tchad. Le climat est de type soudanien en général et se manifeste par une pluviométrie relativement faible (en moyenne 70 jours de pluies par an) et les températures sont fortes entre mars et mai avec des pointes de 45°. Les températures les plus basses sont observées en décembre avec des minima de 18°.

Le relief est composé de deux grands ensembles : les plaines et les hautes terres. La grande péninsule ayant 200 à 300 m d'altitude s'étend du département de Faro à celui du Mayo-Rey et couvre

une partie de la Bénoué et la plaine du Mayo-Louti. Les hautes terres par contre se dressent de part et d'autre des plaines et constituent des réserves pour la faune.

### Indicateurs sociodémographiques et de santé

Selon le BUCREP, la région du Nord est peuplée de 2 152 740 habitants en 2012 dont 1 085 356 de sexe féminin. La densité moyenne de la population se situe autour de 32,57 habitants/km<sup>2</sup>. Cette densité cache d'énormes disparités entre les départements de la région. Le taux d'urbanisation de la région est estimé à 27,2%. Les enfants âgés de moins de 15 ans sont les plus nombreux (49,1% de la population totale de la région). L'âge moyen et l'âge médian de la population sont respectivement de 20 ans et 15,3 ans. Par contre, le poids démographique des personnes âgées est relativement modeste (4%). La Région de l'Extrême-nord est quant à elle la plus peuplée du Cameroun (3 709 691 habitants en 2012). Le département du Mayo Tsanaga est le plus densément peuplé avec 190 habitants/km<sup>2</sup>. Les moins de 15 ans représentent 51% de la population régionale (contre 43,6% au niveau national) et cette population est essentiellement rurale (77,3%). La croissance démographique est élevée et soutenue par une fécondité qui reste forte (en moyenne 6,8 enfants par femme de 15-49 ans). Le taux d'urbanisation situé à 19,7% est largement inférieur au taux national de l'ordre de 40%.

Les deux régions sont citées à plusieurs reprises par l'EDS-MICS (2011) comme ayant les moins bons scores dans les statistiques sociodémographiques et de santé. Ainsi, les résultats montrent que c'est dans l'Extrême-Nord que la prévalence de la malnutrition chronique est la plus élevée (45%), suivi du Nord (40%), de l'Adamaoua (40%) et de l'Est (37%). Par ailleurs, on constate que cette prévalence décroît de façon importante quand le niveau d'instruction de la mère ou le niveau de bien-être économique du ménage augmente. Les régions de l'Extrême-Nord (27%), du Nord (18%), de l'Adamaoua (18%) et de l'Est (17%) sont celles où la prévalence de cette malnutrition sous la forme sévère est la plus élevée.

Les résultats révèlent une prévalence de la

malnutrition aiguë beaucoup plus élevée dans l'Extrême-Nord (12%) et le Nord (10%) que dans toutes les autres régions (de 1% à 6%). Le niveau d'instruction de la mère influence positivement la prévalence de la malnutrition aiguë : 12% des enfants dont la mère n'a aucune instruction en sont affectés contre 2% de ceux dont la mère a un niveau d'instruction secondaire 2nd cycle ou plus. Enfin, il faut noter que les enfants vivant dans les ménages les plus pauvres sont plus affectés (11%) que ceux des autres ménages (2% pour les plus riches).

En milieu rural, on constate qu'un enfant sur 5 (20%) présente une insuffisance pondérale contre 9% dans les Autres villes et 3% à Yaoundé et Douala. Un enfant de l'Extrême-Nord sur trois (32%), un enfant du Nord sur quatre (24%) et un enfant de l'Adamaoua sur 5 (20%) présentent une insuffisance pondérale. Dans les autres régions, cette proportion est inférieure à 16%. Comme pour les autres indices, la proportion d'enfants en situation d'insuffisance pondérale baisse lorsque le niveau d'instruction de la mère ou le niveau de vie du ménage augmente.

Relativement à la pauvreté, c'est dans les régions de l'Extrême-Nord et du Nord que les proportions de population classée dans le quintile le plus pauvre sont les plus élevées (respectivement 55% et 52%). Plus de neuf ménages sur dix occupent un habitat considéré comme précaire. C'est également dans ces régions que l'on enregistre les proportions les plus élevées d'enquêtés sans aucun niveau d'instruction. Les taux nets de fréquentation scolaire sont les plus faibles du pays : Extrême-Nord (52%) et Nord (67%). Ces régions enregistrent les proportions les plus faibles de personnes alphabétisées du pays : Extrême-Nord (23% des femmes et 53% des hommes), Nord (respectivement, 31% et 65%) ; ces paramètres sont 92% des femmes et 91% des hommes pour le Sud, respectivement 89% et 92% pour l'Ouest, respectivement 88% et 92% pour le Centre et 86% des femmes et 93 % des hommes pour le Littoral.

La proportion de femmes n'ayant accès à aucun média est faible dans les villes de Yaoundé (6%) et de Douala (7%). Elle est, par contre, très élevée dans les régions de l'Extrême-Nord (77%), du Nord (68%), et

de l'Adamaoua (51%). On retrouve la même tendance chez les hommes. En outre, le niveau d'instruction semble influencer de manière significative le niveau d'exposition aux médias. Que ce soit chez les femmes ou les hommes, l'exposition aux trois médias augmente considérablement avec le niveau d'instruction : de 2% à 21% chez les femmes et de 4% à 34% chez les hommes lorsqu'on passe du niveau primaire au niveau secondaire 2nd cycle ou plus. Par ailleurs, il convient de relever que 81% des femmes et 64% des hommes sans niveau d'instruction ne sont exposés à aucun média.

L'Indice Synthétique de Fécondité montre que les femmes qui n'ont aucun niveau d'instruction ont en moyenne 3,7 enfants de plus que celles qui ont atteint le niveau secondaire 2nd cycle ou plus (ISF de 6,8 contre 3,1). De même, le nombre moyen d'enfants par femme diminue des ménages les plus pauvres aux ménages les plus riches, passant de 7,0 à 3,3 enfants : l'ISF est donc plus de deux fois plus élevé dans les ménages les plus pauvres que dans les plus riches. En outre, les variations de l'ISF selon les régions sont également importantes.

Le Nord (6,5) et l'Extrême-Nord (6,8) font partie du groupe à fécondité élevée et enregistrent également les proportions les plus élevées de naissances qui se sont produites après un court intervalle (moins de 24 mois). L'âge médian à la première naissance est le plus précoce dans l'Extrême-Nord (18,3 ans) et l'Adamaoua (18,4 ans). La prévalence contraceptive est très faible dans le Nord (5%) et l'Extrême-Nord (4%). Pour les autres régions, elle varie de 11% dans l'Adamaoua à 40% dans le Sud-Ouest et 41% à Douala. Les régions de l'Extrême-Nord (86%) et du Nord (82%) détiennent également les proportions les plus élevées de femmes non exposées aux messages sur la planification familiale par l'intermédiaire des sources formelles.

La moyenne nationale situe à 85% de la proportion des femmes ayant reçu des soins prénataux dispensés par du personnel formé (85%). Cette proportion reste relativement faible dans la région de l'Extrême-Nord (59%). Plus de la moitié (58%) des femmes n'ont reçu aucun soin postnatal. Cette proportion atteint 79% dans l'Extrême-Nord et 84%

dans la région du Nord. La couverture en soins prénataux présente des disparités importantes selon les différentes caractéristiques sociodémographiques. La proportion de femmes ayant reçu des soins prénataux varie fortement selon les régions : à l'Ouest, au Littoral et au Nord-Ouest, la quasi-totalité des femmes ont reçu des soins prénataux (97% ou plus). À l'opposé, l'Extrême-Nord (59%) et le Nord (72%) présentent les proportions les plus faibles ; on note cependant entre 2004 et 2011 une augmentation de 7% dans la région du Nord et une stabilité dans l'Extrême-Nord.

Les deux régions enregistrent également les plus faibles propensions à la recherche des conseils ou d'un traitement auprès du personnel de santé - Extrême-Nord (13%) et Nord (15%). C'est également là que la prise d'antipaludéens a été le moins fréquemment déclarée - Extrême-Nord (6%) et Nord (10%). Les régions du Nord et de l'Extrême-Nord se distinguent des autres régions par une mortalité juvénile supérieure à la mortalité infantile. Quant à la mortalité infanto-juvénile, on peut noter que, globalement, c'est dans le Nord-Ouest (68‰) qu'elle est la plus faible et au Nord (191‰) qu'elle est la plus élevée.

Au cours de l'EDS-MICS 2011, ont été posées aux enquêtés une série de questions pour évaluer leur connaissance des moyens de prévention du VIH. Environ deux femmes sur trois (68%) et trois hommes sur quatre (75%) ont déclaré qu'on pouvait limiter les risques de contracter le VIH/sida en utilisant des préservatifs. En outre, à la question de savoir si la limitation des rapports sexuels à un seul partenaire sexuel non infecté permet d'éviter de contracter le VIH, 78% de femmes et 85% d'hommes ont répondu par l'affirmative. Globalement, 60% des femmes et 68% des hommes connaissent à la fois ces deux moyens de prévention.

La connaissance de ces deux moyens de prévention varie en fonction des différentes caractéristiques sociodémographiques. C'est en milieu urbain, parmi les plus instruits et les plus riches que les proportions de femmes et d'hommes qui connaissent ces deux moyens de prévention du VIH sont les plus élevées (plus de 70% de femmes et d'hommes). Les résultats selon les régions montrent également des différences importantes : c'est dans les régions du Nord (29% de femmes et 61% d'hommes) et de l'Extrême-Nord (38% de femmes et 42% d'hommes) que ces deux moyens sont les moins fréquemment connus.



## Annexe II – Caractéristiques des opérateurs économiques

Les caractéristiques socio-économiques et sociodémographiques des opérateurs des filières et marchés agricoles ont été explorées à partir d'un ensemble de questions et principalement celles ressortant les paramètres suivants selon le genre:

- le niveau d'études le plus élevé ;
- l'état civil de l'opérateur économique ;
- le régime matrimonial de l'opérateur économique ;
- le profil socio-économique du conjoint de l'opérateur économique ;
- la taille du ménage de l'opérateur économique ;
- le nombre d'années d'expérience dans les affaires ;
- le segment d'activité où opère l'opérateur.

Ces caractéristiques sont présentées en faisant de temps à autre des comparaisons avec les résultats de

l'enquête régionale.

### Niveau d'études des opérateurs selon le genre

Si l'on considère le niveau d'études, près de ¾ des opérateurs économiques des marchés et filières alimentaires (près de 70%) ont au plus le niveau du primaire. Le tiers de cette population n'a pas été à l'école (30%) et près de 4% ont fait l'école coranique. Seulement moins d'1% a fait des études universitaires. 20% ont complété le secondaire premier cycle contre 3,5% pour le second cycle du secondaire. Le constat suivant s'impose : la moitié des personnes qui ont le niveau primaire ont pu continuer au secondaire ; de même, moins de 1/5 seulement de ceux qui ont fait le premier cycle du secondaire ont pu continuer au second cycle.

La situation spécifique des femmes suit la même tendance, à ceci près qu'aucune femme n'a fait l'université ou l'école coranique. Elles sont légèrement plus nombreuses que les hommes à avoir fait le primaire (45,6% contre 34,1%).

Table 8. Niveau d'études des opérateurs économiques

|                 | ND          | Aucun        | Primaire     | Secondaire 1er cycle | Secondaire 2nd cycle | Université  | Ecole coranique | Total         |
|-----------------|-------------|--------------|--------------|----------------------|----------------------|-------------|-----------------|---------------|
| Femme           | 2,5%        | 27,8%        | 45,6%        | 20,3%                | 3,8%                 | 0,0%        | 0,0%            | 100,0%        |
| Homme           | 2,2%        | 31,9%        | 34,1%        | 19,8%                | 3,3%                 | 1,1%        | 7,7%            | 100,0%        |
| <b>Ensemble</b> | <b>2,4%</b> | <b>30,0%</b> | <b>39,4%</b> | <b>20,0%</b>         | <b>3,5%</b>          | <b>0,6%</b> | <b>4,1%</b>     | <b>100,0%</b> |

Source : résultat d'enquête mai 2016

Ces résultats corroborent les résultats de l'enquête régionale qui établissait qu'en général, la majorité de l'échantillon n'a suivi aucune éducation scolaire (42%), au mieux, ceux qui sont allés à l'école se sont arrêtés au niveau du primaire (40%) et secondaire (13%).

Ces données suggèrent plusieurs pistes de réflexion. Tout d'abord, l'importance cruciale de l'alphabétisation fonctionnelle pour les opérateurs

économiques des marchés et filières alimentaires. Le découpage des compétences gouvernementales attribue cette fonction au MINEDUB depuis le Décret du 09 décembre 2011 portant organisation du Gouvernement. Mais, cette activité figure au chapitre des matières transférées en 2016 par le MINEDIB aux Collectivités Territoriales Décentralisées. L'UNESCO reste le partenaire privilégié du Gouvernement en la matière.

Il est suggéré au PAM d'inclure dans toutes ses initiatives sur les marchés et filières alimentaires un volet sur l'alphabétisation fonctionnelle dont la mise en œuvre se fera en partenariat avec le MINEDUB, les CTD et l'UNESCO.

Ce volet sur l'alphabétisation fonctionnelle est relativement aisé à inclure dans les projets comme l'appui à la mise en place de greniers communautaires ou les opérations d'assistance alimentaire par le biais de transferts monétaires.

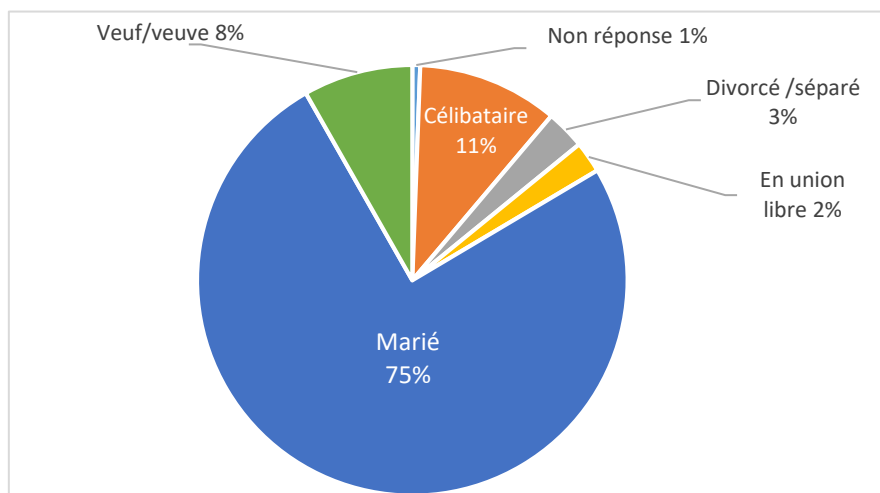
Une piste plus difficile à mettre en œuvre mais qu'on pourrait explorer dans le cadre d'initiatives pilotes consisterait à assurer la promotion de l'école de la deuxième chance, une réserve importante étant qu'elle risque d'agrandir la fracture entre les hommes et les femmes, ces dernières ayant un agenda déjà excessivement surchargé.

En réalité, le problème majeur est celui du taux de déperdition scolaire qui reste élevé ; le défi est de relever substantiellement la proportion de personnes qui complètent le secondaire du second cycle. Un plaidoyer en ce sens à l'endroit des décideurs politiques serait pertinent.

#### Etat civil des opérateurs selon le genre

La plupart des opérateurs enquêtés se déclarent mariés (75%), avec une légère disparité entre les sexes (69% pour les femmes contre 82% pour les hommes).

Figure 20. Etat civil des opérateurs économiques



Source : résultat d'enquête mai 2016

Il convient de relever que les discussions de groupe montrent que le mariage dont il s'agit est davantage coutumier ou traditionnel. Dans le cadre de prochaines enquêtes dans la région, il serait judicieux de distinguer les mariages à l'Etat-civil des mariages coutumiers et traditionnels. L'un et l'autre n'engendrent pas les mêmes droits, surtout pour la femme. En outre, la rupture de l'un ou l'autre type de mariage n'a pas les mêmes conséquences pour les femmes et pour les hommes. Bien plus, les mariages

coutumiers et traditionnels se nouent et se dénouent par devant l'autorité traditionnelle ou coutumière, sans formalité et sans mesure de protection des droits des parties lésées. C'est ainsi que la forte proportion des unions non légalisées à l'état civil est un sujet de préoccupation pour le Ministère en charge de la femme et de la famille qui organise régulièrement des célébrations collectives de mariages à l'état civil.

Table 9. Etat civil des opérateurs économiques, par sexe

|                 | ND          | Célibataire  | Divorcé / Séparé | Union libre | Marié        | Veuf/veuve  | Total         |
|-----------------|-------------|--------------|------------------|-------------|--------------|-------------|---------------|
| Femme           | 0,0%        | 8,9%         | 5,1%             | 3,8%        | 67,1%        | 15,2%       | 100,0%        |
| Homme           | 1,1%        | 12,1%        | 1,1%             | 1,1%        | 82,4%        | 2,2%        | 100,0%        |
| <b>Ensemble</b> | <b>0,6%</b> | <b>10,6%</b> | <b>2,9%</b>      | <b>2,4%</b> | <b>75,3%</b> | <b>8,2%</b> | <b>100,0%</b> |

Source : résultat d'enquête mai 2016

La proportion de personnes veuves est bien plus élevée chez les femmes. Ce résultat rejoint les conclusions du rapport thématique sur la nuptialité au Cameroun produit par le Bureau Central de Recensement de la Population en 2007 et les données de ECAM 4 (INS 2014) pour qui cette situation tient des facteurs explicatifs suivants : l'espérance de vie à la naissance est plus élevée chez les femmes que chez les hommes ; la société est patriarcale et a retenu la polygamie comme norme sociale, ce qui fait qu'un décès de femme mariée induit un et un seul veuf alors qu'un décès d'homme marié génère en moyenne plus d'une veuve ; les hommes qui perdent leurs épouses ont une plus grande facilité sociale à se remarier que les femmes. C'est certainement conscient de leur situation de vulnérabilité que le MINPROFF a initié une réflexion sur la situation socioéconomique des veuves au

Cameroun.

### Régime matrimonial des opérateurs, par sexe

La prévalence de la polygamie est d'environ 35% dans l'échantillon enquêté. Selon l'enquête démographique et de santé et à indicateurs multiples (EDS - MICS, 2011), la polygamie reste une pratique assez répandue au Cameroun puisqu'elle touche 25% des femmes en union. Les régions de l'Extrême-nord et du Nord sont les plus touchées, respectivement 42% et 41%, contre 9% pour la Région du Sud. Il faut dire que l'ordonnance n° 81/062 du 29 juin 1981 sur l'organisation et le fonctionnement de l'état civil prévoit que le système matrimonial est soit la monogamie, soit la polygamie.

Table 10. Régime matrimonial, par sexe

| Régime matrimonial | Sexe          |               | Total       | %           |
|--------------------|---------------|---------------|-------------|-------------|
|                    | Femme         | Homme         |             |             |
| Non réponse        | 13            | 11            | 24          | 14,12%      |
| Monogamie          | 48            | 38            | 86          | 50,59%      |
| Polygamie          | 18            | 42            | 60          | 35,29%      |
| <b>Total</b>       | <b>79</b>     | <b>91</b>     | <b>170</b>  | <b>100%</b> |
| <b>Pourcentage</b> | <b>46,47%</b> | <b>53,53%</b> | <b>100%</b> |             |

Source : résultat d'enquête mai 2016

Près de 15% des opérateurs économiques préfèrent ne pas communiquer sur le système matrimonial (polygamie ou monogamie). Il s'agit certainement d'un domaine que les enquêtés considèrent comme privé. Ceci est valable aussi bien pour les hommes que pour les femmes.

### Profil socioéconomique du conjoint de l'opérateur économique

La situation d'un acteur de marché peut être influencée par le profil socioéconomique de son conjoint. L'enquête a donc recueilli les déclarations des opérateurs sur leurs conjoints.

Table 11. Profil socioéconomique du conjoint de l'opérateur

| Profil socioéconomique du conjoint              | Femmes        | Hommes        | Ensemble      |
|-------------------------------------------------|---------------|---------------|---------------|
| Autres inactifs                                 | 13,9%         | 45,1%         | 30,6%         |
| Chômeur                                         | 5,1%          | 6,6%          | 5,9%          |
| Indépendant et professions libérales            | 6,3%          | 1,1%          | 3,5%          |
| Promoteur d'activités agricoles                 | 15,2%         | 14,3%         | 14,7%         |
| Promoteur d'activités économiques non agricoles | 2,5%          | 1,1%          | 1,8%          |
| Retraité                                        | 7,6%          | 1,1%          | 4,1%          |
| Salarié dans l'informel                         | 16,5%         | 9,9%          | 12,9%         |
| Salarié Privé formel                            | 10,1%         | 1,1%          | 5,3%          |
| Salarié public                                  | 6,3%          | 1,1%          | 3,5%          |
| ND                                              | 16,5%         | 18,7%         | 17,6%         |
| <b>Total</b>                                    | <b>100,0%</b> | <b>100,0%</b> | <b>100,0%</b> |

Source : résultat d'enquête mai 2016

Si l'on cherche à savoir ce que font les conjointes des opérateurs économiques de sexe masculin, outre les données non disponibles (près de 20%) qui montrent que l'on touche à nouveau à une information sensible, on note que les inactives, les chômeuses, les promotrices d'activités agricoles et les salariées dans des activités du secteur informel composent le gros du lot. Seulement 3% étant dans les métiers intéressants comme les professions libérales, le salariat dans le secteur privé et public formel.

Près de 52% des opérateurs économiques de sexe masculin ont des conjointes inactives. Les discussions de groupe ont révélé que l'activité économique de la femme est dévalorisante pour le conjoint, dans un contexte culturel où, même si les lignes sont en train de bouger, un indicateur de succès social est la capacité de l'époux à combler totalement les besoins matériels de sa femme, celle-ci ne devant pas être engagée dans les activités de production.

Ces constats suggèrent d'initier des actions de promotion du travail de la femme. Il faudra mettre en place des stratégies de lutte contre le poids des coutumes et des traditions néfastes à l'autonomisation économique de la femme. C'est une des conclusions à laquelle le MINPROFF (2012) est parvenue à la suite d'une étude sur la « participation des femmes à la citoyenneté ». En effet, l'organisation patriarcale de la société est caractérisée par le poids des traditions comme force résistante à toute initiative destinée à

l'autonomisation des femmes. Les efforts pour réduire le poids des coutumes et des traditions néfastes à l'autonomisation économique de la femme doivent intégrer la compréhension et l'appui des membres de la communauté en général, mais plus spécifiquement des leaders communautaires.

Pour leur donner des chances de succès, ces actions doivent être initiées de manière endogène. Une porte d'entrée possible est l'accompagnement des OSC locales dans la formulation et la mise en œuvre d'actions visant l'éducation au niveau communautaire, pour élever la prise de conscience des acteurs sur les conséquences néfastes de ces pratiques et faire évoluer les normes sociales. Des efforts de plaidoyer et la valorisation de modèles de femmes qui réussissent dans les activités professionnelles (salariées et non salariées) sans rompre l'harmonie conjugale peuvent permettre de promouvoir les bonnes pratiques et en même temps, confondre celles néfastes à l'épanouissement des jeunes filles et des femmes.

### Taille du ménage des opérateurs économiques

Il était demandé aux enquêtés de donner la taille de leur ménage et d'indiquer qui décide du moment d'une nouvelle naissance au sein du foyer. Chez les hommes, les déclarations indiquent qu'ils prennent cette décision seuls à 58% et avec leur partenaire à 15%. Les femmes quant à elles prennent cette décision seules à 11% et avec leur partenaire à 44%. Plus de la moitié des opérateurs ont plus de 7

personnes dans leur ménage. On pourrait mettre en relation cette donnée avec la propension des hommes et des femmes à mettre en œuvre les conseils en matière de planning familial, dans un

contexte où le niveau d'instruction scolaire est relativement bas par rapport à la moyenne nationale.

*Table 12. Taille du ménage des opérateurs économiques*

| Effectif du ménage | Total      | %           | % croissant | % décroissant |
|--------------------|------------|-------------|-------------|---------------|
| 0                  | 2          | 1%          | 1%          | 99%           |
| 1                  | 3          | 2%          | 3%          | 97%           |
| 2                  | 6          | 4%          | 6%          | 94%           |
| 3                  | 12         | 7%          | 14%         | 86%           |
| 4                  | 14         | 8%          | 22%         | 78%           |
| 5                  | 23         | 14%         | 35%         | 65%           |
| 6                  | 13         | 8%          | 43%         | 57%           |
| 7                  | 12         | 7%          | 50%         | 50%           |
| 8                  | 17         | 10%         | 60%         | 40%           |
| 9                  | 12         | 7%          | 67%         | 33%           |
| 10                 | 17         | 10%         | 77%         | 23%           |
| 11                 | 8          | 5%          | 82%         | 18%           |
| 12                 | 6          | 4%          | 85%         | 15%           |
| 13                 | 7          | 4%          | 89%         | 11%           |
| 14                 | 2          | 1%          | 91%         | 9%            |
| 15 et plus         | 10         | 6%          | 96%         | 4%            |
| ND                 | 6          | 4%          | 100%        | 0%            |
| <b>Total</b>       | <b>170</b> | <b>100%</b> |             |               |

Source : résultat d'enquête mai 2016

### Nombre d'années d'expérience

Il était demandé aux enquêtés d'indiquer le nombre d'années d'expérience dans les affaires, en spécifiant l'expérience dans le commerce en général, et l'expérience dans l'activité actuelle en particulier.

Les données montrent que près de la moitié des commerçants ont plus de 10 ans d'ancienneté, contre moins de 20% qui ont moins de 3 ans. Près de 2 commerçants sur trois ont plus de 7 ans d'ancienneté. Ce résultat ne varie pas fondamentalement selon le sexe de l'opérateur.

*Table 13. Expérience dans le commerce*

| Expérience dans le commerce | Femmes    |             | Hommes    |             | Total      | Ensemble    |
|-----------------------------|-----------|-------------|-----------|-------------|------------|-------------|
|                             | Nombre    | %           | Nombre    | %           |            |             |
| Non réponse                 | 0         | 0%          | 1         | 1,1%        | 1          | 0,6%        |
| Il y a 10 ans et plus       | 34        | 43,0%       | 49        | 53,9%       | 83         | 48,8%       |
| 7 à 9 ans                   | 12        | 15,2%       | 12        | 13,2%       | 24         | 14,1%       |
| 4 à 6 ans                   | 15        | 19,0%       | 16        | 17,6%       | 31         | 18,2%       |
| 1 à 3 ans                   | 15        | 19,0%       | 13        | 14,3%       | 28         | 16,5%       |
| Il y a moins d'un an        | 3         | 3,8%        | 0         | 0%          | 3          | 1,8%        |
| <b>Total</b>                | <b>79</b> | <b>100%</b> | <b>91</b> | <b>100%</b> | <b>170</b> | <b>100%</b> |

Source : résultat d'enquête mai 2016



Ce résultat est cohérent avec celui de l'enquête régionale présenté dans le tableau ci-après, qui a permis d'établir que l'âge du commerce est généralement supérieur à 3 ans et que les femmes

sont présentes sur le marché depuis aussi longtemps que les hommes, la plupart des acteurs (près de 85%) exerçant depuis plus de 3 ans.

Table 14. Age du commerce, par sexe

| Ancienneté de l'activité | Femmes         | Hommes         | Total          |
|--------------------------|----------------|----------------|----------------|
| Moins de 1 an            | 3,53%          | 3,85%          | 3,69%          |
| 1 à 3 ans                | 11,76%         | 11,54%         | 11,65%         |
| Plus de 3 ans            | 84,71%         | 84,62%         | 84,66%         |
| <b>Total général</b>     | <b>100,00%</b> | <b>100,00%</b> | <b>100,00%</b> |

Source : résultat d'enquête mai 2016

Table 15. Expérience dans l'activité actuelle

| Expérience dans l'activité actuelle | Femmes    |                | Hommes    |                | Total      | %              |
|-------------------------------------|-----------|----------------|-----------|----------------|------------|----------------|
|                                     | Nbre      | %              | Nbre      | %              |            |                |
| Non réponse                         | 0         | 0,00%          | 1         | 1,10%          | 1          | 0,59%          |
| Il y a moins d'un an                | 3         | 3,80%          | 0         | 0,00%          | 3          | 1,76%          |
| Il y a entre 1 et 3 années          | 15        | 18,99%         | 13        | 14,29%         | 28         | 16,47%         |
| Il y a entre 4 et 6 ans             | 15        | 18,99%         | 16        | 17,58%         | 31         | 18,24%         |
| Il y a entre 7 à 9 ans              | 12        | 15,19%         | 12        | 13,19%         | 24         | 14,12%         |
| Il y a 10 ans et plus               | 34        | 43,04%         | 49        | 53,85%         | 83         | 48,82%         |
| <b>Total</b>                        | <b>79</b> | <b>100,00%</b> | <b>91</b> | <b>100,00%</b> | <b>170</b> | <b>100,00%</b> |

Source : résultat d'enquête mai 2016

Près de 50% des opérateurs exercent leur activité actuelle depuis plus de 10 ans. Toutefois, il importe de relever que 91% des opérateurs n'ont jamais participé à une formation technique ou professionnelle en rapport avec leur métier et que près de 80% n'ont jamais bénéficié d'une assistance technique ou d'appuis-conseils pour la bonne marche de leurs affaires.

Ceci peut traduire certaines insuffisances dans la mise en œuvre des programmes d'accompagnement initiés par les associations, les ONG locales et les structures sectorielles techniques déconcentrées de l'Etat.

## CONCLUSION

En conclusion des caractéristiques socio-économiques et socio-démographiques, il est urgent d'engager des mesures de promotion du travail de la femme, dans un contexte patriarcal où la protection de la femme et la réponse à ses besoins sont à la charge de l'homme, ce phénomène favorisant généralement toutes sortes de violences à l'endroit des femmes. En effet, selon l'Enquête Démographique, de Santé et à Indicateurs Multiples 2011, dans la Région de l'Extrême-Nord, 44% des femmes disent être parfois victimes de violences conjugales contre 36,7% dans la Région du Nord. Ce paramètre est de 26,9% pour la Région de l'Ouest. Il est pertinent de développer et mettre en œuvre au bénéfice des opérateurs de marchés, des

programmes de renforcement de compétences entrepreneuriales en suivant par exemple l'approche CEFE (Compétences des Economies par la Formation Entrepreneuriale). L'intervention CEFE proposée est particulièrement adaptée pour les micro et petites entreprises, puisque offrant un curriculum de formation en gestion des activités et des ressources, y compris des compétences en affaires pour des publics peu lettrés, dans une perspective d'autonomisation économique et sociale.

Les efforts doivent être entrepris pour réduire le poids des coutumes et des traditions néfastes à

l'autonomisation économique de la femme. Il est suggéré d'accompagner des OSC locales dans la formulation et la mise en œuvre d'actions visant l'éducation au niveau communautaire, pour élever la prise de conscience des acteurs sur les conséquences néfastes de ces pratiques et faire évoluer les normes sociales. Il est également recommandé de soutenir les efforts de plaidoyer et la valorisation de modèles de femmes qui réussissent dans les activités professionnelles (salariées et non salariées) sans rompre l'harmonie conjugale, afin de promouvoir les bonnes pratiques et en même temps, confondre celles néfastes à l'épanouissement des jeunes filles et des femmes.

## Annexe III – Questionnaire d'enquête

### Présentation du questionnaire d'enquête

L'enquête a été réalisée au moyen d'un questionnaire (voir Annexe IV), conçu à partir d'une appréciation critique de celui utilisé dans le cadre de l'enquête régionale. Les points d'enrichissements majeurs ont été les suivants :

Au-delà du sexe, de l'âge et du niveau d'instruction, ajout des paramètres comme le statut matrimonial, le régime matrimonial, la taille du ménage et le profil socioprofessionnel du conjoint, pour mieux cerner le profil de l'opérateur économique, dans un contexte où les facteurs socioculturels sont significatifs. Les paramètres d'ethnie et de religion ont été jugés trop sensibles à analyser pour être collectés. La distinction union libre, union légale et union traditionnelle n'a pas été faite.

Alors que l'enquête régionale s'intéressait à l'effectif et au sexe des employés, l'étude de cas a tenté de savoir quelles sont les tâches et responsabilités assignées aux employés en fonction de leur sexe, tout au long de la filière. L'enquête régionale cernait de manière très intéressante le stockage, le crédit et le financement. L'étude de cas a interrogé l'accès et le contrôle que les femmes et les hommes ont sur d'autres ressources importantes comme le foncier, les appuis techniques et autres services non financiers (formation, information, conseils, ...), les intrants et la technologie.

L'étude de cas a également interrogé les aspects portant sur les agressions et abus physiques que subissent les femmes et les hommes sur les routes des marchés alimentaires, le budget temps passé à certaines activités en rapport avec les marchés alimentaires, la répartition du temps entre vie professionnelle et vie domestique et familiale, la participation des femmes et des hommes aux décisions relatives à la gestion des marchés, et aux dynamiques endogènes de mobilisation des hommes et des femmes pour résoudre les difficultés rencontrées (associations de marché, tontines, y compris les dynamiques d'entraide et de solidarité au sein des marchés).

Le questionnaire utilisé comprenait les sections suivantes :

- les informations préliminaires qui décrivent l'enquête ;
- les caractéristiques socioéconomiques de l'opérateur (sexe, âge, niveau d'étude, état civil, régime matrimonial, taille du ménage, profil socio-économique du conjoint, nombre d'années d'expérience dans le commerce en général et dans l'activité actuel en particulier, segment d'activité actuel, et segment d'activité désiré, produits vendus, etc.) ;
- les contraintes et la capacité de réponse (les difficultés et facilités) ;
- l'emploi du temps consacré aux tâches professionnelles, domestiques et associatives ;
- la propension à faire recours aux aides et employés et la perception de leurs rôles ;
- la participation aux prises de décisions socio-économiques ;
- l'accès aux services financiers et non financiers ;
- la sécurité sur les routes des marchés alimentaires.

## Déroulement de l'enquête

La collecte des données s'est déroulée du 26 avril au 06 mai 2016. Elle a mobilisé neuf enquêteurs endogènes dont cinq femmes. Pour la ville de Mokolo, deux enquêteurs qui avaient participé à l'enquête régionale ont été recrutés. Mais, il s'est rapidement avéré qu'ils étaient peu disponibles et relativement coûteux. Une seconde équipe plus jeune et plus dynamique de quatre enquêteurs a été recrutée à Maroua pour compléter l'enquêteur expérimenté préalablement retenu. Puis, c'est finalement l'équipe des jeunes qui s'est déplacée pour Garoua et qui, avec deux enquêteurs recrutés sur place, ont terminé le labeur.

### Discussions de groupe et interviews semi-structurées

De riches informations ont été recueillies dans le cadre de discussions de groupe avec les opérateurs de marché et leurs partenaires (autorités administratives, religieuses et traditionnelles, responsables des structures sectoriels techniques déconcentrées, organisations de la société civile, staff des sous-bureaux du PAM, autres personnes-ressources), incluant une visite de grenier communautaire (voir liste des personnes consultées en Annexe V).

#### Discussions de groupe avec les opérateurs de marché et leurs partenaires

Une discussion de groupe a eu lieu au marché de Mokolo, une deuxième à la délégation départementale du MINADER du Diamaré et la troisième à la délégation régionale du MINPROFF à Garoua. La quatrième discussion de groupe a eu lieu lors de la visite du grenier communautaire à Ngong.

#### Discussions de groupe avec le staff des Sous-Bureaux du PAM

Deux discussions de ce type ont eu lieu, une à Garoua et l'autre à Maroua. Les membres du staff ont par ailleurs participé aux échanges avec les opérateurs de marché.

#### Interviews semi-structurées

Les interviews semi structurées ont eu lieu surtout avec les autorités administratives, religieuses et traditionnelles, les responsables des structures sectorielles techniques déconcentrées et des organisations de la société civile.

#### Visite de grenier communautaire

La visite a eu lieu au grenier communautaire du GIC NAROUBE, dans la commune de Ngong, arrondissement de Tchebaua, au village Douka Longo, à près de 20 km de Djefatou. Elle a participé de l'édification du Consultant par sa propre observation des réalités de terrain.

De même sur tous les sites de marchés visités, le Consultant a pu noter certains points de l'environnement qui ont contribué à nourrir ses réflexions sur le cadre d'exercice des activités par les opérateurs économiques ainsi que sur le comportement des acteurs sur le terrain.

## GENRE ET EVALUATION DES MARCHES ALIMENTAIRES

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |                                                                                     |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------|
| <p><i>Les informations collectées au cours de cette étude sont <u>strictement confidentielles</u> au terme de la loi N°91/023 du 16 décembre 1991 relative aux recensements et enquêtes statistiques qui prévoit en son article 5 que : « Les renseignements individuels d'ordre économique ou financier figurant sur tout questionnaire d'enquête statistique ne peuvent, en aucun cas, être utilisés à des fins de contrôle ou de répression économique ».</i></p> |  |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------|

### SECTION 0 – INFORMATIONS PRELIMINAIRES

**S0Q01a** Numéro Questionnaire |\_\_|\_\_|\_\_|      **S0Q01b** Nom de L'enquêteur  
**S0Q01c** Date de collecte |\_\_|\_\_|/|\_\_|\_\_|/2016      **S0Q01d** Code enquêteur  
**S0Q01e** Téléphone de l'enquêteur |6 |\_\_|\_\_|\_\_|\_\_|\_\_|\_\_|

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |                                                                                         |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>S0Q02a</b> Région _____<br> __ __                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               | <b>S0Q02c</b> Nom de la ville ou du village :  __ <br>1. Maroua   2. Mokolo   3. Garoua |
| <b>S0Q02b</b> Département _____<br> __ __                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          | <b>S0Q02d</b> Nom du marché (si différent de <b>S0Q02c</b> )<br>_____                   |
| <b>S0Q03</b> Téléphone de l'opérateur économique  6  __ __ __ __ __ __                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |                                                                                         |
| <b>A lire pour la présentation de l'enquêteur et de l'enquête, et pour demander le consentement</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |                                                                                         |
| <p>Je m'appelle ..... Je suis enquêteur dans le cadre de l'étude du Programme Alimentaire Mondial sur genre et marchés. L'objectif de cette étude est de renforcer les liens entre l'analyse du genre et les évaluations des marchés, de manière à aider le PAM, ses partenaires et d'autres organisations humanitaires dans la conception et la mise en œuvre d'interventions fondées sur les marchés, et intégrant des objectifs liés à l'égalité des sexes. De manière spécifique cet entretien vise à identifier les facteurs d'exclusion des femmes sur les marchés d'une part, et les insuffisances dans la mesure et le suivi par le gouvernement et les partenaires de l'autonomisation des femmes d'autre part. Je souhaiterais vous poser quelques questions relatives à ces sujets. Notre entretien durera environ une trentaine de minutes.</p> <p>Pouvons-nous commencer ?   <b>OUI</b>  __       <b>NON</b>  __ </p> |                                                                                         |

### SECTION 1 - CARACTERISTIQUES SOCIOECONOMIQUES DE L'OPERATEUR

|                                                      |                                                                                                                                                                                                 |
|------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>S1Q01</b> Sexe de l'opérateur 1=Homme 2=Femme  __ | <b>S1Q02</b> Age de l'opérateur  __ __                                                                                                                                                          |
| <b>S1Q03</b>                                         | Quel est le niveau d'études le plus élevé ?   1 = Aucun   2 = Primaire   3 = Secondaire 1 <sup>er</sup> cycle<br>4 = Secondaire 2 <sup>nd</sup> cycle   5 = Universitaire   6 = Autre _____  __ |
| <b>S1Q04</b>                                         | Etat civil de l'opérateur économique<br>1. Célibataire                      2. Marié                      3. En union libre                       __                                            |



|              |                                                                                                                                                                                                                                           |                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
|--------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|              | 4. Divorcé /séparé                      5. Veuf/veuve                                                                                                                                                                                     |                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
| <b>S1Q05</b> | Régime matrimonial de l'opérateur économique<br>1. Monogamie                      2. Polygamie                       __                                                                                                                   |                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
| <b>S1Q06</b> | Taille du ménage de l'opérateur économique                       __                                                                                                                                                                       |                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
| <b>S1Q07</b> | Profil socioéconomique du conjoint<br>Salarié public<br>Salarié Privé formel<br>Salarié dans l'informel<br>Promoteur d'activités économiques non agricoles                                                                                | Promoteur d'activités agricoles<br>Indépendant et professions libérales<br>Chômeur<br>Retraité<br>Autres inactifs<br> __                                                                                                                                                                                    |
| <b>S1Q08</b> | Depuis quand faites- vous le commerce ?                       __ <br>1. Il y a moins d'un an      2. Il y a entre 1 et 3 années      3. Il y a entre 4 et 6 ans<br>4. Il y a entre 7 à 9 ans      5. Il y a 10 ans et plus                |                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
| <b>S1Q09</b> | Depuis quand exercez-vous votre activité actuelle ?                       __ <br>1. Il y a moins d'un an      2. Il y a entre 1 et 3 années      3. Il y a entre 4 et 6 ans<br>4. Il y a entre 7 à 9 ans      5. Il y a 10 ans et plus    |                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
| <b>S1Q10</b> | Quel est votre segment d'activités ? 1 = Détaillant    2 = Grossiste    3 = Collecteur<br>4 = Transformateur 5 = Conditionneur 6 = Transporteur    7 = Autre                       __                                                     |                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
| <b>S1Q11</b> | Quel est le segment vers lequel vous aimeriez évoluer au cours des prochaines années?<br>1 = Détaillant    2 = Grossiste    3 = Collecteur<br>4 = Transformateur 5 = Conditionneur 6 = Transporteur    7 = Autre                       __ |                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
| <b>S1Q12</b> | Quelles difficultés vous empêchent d'évoluer vers ce segment d'activités ?<br>1=                      2 =                       __                                                                                                        |                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
| <b>S1Q13</b> | Quels produits vendez-vous?<br><i>[mettez les numéros des 3 produits les plus vendus]</i><br>Mil<br>Sorgho<br>Maïs<br>Riz importé<br>Riz local<br>Arachides<br>Niébé<br>Ruminants                                                         | Tubercules<br>Racines<br>Repas préparés<br>Poisson<br>Viande<br>Fruits<br>Autre .....<br><br>1 <sup>er</sup> produit le plus vendu                       __ <br><br>2 <sup>ème</sup> produit le plus vendu                       __ <br><br>3 <sup>ème</sup> produit le plus vendu                       __ |

|              |                                                                                                                                                                                                                                                                        |  |  |
|--------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|--|
|              | Légumes                                                                                                                                                                                                                                                                |  |  |
| <b>S1Q14</b> | Qui a influencé ou déterminé le choix de l'activité que vous exercez ? <span style="float: right;"> _ </span><br>1 = Vous-même    2 = Partenaire/conjoint    3 = Vous et votre partenaire<br>4 = Un membre du ménage    5 = Autre _____                                |  |  |
| <b>S1Q15</b> | Après de quelle source vous approvisionnez-vous généralement pour votre principal produit ?<br>1= Champ local    2 = Champ village voisin    3= Marché local    4 = Marché Village voisin    5 = Pays voisin<br>6 = Autre _____ <span style="float: right;"> _ </span> |  |  |
| <b>S1Q16</b> | Quelle est la principale destination de vos produits?    1= Marché local    2= Marchés voisins nationaux<br>3 = Pays voisins    4 = Autres marchés hors du continent <span style="float: right;"> _ </span>                                                            |  |  |

## SECTION 2 – CONTRAINTES ET CAPACITE DE REPONSE

|              |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
|--------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>S2Q01</b> | <b>Quelles sont les difficultés auxquelles vous faites face dans l'exercice de votre commerce ?</b><br><br><i>Interférence de membres de la famille</i><br><i>Insuffisance de capital propre</i><br><i>Insuffisance de crédit/crédit trop cher</i><br><i>Qualité mauvaise ou variable du produit (offre)</i><br><i>Quantité insuffisante ou irrégulière du produit (offre)</i><br><i>Insuffisance de moyen de transport</i><br><i>Mauvais état des routes, coût du transport trop élevé.</i><br><i>Trop d'insécurité</i><br><i>Manque de structure de stockage</i><br><i>Marges trop faibles (prix de vente trop bas, prix d'achat trop élevé)</i> | <i>Faible pouvoir d'achat des clients (quantités achetées plus faible)</i><br><br><i>Non remboursement des dettes par les clients</i><br><i>Concurrence trop rude</i><br><i>Impôts ou taxes trop élevés</i><br><i>Trop d'assistance alimentaire</i><br><i>Taux de change</i><br><i>Charges sociales trop importantes</i><br><i>Exode ou transhumance des ménages</i><br><i>Problème foncier</i><br><i>Autres _____</i><br><br><b>Difficulté N°1</b>  _ _ <br><b>Difficulté N°2</b>  _ _ <br><b>Difficulté N°3</b>  _ _ |
| <b>S2Q02</b> | <b>Pour faire face aux difficultés, votre partenaire/conjoint vous apporte son aide :</b><br><b>matérielle</b> OUI  _     NON  _  <b>financière</b> OUI  _     NON  _  <b>morale</b> OUI  _     NON  _ <br><b>aucune aide</b> OUI  _     NON  _     une autre forme d'aide OUI  _     NON  _     _____                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
| <b>S2Q03</b> | Quelles difficultés avez-vous qu'une personne de sexe opposé n'aurait pas dans votre situation ?<br>1 = _____ 2= _____                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
| <b>S2Q04</b> | Quelles facilités avez-vous qu'une personne de sexe opposé n'aurait pas dans votre situation ?<br>1 = _____ 2= _____                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |

|              |                                                                                        |              |                                               |           |    |
|--------------|----------------------------------------------------------------------------------------|--------------|-----------------------------------------------|-----------|----|
| <b>S2Q05</b> | Pendant quelle période de l'année connaissez-vous généralement les ruptures de stock ? | Janvier      | __                                            | Juillet   | __ |
|              |                                                                                        | Février      | __                                            | Aout      | __ |
|              |                                                                                        | Mars         | __                                            | Septembre | __ |
|              |                                                                                        | Avril        | __                                            | Octobre   | __ |
|              |                                                                                        | Mai          | __                                            | Novembre  | __ |
|              |                                                                                        | Juin         | __                                            | Décembre  | __ |
|              |                                                                                        | <b>S2Q06</b> | Quelle est la cause principale des ruptures ? | _____     |    |

### SECTION 3 –EMPLOI DU TEMPS/TACHES DOMESTIQUES ET ASSOCIATIVES

|              |                                                                                                                                                                                                               |                    |
|--------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------|
| <b>S3Q01</b> | Combien d'heures en moyenne/jour consacrez-vous à votre activité professionnelle ?<br> __ __  heures                                                                                                          |                    |
| <b>S3Q02</b> | Principales activités <b>professionnelles</b> (les 4 qui prennent le plus de temps)                                                                                                                           |                    |
|              | 1 _____<br>2 _____                                                                                                                                                                                            | 3 _____<br>4 _____ |
| <b>S3Q03</b> | Combien d'heures en moyenne/jour consacrez-vous à votre ménage ?  __ __                                                                                                                                       |                    |
| <b>S3Q04</b> | Principales activités <b>domestiques</b> (les 4 qui prennent le plus de temps)                                                                                                                                |                    |
|              | 1 _____<br>2 _____                                                                                                                                                                                            | 3 _____<br>4 _____ |
| <b>S3Q05</b> | Qui fait la cuisine au sein de votre ménage ?  __ <br>1 = Vous-même 2 = Partenaire/conjoint 3 = Vous et votre partenaire<br>4 = Un membre du ménage 5 = un employé de maison 5 = Autre _____                  |                    |
| <b>S3Q06</b> | Qui fait l'achat de nourriture pour l'alimentation du ménage ?  __ <br>1 = Vous-même 2 = Partenaire/conjoint 3 = Vous et votre partenaire<br>4 = Un membre du ménage 5 = un employé de maison 5 = Autre _____ |                    |
| <b>S3Q07</b> | Quelles sont les principales causes d'arrêt de travail pour vous dans votre commerce ?<br>1=_____ 2=_____ 3 =_____                                                                                            |                    |
| <b>S3Q08</b> | Combien avez-vous eu de naissances au sein de votre ménage au cours des trois dernières années ?  __                                                                                                          |                    |
| <b>S3Q09</b> | Combien de jours d'arrêt de travail en moyenne une naissance a-t-elle causé dans votre commerce ?  __ __                                                                                                      |                    |
| <b>S3Q10</b> | Combien de jours d'arrêt de travail avez-vous eu dans votre commerce au cours de l'année 2015 pour cause de maladie ?  __ __                                                                                  |                    |
| <b>S3Q11</b> | Votre conjoint/partenaire vous remplace-t-il dans votre commerce lorsque vous êtes en arrêt de travail ? 1. Oui 2. Non  __                                                                                    |                    |

|              |                                                                                                                                                                         |
|--------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>S3Q12</b> | Etes-vous membre adhérent d'une tontine ou association d'entraide et de solidarité au sein des marchés ou de votre commerce ? 1. Oui 2. Non  __                         |
| <b>S3Q13</b> | Etes-vous membre adhérent d'une tontine ou association d'entraide et de solidarité en dehors de votre commerce ? 1. Oui 2. Non  __                                      |
| <b>S3Q14</b> | Etes-vous membre du bureau ou du comité directeur d'une tontine ou association d'entraide et de solidarité au sein des marchés ou de votre commerce ? 1. Oui 2. Non  __ |
| <b>S3Q15</b> | Etes-vous membre du bureau ou du comité directeur d'une organisation ou d'une instance de gestion du commerce ou du marché ? 1. Oui 2. Non  __                          |
| <b>S3Q16</b> | Etes-vous membre du bureau ou du comité directeur d'une organisation, tontine ou association d'entraide /solidarité en dehors de votre commerce? 1. Oui 2. Non  __      |

#### SECTION 4 : EMPLOYES ET AIDES/PERCEPTION DES ROLES

|              |                                                                                                                                                                                                   |
|--------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>S4Q01</b> | Combien d'aides et/ou employés avez-vous eu dans votre commerce au cours de l'année 2015 ?<br><b>S2Q03a</b> Masculin <b>S2Q03b</b> Féminin <b>S2Q03c</b> Total<br> _ _        _ _        _ _      |
| <b>S4Q02</b> | Les aides/employés femmes ont-elles généralement un rôle spécifique dans votre commerce ?<br>1. Oui 2. Non  __                                                                                    |
| <b>S4Q03</b> | Si Oui, quelles sont les tâches qui leur sont généralement assignées ? combien gagnent-elles par mois en FCFA<br>1. _____ salaire moyen mensuel : _____<br>2. _____ salaire moyen mensuel : _____ |
| <b>S4Q04</b> | Les aides/employés hommes ont-ils généralement un rôle spécifique dans votre commerce ?<br>1. Oui 2. Non  __                                                                                      |
| <b>S4Q05</b> | Si Oui, quelles sont les tâches qui leur sont généralement assignées ? combien gagnent-ils par mois en FCFA<br>1. _____ salaire moyen mensuel : _____<br>2. _____ salaire moyen mensuel : _____   |
|              |                                                                                                                                                                                                   |

#### SECTION 5 : PARTICIPATION AUX PRISES DE DECISIONS SOCIOECONOMIQUES

|              |                                                 |                                        |
|--------------|-------------------------------------------------|----------------------------------------|
| <b>S5Q01</b> | Qui décide si vous allez prendre un crédit pour | 1. Vous-même<br>2. Partenaire/Conjoint |
|--------------|-------------------------------------------------|----------------------------------------|

|              |                                                                                                                                  |    |                                                                                                                                                                                                                                                                             |
|--------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|              | financer des activités commerciales la plupart du temps?                                                                         | __ | 3. Vous et votre partenaire/conjoint ensemble<br>4. Autre membre du ménage .....<br>5. Vous et l'autre membre du ménage .....<br>6. Partenaire/Conjoint et d'autre(s) membre(s) du ménage.....<br>7. Quelqu'un (ou groupe de personnes) à l'extérieur du ménage<br>8. Autre |
| <b>S5Q02</b> | Qui décide du montant du revenu que votre commerce génère qui sera consacré à la nourriture de votre ménage la plupart du temps? | __ | IDEM que ci-dessus                                                                                                                                                                                                                                                          |
| <b>S5Q03</b> | Qui décide généralement sur le choix des parcelles à cultiver                                                                    | __ | IDEM                                                                                                                                                                                                                                                                        |
| <b>S5Q04</b> | Qui décide généralement sur le choix des spéculations à cultiver ?                                                               | __ |                                                                                                                                                                                                                                                                             |
| <b>S5Q05</b> | Qui décide généralement de la quantité à stocker et à déstocker ?                                                                | __ |                                                                                                                                                                                                                                                                             |
| <b>S5Q06</b> | Qui décide généralement du moment de stocker et déstocker ?                                                                      | __ |                                                                                                                                                                                                                                                                             |
| <b>S5Q07</b> | Qui détient la clé du magasin ?                                                                                                  | __ |                                                                                                                                                                                                                                                                             |
| <b>S5Q08</b> | Qui fixe les prix de vente des produits ?                                                                                        | __ |                                                                                                                                                                                                                                                                             |
| <b>S5Q09</b> | Qui décide sur les lieux de vente ?                                                                                              | __ |                                                                                                                                                                                                                                                                             |
| <b>S5Q10</b> | Qui décide du moment de la vente ?                                                                                               | __ |                                                                                                                                                                                                                                                                             |
| <b>S5Q11</b> | Qui décide de ce qu'on va faire avec les recettes ?                                                                              | __ |                                                                                                                                                                                                                                                                             |
| <b>S5Q12</b> | Qui décide de la source des approvisionnements la plupart du temps?                                                              | __ |                                                                                                                                                                                                                                                                             |
| <b>S5Q13</b> | Qui décide du moment opportun pour une nouvelle naissance dans le ménage ?                                                       | __ |                                                                                                                                                                                                                                                                             |

## SECTION 6 –ACCES AUX SERVICES FINANCIERS ET NON FINANCIERS

|              |                                                                                                                                                 |    |
|--------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| <b>S6Q01</b> | Quelle est votre principale source de financement? 1=Fonds propres 2=EMF/Banque 3=Tontines 4 = fournisseur/client 7= famille/amis 8=Autre _____ | __ |
| <b>S6Q02</b> | Disposez-vous d'un compte bancaire? 1=Oui 2=Non                                                                                                 | __ |
| <b>S6Q03</b> | Si oui, citer l'établissement financier<br>_____                                                                                                | __ |
| <b>S6Q04</b> | Avez-vous eu recours au moins une fois dans la vie au crédit auprès d'un établissement financier? 1=Oui 2=Non                                   | __ |



|              |                                                                                                                                                              |    |
|--------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| <b>S6Q05</b> | Quelles difficultés avez-vous pour obtenir le crédit qu'une personne de sexe opposé n'aurait pas dans votre situation ?<br>1 = _____ 2= _____                |    |
| <b>S6Q06</b> | Quelles facilités avez-vous pour obtenir le crédit qu'une personne de sexe opposé n'aurait pas dans votre situation ?<br>1 = _____ 2= _____                  |    |
| <b>S6Q07</b> | Avez-vous eu recours au moins une fois dans la vie à une assistance technique, un appui conseil ou une aide d'un partenaire dans votre commerce? 1=Oui 2=Non | __ |
| <b>S6Q08</b> | Avez-vous eu recours au moins une fois dans la vie à une formation technique ou professionnelle dans le cadre ou en rapport avec votre commerce? 1=Oui 2=Non | __ |
| <b>S6Q09</b> | Possédez-vous un titre foncier en votre nom ? 1=Oui 2=Non                                                                                                    | __ |
| <b>S6Q10</b> | Possédez-vous un terrain que vous exploitez sans conflit ? 1=Oui 2=Non                                                                                       | __ |
| <b>S6Q11</b> | Avez-vous accès à un terrain qui ne vous appartient pas et que vous exploitez?<br>1=Oui 2=Non                                                                | __ |
| <b>S6Q12</b> | Avez-vous des biens que vous pourriez donner en garantie pour obtenir un crédit ?<br>1=Oui 2=Non                                                             | __ |

## SECTION 7 –SECURITE SUR LES ROUTES DU COMMERCE/DES MARCHES

|                                                                                                                        |    |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| <b>S7Q01.</b> Les agressions ou abus physiques sur les routes de marchés alimentaires sont-ils fréquents ? 1=Oui 2=Non | __ |
| <b>S7Q02.</b> Avez-vous déjà subi une agression sur les routes du marché ? 1 = Oui 2 = Non                             | __ |

## SECTION 8 NATURE ET TAILLE DE L'ACTIVITE

|                                                                                                                                                                             |                        |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------|
| <b>S8Q01.</b> Description de l'activité : _____<br>_____                                                                                                                    |                        |
| <b>S8Q02.</b> Taille de l'activité :<br>Donnez deux indications pour décrire la taille (superficie cultivée, tonnage de produits récoltés, nombre de camions possédés, ...) | 1 - _____<br>2 - _____ |

## INFORMATIONS TERMINALES

|                                          |
|------------------------------------------|
| <b>S9Q05</b> Observations de l'enquêteur |
| _____                                    |
| _____                                    |
| _____                                    |
| _____                                    |

Merci pour votre collaboration !

## Annexe IV – Calendrier de la collecte de données de terrain

| Date /période                                   | Activités à réaliser                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
|-------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Mardi<br>26 avril 2016                          | <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Voyage de Yaoundé à Maroua</li> <li>▪ Séance de travail au sous-bureau PAM de Maroua</li> <li>▪ Contact des responsables régionaux</li> <li>▪ Préparation de la descente sur Mokolo</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                              |
| Mercredi 27 avril<br>(jour du marché de Mokolo) | <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Voyage de Maroua à Mokolo</li> <li>▪ Séance de travail avec les responsables départementaux, les services administratifs et déconcentrés Mokolo</li> <li>▪ Entretiens individuels avec le régisseur du marché de Mokolo</li> <li>▪ Interviews individuelles des acteurs au sein des marchés/filières (producteur, transporteur, transformateurs, grossistes, semi-grossistes, détaillants, consommateurs) Mokolo</li> </ul> |
| Jeudi 28 avril                                  | <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Suite des Interviews individuelles des acteurs au sein des marchés/filières (producteur, transporteur, transformateurs, grossistes, semi-grossistes, détaillants, consommateurs) Mokolo</li> <li>▪ Discussions de groupes avec les leaders des associations d'opérateurs (producteurs, commerçants, etc.) de Mokolo</li> <li>▪ Focus group avec des ONG de la société civile</li> </ul>                                     |
| Vendredi 29 avril                               | <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Voyage de Mokolo à Maroua</li> <li>▪ Séance de travail avec les responsables régionaux, départementaux et communaux et les services administratifs et déconcentrés à Maroua (MINADER, MINCOMMERCE, MINPROFF, MINPMEESA, MINEPAT, DEL GOV)</li> </ul>                                                                                                                                                                        |
| Samedi 30 avril                                 | <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Briefing des énumérateurs et interprètes de Maroua Entretiens individuels avec le régisseur du marché de Maroua,</li> <li>▪ Discussions de groupes avec les leaders des associations d'opérateurs (producteurs, commerçants, etc.) Maroua</li> </ul>                                                                                                                                                                        |
| Lundi 02 mai<br>(jour du marché de Maroua)      | <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Interviews individuelles des acteurs au sein des marchés/filières (producteur, transporteur, transformateurs, grossistes, semi-grossistes, détaillants, consommateurs) Maroua</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                    |
| Mardi 03 mai                                    | <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Suite des discussions de groupes avec les leaders des associations d'opérateurs (producteurs, commerçants, etc.) Maroua</li> <li>▪ Séance de travail avec des ONG de la société civile au niveau régional Maroua – Débriefing avec le sous bureau PAM</li> <li>▪ Voyage Maroua - Garoua</li> </ul>                                                                                                                          |

|                 |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
|-----------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Mercredi 04 mai | <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Séance de travail au sous-bureau PAM</li> <li>▪ Séance de travail avec les responsables régionaux, départementaux et communaux et les services administratifs et déconcentrés à Maroua (MINADER, MINCOMMERCE, MINPROFF, MINPMEESA, MINEPAT, DEL GOV)</li> <li>▪ Briefing des énumérateurs et interprètes de Garoua</li> <li>▪ Focus group avec des ONG de la société civile au niveau régional</li> </ul> |
| Jeudi 05 mai    | <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Interviews individuelles des acteurs au sein des marchés/filières (producteur, transporteur, transformateurs, grossistes, semi-grossistes, détaillants, consommateurs) Garoua</li> <li>▪ Discussions de groupes avec les leaders des associations d'opérateurs (producteurs, commerçants, etc.) Garoua</li> </ul>                                                                                         |
| Vendredi 06 mai | Retour sur Yaoundé                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |

## Annexe V – Liste des Personnes Consultées

|     | NOMS et Prénoms              | Structure/Profession                                  | Téléphone              | E-mail                                                                   | Ville   |
|-----|------------------------------|-------------------------------------------------------|------------------------|--------------------------------------------------------------------------|---------|
| 1.  | ADAMA Moussa                 | ONUFEMMES                                             |                        |                                                                          | Yaounde |
| 2.  | ADAMOU Appolinaire           | PAM-CO                                                |                        |                                                                          | Yaounde |
| 3.  | AMOUGOU Bertrand             | INS                                                   |                        |                                                                          | Yaounde |
| 4.  | ATANGANA Elisabeth           | PROPAC                                                |                        | -                                                                        | Yaounde |
| 5.  | ATEBA Emmanuel               | MINPROFF                                              |                        |                                                                          | Yaounde |
| 6.  | BAILAOU Philemon             | Représentant<br>DR/MINPROFF/Nord                      | 699479117              |                                                                          | Garoua  |
| 7.  | BEAT NSONGUE<br>Paulette     | ONUFEMMES                                             |                        |                                                                          | Yaounde |
| 8.  | BEBKIKI Abraham              | KEITEKOUKA                                            | 699988543              |                                                                          | Garoua  |
| 9.  | BILOA MBALLA                 | ASBY                                                  | 679811391              |                                                                          | Yaounde |
| 10. | BISSAKONOU Judes             | BAD                                                   |                        |                                                                          | Yaounde |
| 11. | BIYONG BIYONG Jean<br>Pierre | FAO                                                   | 699145029              | <a href="mailto:jean.biyongbiyong@fao.org">jean.biyongbiyong@fao.org</a> | Maroua  |
| 12. | BOUBAKARY Bello              | PAM                                                   | 699560791              | <a href="mailto:bello.boubakary@wfp.org">bello.boubakary@wfp.org</a>     | Garoua  |
| 13. | CHACVOURNE Céline            | Bayam Sellam                                          | 694138580              |                                                                          | Garoua  |
| 14. | DAILING Rosalie              | Technicien d'agriculture                              | 696196332              |                                                                          | Maroua  |
| 15. | DAIROU Yaya                  | Technicien d'agriculture                              | 697726138              |                                                                          | Maroua  |
| 16. | DEMAGAI Damaris              | Société Civile                                        | 677281852              |                                                                          | Mokolo  |
| 17. | DJILIE Francis               | PAM-CO                                                |                        |                                                                          | Yaounde |
| 18. | DJUIDJE Suzanne              | Société civile                                        | 678151778<br>691565132 | <a href="mailto:franckylaroch@yahoo.fr">franckylaroch@yahoo.fr</a>       | Maroua  |
| 19. | DONGMO Ghislaine             | PAM                                                   | 699202033              | <a href="mailto:ghislaine.dogmo@wfp.org">ghislaine.dogmo@wfp.org</a>     | Garoua  |
| 20. | FADIMATOU                    | Bayam Sellam                                          | 655158539              |                                                                          | Garoua  |
| 21. | FOKA née DOUDOU<br>Elisabeth | Chef de poste agricole<br>de Ngong                    | 697083292<br>679173873 |                                                                          | Garoua  |
| 22. | HAMADOU Paul                 | PAM                                                   | 699800313              | <a href="mailto:hamadou.paul@wfp.org">hamadou.paul@wfp.org</a>           | Garoua  |
| 23. | HAMIDOU Falama               | MINADER/Benoué                                        | 699998119              |                                                                          | Garoua  |
| 24. | HAROUNA                      | Délégation Régionale de<br>l'extrême nord<br>MINPROFF |                        |                                                                          | Maroua  |
| 25. | IBRAHIMA<br>HAMADOU AMINOU   | PAM-CO                                                |                        |                                                                          | Yaounde |
| 26. | IBRAHIMA Gomis               | PAM                                                   | 696943252              | <a href="mailto:ibrahimagomi@yahoo.fr">ibrahimagomi@yahoo.fr</a>         | Maroua  |
| 27. | IBRAHIMA GONI                | PAM                                                   |                        |                                                                          | Maroua  |

|     |                                           |                                                                 |                        |                                                                      |         |
|-----|-------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------|------------------------|----------------------------------------------------------------------|---------|
| 28. | KABUGI Emery                              | PAM                                                             | 699800006              | <a href="mailto:emery.kabugi@wff.org">emery.kabugi@wff.org</a>       | Maroua  |
| 29. | KATIALA Justin                            | Conseiller GIC NAROUBE                                          | 661114044              |                                                                      | Garoua  |
| 30. | LAKREO Djaoutouang                        | Cultivateur                                                     |                        |                                                                      | Maroua  |
| 31. | MAHAMADOU Illa                            | PAM-CO                                                          |                        |                                                                      | Yaounde |
| 32. | MANGYANG<br>TAOUKISSAM Jacques            | Société civile                                                  | 679628632<br>696683974 | <a href="mailto:taojackweben@yahoo.fr">taojackweben@yahoo.fr</a>     | Maroua  |
| 33. | MEDEPE Alphonse                           | Cultivateur                                                     | 694791993              |                                                                      | Garoua  |
| 34. | MIAN DIANGONE                             | ONUFEMMES                                                       |                        |                                                                      | Yaounde |
| 35. | MOHAMAT Souwa                             | Cultivateur                                                     | 690285397              |                                                                      | Maroua  |
| 36. | MOMEGNI GAKAM<br>Martine Epiphane         | Société civile                                                  | 670578635<br>693429023 | <a href="mailto:martinemomegni@yahoo.fr">martinemomegni@yahoo.fr</a> | Maroua  |
| 37. | MOUCHOUMA Messeri                         | Commerçante                                                     | 694398044              |                                                                      | Maroua  |
| 38. | NETOUTI Rahab                             | Association Vendeuse de poisson frais                           | 690635973              |                                                                      | Garoua  |
| 39. | NGOK Alain Emmanuel                       | Chef de Cabinet du Délégué du Gouvernement auprès de la CUM     |                        |                                                                      | Maroua  |
| 40. | NGORO                                     | ONU-FEMMES                                                      |                        |                                                                      | Yaounde |
| 41. | NYAGO DINGBA Justin                       | PNSA                                                            | 694927033              | <a href="mailto:inyagod@gmail.com">inyagod@gmail.com</a>             | Maroua  |
| 42. | ONGOLA                                    | MINPROFF                                                        |                        |                                                                      | Yaounde |
| 43. | OUMAROU                                   | Centre d'Appui à l'Auto Promotion Pour le Développement Durable |                        |                                                                      | Mokolo  |
| 44. | OUMAROU Ousmanou                          | MINADER                                                         | 696055035              |                                                                      | Maroua  |
| 45. | PRUSCINI Elvira                           | PAM-CO                                                          | 690100570              |                                                                      | Yaounde |
| 46. | RAMATOU Nora Eps<br>ALIA Toussou          | Vendeuse farine mais et manioc                                  | 695098385<br>671941044 |                                                                      | Garoua  |
| 47. | SADJO                                     | MINADER                                                         | 678149694              |                                                                      | Mokolo  |
| 48. | SAIDOU Pierre                             | Commerçant                                                      | 694784051              |                                                                      | Maroua  |
| 49. | TAICHO Juliène                            | Technicien d'agriculture                                        | 694645439              |                                                                      | Maroua  |
| 50. | TCHADIEU TCHAPYA<br>Guilaine              | Plan-International                                              | 696757522              | <a href="mailto:gtchadieu@gmail.com">gtchadieu@gmail.com</a>         | Maroua  |
| 51. | TCHATCHOUANG<br>NANFANG Yannick<br>Franck | Société civile                                                  | 694217453              | <a href="mailto:nanfangyannick@yahoo.fr">nanfangyannick@yahoo.fr</a> | Maroua  |
| 52. | TCHILENA Yanoussa                         | Technicien d'agriculture                                        | 699646137              |                                                                      | Maroua  |
| 53. | WADJONRE Jacques<br>Desire                | GIC DEMRI                                                       | 674111870<br>655108927 |                                                                      | Garoua  |
| 54. | YAHANI ADA                                | Commerçante                                                     | 696289988              |                                                                      | Maroua  |
| 55. | ZAINA Madelaine                           | GIC DEMRI                                                       | 690534213              |                                                                      | Garoua  |
| 56. | ZOUA Jeannette                            | Centre Social/Assistante                                        | 698878157              |                                                                      | Garoua  |

