



Genre et Marchés : Autonomiser les femmes sur les marchés alimentaires

Étude de cas : la cuisine de rue à Abidjan, Côte d'Ivoire

VAM Étude Genre et Marchés #8

2017



USAID
FROM THE AMERICAN PEOPLE

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 basées sur le genre 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, 2017
Copyright © **Programme Alimentaire Mondial**
Bureau Régional Dakar

Auteurs : Johana Simao

Pour plus d'information, contacter :

Programme Alimentaire Mondial

Simon Renk (Conseiller Régional des Marchés) :

simon.renk@wfp.org

Desiree Lwambo (VAM Spécialiste Genre) :

desiree.lwambo@wfp.org

SOMMAIRE

Remerciements	5
Résumé exécutif	6
Introduction	9
<i>I. Présentation de l'initiative Genre et Marchés</i>	9
<i>II. Éléments de contexte de la Côte d'Ivoire et justification de l'étude</i>	9
1. Une croissance économique aussi exponentielle que l'urbanisation	9
2. Le Genre en Côte d'Ivoire	11
3. La pertinence de l'étude du genre liée à la sécurité alimentaire urbaine en Côte d'Ivoire.....	11
<i>III. Objectifs de l'étude et questions spécifiques</i>	13
<i>IV. Méthodologie de l'étude de cas</i>	13
1. Revue littéraire	13
2. Partenaires clé de l'étude	13
3. Echantillon d'enquête.e.s.....	14
4. Ciblage géographique.....	15
<i>V. Limites de l'étude</i>	Erreur. Il segnalibro non è definito.
Les marchés alimentaires et la restauration en milieu urbain : une économie portée majoritairement par les femmes ivoiriennes	19
<i>I. Profil socio-économique des vendeuses/eurs et consommateurs/trices</i>	19
1. La cuisine de rue, une activité associée aux femmes, filles, mères et épouses de tous âges	19
2. Niveau d'éducation et motivations à exercer l'activité.....	20
3. Des origines sociales et ethniques justifiant l'accès au métier	21
4. Des consommateurs et consommatrices aux profils diversifiés	23
<i>II. Division des rôles au sein des marchés alimentaires</i>	25
1. Ce que vendent les femmes et les hommes	25
2. Un approvisionnement quotidien et périlleux majoritairement assuré par des femmes	26
3. Productrices et producteurs	27
<i>III. La contribution à la sécurité alimentaire et nutritionnelle de la cuisine de rue à Abidjan</i>	28
1. L'offre alimentaire de la cuisine de rue	28
2. Enjeux nutritionnels de la cuisine de rue abidjanaise	31
3. Conditions et enjeux sanitaires de la cuisine de rue.....	32
<i>IV. Défis spécifiques des femmes dans la cuisine de rue</i>	34
1. Difficultés financières	35
2. Pénibilité et dangerosité sanitaire du travail	36
3. Vie maritale et familiale à concilier.....	38
4. Stratégies d'adaptation et solidarité.....	39
5. La prévalence alarmante de l'insécurité et des violences basées sur le genre	40
<i>V. La chaîne de valeur genrée du manioc</i>	42
1. Schéma de la chaîne de valeur du manioc et de sa transformation	42
2. Défis spécifiques des femmes transformatrices de manioc	44
<i>VI. Améliorations souhaitées et solutions programmatiques envisageables</i>	47
1. Appui et gestion financière	47
2. Améliorer l'accès à l'eau et l'énergie	48
3. Diversification et fortification de l'offre alimentaire.....	48
4. Garderies d'enfants	48
5. Renforcer les logiques de coopératives pour s'assurer une visibilité.....	48
6. Assurer un personnel de sécurité et sensibiliser contre les VBG.....	49
7. Cantines scolaires en milieu urbain.....	49
8. Assurer la protection sociale des vendeuses/eurs.....	49
9. Encourager les interventions en milieu urbain	49
<i>VII. Conclusions</i>	51
Annexe I : questions de recherche détaillées	54

Annexe II : Bibliographie.....	56
Annexe III : Liste des partenaires consultés	59
Annexe IV : Calendrier du terrain	61
Annexe V : Questionnaire individuel pour les vendeuses/eurs	63
Annexe VI : Questionnaire individuel pour les consommateurs/trices	73
Annexe VII : Questionnaire individuel pour les transformatrices	77

Remerciements

Les premiers remerciements vont tout d'abord à l'équipe de l'unité du VAM (Vulnerability Assessment and Mapping) du Bureau Régional Afrique de l'Ouest et Centrale du Programme Alimentaire Mondial (PAM) à Dakar, sans qui cette étude n'aurait pu être conçue. Merci donc à Desiree Zwanck Lwambo, Simon Renk, Karen Diop et Matthieu Tockert ainsi qu'au reste de l'équipe (dont Marika Guderian, hors du VAM) pour leur appui et leurs conseils depuis la conception jusqu'à la finalisation de l'étude.

Un grand merci également au Bureau Pays de la Côte d'Ivoire pour son vif intérêt pour l'étude ainsi que son soutien sans faille tout au long de celle-ci. Les membres de l'équipe du VAM (Moyabi Sylla, Wilfried Affeli) ainsi que de toutes les autres unités (dont Madame la Représentante Adeyinka Badejo et la Chargée de Programme Rachel Pierre) ont permis d'ancrer cette étude dans le contexte ivoirien et dans la lignée de ce que réalise le PAM en Côte d'Ivoire. Merci aux chères stagiaires Emma Aké, Raïcha Séré et Blanche Tah qui ont activement participé à l'avancée de l'étude.

Merci infiniment aussi à l'Organisation d'aide à la Commercialisation des Produits Vivriers (OCPV) dont le partenariat a été fondamental pour le travail de terrain qui n'aurait pas été aussi efficace sans eux. Noël Kouable, ainsi que les enquêteurs/trices Flora Gnazebo, Yannick Irie Bi Tra, Marie-Paule Loba et Yaya Toure ont été des acteurs centraux de cette étude de cas. Merci aux quatre enquêtrices/teurs pour leur approche bienveillante auprès des femmes et des hommes qui ont pu se livrer à nous grâce à eux.

Merci enfin et surtout à toutes celles qu'on appelle les « mamans », les « sœurs » ainsi qu'aux quelques « papas » rencontrés sur le terrain, qui nourrissent chaque jour une multitude d'Ivoiriens. Merci pour leur temps, pour leur énergie, leurs sourires et leurs confidences, parfois si délicates qui ont montré leur confiance. Merci aussi à celles qui ont pu montrer des réticences voire de l'hostilité car elles nous ont fait d'autant mieux comprendre leurs situations, leur marginalisation et par là même l'intérêt de cette étude.

NB : Les crédits de l'ensemble des photos intégrées dans ce rapport reviennent à la consultante en charge de l'étude.

Résumé exécutif

L'initiative Genre et Marchés dont la Phase I à été lancée par le PAM (Programme Alimentaire Mondial des Nations Unies) en septembre 2015 a pour objectif général de comprendre les rôles et défis spécifiques des femmes et des hommes sur les marchés alimentaires en Afrique de l'Ouest ainsi que leur contribution à la sécurité alimentaire¹². La phase II actuelle cherche à comprendre des enjeux plus spécifiques de la question liés à des contextes particuliers afin d'approfondir les connaissances sur la thématique double du genre et des marchés. Dans le cas de la Côte d'Ivoire, c'est l'urbanisation galopante du pays, notamment à Abidjan où elle est d'autant plus manifeste, qui a justifié le choix du focus autour de la cuisine de rue portée massivement par les femmes. En effet, la cuisine de rue fait partie intégrante de l'alimentation des habitants.e.s³ d'Abidjan, pour tous leurs repas et notamment les déjeuners pour les travailleurs/euses. Ainsi, cette étude démontre la contribution massive de la cuisine de rue à la sécurité alimentaire et nutritionnelle des Abidjanais.es, ainsi que des défis en termes d'apports nutritionnels, de conditions sanitaires et de travail, d'accessibilité et de sécurité pour les femmes vendeuses et rares hommes. Également, le manioc étant présent dans la quasi totalité des repas consommés dans la rue, l'analyse de sa chaîne de valeur (dont les femmes sont les majeures parties prenantes) a été intégrée à l'étude et souligne la pénibilité du travail de transformation du manioc pour les femmes.

Dans sa mise en œuvre, l'étude s'est donc déroulée majoritairement en milieu urbain, dans l'ensemble des communes d'Abidjan afin de

démontrer également les stratifications de la ville à travers leur impact sur la cuisine de rue. Des usines de transformation d'attiéké (semoule de manioc) en brousse, autour d'Abidjan ont également été ciblées. Les questionnaires se sont adressés majoritairement aux vendeuses et vendeurs de cuisine de rue, mais aussi aux consommateurs/trices de ces repas ainsi qu'aux transformatrices de manioc afin de comprendre comment fonctionne la chaîne de valeur.

Les résultats de l'étude ont tout d'abord confirmé que la cuisine de rue est un métier féminin, occupé à près de 90% par des femmes. Les rares hommes dans le métier sont des Nigériens préparant le garba (thon frit avec de l'attiéké). Les repas préparés dans la rue sont consommés dans toutes les communes d'Abidjan mais désertent de plus en plus les communes aisées ou d'affaires par opérations de déguerpissements ainsi que du fait de changement des comportements alimentaires urbains. La cuisine de rue contribue donc à la sécurité alimentaire et nutritionnelle de nombreux/ses Abidjanais.e.s, notamment de classe moyenne à populaire. La grande majorité consomme du manioc à chaque repas, le plus souvent agrémenté de poisson et dans une moindre mesure de viande. Les légumes occupent une place mineure dans l'alimentation de rue. Des carences, notamment en vitamines et en minéraux essentiels tels que le fer peuvent donc facilement dériver de la consommation régulière des repas servis dans la rue. Une consommation massive voire parfois exclusive du manioc implique des risques de surpoids du fait de sa richesse en amidon. Outre l'aspect nutritionnel, les conditions sanitaires des espaces de cuisine de rue peuvent engendrer des contaminations et des maladies et n'inspirent parfois pas confiance auprès des consommateurs/trices.

L'étude auprès des consommateurs/trices a démontré que les deux tiers d'entre eux/elles sont des hommes qui, pour la plupart, travaillent

¹ World Food Programme (WFP). « West Africa Gender and Markets Initiative: Working towards Zero Hunger by Empowering West African Women », s. d. <http://resources.vam.wfp.org/node/106>.

² World Food Programme (WFP), et Regional Office for West and Central Africa. « Gender and Markets in West Africa: Secondary Data Review ». Dakar, août 2016.

³ Ce rapport adopte l'écriture « inclusive », sensible au genre, visant à représenter équitablement les femmes et les hommes. Pour plus d'informations : <http://www.ecriture-inclusive.fr/>

à proximité des espaces de cuisine de rue. La proximité du lieu de travail est également la principale motivation des femmes consommatrices. Le coût peu élevé de la cuisine de rue est également un critère majeur de choix. Accessible physiquement et financièrement, beaucoup d'Abidjanais.e.s en dépendent et ne pourraient s'alimenter s'ils/elles ne pouvaient y avoir recours.

L'étude a permis d'identifier des difficultés communes aux vendeuses et vendeurs de cuisine de rue mais également des défis concernant spécifiquement les femmes.

Les difficultés financières touchent toutes et tous. En effet, l'activité est peu rentable et certain.e.s doivent parfois vivre à crédit, en se ravitaillant quotidiennement avant l'aube dans les marchés grossistes des quartiers populaires pour faire leurs stocks de produits pour la journée et ce, avec le maigre bénéfice de la veille, parfois insuffisant.

Le fardeau de la vie familiale touche beaucoup plus les femmes que les hommes car elles ont, pour beaucoup d'entre elles, leurs enfants à charge sur leur lieu de travail, notamment leurs filles qui les épaulent dans leurs activités. Le travail des enfants sur les marchés est une réalité qui empêche la plupart de ces enfants d'être scolarisés (60% d'entre eux ne le sont pas). Cela limite leurs perspectives de mobilité sociale et comporte pour eux un risque de sombrer dans la délinquance ou la criminalité, se sentant désoeuvrés.

L'insécurité affecte bien plus massivement les femmes que les hommes. Sur leurs lieux de travail, femmes et hommes craignent les vols commis notamment par les enfants et adolescents en conflit avec la loi (familièrement appelés « microbes »). Plus dangereux encore, les trajets d'approvisionnement de nuit aux marchés populaires d'Adjamé ou Abobo ou encore directement aux champs de production exposent les femmes à des risques majeurs de violences basées sur le genre, du viol jusqu'à la prostitution forcée par des coupeurs de routes et des producteurs afin de leur vendre leurs produits.

La première amélioration souhaitée par les vendeuses/eurs de cuisine de rue est l'accès aux crédits leur permettant de développer leur activité, notamment en réaménageant leur espace et en faisant l'acquisition de moyens de stockage leur évitant des déplacements quotidiens pour le ravitaillement. Le réaménagement de leur espace devra consister également à le rendre plus propre et vivable, avec un meilleur accès à l'eau et à l'électricité notamment. En plus d'encourager le gouvernement et les institutions financières à accorder des crédits à ces femmes et hommes qui nourrissent les Abidjanais.e.s tous les jours, le PAM exhorte également les autorités ivoiriennes à renforcer les programmes de cantines scolaires urbaines à Abidjan. Les vendeuses/eurs de cuisine de rue prépareraient des repas pour les cantines des écoles où leurs enfants pourraient être éduqués et ces repas bénéficieraient de fortification nutritionnelle, notamment le manioc. L'activité des femmes et de quelques hommes serait ainsi formalisée et des crédits leurs seraient plus facilement accordés afin de développer au mieux leur activité, tout en suivant des formations en gestion, notamment financière car la vente de cuisine de rue constitue une véritable entreprise.

Afin d'améliorer les conditions sanitaires des espaces de cuisine de rue, et en conséquence la sécurité alimentaire et nutritionnelle, vendeuses/eurs ainsi que consommateurs/trices devront être sensibilisés aux mesures d'hygiène, à la nutrition et plus largement à la santé.

Enfin, il sera primordial de mener des campagnes de sensibilisation aux violences basées sur le genre afin de répondre à la prévalence alarmante de l'insécurité affectant démesurément les femmes. Plus largement, ces campagnes devront sensibiliser à l'égalité des genres non seulement autour des espaces de cuisine de rue mais aussi dans le reste de la ville et des campagnes afin d'éveiller les consciences sur la question. Pour ce faire, le PAM adressera cette recommandation à ses partenaires oeuvrant dans ce domaine spécifiquement car ce n'est pas le mandat du PAM.

Introduction

I. Présentation de l'initiative Genre et Marchés

Depuis septembre 2015, l'équipe du VAM (Vulnerability Analysis and Mapping) du Bureau Régional de l'Afrique de l'Ouest et Centrale du PAM (Programme Alimentaire Mondial) travaille sur l'initiative « Genre et Marchés : autonomiser les femmes sur les marchés alimentaires en Afrique de l'Ouest », avec l'appui de l'USAID. L'initiative vise à constituer une solide base de données explicitant les rôles et défis spécifiques des femmes et des hommes dans les marchés alimentaires de la sous-région, et la contribution de ceux-ci à la sécurité alimentaire. La première phase s'étant étalée jusqu'en août 2016 a fourni des connaissances générales sur les rapports de genre au sein des marchés alimentaires⁴⁵. Elle a démontré que femmes et hommes sont présents tout le long de la chaîne de valeur agricole mais avec des rôles différents et que les femmes ont un accès bien plus limité aux ressources et aux moyens d'existence, renforçant leur vulnérabilité. La phase II de l'initiative, actuellement en cours, a pour but d'approfondir ces connaissances en se concentrant sur des enjeux plus spécifiques, notamment en élargissant la question du genre à l'âge et à la diversité sociale et culturelle, ainsi que de proposer des solutions programmatiques concrètes. L'un des enjeux spécifiques auquel s'intéresse cette phase II est l'urbanisation qui a imposé aux marchés alimentaires des villes, à travers la cuisine de rue, le défi d'assurer la sécurité alimentaire et nutritionnelle des citoyens toujours plus nombreux⁶. La phase II se focalise aussi sur l'étude des chaînes de valeur agricoles

⁴ World Food Programme (WFP). « West Africa Gender and Markets Initiative: Working towards Zero Hunger by Empowering West African Women », s. d. <http://resources.vam.wfp.org/node/106>.

⁵ World Food Programme (WFP), et Regional Office for West and Central Africa. « Gender and Markets in West Africa: Secondary Data Review ». Dakar, août 2016.

⁶ World Food Programme (WFP). « Programming Food Aid in Urban Areas : Operational Guidance, Guidelines for WFP Assistance in Urban Areas », 14 janvier 2004.

afin de comprendre les dynamiques de genre et ainsi d'évaluer l'autonomisation des femmes tout le long de cette chaîne. Des recherches plus spécifiques ainsi que des outils plus participatifs permettront de renforcer les connaissances et capacités en vue d'un plan d'action effectif.

II. Éléments de contexte de la Côte d'Ivoire et justification de l'étude

1. Une croissance économique aussi exponentielle que l'urbanisation

Depuis la sortie de la crise post-électorale de 2010-2011, le renouveau d'une stabilité et prospérité certaines en Côte d'Ivoire a été qualifié de retour du « miracle ivoirien ». Ce prétendu miracle est cependant très nuancé car d'énormes fragilités persistent. Le développement économique visible par une croissance du PIB fulgurante⁷ n'est que partiel car cette croissance apparente n'a pas amélioré les conditions de vie des plus pauvres, au contraire⁸. Seule une poignée d'Ivoiriennes et certains secteurs de l'économie (infrastructures, exploitation des matières premières) profitent de cette création de richesses, tandis qu'une large part de la population, notamment la plus vulnérable, se voit encore plus paupérisée⁹. L'économie agro-alimentaire ainsi que ses acteurs et actrices font partie de ces plus vulnérables notamment du fait qu'ils dépendent fortement des fluctuations des cours du marché, en particulier du cacao. L'instabilité, notamment liée à la crise post-électorale de 2010-2011, bien que considérablement amoindrie, reste dissimulée

⁷ Le taux de croissance annuelle du PIB ivoirien oscille autour des 10% depuis 2012 ; Source : Banque Mondiale <http://donnees.banquemondiale.org/indicateur/NY.GDP.MKTP.KD.ZG?locations=CJ>

⁸ De Vergès, Marie. « Les Fragilités Du Nouveau Miracle Ivoirien. » *Le Monde*, février 2015. http://www.lemonde.fr/afrique/article/2017/02/18/les-fragilites-du-nouveau-miracle-ivoirien_5081733_3212.html.

⁹ KRAMO, Germain. « Côte d'Ivoire : L'inextricable Duo Croissance - Pauvreté. » *Contrepoints*, 15 juin 2015 <https://www.contrepoints.org/2015/06/15/210988-cote-divoire-linextricable-duo-croissance-pauvrete>.

derrière les réussites économiques apparentes du pays. Les mouvements migratoires impliqués par les crises qui ont miné le pays depuis une longue décennie ne sont pas totalement achevés car environ 60 000 réfugié.e.s ivoirien.ne.s se trouvent encore dans les pays limitrophes et quelques 20 000 devraient retourner en Côte d'Ivoire cette année, en 2017¹⁰. Il résulte de ces fragilités multiples un IDH (Indice de Développement Humain) assez faible de 0.474¹¹, et un taux élevé d'Ivoirien.ne.s vivant sous le seuil de pauvreté (au sens des Nations Unies, soit avec moins de 1,22 USD par jour) : 46,3%¹². Cet Indice de Développement Humain faible et de niveau de pauvreté élevé se reflètent dans la prévalence de l'insécurité alimentaire et nutritionnelle inquiétante car elle touche 12,8% de la population¹³ et en particulier les femmes et les enfants. En 2013, encore 10% enfants décédaient avant l'âge de 5 ans¹⁴, 8% des enfants de la même tranche d'âge souffraient de malnutrition aiguë (2012) et 29,8% d'entre eux avaient un retard de croissance – avec de grandes disparités selon les régions, les régions du Nord et de l'Ouest étant les plus touchées. L'exposition aux maladies infectieuses est aussi un important facteur de vulnérabilité et de mortalité (paludisme, VIH et infections respiratoires, notamment en milieu urbain), surtout en cas d'inaccessibilité aux infrastructures et services de santé et d'assainissement (en prenant en compte le fait qu'une accessibilité physique, plus commune en milieu urbain n'implique pas toujours une accessibilité financière, frein important à la prise

en charge médicale). Enfin, les déficiences en micronutriments et l'anémie sont particulièrement sévères chez les femmes et les enfants : 75% des enfants sont atteints d'anémie et 54% des femmes ont des déficiences en micronutriments, ce qui est d'autant plus dangereux pour les femmes enceintes et allaitantes et dénote un manque d'éducation nutritionnelle¹⁵.

L'urbanisation galopante est naturellement corrélée au taux de croissance économique fulgurant de la Côte d'Ivoire. Entre la crise de 2010-2011 et aujourd'hui, le pays a gagné environ 3 millions d'urbain.e.s¹⁶, notamment dans les plus grandes villes (Abidjan en premier lieu, puis Bouaké et San Pedro), qui accueillent de surcroît les PDIs (Personnes Déplacées Internes) de retour – et qui n'étaient pas nécessairement originaires de ces villes. Nourrir ces villes, où la pauvreté s'accroît à mesure qu'elles s'étendent, est alors un défi de taille auquel la cuisine de rue, et les marchés alimentaires plus largement, tentent de répondre. Peu d'études se concentrent sur la problématique des marchés alimentaires urbains et de la cuisine de rue en particulier, dont les femmes sont de loin les actrices majeures dans les villes ivoiriennes. De ce fait, rares sont les données qui permettent d'analyser les rôles et défis spécifiques des femmes, hommes, filles et garçons sur les marchés alimentaires urbains et dans quelle mesure l'offre alimentaire de ces marchés contribue à la sécurité alimentaire et nutritionnelle des populations. Abidjan, capitale économique de la Côte d'Ivoire et absorbant le nombre le plus élevé de nouveaux/elles urbain.e.s a donc été choisie pour cette étude afin d'évaluer l'impact de son urbanisation sur la sécurité alimentaire et nutritionnelle à travers l'analyse des enjeux de la cuisine de rue avec une perspective genre. Cette étude permettra d'outiller le PAM et ses partenaires afin de mieux

¹⁰ RAINFROY, Claire. "Près de 20 000 Réfugiés Ivoiriens Devraient Regagner La Côte d'Ivoire En 2017." *JeuneAfrique.com*, June 20, 2017. <http://www.jeuneafrique.com/449667/societe/cote-divoire-plus-de-59-000-refugies-ivoiriens-region-20-000-retours-attendus-2017/>.

¹¹ United Nations Development Programme (UNDP). « Human Development Data (1990-2015) ». Consulté le 21 juin 2017. <http://hdr.undp.org/en/data>.

¹² World Food Programme (WFP). « Côte d'Ivoire Transitional Interim Country Strategic Plan (Year 2018) », août 2017. https://docs.wfp.org/api/documents/b08d14db19de44b8bbdaa28b9c4ca9f4/download/?_ga=2.91461529.2071601734.1509898380-1218755328.1509898380.

¹³ *idem*

¹⁴ International Food Policy Research Institute. « 2015 Nutrition Country Profile: CÔTE D'IVOIRE ». *Global Nutrition Report*. Consulté le 21 juin 2017. <http://ebrary.ifpri.org/utills/getfile/collection/p15738coll2/id/129915/filename/130126.pdf>.

¹⁵ World Food Programme (WFP). « Côte d'Ivoire Transitional Interim Country Strategic Plan (Year 2018) », août 2017.

https://docs.wfp.org/api/documents/b08d14db19de44b8bbdaa28b9c4ca9f4/download/?_ga=2.91461529.2071601734.1509898380-1218755328.1509898380.

¹⁶ Banque Mondiale. « Population urbaine, Côte d'Ivoire | Data ». Consulté le 21 juin 2017.

<https://donnees.banquemondiale.org/indicateur/SP.URB.TOTL?locations=CI&view=chart>.

répondre aux défis identifiés des femmes et des hommes.

2. Le Genre en Côte d'Ivoire

Sur 159 pays du monde évalués, la Côte d'Ivoire enregistre l'un des plus forts taux d'inégalités de genre (0.672) et est classée 155^{ème} concernant l'égalité des genres¹⁷. Le pays est donc l'un des plus inégalitaires au monde au niveau du genre, et ce, au détriment des femmes. Elles représentent 9,2% des membres du Parlement, touchent un salaire réduit de moitié environ par rapport à celui des hommes, sont 16,6% à avoir atteint un niveau secondaire d'éducation (contre 32,7% pour les hommes). Le chômage affecte les femmes de manière disproportionnée également car 57,8% de la population sans emploi est féminine.¹⁸ Concernant la vie sexuelle et reproductive des filles et femmes, 13,5% des adolescentes (15 – 19 ans) ont déjà eu un enfant et 645 femmes meurent encore en couche chaque année pour 100 000 naissances (chiffres de 2015)¹⁹. Malgré le fait que ces chiffres ne disent pas tout du fait du manque de fiabilité relatif des statistiques en Côte d'Ivoire, ils sont tout de même parlants et nous donnent une idée générale de la condition des femmes ivoiriennes.

Ces quelques indicateurs concernant la situation du genre en Côte d'Ivoire sont donc pour le moins désolants. Ils reflètent notamment la croissance économique partielle et partielle du pays précédemment étudiée. Les femmes font partie des plus vulnérables de la population qui bénéficient difficilement de cette croissance du fait d'avoir un accès bien plus limité à l'éducation, à la santé et à l'emploi formel que les hommes. Pourtant, si les décideurs et décideuses du pays investissaient dans la promotion de l'égalité des

genres, en améliorant l'accès des femmes aux secteurs clés et en sensibilisant l'ensemble de la population à l'élimination des discriminations envers les femmes, l'économie ivoirienne pourrait y gagner 6 à 8 milliards de dollars. C'est ce que conclut une étude récente de la Banque Mondiale (juillet 2017) focalisée sur la Côte d'Ivoire intitulée « Et si l'émergence était une femme ? »²⁰. Même si cette simulation peut être discutable, il reste indéniable que des femmes éduquées et en bonne santé sont plus productives économiquement, maîtrisent mieux leurs droits et leur corps et sont plus à même de donner une meilleure éducation, dont une meilleure alimentation à leurs enfants. Les femmes ciblées par l'initiative « Genre et Marchés » du PAM ont, pour la plupart d'entre elles, un niveau d'éducation faible voire inexistant, un nombre d'enfants parfois élevé, un emploi informel choisi souvent par défaut qui les maintient dans une insécurité permanente, notamment due à leur exposition constante aux violences basées sur le genre. Elles font donc évidemment partie de ces femmes qu'il est impératif de soutenir, non seulement financièrement mais aussi en leur accordant la reconnaissance, l'accessibilité, le cadre et la sécurité à la hauteur de leur rôle indispensable de contributrices majeures à la sécurité alimentaire du pays.

3. La pertinence de l'étude du genre liée à la sécurité alimentaire urbaine en Côte d'Ivoire

Quelques études portent sur les dynamiques de genre dans les marchés alimentaires mais de manière souvent partielle sans s'y focaliser spécifiquement. La plupart de ces études démontrent la limitation de l'accès aux ressources et de l'intégration dans la chaîne de valeur ainsi que la vulnérabilité des marchés alimentaires face aux crises qui affectent les

¹⁷ United Nations Development Programme (UNDP). « Table 5: Gender Inequality Index (GII) | Human Development Reports ». Consulté le 21 juin 2017. <http://hdr.undp.org/en/composite/GII>.

¹⁸ World Food Programme (WFP). « Côte d'Ivoire Transitional Interim Country Strategic Plan (Year 2018) », août 2017. https://docs.wfp.org/api/documents/b08d14db19de44b8bbdaa28b9c4ca9f4/download/?_ga=2.91461529.2071601734.1509898380-1218755328.1509898380.

¹⁹ *idem*

²⁰ World Bank. « Situation économique en Côte d'Ivoire : et si l'émergence était une femme ? » The World Bank, 1 juillet 2017. <http://documents.worldbank.org/curated/en/374581499668123584/Situation-%C3%A9conomique-en-C%C3%B4te-d-Ivoire-et-si-l-emergence-%C3%A9tait-une-femme>.

femmes de manière disproportionnée.²¹ L'indicateur du Women's Empowerment in Markets Index (WEMI – Indice d'Autonomisation des Femmes dans les Marchés²²) vient d'être développé par l'unité du VAM afin de compléter le Women's Empowerment in Agriculture Index (WEAI – Indice d'Autonomisation des Femmes dans l'Agriculture). Aucun de ces indices n'a été mesuré en Côte d'Ivoire.

L'étude de cas pourra donc venir pallier à ce manque en fournissant des données nécessaires à la mesure de ces deux indicateurs, notamment le WEMI, ainsi qu'à leur éventuelle adaptation.

La question de la sécurité alimentaire en milieu urbain est émergente car les villes sont souvent vues comme un environnement favorable à l'accès à une alimentation diversifiée. Or, les inégalités présentes en milieu urbain se creusent avec l'urbanisation. L'Institut National de la Statistique en Côte d'Ivoire, conscient de ce fossé scientifique, a mené une étude poussée sur la vulnérabilité alimentaire en milieu urbain, en se focalisant sur le cas d'Abidjan²³. Cependant, encore aucune étude ne porte spécifiquement sur la cuisine de rue, le rôle prépondérant que les femmes y jouent et sa contribution à la sécurité alimentaire et nutritionnelle urbaine - et ce, en Côte d'Ivoire. Pourtant la problématique multiple a un intérêt majeur non seulement en termes de sécurité alimentaire mais aussi d'un point de vue socio-culturel. C'est pourquoi il est important d'élargir la question du genre à celle de l'âge, de la diversité (sociale, ethnique, culturelle) et des identités. L'exposition des femmes sur les marchés aux violences basées sur le genre (VBG), par exemple, est un facteur socio-culturel qu'il est

indispensable de considérer.²⁴ Aussi, l'étude se voulant particulièrement sensible aux enjeux culturels spécifiques à la Côte d'Ivoire liés à l'alimentation et au genre, il a semblé pertinent de porter une attention particulière au manioc dans le cadre de l'étude des chaînes de valeur agricoles. En effet, il est l'aliment de base des Ivoiriens et sa chaîne de valeur est très genrée, les femmes étant en charge de sa (pénible) transformation ainsi que de sa commercialisation, tandis que les hommes ont tendance à s'occuper de sa production, à laquelle les femmes participent également.

De ce fait, face au défi de l'urbanisation croissante ainsi que des inégalités de genre et de l'insécurité alimentaire persistantes, il est donc judicieux de mener une étude focalisée sur les enjeux de la cuisine de rue en milieu urbain afin d'outiller le PAM et ses partenaires de données et de solutions qui répondent à ce défi de taille.

²¹ CARE. « Resilient Markets, Strengthening women's economic empowerment and market systems in fragile settings », 2016. https://insights.careinternational.org.uk/media/k2/attachments/CARE_Resilient-markets-briefing-paper_2016.pdf.

²² World Food Programme (WFP). « Assessing Women's Empowerment for Market-Based Humanitarian Action : A proposal for the Women's Empowerment in Markets Index (WEMI) », août 2016.

²³ Institut National de la Statistique, Ministère de la Santé et de la Lutte contre le Sida, et Ministère de l'Agriculture. « Enquête sur la vulnérabilité alimentaire en milieu urbain : cas de la ville d'Abidjan », Mai 2013. http://www.ins.ci/n/templates/docss/vulalim_urbain.pdf.

²⁴ World Food Programme (WFP). « Gender-Based Violence Manual, Emergencies and Transitions Unit (OSZPH), Programme and Policy Division », novembre 2016.

III. Objectifs de l'étude et questions spécifiques

L'étude de cas « Genre et Marchés » en Côte d'Ivoire a plusieurs objectifs :

- Comprendre les rôles et défis spécifiques des femmes et des hommes travaillant sur les marchés alimentaires urbains, notamment dans la cuisine de rue ;
- Savoir dans quelle mesure la cuisine de rue contribue à la sécurité alimentaire et nutritionnelle urbaine
- maîtriser les enjeux et connaître les parties prenantes de la chaîne de valeur générée du manioc
- Outiller le PAM et ses partenaires afin d'améliorer la sécurité alimentaire urbaine et les conditions de travail et de vie des actrices et acteurs de la cuisine de rue et de la chaîne de valeur du manioc

Afin d'atteindre ces objectifs, des **questions de recherches** recouvrant les thématiques et sous-thématiques liées au genre et aux marchés ont orienté l'étude de cas et sont disponibles en **Annexe I**.

IV. Méthodologie de l'étude de cas

1. Revue littéraire²⁵

La revue littéraire a permis de préciser les questions de recherche et d'intégrer certaines thématiques à l'étude et donc aux questionnaires. L'importance des questions de résilience, des déplacements (pour l'approvisionnement mais aussi les migrations dues aux conflits) ainsi que des violences basées sur le genre a été avérée lors de l'étude des données secondaires et littéraires.

Egalement, cette première phase d'analyse a permis de fournir des faits et chiffres clés concernant l'économie et la société ivoiriennes, ses dynamiques de genre et, bien entendu, ses enjeux de sécurité alimentaire.

Les documents consultés proviennent majoritairement du PAM qui a une compétence de plus en plus solide de l'analyse de genre et fournit donc des guides extrêmement utiles. Ils proviennent également des autres institutions ivoiriennes ainsi que de l'USAID et d'ONGs compétentes en matière de genre, marchés et sécurité alimentaires. Des documents établis par le gouvernement ivoirien ont également été utiles, notamment pour des statistiques ainsi que des articles journalistiques et ouvrages scientifiques.

2. Partenaires clés de l'étude²⁶

Plusieurs expert.e.s de divers secteurs (genre, nutrition, protection, VAM) du bureau régional Afrique de l'Ouest du PAM à Dakar (RBD) ainsi qu'au bureau pays de la Côte d'Ivoire ont été rencontrés.e.s. Ils et elles ont permis à la consultante d'être mieux informée sur les travaux en cours au PAM dans la région Afrique de l'Ouest et en Côte d'Ivoire, ainsi que sur les méthodes utilisées par le PAM, en particulier le VAM. Également, ils lui ont permis d'orienter sa recherche en proposant d'exploiter certaines

²⁵ Liste des documents et papiers consultés en Annexe II

²⁶ Voir la liste complète des partenaires consultés en Annexe III

problématiques relatives à leurs domaines d'expertise respectifs.

D'autres agences ousiniennes ou non-gouvernementales avec lesquelles le PAM a l'habitude de travailler ont été contactées afin de partager ensemble des pistes de recherche pour l'étude. Cependant, du fait d'incompatibilités de calendrier pour certaines et de désintérêt manifeste pour d'autres, les rencontres n'ont pas été possibles.

De ce fait, beaucoup des partenaires rencontrés se sont avérés être des acteurs présents sur le terrain ciblés dans le cadre de l'étude, notamment des président.e.s de coopératives de producteurs/trices et commerçant.e.s, particulièrement au fait des réalités de la thématique du genre liée à la sécurité alimentaire urbaine. Ils et elles ont apporté une vraie richesse à l'étude, ce qui a pallié au manque de rencontres avec les partenaires habituels.

Afin de s'assurer de l'efficacité des enquêtes de terrain, un partenaire a été privilégié par le PAM Côte d'Ivoire : **l'OCPV (Office d'aide à la Commercialisation des Produits Vivriers)**²⁷. L'Organisation, qui dépend du ministère du commerce ivoirien, étudie sur le terrain les enjeux des marchés alimentaires et définit les politiques visant à améliorer l'approvisionnement, la distribution et la commercialisation des produits vivriers présents sur ces marchés. L'OCPV a donc une connaissance fine des marchés alimentaires du pays, notamment à Abidjan. La structure a fortement contribué au ciblage géographique des marchés, espaces de restauration (cuisine de rue) et usines de transformation du manioc et à l'organisation d'entretiens et focus groups avec des opérateurs économiques pertinents grâce à ses relations. Quatre enquêtrices et enquêteurs (deux femmes et deux hommes) ont été recrutés auprès de l'OCPV et ont mené les enquêtes sur le terrain avec la consultante en charge de l'étude.

3. Echantillon d'enquêtées

Les enquêtes de terrain se sont déroulées sur quatre semaines (soit 20 jours de travail) à Abidjan et sa région²⁸. L'équipe, composée de deux enquêteurs, deux enquêtrices de l'OCPV et de la consultante du PAM s'est rendue sur tous les lieux préalablement ciblés afin de procéder aux enquêtes de terrain. Trois types de questionnaires ont été élaborés pour les enquêtes : un destiné aux vendeuses/eurs de nourriture de rue²⁹, un second pour les consommateurs/trices de cette même nourriture³⁰ et enfin un dernier destiné aux transformatrices de manioc³¹.

Ensemble, ils/elles ont questionné individuellement :

- 146 vendeuses et vendeurs de cuisine de rue (129 femmes et 17 hommes)
- 11 transformatrices de manioc (toutes des femmes)
- 74 consommateurs/trices de nourriture de rue (51 hommes et 23 femmes)
- 3 présidentes et 2 présidents de coopératives

Soit un total de **246 personnes enquêtée.e.s individuellement (166 femmes et 80 hommes)**.

En plus de ces enquêtes individuelles, **11 focus groups ont été réalisés**, (dont 7 composés uniquement de femmes) regroupant environ 10 opérateurs/trices économiques à chaque fois, ce qui ajoute une centaine de personnes à notre échantillon (parfois certain.e.s participantes ne restaient pas pendant tout le focus group à cause de leurs obligations, notamment familiales pour les femmes, donc le nombre de participant.e.s est un peu variable) :

²⁷ « OCPV : Office d'Aide à la Commercialisation des Produits Vivriers ». Consulté le 28 juin 2017. <http://www.ocpv.info/Missions>.

²⁸ Voir le calendrier de terrain en Annexe IV

²⁹ Voir annexe V

³⁰ Voir annexe VI

³¹ Voir annexe VII

- 7 focus groups avec des vendeuses/eurs de cuisine de rue (**dont 4 composés uniquement de femmes ; les hommes qui composaient les 3 autres focus groups étaient le plus souvent chargés de bureau/d'administration du marché où se déroulait l'enquête**)
 - 1 focus group avec des producteurs et productrices de manioc
 - 3 focus groups avec des transformatrices de manioc (**femmes uniquement**)
- L'échantillon total se mesure donc à **environ 366 personnes interrogées**.

4. Ciblage géographique

Le choix des lieux d'enquête avait pour but premier d'assurer au mieux la représentativité de la région d'Abidjan dans toute sa diversité. En effet, en tant que métropole de plus de 4 millions d'habitants, Abidjan est très stratifiée et inégalitaire selon ses quartiers. Des quartiers très divers, des plus aisés aux plus paupérisés ont été ciblés pour l'étude afin de comprendre les différents enjeux de l'activité de la cuisine de rue selon le niveau de vie du quartier et, plus généralement, l'environnement. Lorsqu'un « marché » est ciblé, il faut entendre qu'au sein de ces marchés ce sont les espaces dédiés à la cuisine de rue qui ont fait l'objet d'études, en plus d'un éventuel entretien avec la/le(s) responsable(s) de ces marchés afin qu'elle/il(s) nous autorisent à faire notre enquête et nous donnent des informations quant au fonctionnement des activités.

Les communes suivantes ont été ciblées ainsi que ces différents lieux dans chacune des communes :

- **Cocody** : commune généralement aisée, mais avec des stratifications internes. C'est pourquoi différents lieux ont été choisis dans Cocody, des mieux aménagés (Allocodrome de Cocody par exemple) aux plus insalubres (Marché de Colombie)
 - **Allocodrome de Cocody**
 - **Espace de cuisine de rue face à l'allocodrome**
 - **Marché de Cocovico**
 - **Marché de Colombie**

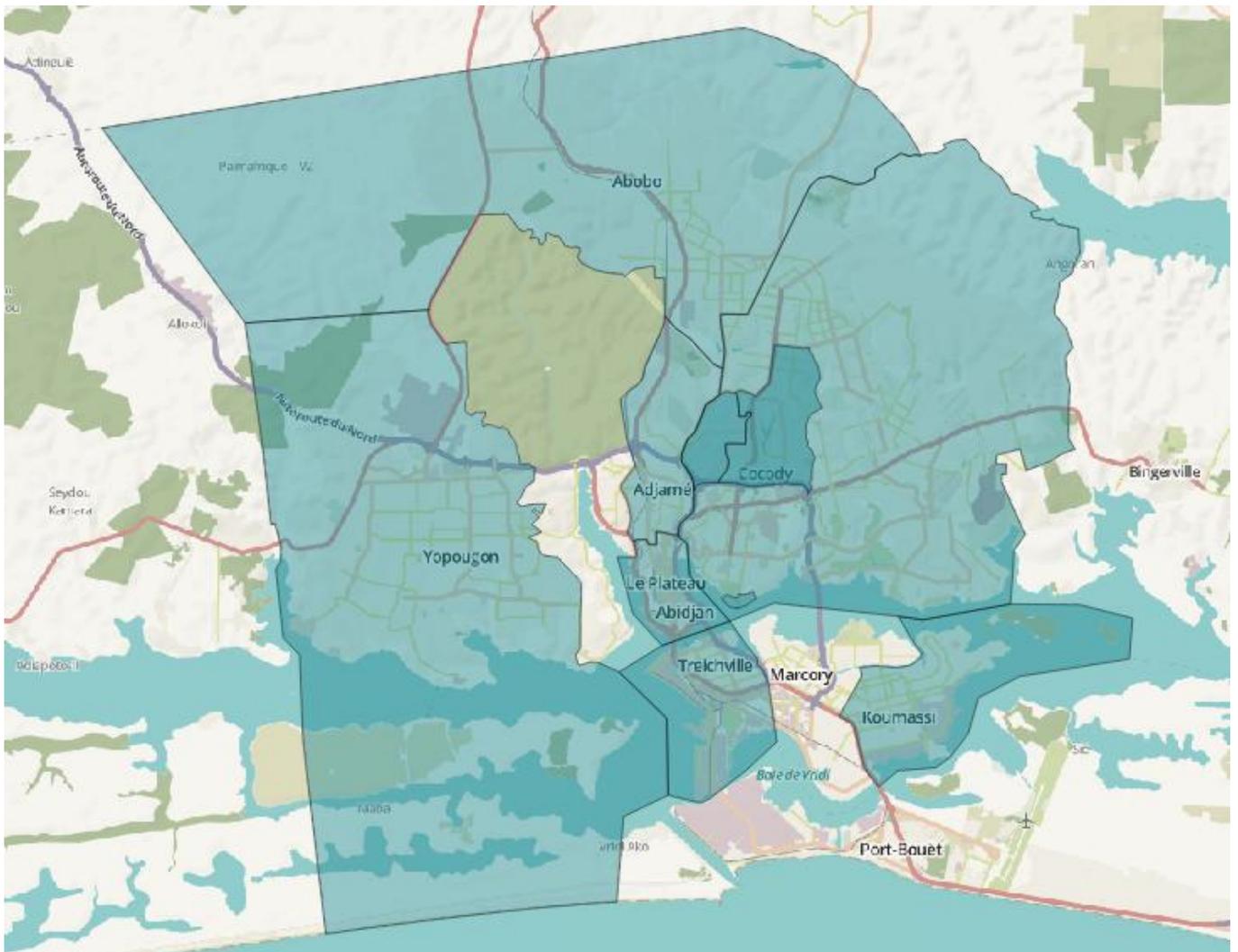
- **Adjamé** : commune très densément peuplée et populaire concentrant de nombreux problèmes d'insécurité. Elle est également un haut lieu d'approvisionnement pour les vendeuses/eurs de cuisine de rue.
 - **Marché « COMAGOA » (Gouro)**
 - **Marché « Nouvelle Cocoprovi » (Gouro)**
- **Yopougon** : très grande commune très peuplée (plus d'un million d'habitants) populaire, notamment dans certains quartiers comportant des nids d'insécurité :
 - **Marché Selmer**
 - **Marché Niveau Goudron**
 - **COVAPCI (Coopérative des Vendeuses d'Attiké et de Poisson de Côte d'Ivoire)**
 - **Espace de restauration Siporex**
- **Abobo** : commune très populaire avec certains bastions de pauvreté et d'insécurité sévères. Concernant les marchés alimentaires, Abobo est une zone majeure d'approvisionnement pour les vendeuses/eurs de cuisine de rue de tout Abidjan, en plus d'être une zone où la cuisine de rue est très présente
 - **Marché grossiste d'Abobo**
 - **Espaces de restauration (cuisine de rue) de la zone de Samaké**
- **Port Bouët** : commune assez populaire de l'agglomération d'Abidjan, ciblée pour comprendre les enjeux sécuritaires du travail de nuit
 - **Marché de nuit**
- **Koumassi** : commune plutôt populaire
 - **Grand Marché de Koumassi**
 - **Zone industrielle**
 - **Marché Djè Konan**
- **Treichville** : commune traditionnellement populaire, avec tout de même de la mixité sociale et une classe moyenne émergente
 - **Marché de Belleville/Coprovit**
- **Débrimou (Dabou)**
 - **Usine de transformation d'attiké**

- Yakassé-Mé
- Visite des producteurs/trices et transformatrices de manioc locaux
- Diapé
- Usine de transformation d'attiéké

La carte accessible à ce lien
https://umap.openstreetmap.fr/fr/map/etude-genre-et-marches-en-cote-divoire_163957#10/5.6877/-3.9386 représente tous les lieux visités pendant l'enquête avec le nombre d'entretiens menés sur chaque site en plus d'une brève description du site en question.

Carte provisoire des communes ciblées

(celle-ci n'inclut pas les communes de Port-Bouet ainsi que de Bingerville ; en attente de la version définitive de la part du GIS Specialist du RBD).



V. Limites des études

Quelques obstacles se sont imposés au cours de l'étude mais n'ont en rien empêché son bon déroulement. Bien au contraire, ces obstacles ont démontré plusieurs enjeux servant à l'étude

- **L'hostilité de certaines populations cibles**

Lors de la proposition de nos questionnaires aux populations, nous présentions l'étude comme une recherche permettant au PAM de mieux comprendre les conditions des femmes/hommes travaillant dans la cuisine de rue afin d'améliorer leur activité. Il était bien précisé que la personne ciblée pouvait continuer à travailler pendant que les questions lui étaient posées et qu'on pouvait faire des pauses si nécessaire (arrivée de clients). Aucune rémunération n'était proposée en retour, les enquêtes étant basées sur le volontariat. Plusieurs personnes ciblées dans le cadre de l'étude se sont montrées très hostiles aux enquêtes. La justification de cette hostilité est double :

- Elle n'est survenue qu'en **milieu urbain**, où l'économie est bien plus monétisée et où la notion du temps est fortement liée à celle de l'argent et de la rentabilité. Le temps demandé pour nos enquêtes de terrain a pu donc être considéré par ces quelques personnes (majoritairement des femmes) comme un « vol » (ce sont les mots employés). Enquêtrices et enquêteurs ont reçu des insultes. L'équipe de terrain, dans ce cas, n'a pas insisté afin d'éviter toute dégradation de situation.
- Les personnes, pour la quasi-totalité des femmes, qui se sont montrées hostiles à notre étude se sentent **laissées pour compte**. Elles nous ont précisé qu'on les questionne en leur demandant quels sont leurs problèmes mais que jamais rien n'est fait afin d'améliorer leur situation. Cette réaction démontre bien que ce sont des **femmes marginalisées et délaissées par les acteurs et actrices de l'aide, aux niveaux gouvernemental et non-gouvernemental**. Cela a d'autant plus montré la pertinence de se pencher sur le cas des femmes restauratrices des marchés alimentaires en Côte d'Ivoire.

- **Prise de parole limitée et résignation face à la condition de femme**

- Les femmes interrogées dans le cadre de l'étude ont montré différents niveaux de prise de parole et d'aisance à s'exprimer librement :
 - **Lors de la présence d'hommes dans un focus group, les femmes ne s'exprimaient pas, ou très peu.** Il a donc été nécessaire de faire des focus group composés de femmes exclusivement afin d'entendre leurs voix. Les focus groups mixtes ont cependant servi à l'étude dans la mesure où ils ont démontré le déséquilibre des relations de genre concernant la prise de parole. Lorsque l'équipe de terrain posait une question plutôt dirigée aux femmes lors d'un focus group, les hommes répondaient à leur place et il a été entendu que « les femmes ont honte de parler, c'est à nous de répondre à leur place ».
 - **Pendant des entretiens individuels entre une femme restauratrice et un.e enquêtrice/teur, des hommes sont venus s'imposer** en disant « posez moi les questions, c'est moi qui vais vous dire la vérité » alors même que nous posions des questions spécifiques relatives au quotidien de la femme. Il a parfois été nécessaire de congédier de force l'homme qui venait s'interposer dans le dialogue entre la femme interrogée et l'enquêtrice/teur.

- **Plusieurs femmes interrogées individuellement se sont montrées résignées quant aux difficultés qui les affectent en tant que femme.** En effet, beaucoup de femmes considèrent nombre de leur difficultés comme inhérentes au fait d'être une femme jusqu'à les banaliser avec un certain fatalisme. Par exemple, en abordant les questions telles que celles des difficultés et de la sécurité, beaucoup de femmes haussaient les épaules en disant que « c'est comme ça, on fait avec ». Certaines se disent en sécurité alors même qu'elles sont hautement exposées aux risques de violences basées sur le genre, voire en ont subi³². Mais considérant que ces risques sont inhérents au fait d'être une femme, elles ne vont pas dire qu'elles ne se sentent pas en sécurité. Ainsi, il était parfois difficile d'identifier et comprendre certains de leurs enjeux, notamment sécuritaires.
- **Les focus groups entre femmes ont été les moments les plus privilégiés de la parole totalement libre.** En effet, il n'y a que lors des focus group exclusivement féminins que les femmes assumaient pleinement qu'elles souffraient, qu'elles exprimaient plus aisément qu'elles avaient été majoritairement victimes de violences parfois sexuelles dans le cadre de leur activité, et qu'elles avaient besoin de soutien. L'union fait la force chez les femmes ivoiriennes qui, seules et en présence d'hommes, ne font souvent pas preuve de la même aisance et de la même liberté.
- **La quasi absence de cuisine de rue dans le quartier d'affaires**

Lors de la visite du Plateau (quartier des affaires et de l'administration), l'équipe de terrain souhaitait enquêter auprès d'un espace de restauration (cuisine de rue) ciblé. Il s'est avéré que cet espace n'existe désormais plus car il a été déguerpé par les autorités peu de temps avant l'enquête. Cela démontre une **volonté d'éliminer la cuisine de rue des quartiers les plus aisés qui sont la vitrine de la ville et du pays à l'international**. Les restaurants fermés et formels

sont désormais largement privilégiés dans le quartier du Plateau, au détriment de la cuisine de rue, pourtant bien plus abordable et culturellement plus intégrée.

- **Le paludisme**

L'étude ayant été réalisée sur la période de juin à septembre 2017, soit pendant la saison des pluies en Côte d'Ivoire, la prévalence du paludisme était extrêmement importante. La totalité des enquêteurs/trices ainsi que la consultante en charge de l'étude ont été frappés par des crises de paludisme qui ont pu ralentir l'étude, pendant et en dehors de la phase de travail sur le terrain.

³² Ce point est plus précisément développé à la page 38

Les marchés alimentaires et la restauration en milieu urbain : une économie portée majoritairement par les femmes ivoiriennes

I. Profil socio-économique des vendeuses/eurs et consommateurs/trices

1. La cuisine de rue, une activité associée aux femmes, filles, mères et épouses de tous âges

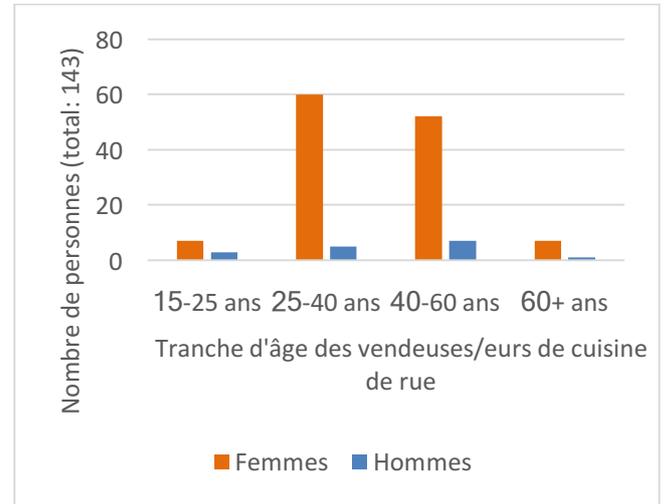


Femmes et jeune fille préparant des repas, Marché COCOVICO, Cocody

Sur 146 vendeuses et vendeurs de cuisine de rue, 129 sont des femmes soit 88,3%. Autant dire que l'activité de restauration de cuisine de rue est très majoritairement féminine – l'échantillon de personnes interrogées se voulant représentatif de la réalité de l'activité en Côte d'Ivoire. **La cuisine et l'alimentation, plus généralement, sont directement associées aux femmes en Côte d'Ivoire.** En effet, 69,7 % des consommateurs/trices de cuisine de rue interrogé.e.s affirment que si les femmes sont majoritaires dans le secteur de l'alimentation, c'est parce que leur rôle dans la société est assigné à la cuisine. Le reste des consommateurs pense que la raison qui fait que les femmes sont majoritaires est qu'elles cuisinent mieux que les hommes (15,8%) ou bien que c'est mal vu pour

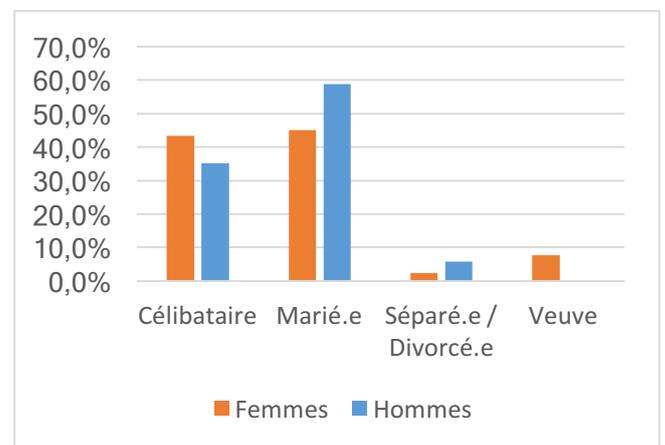
un homme de cuisiner (3,9%). Ces deux dernières réponses reposent sur la même idée genrée que la femme est « faite » pour la cuisine, comme si c'était une prédisposition biologique alors qu'elle est bien entendu construite socialement.

Répartition de l'âge des vendeuses/eurs



Comme le montre le graphique ci-dessus, **la restauration en milieu urbain est une profession occupée des femmes et rares hommes de tous âges.** Bien qu'elles/ils soient majoritairement dans la tranche 25-40 ans (41%) et 40-60 ans (40,4%), nombreuses/x sont celles/ceux qui ont commencé très jeunes et exercent depuis plusieurs décennies.

Statut marital des vendeuses/eurs



Les femmes restauratrices **mariées** représentent 45% des femmes interrogées, légèrement plus nombreuses que les femmes célibataires (cf graphique ci-dessus). Elles ont en moyenne 40 ans et ont commencé le métier à 28 ans en moyenne - soit (très) jeune voire enfant soit suite à la perte d'emploi du mari qu'il faut entretenir et/ou d'un nombre élevé d'enfants à nourrir. En effet, **les femmes mariées interrogées présentent un taux de fécondité de 3,4 enfants par femme ce qui implique un nombre élevé de bouches à nourrir**, si l'on y ajoute le mari qui peine à trouver un emploi.

Concernant les femmes qui ont commencé le métier sur le tard, le veuvage et le manque de ressources qui s'en suit est souvent à l'origine de ce choix par défaut. La moyenne d'âge de début d'exercice des femmes veuves interrogées (7,7% du total de femmes) est de 39 ans alors que celle de l'ensemble des personnes interrogées est de 29 ans. 80% des veuves interrogées travaillent et vivent dans les communes très populaires voire pauvres de Yopougon et Adjamé où le quotidien est plus rude que dans d'autres communes d'Abidjan. On peut donc aisément supposer que la situation de veuve est plus difficile dans un quartier paupérisé où les recours sont limités et ont forcé ces femmes à trouver une stratégie d'adaptation malgré leur âge parfois avancé. Il est important de noter que **les femmes veuves ont en moyenne 4,5 enfants alors que l'ensemble des vendeuses/eurs ont 2,9 enfants en moyenne.** La charge d'une famille nombreuse sans soutien d'un mari force donc nombre de femmes à adopter **l'occupation de la cuisine de rue comme stratégie de survie.**

A contrario, **les femmes célibataires, qui représentent 43% des femmes interrogées, ont tendance à commencer le métier très tôt.** En effet, 39% d'entre elles ont commencé le métier avant 25 ans dont certaines depuis l'enfance. Ce sont souvent des **grossesses** qui les poussent à faire ce métier car ces jeunes femmes célibataires ayant commencé avant 25 ans ont déjà 1,6 enfant en moyenne au moment de l'enquête où elles

avaient en moyenne 31 ans. **Tout comme les femmes veuves, les femmes célibataires avec enfants font le métier de restauratrice de rue afin de subvenir aux besoins de leur famille, faute d'autre recours.**

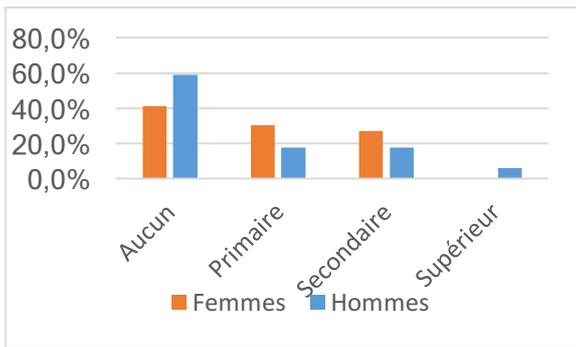
Concernant les divorcées/séparées et célibataires, **il est nécessaire de souligner que l'abandon du mari est parfois une des causes de la séparation ou du statut de célibat.** Les femmes le mentionnent parfois, avec pudeur. Afin de respecter cette pudeur, aucune catégorie « abandonnée » n'a été créée, d'autant plus que la part d'abandonnées n'aurait pas été exhaustive car nombre de femmes ne le mentionnent pas.

2. Niveau d'éducation et motivations à exercer l'activité

Les questions de l'âge de début d'exercice et des motivations poussant à occuper l'activité de cuisine de rue sont intrinsèquement liées à celle du niveau d'éducation.

49,3% des vendeuses et vendeurs questionné.e.s individuellement disent avoir choisi ce métier par défaut. Ce choix par défaut s'est imposé du fait **d'un manque de diplôme ou d'autres perspectives d'emploi** et/ou par nécessité de subvenir aux besoins de leur famille (enfants et/ou conjoint.e). Les femmes interrogées en focus group affirment haut et fort qu'elles auraient voulu faire un autre métier mais qu'aucune autre perspective ne s'offrait à elles en tant que femmes n'ayant été que peu à l'école, voire jamais.

Le métier de vendeuse sur les marchés ou de restauratrice est jugé comme quasi évident voire « facile » pour les femmes car directement associé à leur genre. C'est aussi pourquoi les femmes se rabattent aisément sur cette activité, bien que difficile à mener dans son quotidien.



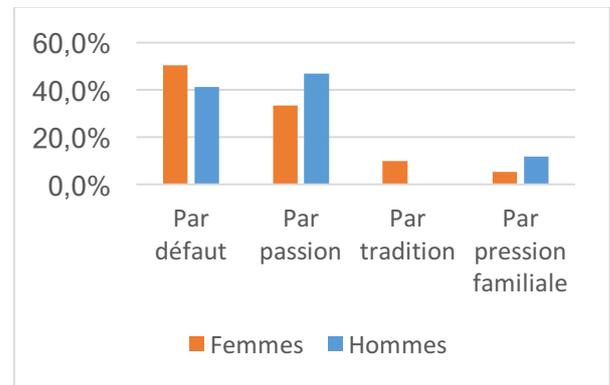
Niveau d'éducation des vendeuses/eurs

Concernant le niveau d'éducation des femmes et hommes interrogé.e.s, **41,1% des femmes n'ont jamais été à l'école, 32,5 ont été à l'école primaire et 29,5% ont été jusqu'au lycée** (sur les 17 hommes interrogés, 58,8% n'ont aucune éducation, 17,6% des hommes ont été à l'école primaire, de même pour le secondaire et 5,8% ont été à l'université). Ces pourcentages démontrent bien que **le choix du métier est fortement corrélé à un niveau d'éducation assez bas** qui n'offre pas beaucoup de perspectives à des femmes forcées de subvenir aux besoins de leur famille.

Parmi les 53 femmes qui n'ont jamais été à l'école, la moitié a commencé le métier avant 25 ans, parfois lorsqu'elles étaient encore enfant ou adolescentes. Cela fait écho au taux de scolarisation des filles encore inférieur à celui des garçons en Côte d'Ivoire, notamment à partir du secondaire³³. 7 veuves font partie des femmes qui n'ont jamais fréquenté l'école et, dans leur cas, elles ont commencé le métier à un âge plus tardif, souvent lié au décès de leur conjoint.

³³ Le ratio filles/garçons des inscriptions au primaire et au secondaire est de 0.83 pour la Côte d'Ivoire contre 0.992 pour le Monde, selon les chiffres de 2015 de la Banque Mondiale : <https://donnees.banquemondiale.org/indicateur/SE.ENR.PRSC.FM.ZS?locations=CI-1W&view=chart>

Motivations du choix du métier



Le choix de faire le métier de restauratrice/teur de rue n'est pas toujours fait par défaut. Presque la moitié des 129 femmes et des 17 hommes interrogé.e.s affirment avoir choisi ce métier **par passion** pour la cuisine, bien que conscient.e.s de la difficulté du métier. Cette passion pour la cuisine a cependant une dimension genrée dans la mesure où c'est une pratique qui est souvent transmise de mère en fille en Côte d'Ivoire et qu'elle est donc plus susceptible de survenir chez les femmes que chez les hommes. Cette transmission féminine de l'activité culinaire se démontre bien dans les 11,8% de femmes qui pratiquent ce métier du fait de la pression familiale (contre 5,4% des hommes).

3. Des origines sociales et ethniques justifiant l'accès au métier

En se référant toujours au graphique montrant les motivations du choix de métier de restauratrice/teur, **10% des femmes ont été conduites à ce métier par tradition, sous-entendue ethnique.** En effet, bien qu'il n'ait pas été demandé directement l'origine ethnique de chacun.e, il a été constaté que les ethnies gouro, ébrié et attié sont majoritaires dans le milieu de l'alimentation.

L'ethnie gouro est effectivement très présente dans l'agriculture, notamment vivrière, en Côte d'Ivoire. Depuis la décolonisation, en particulier, les Gouros sont pleinement intégrés dans les activités commerciales, s'étant adaptés au système capitaliste tout en conservant certaines structures traditionnelles comme le travail familial.^{34 35}

L'ethnie ébrié, quant à elle, est l'ethnie majoritaire de la région des Lagunes où se trouve Abidjan et fait partie du groupe ethnolinguistique Akan. De par leur empreinte géographique en milieu lagunaire, les Ebriés pratiquent surtout la pêche ainsi que l'agriculture vivrière et d'exportation, ce qui les rend très actifs dans le secteur alimentaire urbain. C'est notamment l'attiéké³⁶, semoule de manioc fermentée, couramment consommé en Côte d'Ivoire, qui est associé à l'ethnie ébrié, en particulier les femmes.

Les Attiés font également partie du groupe Akan et sont parmi les groupes de populations rencontrés sur le terrain, notamment au nord-est d'Abidjan, où ils sont traditionnellement installés. Lorsque les membres de cette ethnie sont interrogé.e.s quant à la raison de leur choix de pratiquer l'activité, ils/elles associent naturellement leur activité dans le secteur alimentaire à leur origine ethnique, notamment les femmes transformatrices d'attiéké.

Concernant le quartier (ou commune) d'activité, **il est difficile de savoir si le choix du métier a un lien direct avec le niveau de vie du quartier.** Cependant, les résultats montrent que c'est dans les communes les plus populaires voire pauvres que la majorité des vendeuses/eurs ont choisi leur activité par défaut. En effet, **environ la**

moitié des vendeuses/eurs ont choisi leur activité par défaut dans les communes populaires (d'Abobo 55%, Adjamé 54%, Koumassi 60%, Port-Bouët 43%, Yopougon 52%). A contrario, **dans les communes les plus aisées, le choix a majoritairement été fait par passion pour la restauration/la cuisine** (50% à Cocody et 45% à Treichville, communes plus huppées bien que manifestant de nombreuses fractures sociales). Bien qu'il soit délicat d'expliquer exactement les raisons de ces choix par défaut, on peut supposer que la raison majeure est que les communes populaires/pauvres offrent moins de perspectives aux femmes et hommes non diplômé.e.s et n'ayant, pour beaucoup, pas été à l'école. Ainsi pour des populations, notamment féminines avec peu de capital (financier et éducatif) il est plus simple d'intégrer le secteur informel du fait de son coût inférieur. Aussi, il est important de noter que les femmes et rares hommes travaillant dans des communes plus aisées vivent pour beaucoup dans des communes populaires.

La totalité des 3 vendeuses interrogées au Plateau (quartier d'affaires) ont fait ce choix par défaut, mais l'échantillon étant si mince, il est difficile de tirer des conclusions.

A Yopougon est enregistré le plus fort taux de choix du métier par tradition (ethnique), soit 14%. Cela s'explique probablement, du moins en partie, du fait que Yopougon soit une commune à l'origine ébriée très marquée. Bien que la thématique de l'étude de cas en Côte d'Ivoire concerne majoritairement des femmes, la place des hommes a également son intérêt. Concernant la cuisine de rue, la majorité des hommes interrogés au cours des enquêtes de terrain sont originaires du Niger et vendent pour la plupart le garba. Le garba est un plat composé d'attiéké et de thon frit dont le nom vient justement d'un nom de famille courant au Niger et est donc directement lié aux hommes nigériens qui ont l'habitude de vendre ce plat.

³⁴ Meillassoux, Claude. *Anthropologie économique des Gouro de Côte d'Ivoire: De l'économie de subsistance à l'agriculture commerciale*. Paris: Editions de l'École des Hautes Études en Sciences Sociales, 2013.

³⁵ Le seul nom du « Marché Gouro » à Adjamé (Abidjan) est un symbole fort de l'empreinte des Gouros dans le secteur agricole et alimentaire.

³⁶ Le nom même d'attiéké vient de la langue ébrié.

4. Des consommateurs et consommatrices aux profils diversifiés

Les consommateurs/trices rencontrés lors de l'enquête sont des hommes à 69%, soit la grande majorité. Ceci s'explique notamment par le fait que, encore une fois, l'alimentation est un rôle associé à la femme dans la culture et la société ivoirienne. Un autre facteur pouvant expliquer la prévalence des hommes parmi les consommateurs/trices est que **les hommes sont plus présents dans la population reconnue comme active en Côte d'Ivoire** (80,8% des hommes et 52,4% des femmes font partie de la population dite active, dont occupant un emploi formel³⁷). La population active urbaine (plus souvent formelle qu'en milieu rurale) entourant les espaces de cuisine de rue est donc susceptible de refléter cette disparité entre les femmes et les hommes concernant l'accès à l'emploi reconnu en tant que tel.

La raison qui motive le plus femmes et hommes à consommer la nourriture de rue est d'abord la **proximité du lieu de travail (pour 60,8% des hommes et 56,5% des femmes)**. La seconde motivation, souvent combinée avec celle du travail est le **coût peu élevé: un quart des hommes et un cinquième des femmes choisissent la cuisine de rue pour son bas prix**. 17,4% des femmes choisissent cette option alimentaire pour sa rapidité, tandis que les hommes sont moins nombreux à y recourir pour cette raison (9,8% d'entre eux). **La qualité et le goût des repas** servis dans la rue motivent **près d'un dixième** des femmes comme des hommes. Une raison qui explique le choix des hommes seulement et non celui des femmes est celui de ne pas avoir de conjointe : **5,9% des hommes avouent qu'il mangent dans la rue auprès des vendeuses car ils n'ont pas d'épouse qui leur fait la cuisine**.

Du fait que la motivation principale pour consommer la cuisine de rue soit la proximité du lieu de travail, **les consommateurs/trices fréquentent ces espaces de restauration très souvent, près de 8 fois en moyenne par semaine**, ce qui correspond au nombre de jours travaillés dans une semaine.

Les emplois occupés par les consommateurs/trices sont souvent à revenus modestes et 12% d'entre eux/elles sont étudiant.e.s (avec une part plus importante chez les femmes dont 25% sont étudiantes). Une certaine réserve a été montrée, notamment chez les femmes, pour parler de leur occupation professionnelle. Un tiers des femmes se disent être « commerciales » ce qui ne donne pas beaucoup de précisions quant à l'activité occupée exactement. Les métiers de couturière et coiffeuse reviennent également assez souvent chez les femmes. Concernant les hommes, un cinquième d'entre eux occupent un métier manuel (maçons, carreleurs, plombiers...) et le reste des hommes se répartissent dans des secteurs très divers qu'il est difficile de catégoriser (commerçants, chauffeurs, enseignants, footballeurs, agents de sécurité, étudiants et vendeurs de garba). Il est important de noter que certaines professions impliquant un revenu plutôt intermédiaire, comme les enseignants, ont recours à la cuisine de rue ; et ce, non pas pour son bas prix. La cuisine de rue en milieu urbain est en effet une pratique alimentaire très enracinée dans la culture bien qu'elle ait tendance à s'estomper dans les quartiers aisés ou « d'affaires » (comme au Plateau où un grand espace de cuisine de rue ciblé par l'étude a été déguerpé peu avant l'enquête.

Plus de la moitié des consommateurs/trices (58%) se disent satisfait.e.s de l'offre alimentaire de la cuisine de rue et ne souhaitent pas que d'autres produits soient proposés. Pour ceux et celles qui souhaiteraient que d'autres produits et repas soient proposés, **la majorité font état**

³⁷ World Bank, et International Labor Organization. « Taux de participation à la population active, femmes (% de la population féminine âgée de 15 ans et plus) (estimation modélisée OIT) | Data », 2016.

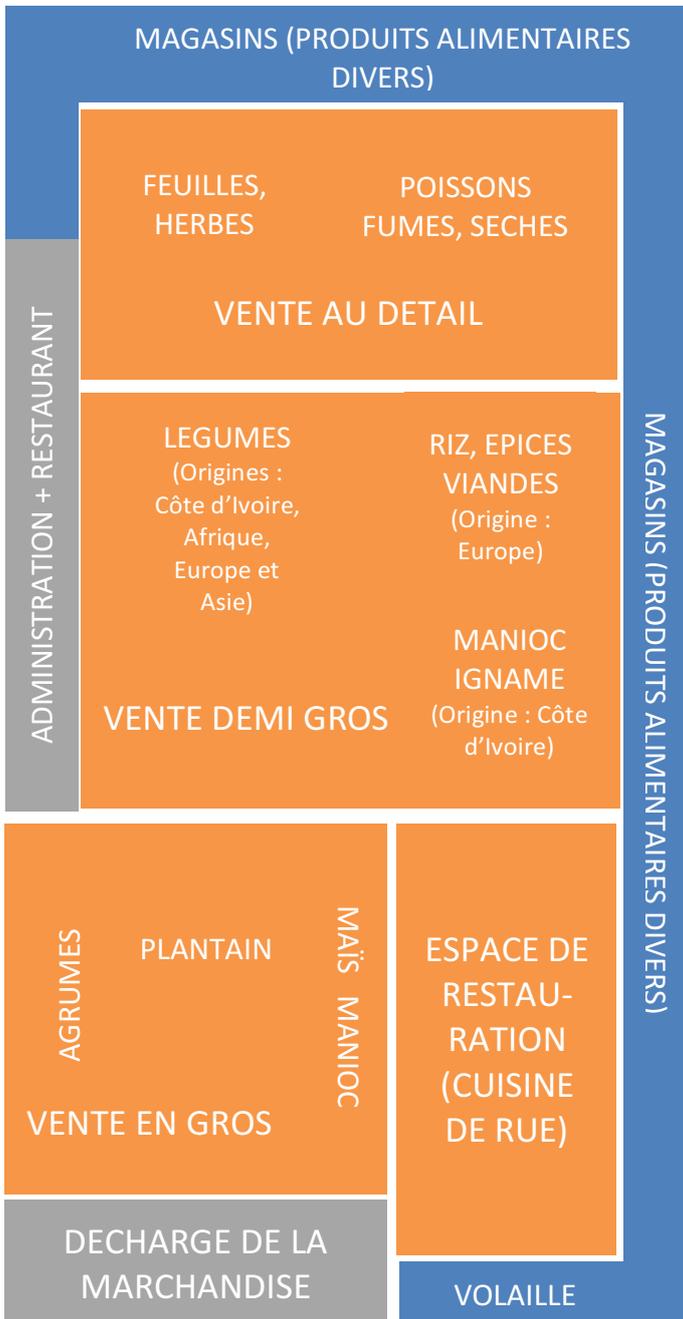
<https://donnees.banquemondiale.org/indicateur/SL.TLF.CACT.FE.ZS>

d'autres dérivés du manioc, notamment le foutou qui est très prisé. **L'igname et la viande viennent ensuite** parmi les souhaits des consommateurs.

II. Division des rôles au sein des marchés alimentaires

1. Ce que vendent les femmes et les hommes

Schéma de la répartition des rôles dans la vente des produits sur le Marché Nouvelle Cocoprovi (Gouro) d'Adjamé



Légende :

- Ventes réalisées par des femmes
- Ventes réalisées par des hommes
- Espaces occupés par femmes et hommes

Comme précédemment expliqué, les femmes occupent une place prépondérante dans l'alimentation et donc dans la cuisine de rue en Côte d'Ivoire.

La cuisine de rue est quasi exclusivement une activité féminine, occupée par des femmes de tous âges, venant souvent de milieux défavorisés où elles n'ont pu bénéficier d'une éducation diplômante. Cette activité est également fortement associée non seulement à l'ethnie d'origine, le cas échéant, mais surtout à la condition de femme assimilée au rôle de nourricière et ménagère en Côte d'Ivoire. **Les rares hommes consacrés à la cuisine de rue sont majoritairement nigériens** et vendeurs de *garba*, plat d'attiéké et poisson bon marché.

Le schéma ci-contre représente le Marché Nouvelle Cocoprovi d'Adjamé (Gouro) et montre bien la place majeure qu'occupent les femmes aussi bien dans la cuisine de rue que dans la vente de produits vivriers et alimentaires. Ce schéma est représentatif de la division des rôles des femmes et des hommes dans la vente d'aliments et de repas.

L'ensemble des produits vivriers (légumes, fruits, tubercules, poissons...) sont vendus par les femmes :

- Légumes, fruits
- tubercules/racines tubéreuses (manioc, igname)
- poissons (frais, fumés, séchés)
- certaines viandes (notamment le bœuf)





Femmes vendant des produits vivriers, Marché Nouvelle Cocoprovi, Adjamé



Homme vendant de la volaille, Marché Nouvelle Cocoprovi, Adjamé

Les hommes quant à eux, sont souvent chargés de la vente de la volaille et d'autres viandes, parfois. Également, ce sont les hommes qui, la plupart du temps, tiennent les magasins et boutiques de produits alimentaires transformés (conserves, cubes d'assaisonnement...).

La prépondérance des femmes se reflète donc aussi bien dans la cuisine de rue que dans la vente des produits vivriers destinés à la préparation des repas. Cela implique donc que les femmes sont des actrices majeures de la chaîne de valeur alimentaire.

2. Un approvisionnement quotidien et périlleux majoritairement assuré par des femmes

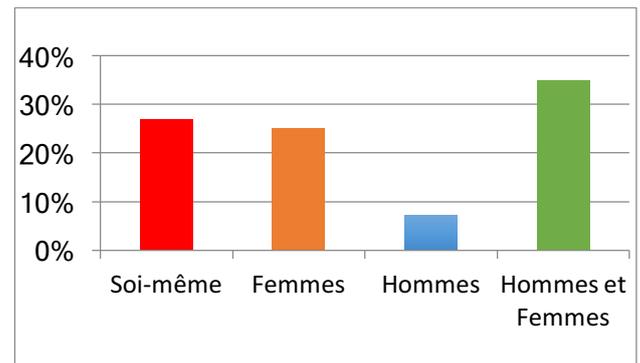
En plus d'être majoritaires dans la préparation et vente des repas, les femmes assurent aussi

l'approvisionnement de la nourriture destinée à la vente.

Le graphique ci-dessous montre qui, parmi les hommes et les femmes, s'occupe d'approvisionner les aliments destinés à la cuisine de rue.

Bien que le pourcentage le plus élevé soit celui des hommes et des femmes ensemble (35%), il s'avère que ce sont les femmes qui occupent ce rôle en majorité. 27% des vendeuses et quelques vendeurs s'approvisionnent elles/eux-mêmes au marché (souvent grossiste) le matin très tôt ou directement au champ. Un quart des vendeuses/eurs affirment que ce sont les femmes exclusivement qui s'occupent de l'approvisionnement des aliments lorsque seulement 7,5% de celui-ci est assuré par des hommes.

Gestion de l'approvisionnement



Les lieux d'approvisionnement sont en majorité les marchés grossistes de vivriers. A Abidjan, ceux-ci se trouvent principalement dans les quartiers populaires d'Adjamé et Abobo (50,5% des restauratrices/teurs s'y ravitaillent). Lorsque l'espace de cuisine de rue ne se trouve pas à proximité d'un marché grossiste, cela implique donc de multiples trajets entre le domicile, le lieu d'approvisionnement et le lieu de travail. Ces trajets, en plus d'être parfois longs en fonction des distances et du trafic routier à Abidjan (souvent congestionné), s'avèrent être dangereux. Car les principaux marchés d'approvisionnement se trouvent dans des zones où l'insécurité règne, exposant donc les femmes (et hommes, dans une moindre mesure) aux

risques d'agressions de tous types (vols, violences sexuelles)³⁸.

Ces approvisionnements quotidiens parfois périlleux pourraient être limités/évités si les vendeuses et vendeurs avaient des moyens financiers et de stockage améliorés. Si les femmes et quelques hommes doivent se déplacer chaque matin (souvent à environ 4 ou 5 heures du matin) en transports en commun (*gbakas*) pour faire leurs achats, c'est parce que leur budget ne leur permet pas d'acheter plus de vivres que pour une journée de travail. **Dans certains cas, les vendeuses et vendeurs vivent même à crédit, leurs bénéfices du jour leur permettant à peine de s'approvisionner le lendemain matin.** Egalement, faute de moyens de conservation, elles/ils ne peuvent se permettre d'avoir un stock trop élevé de nourriture, sans quoi beaucoup de perte serait engendrée. Cet approvisionnement quotidien provoque donc des journées extrêmement longues, commençant souvent à 4 heures du matin et se terminant le soir, une fois la nuit tombée, impliquant des trajets de nuit risqués.

Une personne interrogée sur 10 affirme se rendre elle-même au champ pour s'approvisionner. Toutes sont des femmes. L'approvisionnement directement au champ se fait, pour la plupart du temps, dans le cadre d'une coopérative (notamment les marchés COMAGOA et Nouvelle Cocoprovi – Gouros – d'Adjamé, ainsi que la COVAPCI à Yopougon). Les trajets entre Abidjan et le champ comportent des risques d'agressions comme pour se rendre aux marchés grossistes³⁹, en plus des risques d'accidents de la route, du fait du mauvais état de celles-ci, dans certains cas.

3. Productrices et producteurs

Les productrices et producteurs n'étaient pas les populations cibles de l'étude. Cependant, les

vendeuses et vendeurs de cuisine ont été interrogé.e.s sur la provenance de leurs produits ainsi que sur le genre des producteurs et productrices de ces mêmes produits.

Un quart des vendeuses et vendeurs interrogé.e.s ne savent pas si les producteurs/trices sont des femmes ou des hommes. La moitié d'entre eux/elles (53,4%) affirment que ce sont à la fois des femmes et des hommes qui travaillent au champ, tandis que selon 16,4% des interrogé.e.s, ce sont uniquement des femmes et selon 4,8% uniquement des hommes. Ces résultats laissent penser que ce sont les femmes qui sont légèrement majoritaires, du moins aussi présentes que les hommes, dans les champs de production de tous types.

Concernant le manioc, qui est très couramment consommé en Côte d'Ivoire et donc dans la cuisine de rue, sa chaîne de valeur est exclusivement féminine, excepté au stade de la production où les hommes participent également activement et sont parfois majoritaires⁴⁰.

³⁸ La problématique sécuritaire des trajets entre la ville et le champ est développée à la page 38

³⁹ *Idem.*

⁴⁰ Pour plus de détails sur la chaîne de valeur du manioc, notamment sa transformation, voir page 40

III. La contribution à la sécurité alimentaire et nutritionnelle de la cuisine de rue à Abidjan

1. L'offre alimentaire de la cuisine de rue



Cuisson d'un plat à base de poisson et légumes, Espace Siporex, Yopougon

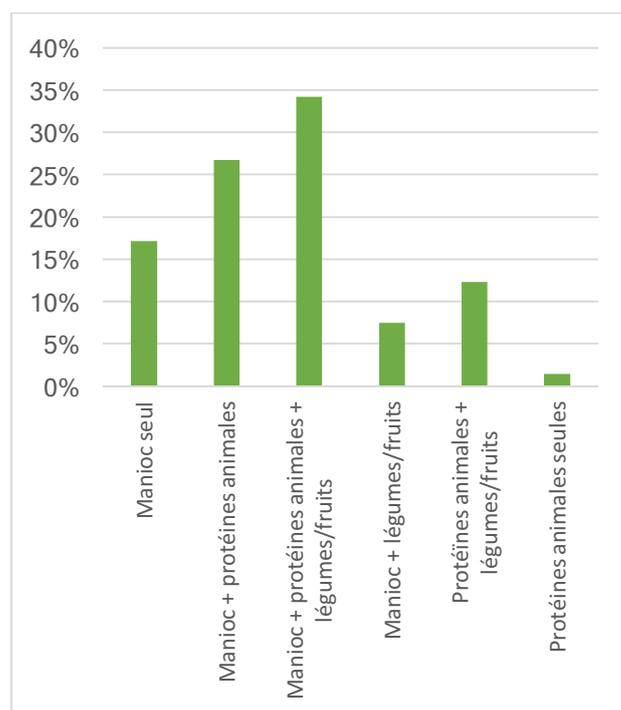
L'offre alimentaire proposée sur les marchés et espaces de restauration de rue a été divisée en plusieurs groupes selon la diversité rencontrée :

- 1) Manioc et ses dérivés : **attiéké (semoule de manioc fermenté), placali (pâte de manioc fermenté), foutou (pâte à base de manioc et banane plantain ou igname)**
- 2) Manioc + protéines animales : **aliments dérivés du manioc accompagné de poisson et/ou de viande**
- 3) Manioc + protéines animales + légumes/fruits : **aliments dérivés du manioc accompagné de poisson et/ou de viande ainsi que de légumes et de fruits (dont les bananes plantains frites « alloco »)**
- 4) Manioc + légumes/fruits : **aliments dérivés du manioc avec des légumes et/ou des fruits (dont les bananes plantains frites « alloco »)**

- 5) Protéines animales + légumes/fruits : **poisson et/ou viande accompagné de légumes et/ou fruits (dont les bananes plantains frites « alloco »)**

La quasi-omniprésence du manioc est remarquable : 85,5% des repas proposés dans la rue en contiennent, vendu seul ou accompagné – car il est parfois consommé seul. Le manioc est en effet un des aliments de base de la culture alimentaire ivoirienne, notamment de la cuisine de rue et est donc presque inévitable dans un repas consommé, notamment au Sud du pays où il est le plus cultivé. La Côte d'Ivoire est auto-suffisante en manioc (2 400 000 tonnes produites en 2013), ce qui justifie que la population repose dessus pour son alimentation.⁴¹

Offre alimentaire de la cuisine de rue à Abidjan



Le riz est aussi assez présent dans l'offre alimentaire de la cuisine de rue (55% des repas en contiennent) et il est toujours associé aux protéines animales (soit aux groupes d'aliments 2 et 3 ci-contre). Sa consommation se justifie du fait

⁴¹ RONGEAD, OCPV, et Chigata (Femmes et Développement. « Étude de la filière Manioc en Côte d'Ivoire », 2015.

de l'abondance du riz sur le marché, dont une grande partie est importée (plus d'un million de tonnes en 2015⁴²), à un prix décroissant, alors que la production locale atteint des records (plus de 2 millions de tonnes de riz paddy et plus d'un million de riz blanchi produits en 2014 et 2015⁴³) et est moins couteuse que le prix importé (350 FCFA/kilo contre 340 à 650 FCFA/kilo pour le riz importé selon le taux de brisures⁴⁴)



Femmes préparant des repas au Marché Gouro COMAGOA, Adjamé

Le **manioc** se rencontre sous plusieurs formes dans les marchés alimentaires et espaces de cuisine de rue :

- La forme la plus courante est celle de l'**attiéké** qui consiste en une semoule de manioc étant passé par une phase de fermentation. La fabrication de l'attiéké, réalisée uniquement par des femmes, a de nombreuses étapes et est très difficile, notamment lorsqu'elle est artisanale, ce qui est majoritairement le cas⁴⁵.



Attiéké vendu en « boules », Marché COVAPCI, Yopougon

- Le **placali** est aussi assez souvent proposé sur les marchés. Il s'agit d'une pâte de manioc fermentée qui se consomme le plus souvent avec des plats en sauce (sauces « graine » ou « gombo »).



Femmes vendant le placali, Marché Niveau Goudron, Yopougon

⁴² ONDR (Office National du Développement de la Riziculture). « Statistiques des importations de riz en Côte d'Ivoire ». Site officiel du riz en Côte d'Ivoire, 2015. http://www.ondr.ci/statistique_importations.php

⁴³ idem

⁴⁴ idem

⁴⁵ Pour les détails les étapes de la transformation du manioc en attiéké, voir page 40

- Enfin, le **foutou** est une pâte de manioc travaillée avec un pilon et mélangée avec soit de la banane plantain soit de l'igname



Jeune femme préparant du foutou, Zone Industrielle, Koumassi

Le **poisson** est très couramment consommé : **59,6% des repas sont composés de poisson**. La Côte d'Ivoire est en effet une grande consommatrice de poisson qui représente la première source de protéines animales⁴⁶. Les poissons les plus consommés sont la carpe, le tilapia et le mâchoiron. La plupart du temps, le poisson est braisé, mais on le trouve aussi grillé ou fumé.



Femmes vendant différentes sortes de poissons (séchés, fumés), Marché Nouvelle Cocoprovi (Gouro), Adjamé

Concernant les **viandes**, elles sont présentes dans **43,1% des repas consommés à Abidjan**. Elles sont donc moins populaires que le poisson, non seulement pour une raison culturelle et géographique (élevage intense du poisson dans la région) mais aussi du fait de son coût plus élevé. Parmi les viandes proposées, c'est le poulet qui est le plus couramment consommé, sous des formes diverses (braisé, grillé, frit). Dans une moindre mesure, le bœuf est aussi consommé, notamment ses pattes.

Les **fruits et légumes**, quant à eux, sont consommés **en petites quantités**, souvent dilués dans des sauces (« sauce aubergine », par exemple) ou mélangés avec du piment comme assaisonnement du plat, à part. Il est donc assez difficile de calculer la part des légumes dans l'alimentation urbaine ivoirienne car bien que présents dans à peu près la moitié des repas à Abidjan, leur apport nutritionnel n'est pas vraiment effectif selon la forme sous laquelle ils sont cuisinés. Dans le cas où les repas soient composés de légumes, ce sont les **tomates, aubergines, oignons, gombo** (« sauce gombo ») et **piments** qui sont les plus courants. Les fruits sont aussi présents sous forme de sauces (« sauce graine », réalisée à partir des **noix du fruit du palmier** à huile), frits (comme les « alloco », **bananes plantains** frites à l'huile de palme), ou encore réduits en purée (comme le foutou qui consiste en des bananes plantains cuites et pilonnées avec de l'huile de palme). Les fruits abondamment produits en Côte d'Ivoire (papayes, noix de coco, ananas, goyaves...) ne sont généralement pas consommés au cours des repas.

Dans certains **quartiers où de nombreux bureaux administratifs et/ou d'entreprises sont implantés** (au Plateau, quartier d'affaires d'Abidjan et, dans une moindre mesure, Treichville, pôle commercial actif et en croissance), des modes de consommation plus rapide ont été constatés. Dans ces deux communes, des **sandwiches** et plats à base de **pâtes** sont proposés, plus rapides à préparer ainsi

⁴⁶ FAO (Food and Agriculture Organization of the United Nations. « FAO Fisheries & Aquaculture - Vue générale du secteur aquacole national - Côte d'Ivoire ». Consulté le 14 septembre 2017. http://www.fao.org/fishery/countrysector/naso_cotedivoire/fr

qu'à consommer lors d'une courte pause déjeuner pour les actifs.



Sandwich à base de viande de boeuf, œufs, oignons et avocat, Marché de Belleville, Treichville

2. Enjeux nutritionnels de la cuisine de rue abidjanaise

Sur le plan nutritionnel, le **manioc** a plusieurs intérêts mais aussi quelques lacunes. Il est très riche en **amidon**, ce qui le rend très prisé car il fournit de **l'énergie** et permet d'assurer la **satiété** de son/sa consommateur/trice. Le manioc a forcément besoin d'être transformé, notamment sa variété amère car cru, il contient des composés cyanogènes qui sont potentiellement mortels pour l'être humain.

La **teneur en protéines du manioc est faible** (environ 2%), même si son taux protéinique augmente avec sa fermentation, ce qui implique qu'il doit être couplé avec une autre source de protéines (animales ou légumineuses) pour que l'alimentation soit équilibrée. Le poisson fortement consommé ainsi que le poulet peuvent pallier à ce manque et sont présents dans 60,9% des repas proposés. Cela signifie que **près de 40% des vendeuses/eurs ne proposent aucune source de protéine aux consommateurs/teurs**, car les protéines animales sont les seules sources de protéines riches qui leur sont accessibles. **Les carences en protéines provoquent des cas de malnutrition parfois graves**, comme le kwashiorkor, notamment, chez les jeunes enfants.

Les **anémies** sont aussi causées par le manque de protéines mais aussi par les carences en **fer**. Les consommateurs/trices de protéines animales bénéficient aussi d'un apport satisfaisant en fer,

présent dans la viande et le poisson. Le manioc a un taux en fer très faible donc il ne permet pas de subvenir aux besoins nutritionnels en fer. **Les 40% de ceux qui n'absorbent potentiellement pas assez de fer (ni de protéines) pas risquent l'anémie, notamment les femmes, surtout enceintes et allaitantes qui ont un besoin en fer plus important que les hommes.** La prévalence alarmante de l'anémie en Côte d'Ivoire va de pair avec les valeurs nutritionnelles du régime alimentaire : 54% des femmes de 15 à 49 ans et 75% des enfants de moins de 5 ans en souffrent⁴⁷

Concernant les vitamines, certaines carences peuvent également résulter du régime alimentaire urbain ivoirien qui a cependant ses avantages également. **Le manioc a l'avantage d'être riche en vitamine C⁴⁸**, contrairement au poisson et à la viande qui n'en contiennent pas. Cela permet de pallier relativement (mais pas totalement) au manque de légumes de l'alimentation des Ivoiriens urbains et à l'éventuel manque de fruits (l'enquête de terrain ne questionnait pas la consommation de fruits en dehors des repas). Car le peu de légumes qui sont consommés dans les repas ivoiriens sont souvent dans les sauces, or l'eau et la chaleur diminuent le taux de vitamine C, ce qui empêche au consommateur d'en bénéficier.

La **vitamine A**, quant à elle est très peu présente dans les aliments les plus couramment consommés à Abidjan, hormis dans la tomate, qui n'est cependant pas consommés en quantité suffisante. Toutefois, **l'huile de palme rouge, riche en carotène** et largement consommée en Côte d'Ivoire compense ce manque dans le reste des aliments. Malgré cette richesse de l'huile de palme rouge, sa consommation est à modérée du fait de son taux élevé en acides gras saturés. Les

⁴⁷ Ministère de la Santé et de la Lutte contre le Sida (Côte d'Ivoire). « Enquête Démographique et de Santé et à Indicateurs Multiples (EDS-MICS) », 2012 2011. <http://www.ins.ci/n/templates/Pub/EDS-MICS%202011-2012.pdf>

⁴⁸ FAO (Food and Agriculture Organization of the United Nations). « Le manioc un aliment pour tout le monde ». Consulté le 14 septembre 2017.

<http://www.fao.org/wairdocs/x5695f/x5695f03.htm>

feuilles de manioc, beaucoup moins utilisées que ses racines, sont une source importante de vitamine A⁴⁹ donc leur consommation devrait être encouragée.

La vitamine B est fournie par le riz⁵⁰ (consommé par plus de la moitié des urbains se restaurant dans la rue) et contribue à procurer de l'énergie. Le taux de vitamine B dans le riz dépend fortement de la qualité du riz (paddy, poli, complet) et les riz distribués dans la cuisine de rue sont rarement de qualité supérieure (brisures).

Les minéraux essentiels tels que le calcium et le magnésium sont assez peu présents dans le régime alimentaire abidjanais. Le phosphore, par contre, est présent à un fort taux dans le poisson carpe⁵¹ mais son efficacité est limitée lorsqu'il n'est pas couplé au calcium, qui est lui peu présent. De telles carences, entraînent une fragilisation des os chez l'humain menant à des risques d'ostéoporose⁵²

La forte consommation d'amidon provenant du manioc ainsi que celle de l'huile de palme aux acides gras saturés favorise le **surpoids voire l'obésité**. Une étude réalisée par l'Institut National de la Statistique ivoirien sur la vulnérabilité alimentaire en milieu urbain focalisée sur Abidjan a démontré que 30% des femmes sont en surpoids et 12% souffrent d'obésité. Une corrélation positive a été établie entre l'état nutritionnel des femmes et la malnutrition des enfants⁵³. Les femmes

vendeuses sur les marchés alimentaires et espaces de cuisine de rue ont affirmé manger parfois seulement de l'attiéké, ce qui est assez pauvre voire risqué sur le plan nutritionnel si c'est fréquent.

Malgré le fait que l'igname soit l'aliment le plus produit en Côte d'Ivoire (plus de 5 millions de tonnes par an⁵⁴), il était très peu présent dans les repas proposés dans la rue pendant les enquêtes. Seuls 10, 9% des repas proposés en contenaient. Cela se justifie notamment par le fait que pendant la période de l'étude l'igname se fait plus rare et est donc plus cher et moins consommé. Pourtant, l'igname a des **valeurs nutritionnelles très intéressantes**, notamment en termes de vitamines et minéraux (vitamines B, C, fer...)⁵⁵ et mériterait donc d'être plus intégrée dans l'alimentation urbaine ou d'avoir un équivalent pendant la période où il se fait rare.

3. Conditions et enjeux sanitaires de la cuisine de rue

Les conditions sanitaires des espaces de cuisine de rue sont loin d'être optimales dans la majorité des cas. L'insalubrité y règne souvent, notamment dans les communes et quartiers les plus défavorisés.

L'aménagement de l'espace conditionne sa salubrité. En effet, lorsqu'un espace n'est pas aménagé, les sols non bétonisés deviennent facilement de la boue, notamment pendant la saison des pluies. De plus, si les espaces ne disposent pas d'abri, les restauratrices/teurs ainsi que la nourriture sont directement exposés aux aléas climatiques (soleil tapant, chaleur intense, fortes pluies, vents violents), pouvant ainsi endommager la qualité des aliments. La totalité des femmes et hommes travaillant dans des espaces peu aménagés souhaitent vivement pouvoir avoir un sol propre dans lequel elles/ils

⁴⁹ FAO (Food and Agriculture Organization of the United Nations) « Nutrition humaine en Afrique tropicale ». Consulté le 15 septembre 2017. <http://www.fao.org/docrep/x0081f/X0081F08.htm>

⁵⁰ FAO (Food and Agriculture Organization of the United Nations). « Riz et alimentation humaine », 2004.

<http://www.fao.org/rice2004/fr/f-sheet/fiche3.pdf>

⁵¹ SelfNutritionData. « Fish, carp, cooked, dry heat Nutrition Facts & Calories ». Consulté le 15 septembre 2017.

<http://nutritiondata.self.com/facts/finfish-and-shellfish-products/4035/2>

⁵² FAO (Food and Agriculture Organization of the United Nations). « Agriculture, alimentation et nutrition en Afrique. » Consulté le 14 septembre 2017.

<http://www.fao.org/docrep/008/w0078f/w0078f0f.htm>

⁵³ Institut National de la Statistique, Ministère de la Santé et de la Lutte contre le Sida, et Ministère de l'Agriculture. « Enquête sur la vulnérabilité alimentaire en milieu urbain : cas de la ville d'Abidjan », Mai 2013. http://www.ins.ci/n/templates/docss/vulalim_urbain.pdf

⁵⁴ Source : FAOSTAT

⁵⁵ FAO (Food and Agriculture Organization of the United Nations). « L'igname ». Consulté le 15 septembre 2017. <http://www.fao.org/WAIRdocs/x5425f/x5425f0e.htm>

ne s'enlissent pas en cas de pluie ainsi qu'un toit leur permettant de se protéger elles/eux ainsi que leurs produits.



Fruits enlisés dans la boue au sol du marché, où sont posés les stocks de placali en vente (dans les sachets colorés), Marché Niveau Goudron, Yopougon



Manque de gestion des déchets (du entre autres à une destruction d'un bâtiment anciennement présent là où se trouvent les déchets), Marché Gouro COMAGOA, Adjamé

La gestion des déchets n'existe que peu à proximité des espaces de restauration de rue. De ce fait, beaucoup de déchets alimentaires peuvent stagner autour des lieux, avec ce que cela comporte comme risques sanitaires (développement des microbes et bactéries, attirances de certains insectes et animaux pouvant transmettre des maladies...).



Espace de fumage des poissons, entre insalubrité et prévalence de fumée toxique, Marché Selmer, Yopougon

L'accès à l'eau est assez aléatoire. Plus d'un tiers des restauratrices/teurs ont un accès très difficile à l'eau qui peut être très éloignée du lieu de travail, impliquant des trajets longs et pénibles afin de s'approvisionner. Dans le cas d'un accès difficile à l'eau, ce sont en grande majorité les hommes qui se chargent d'aller la chercher (63%). Cela marque une claire différence avec le milieu rural où ce sont les femmes qui portent le fardeau de l'eau⁵⁶. L'autre différence relative à l'eau, en milieu urbain, est sa monétisation : les hommes qui se chargent de l'eau sont en réalité, dans la majorité des cas, des vendeurs d'eau. Cela rajoute donc un coût non négligeable aux femmes (et rares hommes) qui préparent les repas dans la rue alors que leurs moyens financiers sont déjà assez limités.

Au-delà de la question de l'accès à l'eau, se pose celui de sa qualité. Il est parfois difficile de savoir si l'eau est potable ou non. Or, elle est utilisée, dans la majorité des cas seule, pour nettoyer les aliments destinés à la consommation : 71,2% des restauratrices/teurs n'utilisent que de l'eau pour nettoyer leurs aliments, alors que 16,4% utilisent du savon et/ou de la javel en plus pour s'assurer de tuer d'éventuels microbes et bactéries contenus dans l'eau. Dans le pire des cas, les

⁵⁶ UNICEF Côte d'Ivoire. « Eau et assainissement ». Consulté le 15 septembre 2017.

<https://www.unicef.org/cotedivoire/french/waterandsanitation.html>

aliments ne sont même pas lavés, et cela représente 13% des cuisinièr.e.s de rue.

Les restaurants de rue tenus par les femmes sont réputés plus propres que ceux tenus par les hommes. Cela justifie en partie le fait que les prix soient plus bas chez les hommes, afin d'attirer la clientèle, qui préfère tout de même, dans la majorité des cas se référer aux femmes qui ont meilleure réputation. Ce qui amène les consommateurs à choisir de se restaurer auprès d'un homme est le souhait de manger un plat typiquement cuisiné par les hommes, notamment nigériens, le garba.

En ce qui concerne la confiance que les consommateurs accordent à la cuisine de rue, **31,1% disent ne pas avoir confiance en la qualité et/ou la salubrité des repas servis dans la rue.** Parmi eux, **21,6% ont déjà contracté des maladies après avoir mangé dans la rue** (indigestions, intoxications alimentaires). Malgré des mesures d'hygiènes qui leur semblent douteuses, les consommateurs/trices se résignent tout de même à manger dans ces lieux, faute de temps d'aller ailleurs ou d'avoir une conjointe (dans le cas des hommes) ainsi que pour le coût assez bas des repas. De meilleures mesures d'hygiènes, notamment liées à la qualité de l'aménagement de l'espace et de l'eau, permettraient d'éviter les maladies et d'attirer la confiance des consommateurs/trices.

Certains espaces tentent cependant d'améliorer leur hygiène notamment avec des affiches expliquant les mesures d'hygiènes basiques, comme le lavage des mains par exemple (voir photo ci-contre)



Affiche démontrant les étapes d'un lavage de main efficace afin d'améliorer l'hygiène sur le site, Espace Siporex, Yopougon

Un autre facteur influant sur la qualité des aliments concerne les méthodes de conservation et de stockage des aliments. **Près de la moitié des restauratrices/teurs (45,8%) n'ont pas de moyen de stockage** ou n'utilisent que de simples magasins qui n'ont aucun moyen de refroidissement. Cela engendre des risques de péremption rapide pour les aliments et donc des risques d'intoxication alimentaire. Parmi les hommes qui ont été interrogés, 58,8% d'entre eux possèdent un congélateur qui leur permet de stocker plus d'aliments plus longtemps. Les femmes quant à elles, ne sont que 33,3% à posséder un congélateur. Avoir un moyen de stockage tel que le congélateur, ou du moins un réfrigérateur, permet d'éviter aux femmes et rares hommes de devoir s'approvisionner chaque matin en vivres pour la journée et de risquer des pertes d'aliments qui représentent un coût. **De meilleures méthodes de stockage sont essentielles d'un point de vue non seulement sanitaire mais aussi pour permettre aux restauratrices/teurs d'alléger leurs journées en limitant leurs déplacements dangereux pour s'approvisionner.**

VI. Défis spécifiques des femmes dans la cuisine de rue



L'image ci-dessus représente les problèmes les plus évoqués les femmes et rares hommes interrogés : plus la taille des mots est grande, plus ils ont été entendus lors des enquêtes. Bien que certaines difficultés soient communes aux femmes et hommes (notamment financières), certaines sont propres aux femmes, notamment l'insécurité et les Violences Basées sur le Genre (VBG).

1. Difficultés financières

Le problème récurrent des vendeuses/eurs de rue est financier. 81,5% d'entre elles et eux se plaignent d'avoir des difficultés financières du fait du manque de rentabilité de leur travail. **Vivre à crédit** est commun car les bénéfices journaliers ne sont parfois pas suffisants pour se ravitailler le lendemain. Il est difficile d'évaluer les revenus

générés par la cuisine de rue car ils sont très variables d'un jour à l'autre : certains jours ils sont nuls et la/le vendeuse/eur prend un crédit pour se ravitailler le lendemain, et d'autres quelques centaines ou milliers de francs peuvent être gagnés. Une moyenne des revenus générés ne reflèterait pas la réalité de la rentabilité de l'activité. De plus, la difficulté à évaluer les montants dégagés de l'activité de cuisine rue viennent du fait que les finances et l'argent étaient des sujet délicats qui suscitaient la pudeur voire la gêne des interrogé.e.s qui préféraient se maintenir à une simple évocation du degré de difficulté de leur situation financière.

La solution pour pallier à cette précarité financière serait l'accès au crédit afin de pouvoir développer son activité, notamment en augmentant ses stocks, bien conservés et en améliorant son

espace de travail (salubrité et taille). Seulement, **l'accès au crédit est très restreint : 15,7% (20 femmes et 3 hommes) seulement ont déjà emprunté de l'argent** auprès d'institutions de prêts bancaires afin d'améliorer leurs conditions de travail. Parmi celles et ceux ayant pu emprunter de l'argent, un tiers (34,8%) avouent que leur activité ne leur permet toujours pas de subvenir à leurs besoins. Tandis que **parmi celles et ceux n'ayant jamais emprunté de l'argent, 44,2% affirment que les bénéfices récoltés de leur travail ne subviennent pas du tout à leur besoins**. Un emprunt d'argent permet donc d'améliorer l'activité des bénéficiaires en subvenant mieux à leurs besoins, même si ce n'est pas totalement. Le pourcentage de personnes ne pouvant subvenir à leurs besoins grâce à leur activité est à considérer en ayant à l'esprit que beaucoup des interrogé.e.s sont assez **pusillanimes quant à la gestion de leur budget**. Elles et ils n'osent pas toujours dire que leur activité est difficile et non rentable et disent qu'elle subvient à leur besoins, du moins en partie, assez timidement et en haussant les épaules en signe de résignation.

Une petite part non négligeable d'interrogé.e.s occupent un second emploi afin de joindre les deux bouts (8 femmes et 1 homme, soit 6% du total des vendeuses et vendeurs). Ce fait démontre que l'activité de cuisine de rue est difficilement rentable.

Concernant la **gestion du budget et la fixation des prix** pratiqués, un **entre-soi par genre** est constaté. Si **9 femmes sur 10 gèrent leur budget elles-mêmes** (et la quasi-totalité fixent elles-mêmes leurs prix), les quelques autres femmes voient leurs bénéfices récoltés gérés soit par leur mère soit par une patronne. **Le même schéma se reproduit pour les hommes** : les trois quarts d'entre eux gèrent eux-mêmes leur budget et fixent leurs prix et ceux qui ne le font pas eux-mêmes laissent cette tâche ou bien à leur père ou à leur patron. **Le pouvoir décisionnaire des femmes concernant la maîtrise de leurs finances est donc très important** et la confiance accordée pour la gestion du budget ne se fait qu'entre femmes, majoritairement entre mères et filles. Cela renvoie au fait que le métier de

préparatrice de repas dans la rue est souvent lié à une tradition familiale et/ou ethnique et se transmet de générations (féminines) en générations. De même pour les hommes qui ont une main mise importante sur leurs finances et qui ne se font confiance qu'entre hommes pour la gestion de leur budget, particulièrement de père en fils, pour des raisons similaires à celles des femmes.

La crise de 2010-2011 a aggravé les difficultés financières de celles et ceux qui se sont déplacé.e.s ou se sont réfugié.e.s à l'étranger. Sur les 146 vendeuses et vendeurs interrogé.e.s, 22 (16 femmes et 8 hommes) se sont déplacé.e.s ou réfugié.e.s pendant la crise (soit dans le pays même, vers des villages où des membres de leur famille habitent, le plus souvent, ou en dehors du pays. Les questionnaires ne demandaient pas de spécifier car ce n'est pas le cœur du sujet). La totalité d'entre eux/elles affirment que la situation économique est bien plus difficile qu'avant car la soi-disant « croissance économique » ne leur profite en rien, bien au contraire. Cela confirme notre constat du début de l'étude selon lequel la croissance fulgurante du PIB engendre en réalité une paupérisation des populations les plus vulnérables dont les vendeuses et vendeurs de cuisine de rue font partie.

2. Pénibilité et dangerosité sanitaire du travail

L'insuffisance de la rentabilité du travail implique une pénibilité de celui-ci. En effet, **les heures de travail sont longues et physiquement intenses**. Dans la majorité des cas, **femmes et hommes se lèvent entre 4 et 5 heures du matin, travaillent en 12 heures par jour et les femmes consacrent en plus deux heures et demie de leur temps aux tâches domestiques**. Les heures de travail quotidiennes ne prennent pas en compte les trajets pour aller s'approvisionner tôt le matin (lorsqu'il fait encore nuit) dans les marchés grossistes des quartiers populaires ainsi que les trajets reliant le domicile aux lieux d'approvisionnement et de travail. Ces trajets quotidiens longs, dangereux et pénibles

pourraient être évités si des méthodes de stockage et de conservation ainsi que de meilleurs moyens financiers étaient disponibles.

Ces trajets impliquant des **charges lourdes** de produits destinés à la cuisine de rue sont éreintants, tout comme la **préparation des repas qui est facilement très physique** notamment lors de la préparation de produits tels que le foutou (manioc et banane plantain pilonnés à la main, comme le montre la photo ci-dessous). L'activité provoque donc une fatigue extrême, et ce d'autant plus chez les femmes enceintes, allaitantes et portant leurs enfants sur leurs dos.



Femme pilonnant les bananes plantain et le manioc pour la fabrication du foutou banane, Marché Gouro COMAGOA, Adjamé

L'intensité du travail ainsi que ses conditions sanitaires ne sont pas sans risques pour la santé des préparatrices et préparateurs de cuisine de rue. **Plus de la moitié d'entre elles/eux (57,5%) utilisent du bois et/ou charbon** comme source d'énergie pour la cuisson des aliments. La fumée provenant de la combustion du bois et du charbon est inhalée toute la journée par les femmes et les rares hommes cuisinant. Cette fumée peut être extrêmement **toxique pour la santé**, causant des infections des voies respiratoires (pneumonies) et/ou des maladies respiratoires telles que des bronchites chroniques, en plus d'être une source de pollution nocive.⁵⁷ Egalement, la chaleur dégagée

par le charbon/le bois brûlant provoquent des **anémies**, selon certaines femmes.



Femmes travaillant toute la journée en inhalant la fumée de charbon, portant préjudice à leur santé respiratoire et augmentant leurs risques d'anémie, Zone Industrielle, Koumassi.

Ces différents facteurs affectant la forme physique et la santé des femmes notamment entraînent une **fatigue extrême et une asthénie très courantes chez les femmes** qui portent aussi le fardeau de leur famille. Lors de focus group, les femmes ont une meilleure facilité à exprimer leur révolte que pendant des entretiens individuels où elles sont plus réservées. Nous avons pu entendre des femmes regroupées exprimer très clairement « *nous sommes fatiguées [signifiant un ras-le-bol dans le français employé en Côte d'Ivoire], on souffre, il faut nous aider!* ». Ces cas d'indignation ainsi que l'hostilité de certaines femmes ayant refusé de participer à l'étude disant que jamais personne ne vient les aider et qu'elles n'ont pas de temps à donner démontre bien que **ces femmes se sentent marginalisées et oubliées**. Une telle révolte n'a pas été exprimée par les hommes.

L'espace dans lequel femmes et hommes cuisinent et vendent la nourriture est souvent insalubre et peu aménagé, comme nous l'avons démontré. Ce manque d'aménagement de l'espace provoque une **vulnérabilité climatique accrue**. Pendant la saison des pluies notamment, et lors de vents forts, les espaces peuvent être ravagés, ainsi que leur accès, et s'enliser dans une boue qui rend les conditions de travail très difficiles, éteignant les feux pour la cuisson en plus de poser des problèmes sanitaires.

⁵⁷ Smith, K.R. « Impacts sur la santé de l'utilisation domestique du bois de feu dans les pays en développement ». *FAO (Food and Agriculture Organization of the United Nations)*. Consulté le 15 septembre 2017.

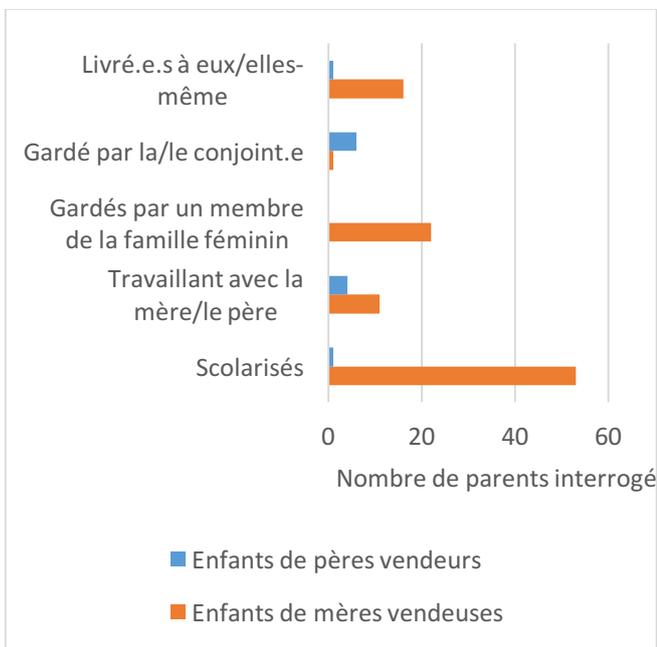
<http://www.fao.org/docrep/009/a0789f/a0789f09.html>



Espaces de cuisine totalement exposés aux aléas climatiques, Marché Gouro COMAGOA, Adjamé

3. Vie maritale et familiale à concilier

Comme l'a montré la première partie de cette étude, la moitié des femmes et hommes ont choisi ce métier par défaut. Ce choix par défaut est la plupart du temps imposé par l'obligation de nourrir et entretenir sa famille, notamment pour les femmes. Beaucoup de femmes mentionnaient, de manière informelle que leur mari ne trouvait pas de travail et que donc par facilité elles avaient choisi de faire ce métier, car il semble être évident pour une femme dont le rôle est associé à l'alimentation.



Supervision des enfants de vendeuses/eurs

Le fardeau familial implique la question de la supervision des enfants pendant les horaires de travail.

40% des vendeuses et vendeur (1 seul homme) scolarisent leurs enfants et expriment clairement leur volonté d'éduquer leurs enfants. Cette volonté s'explique par le fait que **les femmes ne souhaitent pas voir leur(s) fille(s) être forcée(s) à faire le même métier**, faute de meilleure option (et donc faute de diplôme, le plus souvent). C'est ce qu'elles ajoutent souvent lorsqu'elles affirment que leurs enfants vont à l'école.

Cependant, **dans un cas sur 10, les enfants sont sur le lieu de travail et travaillent avec leurs parents** (mères ou rares pères). Ce fait est assez inquiétant dans la mesure où il empêche toute mobilité sociale et prive les enfants d'éducation scolaire et donc de perspectives d'emploi formel à l'âge adulte ainsi que de maîtrise de leur destin. Le **travail des enfants**, sans qu'ils soient ceux des vendeuses et vendeurs de cuisine de rue, est une réalité avérée sur les marchés alimentaires. Ils assurent souvent les transports de produits et la vente d'eau ou autres produits divers. Un cas d'autant plus inquiétant est celui **des enfants livrés à eux-mêmes qui représentent aussi un dixième des cas**. Sans être scolarisés et sans aucune supervision, ces enfants peuvent facilement se sentir laissés-pour-compte et rejetés, ce qui peut les faire basculer dans la délinquance et la criminalité. A Abidjan, le phénomène des enfants en conflit avec la loi, familièrement appelés « microbes » est particulièrement menaçant et grandissant. Les enfants et adolescents appelés ainsi sont des jeunes désœuvrés, déscolarisés venant le plus souvent de milieux défavorisés qui se regroupent en bandes armées dotés le plus souvent de machettes et qui volent, agressent et tuent. Ils sont actifs notamment dans les communes d'Abobo, Adjamé, Yopougon et certaines périphéries plus défavorisées de Cocody. Ces 20% d'enfants déscolarisés (travaillant avec leurs parents dès tou.te.s petit.e.s ou livré.e.s à eux/elles-mêmes), majoritairement concentrés dans les communes les plus populaires, sont particulièrement **susceptibles de rejoindre les groupes d'enfants en conflit avec la loi (« microbes »)**.



Fillette travaillant avec sa mère et ses petit.e.s frères et sœurs en bas âge, Marché Cocovico, Cocody



Femme nettoyant ses ustensiles de cuisine en portant son bébé sur le dos, Marché Gouro COMAGOA, Adjamé

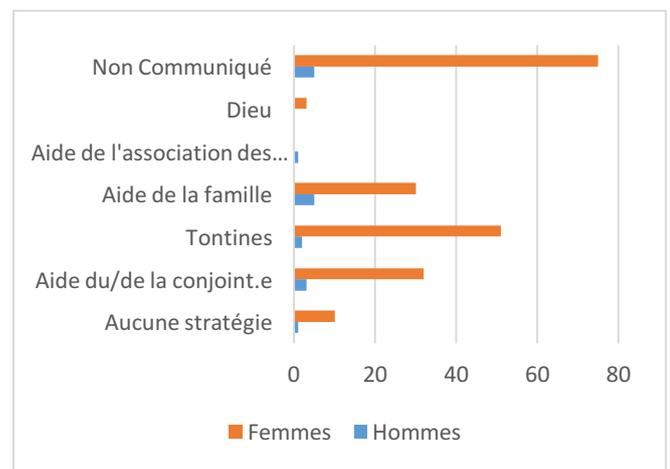
Les grossesses sont aussi un défi de taille pour les **vendeuses**, particulièrement lorsque leur revenu est le seul subvenant aux besoins de leur famille. Seulement 26% des vendeuses s'arrêtent pendant plus de 2 mois en cas de grossesse et environ **la moitié travaillent jusqu'à l'accouchement et dès le lendemain de celui-ci**. Ceci montre bien la précarité de ces femmes qui, faute d'avoir un recours financier, du fait de l'informalité de l'activité ainsi que d'un manque de soutien, sont forcées de travailler afin de pouvoir subvenir à leurs propres besoins et ceux de leur famille. Un manque de sensibilisation quant aux risques d'une activité intense pendant et juste après une grossesse est aussi très probablement à l'origine de la part infime de femmes prenant congé à l'arrivée d'un nouveau-né.

La vie familiale est un fardeau pour les femmes du fait de la garde des enfants, des grossesses mais aussi des tâches domestiques. Les hommes interrogés ne s'y consacrent à aucun moment de leur journée. Les femmes, quant à elles, y consacrent en moyenne **2 heures et demi par jour**, ajoutant une charge supplémentaire à leur journée déjà bien remplie par le travail. En demandant aux femmes leur emploi du temps d'une journée, elles ne mentionnent parfois même pas le temps qu'elles investissent dans les tâches domestiques journalières tellement cette responsabilité semble évidente pour une femme. Le sentiment de résignation de ces nombreuses femmes quant au fardeau qu'elles se doivent de porter du fait de leur condition féminine est parfois frappant.

Du fait de la charge que représente la vie familiale pour une femme, leur métier devient d'autant plus difficile et éreintant que pour les hommes plus dépris des responsabilités familiales.

4. Stratégies d'adaptation et solidarité

Stratégie d'adaptation en cas de coup dur



La solidarité, notamment entre femmes est très présente dans les marchés alimentaires. Sur les 129 femmes interrogées, 21 font partie d'une association locale liée à l'activité du marché où elles travaillent. Parmi ces femmes faisant partie d'une association qui promeut l'entraide, 23% disent ne pas du tout pouvoir subvenir à leurs besoins et ceux de leur famille avec leur activité, alors qu'elles sont

plus nombreuses parmi celles qui ne sont pas rattachées à une association (30%). Les dynamiques associatives ont donc un impact positif sur le quotidien des femmes, grâce à la solidarité qui leur permet de vivre moins difficilement certains coups durs.

Plus généralement, qu'une association soit en place ou non, **plus de la moitié des femmes affirment que l'entraide est effective avec leurs voisins de marché**. C'est notamment au travers des typiques **tontines** pratiquées par 41,9% d'entre elles que les femmes s'aident.



Association des femmes de l'antenne de la COVAPCI (Coopérative des Vendeuses d'Attikié et de Poisson) d'Abobo (avec des membres de l'équipe de terrain en charge de l'étude), Marché Grossiste de Samaké, Abobo

Concernant les femmes déplorant le fait qu'il n'y a pas d'entraide entre les vendeuses (dans la moitié des cas, donc), elles l'expliquent par le fait que la difficulté de la rentabilité de l'activité impose une **concurrence entre elles**. Ce type de réaction est lié à la monétisation du milieu urbain qui conforme peu à peu les comportements économiques au capitalisme et à l'individualisme. Egalement, la situation économique depuis la crise de 2011, montrée souvent comme plus favorable par les chiffres du PIB ivoirien croissant, ne profite en rien aux femmes et hommes des marchés alimentaires qui, plus vulnérables, se retrouvent paupérisés.e.s. La conjoncture économique fait que moins de clients viennent se restaurer dans la rue et que les vendeuses et rares vendeurs sont trop nombreux face à la demande.

5. La prévalence alarmante de l'insécurité et des violences basées sur le genre

Avant de parler de sécurité, il est nécessaire d'abord d'explicitier ce qu'on entend par ce terme. **La notion de sécurité est très relative** selon le lieu, le contexte et le genre. Lors des enquêtes, il a été demandé aux vendeuses et vendeurs s'ils/elles se sentaient en sécurité sur leur lieu de travail, de manière générale. Ensuite, afin de comprendre sur quoi était basé ce sentiment de sécurité, les questions de **crainte de déguerpissements, vols/cambriolages, harcèlement, agressions et violences basées sur le genre** étaient abordées. En évoquant ces différentes thématiques liées à la sécurité, nous pouvions ainsi mieux comprendre les raisons qui poussaient les personnes interrogées à dire si elles se sentaient en sécurité ou non. Encore une fois, comme pour toutes les questions touchant à la vie personnelle voire intime, pudeur et résignation se manifestaient, biaisant ainsi les réponses données.

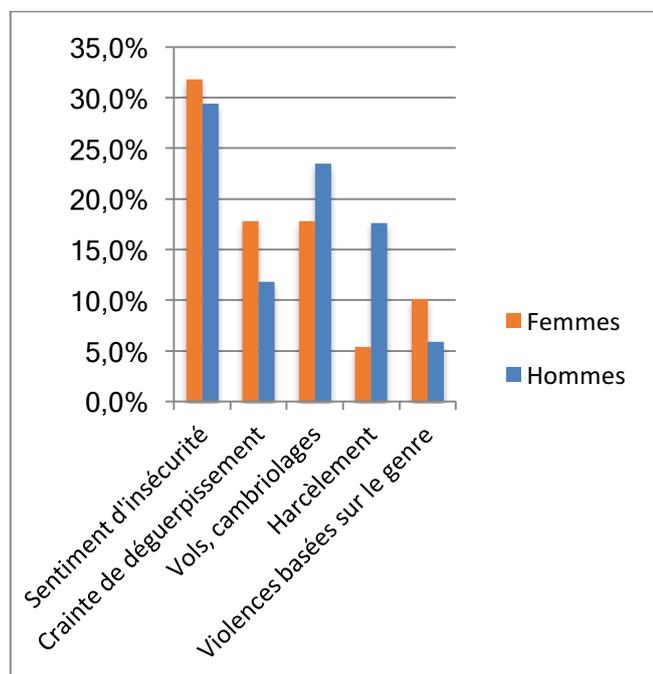
Concernant le sentiment général de sécurité, près d'un tiers des femmes ainsi que des hommes (41/129 femmes, soit 31,8% ; 5/17 hommes soit 29,4%) ne se sentent pas en sécurité sur leur lieu de travail. Il est important de noter que parmi les deux tiers restants, certain.e.s, notamment des femmes, ont dit se sentir en sécurité tout en évoquant le risque de se faire agresser (vols ou viols) mais étant donné qu'elles/ils n'en avaient pas été victimes, leur sentiment de sécurité restait intact. La part de personnes se sentant en sécurité ou non est donc à considérer avec un œil critique.

En interrogeant les **consommateurs/trices**, il leur était demandé s'ils/elles pensaient que les vendeuses/eurs étaient en sécurité ou non. **Les trois quarts d'entre eux/elles (74,3%) pensent que les vendeuses (et non les vendeurs) sont en insécurité** car exposées à tout types de risques, aussi bien de vols et agressions prévalant dans les communes les plus populaires que de violences basées sur le genre.

De manière générale, femmes et hommes pratiquant la cuisine de rue sont très exposés.e.s à tous genres de risques du fait de se trouver dans des

espaces souvent à l'air libre, facilement en contact avec tou.te.s les passant.e.s et à toute heure de la journée comme de la nuit.

Enjeux sécuritaires avoués par les vendeuses/eurs



17,8% des femmes et 11,8% des hommes craignent de se faire déguerpier par les autorités. La vulnérabilité impliquée par l'informalité de l'activité de cuisine est donc une cause d'insécurité. Cette peur est répartie assez également sur les différentes communes d'Abidjan. Formaliser l'activité de cuisine de rue permettrait de sécuriser celles et ceux qui la pratiquent et qui risquent de tout perdre du jour au lendemain.

Un cinquième des vendeuses et vendeurs interrogé.e.s (17,8% de femmes et 23,5% d'hommes) évoquent le risque important de se faire voler ou cambrioler sur leur lieu de travail. Cette crainte est répandue dans toutes les communes mais particulièrement dans celles d'Abobo, Yopougon et Port-Bouët, là où le phénomène dit des « microbes » est prévalant (surtout Abobo et Yopougon) et est la première cause de vols et agressions. Concernant la commune de Port-Bouët, l'enquête s'est réalisée sur le marché de nuit, les risques y sont donc accrus car les agressions et vols sont d'autant plus un fléau

la nuit. Les femmes et hommes travaillant dans les communes populaires sont donc beaucoup plus vulnérables face aux risques de vols et agressions qui sont récurrents et frappent d'autant plus des cibles « faciles » que sont les vendeuses et vendeurs, très exposé.e.s.

Concernant le harcèlement, sa notion n'était pas toujours évidente. Elle a été plutôt comprise comme l'agressivité de la clientèle ou de passants. **Les hommes interrogés se disent plus affectés (17,6%) que les femmes (5,4%).** Cette disparité par le fait que l'activité de cuisine de rue est, selon les consommateurs, mal perçue pour un homme dont le rôle dans la société n'est traditionnellement pas lié à l'alimentation. Cependant, les hommes et femmes ne précisaient pas exactement quel type de harcèlement les affectait, ils/elles mentionnaient juste que c'était plutôt les clients qui avaient tendance à être agressifs et à vouloir descendre les prix de manière excessive.

Les violences basées sur le genre étaient la dernière thématique relative à la sécurité abordée. Etant donné sa délicatesse, une véritable réserve se manifestait de la part des interrogé.e.s, lors des entretiens individuels. **Un dixième des femmes (10,9%) et un homme parmi les 17 interrogés disent se sentir exposés au risque de violences basées sur le genre** ou en avoir été victime – la différence entre le risque et si la personne en a déjà subi n'était pas toujours précisé car cela relève de l'intime. On peut facilement supposer que certain.e.s n'ont pas osé répondre positivement à la question par réserve.

Il faut ajouter à ce tiers de femmes en insécurité questionnées individuellement, dont le dixième de celles craignant des violences basées sur le genre, celles s'étant exprimées en focus group. **Dans tous les focus groups, les femmes évoquaient l'insécurité qui les touchent toutes et ce sous différentes formes. Lors d'un focus group dans une commune populaire, l'intégralité des femmes avait déjà subi une agression sexuelle ou un viol dans le cadre de leur activité.**

Les femmes allant se ravitailler aux champs en brousse sont victimes de violences basées sur le genre spécifiques à ces déplacements. Sur le chemin, des coupeurs de route interviennent, non seulement pour voler l'argent que femmes et hommes peuvent détenir, mais aussi pour agresser sexuellement les femmes circulant seules. Les viols commis se font souvent sous la forme de chantage,

en empêchant les femmes de poursuivre leur chemin si elles ne se laissent pas faire par les hommes. Des femmes évoquent aussi du chantage sexuel de la part de certains producteurs auprès de qui elles achètent les aliments. Si elles n'ont pas assez d'argent pour acheter la quantité de produits qu'elles souhaiteraient, les producteurs proposent aux acheteuses de se prostituer, ou plutôt les forcent à le faire afin de leur fournir les produits qu'elles veulent acquérir.

Les risques liés à l'insécurité sont donc très divers et peuvent être extrêmement graves, en particulier pour les femmes qui sont plus exposées et plus victimes d'agressions, notamment sexuelles. Derrière l'activité de cuisine de rue se cachent donc des enjeux sécuritaires de taille qu'il est important de considérer du point de vue du genre mais aussi de la sécurité alimentaire, car l'insécurité peut avoir un impact direct sur cette dernière.



Légende du schéma :

Tâches réalisées par hommes et femmes

Tâches réalisées par les femmes

VI. La chaîne de valeur genrée du manioc

1. Schéma de la chaîne de valeur du manioc et de sa transformation



Hommes livrant du manioc fraîchement récolté à l'usine de transformation d'attiéké où seules des femmes travaillent, Débrimou (Dabou)



*Broyeuse (à gauche) et manioc ayant fermenté pendant 3 jours.
La broyeuse est inutilisable faute de courant dans l'usine de transformation.
Débrimou (Dabou)*



*Femmes et fillettes épluchant et découpant des racines de
manioc. Diabé (Adzobé)*



Semoulage (à gauche) et séchage (à droite) de l'attiéké. Abata (Bingerville) à gauche, Blockhauss (Cocody) à droite.



Femmes vendant des « boules » d'attiéké aux Marchés de la COVAPCI (Yopougon ; à gauche) et de Belleville (Treichville, à droite)

2. Défis spécifiques des femmes transformatrices de manioc

Comme le montre le schéma ci-dessus, **les femmes sont largement majoritaires dans la chaîne de valeur du manioc, de sa production à sa vente.** Il n'y a qu'à l'étape de la production que femmes et hommes travaillent ensemble, sans qu'une tâche soit propre aux hommes ou aux femmes. À partir de la transformation, sous quelque forme qu'elle

soit (attiéké, placali...), ce sont les femmes qui deviennent les gestionnaires uniques de la chaîne de valeur du manioc, jusqu'à sa vente.

L'origine ethnique ébrié ou attié justifie massivement l'occupation de transformatrice d'attiéké. En demandant femmes de ces ethnies

(ébrées à Abidjan et Débrimou, attées à Diapé et Yakassé-Mé) quelle était la raison qui les avait poussées à faire le choix de ce métier, nombre de femmes répondaient que, du fait de leur ethnie, la question ne s'était même pas posée et qu'elles travaillent, pour certaines, depuis l'enfance. **Elles sont cependant plus nombreuses en brousse à affirmer avoir choisi ce métier par tradition ethnique qu'en milieu urbain où la part des femmes ayant choisi l'activité par défaut est non négligeable (27%).** De ce fait, la grande majorité **soit n'ont jamais été à l'école soit ont décroché après l'école primaire** (72% des transformatrices interrogées individuellement et la quasi totalité de celles interrogées en focus group, bien que toutes ne s'expriment pas à ce sujet). **Leur taux de fécondité est aussi élevé, 3,2 enfants en moyenne par femme** interrogée individuellement (celui des femmes interrogées en focus group est plus difficile à calculer mais plusieurs femmes participaient aux discussions avec plusieurs de leurs enfants et toutes ne disaient pas le nombre exact d'enfants qu'elles avaient). Un taux de fécondité élevé est souvent corrélé avec un niveau d'éducation assez bas qui a laissé place à des grossesses plutôt précoces. Les femmes transformatrices d'attiéké ont donc une vie familiale intense avec beaucoup de bouches à nourrir.

De fait, **la vie d'une transformatrice d'attiéké est extrêmement prenante et épuisante**, selon les femmes interrogées. Les transformatrices travaillant dans les usines en brousse (Débrimou, Diapé), disent **dormir environ 1h par nuit**, quand elles le peuvent. Il peut même leur arriver d'enchaîner plusieurs cycles de 24h de travail sans se reposer ou en faisant de courtes pauses sur place. Cette intensité extrême du travail est notamment due au fait que toutes les étapes de la transformation sont réalisées manuellement. Dans leurs usines, dans un cas des machines ont été installées dans le cadre d'un programme de développement mais il n'y a pas de courant permettant de les faire fonctionner ; dans l'autre cas, le courant et les machines sont installées mais ces dernières sont défectueuses donc

inutilisables. Les femmes interrogées individuellement en milieu urbain (Blockhaus à Cocody et Abata à Bingerville) dorment 5 à 6h par nuit

Cette fatigue physique extrême provoquée par l'activité très intense de la transformation dont les étapes nombreuses et difficiles sont décrites ci-dessus, entraîne des **risques de maladie**. Au-delà de l'asthénie et de douleurs physiques qui sont courantes, les femmes transformatrices sont aussi exposées au feu et à la fumée de bois et/ou charbon utilisés pour la cuisson de l'attiéké. Tout comme pour les femmes cuisinant dans la rue, cette fumée peut avoir des incidences graves sur l'appareil respiratoire (bronchites, infections pulmonaires...). Également, l'utilisation de couteaux très tranchants n'est pas sans risque : **beaucoup de femmes peuvent se couper et se blesser parfois gravement**. La mécanisation de l'activité fait donc défaut car elle pourrait remédier aux risques sanitaires impliqués par le travail artisanal de la transformation.



Femme épluchant manuellement le manioc avec un couteau tranchant pouvant provoquer des blessures graves, Marché Niveau Goudron, Yopougon

L'attiéké a beau être très largement consommé en Côte d'Ivoire, notamment au Sud du pays, il est toutefois **difficile pour certaines vendeuses de s'assurer une clientèle et des revenus corrects**. En effet, l'offre est massive et à des prix toujours assez bas (comparé à la charge de travail immense impliquée par la fabrication de l'attiéké). Il est donc complexe de pouvoir faire

jouer la concurrence. Cependant, **lorsque des femmes transformatrices sont regroupées en association et, encore mieux, inscrites dans une coopératives, leur activité devient moins pénible grâce à leur solidarité et à l'assurance d'une clientèle** (dans le cadre d'une coopérative).

La **vulnérabilité climatique** n'épargne pas les femmes transformatrices. En effet, certaines travaillant à l'air libre, leur travail peut facilement être endommagé, notamment pendant la saison des pluies ou en cas de vents forts. Aussi une chaleur extrême peut détériorer le manioc, qui est un denrée sensible ainsi qu'accentuer la fatigue des femmes. Un abri tel que celui des usines de transformation (à Débrimou et Diapé) leur permet de pallier à cette vulnérabilité climatique mais les femmes de Blockhaus (Cocody) et Abata (Bingerville) n'y échappent pas. Cette vulnérabilité climatique a une dimension très importante dans la vie de ces femmes transformatrices qui ne comptent que sur les revenus générés par la transformation et la vente du manioc - une détérioration ou des pertes de leurs produits peut facilement les faire sombrer dans la pauvreté et l'insécurité alimentaire.

IV. Améliorations souhaitées et solutions programmatiques envisageables



Le « nuage de mots clé » (Tag Cloud) ci-dessus représente les souhaits les plus courants exprimés par les femmes et hommes interrogés

1. Appui et gestion financière

La première amélioration souhaitée est **l'appui financier afin de développer l'activité et d'améliorer l'espace, notamment par sa formalisation** afin de ne plus être vulnérables aux déguerpissements ainsi que par sa salubrité. Un partenariat avec le PNUD (Programme des Nations Unies pour le Développement) serait pertinent afin d'encourager le gouvernement à donner un cadre légal aux restauratrices/teurs et formaliser leur activité afin de les rendre moins vulnérables.

L'appui financier, par **l'accord de prêts bancaires** par exemple, servirait à agrandir les stocks de nourriture par des moyens de conservation qui éviteraient les déplacements quotidiens éreintants

et dangereux. Nombre de restauratrices et restaurateurs ne vivraient ainsi plus à crédit et pourraient profiter de leurs bénéfices pour investir également dans la santé et l'éducation de leurs enfants.

Un financement leur permettrait aussi de **réaménager l'espace en le rendant solide** (pour ne plus être vulnérable aux aléas climatiques), spacieux et propre afin d'attirer plus de clientèle et de travailler dans de meilleures conditions.

Un système efficace de gestion des déchets est également souhaitable afin de remédier à l'insalubrité parfois extrême qui cause des maladies et rend les espaces de cuisine de rue peu attirants (notamment à Abobo, Adjamé, Koumassi, Yopougon et dans les zones périphériques de Cocody proches d'Adjamé).

Afin d'optimiser des prêts bancaires et des revenus tirés de l'activité, des formations en gestion financière seraient fort utiles car l'activité de restauratrice/teur est une véritable entreprise qui nécessite des compétences. Également, afin de

sécuriser les échanges/prêts financiers, les transactions telles que Orange Money, déjà utilisées et appréciées par nombre de femmes, doivent être privilégiées. En effet, la dématérialisation des échanges monétaires évitent de transporter de l'argent liquide sur soi et donc de s'exposer à des risques de vols, assez récurrents chez les vendeuses et vendeurs des marchés, connu.e.s pour détenir certaines sommes découlant de leurs ventes sur elles/eux et donc vulnérables.

Le PAM devrait **encourager le gouvernement et institutions financières à accorder des crédits aux restauratrices/teurs**. Se rapprocher du ministère de l'éducation ou d'établissements d'enseignement du management afin de leur proposer de **dispenser des formations de gestion serait** aussi profitable aux femmes et hommes entrepreneuses/eurs que sont les opérateurs économiques de cette étude. Enfin, il faudrait **exhorter les autorités locales à reconnaître les activités de cuisine de rue** afin que les femmes et hommes la pratiquant sortent de l'informel précarisant. Ces autorités devraient aussi être encouragées à remédier aux problèmes d'insalubrité des espaces de cuisine de rue.

2. Améliorer l'accès à l'eau et l'énergie

L'accès à l'eau de qualité et à une source d'énergie comme le gaz qui ne les exposerait plus aux maladies respiratoires et à l'anémie est aussi un souhait d'amélioration majeur. Une eau facilement accessible et potable leur éviterait des déplacements ou des frais supplémentaires pour acheter de l'eau et améliorerait l'hygiène des aliments ainsi que celle de l'espace.

L'installation de l'électricité est aussi un souhait courant, notamment chez les femmes transformatrices d'attiéké afin de pouvoir mécaniser leur activité et la rendre moins pénible. Au-delà de la question de l'électricité, les femmes n'ayant toujours pas de machine désirent pouvoir en avoir à leur disposition en sachant comment les manier et en pouvant les brancher au courant.

3. Diversification et fortification de l'offre alimentaire

Des conditions de salubrité améliorées ainsi que l'accès facilité à l'eau et à une source d'énergie non toxique favorisent la préparation d'une cuisine de rue de qualité.

Seulement, il serait également nécessaire de **diversifier l'offre alimentaire** en introduisant plus de légumes pour l'apport en vitamines et en fortifiant le manioc. En effet, le manioc est omniprésent dans l'alimentation des ivoiriens.e.s de tous âges et sous toutes ses formes. Il serait donc judicieux de monter un **programme de fortification du manioc en micronutriments**, notamment en fer, en zinc et en vitamine A. Ainsi de nombreuses carences pourraient être évitées ainsi que la prévalence de l'anémie, notamment chez les femmes et les filles.

4. Garderies d'enfants

Les femmes vendeuses ayant des enfants en bas âge souhaiteraient que des garderies soient accessibles à proximité de leur lieu de travail afin de ne pas devoir s'occuper d'eux pendant leurs heures de travail et ne plus avoir à compter sur de la famille ou des amis. **Des espaces de cuisine de rue formalisés pourraient en effet comporter un lieu consacré à la garde des enfants** afin qu'ils ne soient plus une charge pour les femmes pendant leur travail

5. Renforcer les logiques de coopératives pour s'assurer une visibilité

Au cours de cette étude, **l'équipe du PAM a encouragé les femmes qui n'étaient pas réunies en associations à en créer une afin de renforcer leur solidarité ainsi que leur visibilité**. En effet, les femmes soudées par une association font mieux face aux coups durs, **et parviennent mieux à établir des partenariats** pour construire des coopératives

solides qui assurent aussi bien l'approvisionnement que la clientèle. **Une logique coopérative renforcée permet de rendre les femmes plus résilientes le long de la chaîne de valeur.**

6. Assurer un personnel de sécurité et sensibiliser contre les VBG

Afin de rendre les lieux de travail des femmes et des hommes sûrs, **un personnel de sécurité présent pendant les horaires de travail permettrait de protéger travailleuses et travailleurs.** Les coopératives, administrations et associations locales régissant les marchés/espaces de cuisine de rue, ainsi que l'État en général, devront être exhortés à recruter ce personnel de sécurité. Leur présence dissuaderait les délinquants et criminels, notamment les enfants en conflit avec la loi (familièrement appelés « microbes »), de commettre des vols et agressions dans ces espaces.

Remédier aux violences basées sur le genre est beaucoup plus complexe et ne peut s'envisager que sur du long terme car ça touche à des facteurs socio-culturels profondément ancrés. Des **campagnes de sensibilisation** contre les violences basées sur le genre sur les espaces de cuisine de rue concernés et plus généralement dans la ville et les campagnes seraient d'une grande utilité afin d'éveiller les consciences sur la question.

7. Cantines scolaires en milieu urbain

Le PAM encourage fortement le gouvernement ivoirien à poursuivre son programme de cantines scolaires en milieu urbain en étendant son champ d'action à de nouvelles écoles et en s'associant à des vendeuses/eurs de cuisine de rue. Cette initiative **combinerait les améliorations voulues par femmes et hommes rencontrés et qui serait dans la lignée de ce que le PAM prône en termes de cantines scolaires en exhortant les autorités ivoiriennes à poursuivre sur sa lancée.**

Les **repas des cantines seraient préparés par les femmes et quelques hommes pratiquant la cuisine de rue**, leur assurant ainsi une **clientèle régulière par un partenariat avec l'école à proximité.** Cette

proximité de l'école inciterait à la **scolarisation des enfants des préparatrices/teurs de repas.** Un système de garderie pour les enfants en bas âge des femmes vendeuses pourrait être mis en place afin d'améliorer les conditions de travail des femmes.

Les **repas proposés pourraient bénéficier de fortification en micronutriments**, notamment pour le manioc, afin d'assurer des **repas à haute qualité nutritionnelle pour les enfants.** L'offre alimentaire serait également diversifiée en incitant à la consommation de fruits et légumes intégrés aux repas traditionnels ivoiriens afin de respecter les habitudes culturelles. **Les enfants scolarisés éviteraient ainsi tout risque de malnutrition, ne travailleraient plus le ventre vide, augmentant ainsi considérablement leurs chances de suivre une scolarité épanouie** faisant d'eux et elles des acteurs dynamiques de leur société.

8. Assurer la protection sociale des vendeuses/eurs

Les vendeuses et rares vendeurs de cuisine de rue mettent leur santé en jeu dans le cadre de leur activité, du fait des conditions d'hygiène et d'assainissement ainsi que de la vulnérabilité climatique causée par le manque d'aménagements adéquats. Bien que le problème de fond de la salubrité, des aménagements améliorés et d'un accès à l'énergie et à l'eau de qualité doive être résolu pour limiter les risques de maladie, une assurance maladie doit être accessible aux vendeuses/eurs. Dans l'informalité, tout désagrément causé à la santé peut déclencher un cercle vicieux dont il est difficile de sortir : manque de moyens, la personne affectée ne se soigne pas, sa productivité et donc sa rentabilité s'effondrent ce qui aggrave sa situation sanitaire et économique. Outre la formalisation de l'activité, une protection sociale par une assurance maladie couvrant les risques liés au travail doit être mise en place pour les vendeuses et vendeurs de cuisine de rue en exhortant le Ministère de la Santé à le faire.

9. Encourager les interventions en milieu urbain

Les interventions du PAM se font traditionnellement en milieu rural, où les enjeux d'insécurité alimentaire sont plus concentrés. Cependant, le phénomène d'urbanisation impose des problématiques alimentaires dans les villes auxquelles il est nécessaire de répondre, afin de ne pas laisser se marginaliser des populations urbaines en insécurité alimentaire.

V. Conclusions

- La cuisine de rue à Abidjan est un métier de femme car l'alimentation est associée au genre féminin en Côte d'Ivoire (près de 90% sont des femmes). Les rares hommes qui la pratiquent sont en général originaires du Niger et cuisinent le garba (poisson braisé et attiéké).
- Les femmes préparant les repas dans la rue sont également les actrices majeures de la chaîne de valeur, depuis la production (qu'elles partagent avec les hommes) jusqu'à la vente en passant par les trajets d'approvisionnement et de livraisons (partagés avec les hommes dans une moindre mesure) et par la transformation des produits, notamment le manioc.
- Les repas préparés dans la rue sont consommés par des urbains majoritairement des hommes, travaillant aux alentours des espaces de cuisine de rue et/ou célibataires (n'ayant pas de conjointe cuisinant pour eux), et aux revenus les plus souvent modestes. En effet, la cuisine de rue a tendance à quitter les quartiers les plus aisés, par opérations de déguerpissements et du fait d'un changement des pratiques alimentaires urbaines de classe moyenne et supérieure, de plus en plus associées aux restaurants formels. Sans cette cuisine de rue encore bon marché, beaucoup d'hommes et de femmes ne pourraient s'alimenter décemment chaque jour et leur sécurité alimentaire serait sérieusement mise à mal.
- Le manioc, sous toutes ses formes transformées, notamment l'attiéké, est présent dans près de 9 repas sur 10. Le riz est également très présent dans l'offre alimentaire (plus de la moitié des repas), tout autant que le poisson (carpe, tilapia), qui représente la majeure source de protéines animales en Côte d'Ivoire, devant la volaille, présente dans 40% des repas proposés. Les légumes, quant à eux, ne font que très peu partie de l'offre alimentaire de la cuisine de rue. Ils sont le plus souvent consommés sous forme de sauces qui dilue leurs propriétés nutritionnelles.
- D'un point de vue nutritionnel, justement, les repas de la cuisine de rue peuvent provoquer des carences, notamment pour celles et ceux qui ne consomment pas de protéines animales car le reste des aliments massivement consommés (manioc, riz) n'en contiennent presque pas. Des carences en vitamines et minéraux peuvent également résulter de la consommation de la cuisine de rue du fait de l'absence de produits suffisamment riches en ceux-ci, notamment le manioc, qui a une teneur relativement intéressante en vitamine C mais est surtout composé d'amidon qui augmente les risques de surpoids. Le manque de salubrité et d'hygiène des espaces de cuisine de rue constitue un risque sanitaire de taille car les repas consommés peuvent engendrer des maladies et n'inspirent pas toujours confiance.
- Femmes et rares hommes vendeuses/eurs de cuisine de rue rencontrent des difficultés similaires mais certaines difficultés n'affectent que les femmes.

- D'un point de vue financier, tou.te.s s'accordent sur le fait que l'activité est difficilement rentable et certain.e.s vivent à crédit (notamment les femmes). Le manque de rentabilité implique des déplacements quotidiens pour aller se ravitailler dans les marchés grossistes des quartiers populaires (Adjamé, Abobo) qui exposent les femmes aux risques d'agressions et de violences.
- Ces déplacements ajoutent de la pénibilité à une activité déjà très prenante du fait du des longues heures de travail par jour, des efforts physiques qu'elle implique ainsi que de la supervision des enfants. Ces enfants, lorsqu'ils ne bénéficient pas de la scolarisation (ce qui est le cas pour 60% d'entre eux) travaillent avec leurs mères, sont gardés par des membres de la famille (féminins) ou pire, sont livrés à eux-mêmes, ce qui comporte l'énorme risque pour ces derniers de sombrer dans la délinquance et la criminalité.
- Entre femmes vendeuses, l'union fait la force et elles sont nombreuses à s'associer et s'entraider, conscientes de leurs enjeux et de leur vulnérabilité. En effet, les femmes sont beaucoup plus exposées aux problèmes sécuritaires que les hommes. Dans leurs déplacements, notamment, les agressions sexuelles voire la prostitution pour leur ravitaillement sont communes (et plusieurs cas n'ont probablement pas été rapportés par les femmes interrogées vu la sensibilité du sujet). En vue d'améliorer la sécurité alimentaire, sanitaire et nutritionnelle ainsi que les conditions de travail des femmes et des hommes vendeuses/eurs de cuisine de rue, et en réponse aux souhaits émis par elles et eux, le PAM recommande au gouvernement ivoirien et ses institutions compétentes plusieurs formes d'interventions.
- Dans la lignée de ce que le PAM promeut à l'échelle du territoire ivoirien, il encourage le gouvernement ivoirien à poursuivre son programme de cantines scolaires en milieu urbain en étendant son champ d'action et en travaillant avec les vendeuses/eurs de cuisine de rue. Un partenariat entre des préparatrices/teurs de cuisine de rue et des écoles permettrait à ces dernier.e.s de s'assurer une clientèle dans le cadre d'une activité formelle ainsi que de nourrir des enfants scolarisés, dont les leurs. La sécurité alimentaire et nutritionnelle des enfants serait garantie par une nourriture diversifiée et fortifiée en vitamines et minéraux essentiels. Concernant la sécurité des femmes, qui est un enjeu bien plus délicat, une campagne massive de sensibilisation aux violences basées sur le genre devra être réalisée dans les espaces de cuisine de rue, et à plus grande échelle, en ville comme en brousse afin d'éveiller les consciences des Ivoirien.ne.s. L'État ivoirien devra d'autant plus s'engager dans la lutte contre les violences basées sur le genre à l'encontre des femmes mais aussi des hommes, et ce en renforçant ses partenariats inter-ministériels et avec les organisations promouvant l'égalité des genres.

Annexe I : questions de recherche détaillées

- **Comment fonctionnent les chaînes d'approvisionnement pour les aliments servant à la cuisine de rue, notamment celle du manioc? Existe-t-il des enjeux spécifiques liés à l'âge, au genre et à la diversité dans le processus d'intégration dans la chaîne d'approvisionnement?**
- **Quels sont les rôles des femmes et des hommes le long de la chaîne de valeur? Quel est leur niveau d'éducation selon le rang occupé?**
- **Quel est l'accès aux marchés et aux capitaux des femmes et hommes travaillant dans la cuisine de rue? Dans quelle mesure sont-elles/ils résilient.e.s? Quel rôle joue le genre dans ces processus?**
- **Quel degré de vulnérabilité du fait de l'informalité du travail?**
- **Quelle part des femmes dans cette activité informelle?**
- **Dans quelle mesure les femmes font-elles tenir les ménages grâce à ces activités?**
- **Quel appui l'État pourrait fournir à l'entreprenariat féminin afin de remédier à leur vulnérabilité et les autonomiser (accès aux crédits, aux formations, au leadership)?**
- **Quelle vulnérabilité face à la volatilité des prix du marché? Comment s'adapter face aux fluctuations des prix?**
- **Quelles stratégies d'adaptation face aux crises (économiques, familiales, conflits)?**
- **Quelle est l'implication spécifique des jeunes dans la préparation de la cuisine de rue?**
- **Quelle(s) perspectives pour les jeunes qui travaillent dans la cuisine de rue?**
- **Est-ce par choix ou par défaut que les jeunes se consacrent à la cuisine de rue?**
- **À partir de quel âge filles et garçons commencent-ils à travailler?**
- **Quelles sont leurs tâches spécifiques, et selon leur genre?**
- **La question du travail des enfants se pose-t-elle?**
- **Comment l'activité de cuisine de rue contribue-t-elle à l'autonomisation des femmes et des jeunes, à la fois sur le plan économique et au sein des ménages?**
- **Qu'est-ce que l'activité change dans leur mode de vie?**
- **L'activité permet-elle de subvenir aux besoins?**
- **L'activité permet-elle de tisser des liens (participation à une association ou au contraire concurrence entre les commerçant.e.s)**
- **Est-ce une activité attractive? Quelle facilité pour y accéder? Pour qui?**
- **Comment l'éducation des enfants est-elle assurée pendant les heures de travail? Les enfants sont-ils scolarisés? Ou bien gardés par un membre de la famille/ami/voisin.e? Ou bien travaillent-ils sur le marché?**
- **Combien d'heures de travail par jour? Comment est utilisé l'éventuel temps libre (associations locales, emploi supplémentaire pour pallier à des manques financiers...)**
- **Quelle gestion du budget? Par qui?**
- **Quelle part du budget est consacrée à l'alimentation?**
- **Comment le budget consacré à l'alimentation contribue-t-il à la sécurité alimentaire et nutritionnelle?**
- **Dans quelle mesure les bénéfices récoltés de l'activité sur les marchés renforcent-ils le pouvoir décisionnaire et l'autonomisation des femmes?**
- **Qui décide des prix des aliments vendus et de la gestion du budget?**

- Dans quelle mesure la cuisine de rue contribue-t-elle à la sécurité alimentaire et nutritionnelle en milieu urbain ?
- Qui sont les acheteurs/acheteuses **de cette nourriture de rue (classe sociale, genre, activité...)** ?
- **Les acheteurs/teuses sont-ils différents selon les quartiers ?**
- **Quelle est la qualité nutritionnelle de produits vendus ?**
- **Y a-t-il des différences sur le plan nutritionnel selon le type de quartier (aisé/populaire...)** ?
- **Les vendeuses/eurs satisfont-ils leurs besoins alimentaires (et nutritionnels) ?**
- **Y a-t-il des différences dans les modes de consommation selon le genre (vendeuses et acheteurs) ?**
- **Pourquoi faire le choix de consommer la cuisine de rue ?**
- **Quels risques de contamination avec la cuisine de rue ?**
- **Existe-t-il des risques de protection, notamment liés aux violences basées sur le genre, qui touchent les vendeuses/eurs d'aliments de rue (en particulier les femmes et les filles)?**
- **À quel(s) type(s) de violence sont exposé.e.s les vendeurs/deuses ?**
- **Quels sont les risques spécifiques selon que l'activité se déroule de jour ou de nuit ?**
- **Quelles différences dans les interactions entre les vendeurs/deuses et acheteurs/teuses selon le genre ?**
- **Y a-t-il des cas d'exploitation sexuelle/prostitution/harcèlement (sexuel) dans le cadre des activités de marché/au long de la chaîne de valeur ?**
- **Les vendeuses de cuisine de rue sont-elles plus susceptibles d'avoir des grossesses précoces ou d'être mariées de force ?**
- **Les PDI et réfugié.e.s de retour font-ils/elles face à des enjeux spécifiques, notamment dans le cas où la localité n'est pas leur localité d'origine ?**
- **Quelles sont les conditions d'eau et d'assainissement /d'accès à l'énergie sur les marchés/espaces de restauration ?**
 - La gestion de l'eau reste-t-elle le fardeau des femmes en milieu urbain/sur les marchés/espaces de restauration?
 - **Quel est l'accès à l'eau potable ?**
 - **Quelles sont les mesures d'hygiène ?**
 - **Quelles maladies liées à la contamination de l'eau ou aux conditions sanitaires ?**
 - **La question de l'accès à l'énergie se pose-t-elle sur les marchés urbains ? Quelle source d'énergie est utilisée ? Y a-t-il de longues distances à parcourir pour la récolter ? Qui s'en charge ? La source d'énergie implique-t-elle des risques sanitaires ?**
- Comment le PAM peut-il adapter et améliorer ses opérations en vue d'améliorer la sécurité alimentaire et nutritionnelle en milieu urbain et la condition des femmes et hommes contribuant à cette sécurité alimentaire et nutritionnelle ?

Annexe II : Bibliographie

- Banque Mondiale. « Population urbaine, Côte d'Ivoire | Data ». Consulté le 21 juin 2017. <https://donnees.banquemondiale.org/indicateur/SP.URB.TOTL?locations=CI&view=chart>.
- CARE International. « Resilient Markets, Strengthening women's economic empowerment and market systems in fragile settings », 2016. https://insights.careinternational.org.uk/media/k2/attachments/CARE_Resilient-markets-briefing-paper_2016.pdf.
- CARE International, « The Resilience Champions », 2015.
- CARE International, et World Food Programme (WFP), VAM unit. « The Coping Strategies Index: A tool for Measurement of Household Food Security and the Impact of Food Aid Programs in Humanitarian Emergencies », juillet 2003.
- data2x. « Big Data and the Well-Being of Women and Girls: Applications on the Social Scientific Frontier », avril 2017.
- De Vergès, Marie. « Les fragilités du nouveau miracle ivoirien ». *Le Monde*, février 2015. http://www.lemonde.fr/afrique/article/2017/02/18/les-fragilites-du-nouveau-miracle-ivoirien_5081733_3212.html.
- FAO (Food and Agriculture Organization of the United Nations. « Agriculture, alimentation et nutrition en Afrique. » Consulté le 14 septembre 2017. <http://www.fao.org/docrep/008/w0078f/w0078f0f.htm>.
- FAO (Food and Agriculture Organization of the United Nations, « FAO Fisheries & Aquaculture - Vue générale du secteur aquacole national - Côte d'Ivoire ». Consulté le 14 septembre 2017. http://www.fao.org/fishery/countrysector/naso_cotedivoire/fr.

- FAO (Food and Agriculture Organization of the United Nations), « Le manioc un aliment pour tout le monde ». Consulté le 14 septembre 2017. <http://www.fao.org/wairdocs/x5695f/x5695f03.htm>
- FAO (Food and Agriculture Organization of the United Nations), « L'igname ». Consulté le 15 septembre 2017. <http://www.fao.org/WAIRdocs/x5425f/x5425f0e.htm>
- FAO (Food and Agriculture Organization of the United Nations), « Nutrition humaine en Afrique tropicale ». Consulté le 15 septembre 2017. <http://www.fao.org/docrep/x0081f/X0081F08.htm>
- FAO (Food and Agriculture Organization of the United Nations), « Riz et alimentation humaine », 2004. <http://www.fao.org/rice2004/fr/f-sheet/fiche3.pdf>
- Gender Development Network. « Breaking down the barriers: Macroeconomic policies that promote women's economic equality », mai 2016.
- Institut National de la Statistique, Ministère de la Santé et de la Lutte contre le Sida, et Ministère de l'Agriculture. « Enquête sur la vulnérabilité alimentaire en milieu urbain : cas de la ville d'Abidjan », Mai 2013. http://www.ins.ci/n/templates/docss/vulalim_urbain.pdf
- Inter-Agency Stading Committee. « Gender Handbook in Humanitarian Action: Women, Girls, Boys and Men, Different Needs - Equal Opportunities », décembre 2006.
- International Food Policy Research Institute. « 2015 Nutrition Country Profile: CÔTE D'IVOIRE ». *Global Nutrition Report*. Consulté le 21 juin 2017. <http://ebrary.ifpri.org/utils/getfile/collection/p15738coll2/id/129915/filename/130126.pdf>
- KRAMO, Audace Institut. « Côte d'Ivoire : l'inextricable duo croissance - pauvreté ». *Contrepoints*, 15 juin 2015. <https://www.contrepoints.org/2015/06/15/210988-cote-divoire-linextricable-duo-croissance-pauvrete>
- Meillassoux, Claude. *Anthropologie économique des Gouro de Côte d'Ivoire: De l'économie de subsistance à l'agriculture commerciale*. Paris: Editions de l'École des Hautes Études en Sciences Sociales, 2013.
- Ministère de la Santé et de la Lutte contre le Sida (Côte d'Ivoire). « Enquête Démographique et de Santé et à Indicateurs Multiples (EDS-MICS) », 2012 2011. <http://www.ins.ci/n/templates/Pub/EDS-MICS%202011-2012.pdf>
- « OCPV : Office d'Aide à la Commercialisation ». Consulté le 28 juin 2017. <http://www.ocpv.info/Missions>
- ONDR (Office National du Développement de la Riziculture). « Statistiques des importations de riz en Côte d'Ivoire ». *Site officiel du riz en Côte d'Ivoire*, 2015. http://www.ondr.ci/statistique_importations.php
- RAINFROY, Claire. « Près de 20 000 réfugiés ivoiriens devraient regagner la Côte d'Ivoire en 2017 ». *JeuneAfrique.com*, 20 juin 2017. <http://www.jeuneafrique.com/449667/societe/cote-divoire-plus-de-59-000-refugies-ivoiriens-region-20-000-retours-attendus-2017/>
- RONGEAD, OCPV, et Chigata (Femmes et Développement). « Étude de la filière Manioc en Côte d'Ivoire », 2015.
- SelfNutritionData. « Fish, carp, cooked, dry heat Nutrition Facts & Calories ». Consulté le 15 septembre 2017. <http://nutritiondata.self.com/facts/finfish-and-shellfish-products/4035/2>

- Smith, K.R. « Impacts sur la santé de l'utilisation domestique du bois de feu dans les pays en développement ». *FAO (Food and Agriculture Organization of the United Nations)*. Consulté le 15 septembre 2017. <http://www.fao.org/docrep/009/a0789f/a0789f09.html>
- UNICEF Côte d'Ivoire. « Eau et assainissement ». Consulté le 15 septembre 2017. <https://www.unicef.org/cotedivoire/french/waterandsanitation.html>
- United Nations Development Programme (UNDP). « Human Development Data (1990-2015) ». Consulté le 21 juin 2017. <http://hdr.undp.org/en/data>
- United Nations Development Programme (UNDP), « Table 5: Gender Inequality Index (GII) | Human Development Reports ». Consulté le 21 juin 2017. <http://hdr.undp.org/en/composite/GII>
- USAID. « Understanding Gender and Culture in Market Systems », février 2012.
- USAID, « Women's Economic Empowerment: Pushing the Frontiers of Inclusive Market Development », s. d.
- World Bank. « Ratio filles/garçons des inscriptions au primaire et au secondaire (%) | Data », 2016. <https://donnees.banquemondiale.org/indicateur/SE.ENR.PRSC.FM.ZS?locations=CI-1W&view=chart>
- World Bank, « Situation économique en Côte d'Ivoire : et si l'émergence était une femme? » The World Bank, 1 juillet 2017. <http://documents.worldbank.org/curated/en/374581499668123584/Situation-%C3%A9conomique-en-C%C3%B4te-d-Ivoire-et-si-l-emergence-%C3%A9tait-une-femme>
- World Bank, « Taux du croissance du PIB en Côte d'Ivoire », s. d. <http://donnees.banquemondiale.org/indicateur/NY.GDP.MKTP.KD.ZG?locations=CI>
- World Bank, et FAO (Food and Agriculture Organization of the United Nations). « Analyzing Food Security Using Household Survey Data », 2014.
- World Bank, et International Labor Organization. « Taux de participation à la population active, femmes (% de la population féminine âgée de 15 ans et plus) (estimation modélisée OIT) | Data », 2016. <https://donnees.banquemondiale.org/indicateur/SL.TLF.CACT.FE.ZS>
- World Food Programme (WFP). « Assessing Women's Empowerment for Market-Based Humanitarian Action : A proposal for the Women's Empowerment in Markets Index (WEMI) », août 2016.
- World Food Programme (WFP), « Building resilience through asset creation », novembre 2013.
- World Food Programme (WFP), « Gender-Based Violence Manual, Emergencies and Transitions Unit (OSZPH), Programme and Policy Division », novembre 2016.
- World Food Programme (WFP), « Participatory Gender Analysis », 2017.
- World Food Programme (WFP), « Programming Food Aid in Urban Areas : Operational Guidance, Guidelines for WFP Assistance in Urban Areas », 14 janvier 2004.
- World Food Programme (WFP), « Urban Food Insecurity: Strategies for WFP, Food Assistance to Urban Areas », 2002.
- World Food Programme (WFP). « Côte d'Ivoire Transitional Interim Country Strategic Plan (Year 2018) », août 2017. https://docs.wfp.org/api/documents/b08d14db19de44b8bbdaa28b9c4ca9f4/download/?_ga=2.91461529.2071601734.1509898380-1218755328.1509898380
- World Food Programme (WFP), « West Africa Gender and Markets Initiative: Working towards Zero Hunger by Empowering West African Women », s. d. <http://resources.vam.wfp.org/node/106>
- World Food Programme (WFP), « WFP guide to Personal Data Protection and Privacy », 2016.

- World Food Programme (WFP), et Regional Office for West and Central Africa. « Gender and Markets in West Africa: Secondary Data Review ». Dakar, août 2016.
- World Food Programme (WFP), VAM unit (Vulnerability Analysis and Mapping). « Understanding Household Dynamics: A technical note on the use of gender analysis in household surveys and FGDs ». Cairo, janvier 2017.
- World Food Programme (WFP), VAM unit (Vulnerability Analysis and Mapping). « Integrating a Gender Perspective into Vulnerability Analysis ». Rome, 2005.

Annexe III : Liste des partenaires consultés

- Au Bureau Régional du PAM Afrique de l'Ouest et Centrale (Dakar) :
 - Raky Chaupin, Regional Gender Advisor, RBD
 - Marika Guderian, Experte en Protection, Humanitarian Policy Advisor, RBD
 - Carrie Morrison, Experte en Nutrition, RBD,
 - William Olander, Information Management Specialist, VAM, RBD,
 - Matthieu Tockert, Markets Regional Advisor, VAM, RBD
- Au Bureau Pays pour la Côte d'Ivoire :
 - Moyabi Sylla, National Programme Officer, VAM and M&E, PAM Côte d'Ivoire
 - Wilfried Affeli, Programme Assistant, VAM and M&E, PAM Côte d'Ivoire
 - Susana Rico, Country Strategy Advisor, PAM Côte d'Ivoire
 - Rachel Pierre, Chargée de Programme, PAM Côte d'Ivoire
- Organisation d'Aide à la Commercialisation des Produits Vivriers (OCPV) ; partenaire privilégié :
 - Noel Kouable, Chef du Département du Système d'Information de Marchés
 - Flora Gnazebo, enquêtrice,
 - Yannick Irie Bi Tra, enquêteur
 - Marie Paule Loba, enquêtrice
 - Yaya Touré, chef de service et enquêteur
- Président.e.s de Coopératives ou Associations locales :
 - Thèrese Lou Irie, présidente de la COPROVIT (Coopérative des Producteurs de Vivriers de Treichville)
 - Alexis YOUAN, président du Marché COMAGOA (Gouro) d'Adjamé
 - Yvonne Zamblé, présidente du Marché Nouvelle Cocoprovi (Gouro) d'Adjamé
 - Cécile Djedjoro, présidente de la COVAPCI (Coopérative des Vendeuses d'Attieké et de Poisson) à Yopougon
 - Api Yapi, présidente de l'antenne d'Abobo de la COVAPCI
 - Mr Zamblé, président de l'association du Marché Niveau Goudron de Yopougon,
 - Mr Daouda, président de l'association de l'espace de restauration du
 - Madame la Présidente de l'association du marché Deux Plateaux/Agban

À ces personnes coopérantes s'ajoutent les plus de 360 femmes et hommes ayant anonymement consacré leur temps, leur énergie et leur confiance aux besoins de notre étude.

Annexe IV : Calendrier du terrain

Date	Lieu
1) Lundi 10 juillet	PAM et Marchés de Cocody et Adjamé
2) Mardi 11 juillet	Marché(s) de Cocody et allokodrome
3) Mercredi 12 juillet	Marché de Cocody et allokodrome
4) Jeudi 13 juillet	Marché Gouro COMAGOA d'Adjamé
5) Vendredi 14 juillet	Marché Gouro Nouvelle Cocoprovi d'Adjamé
6) Lundi 17 juillet	Marchés Selmer et Niveau Goudron de Yopougon
7) Mardi 18 juillet	Marché de la COVAPCI et Espace SIPOREX de Yopougon
8) Mercredi 19 juillet	Grand Marché de Belleville à Treichville
9) Jeudi 20 juillet	Grand Marché de Belleville à Treichville
10) Vendredi 21 juillet	Blockhauss (cuisine de rue + transformatrices d'Attiéké)
11) Lundi 24 juillet	Grand Marché de Koumassi
12) Mardi 25 juillet	Zone Industrielle et Marché Dje Konan de Koumassi
13) Mercredi 26 juillet	Marché grossiste (dont COVAPCI) d'Abobo et espaces de restauration alentours
14) Jeudi 27 juillet	Divers espaces de cuisine de rue d'Abobo (espace dit « Jean Tahi » et espaces sans nom attribué), dans la zone de Samaké
15) Vendredi 28 juillet	Plateau : cuisine de rue quasi inexistante du quartier d'affaires

16) Lundi 31 juillet	Usine de transformation de manioc de Débrimou
17) Mardi 1 ^{er} aout	Champ de production et transformatrices de manioc de Yakassé-Mé
18) Mercredi 2 aout	Usine de transformation de manioc de Diapé
19) Jeudi 3 aout	Marché de nuit de Port-Bouët
20) Vendredi 4 aout	Transformatrices d'attiéké d'Abata, Bingerville

Annexe V : Questionnaire individuel pour les vendeuses/eurs

<p>Les données collectées au cours de cette étude sont strictement confidentielles et accessibles aux opérateurs/trices qui le souhaitent.</p>	
<p>Questionnaire N° :</p>	<p>Nom de l'enquêtrice/teur :</p>
<p>Date de l'enquête :</p>	<p>Tél. de l'enquêteur/trice :</p>
<p>Ville de l'enquête :</p>	<p>Nom du marché/lieu (préciser quartier):</p>
<p>Suggestion de présentation de l'étude et pour s'assurer du consentement de l'enquêté.e (dans la langue la plus adéquate):</p> <p>Bonjour, je m'appelle ... et suis enquêtrice/teur dans le cadre d'une étude menée par le Programme Alimentaire Mondial des Nations Unies. Cette étude porte sur les rôles et défis spécifiques des femmes et des hommes sur les marchés alimentaires à Abidjan. Les résultats de cette enquête nous permettront de mieux comprendre quels sont les enjeux et les difficultés que vous pouvez rencontrer. Grâce à ces résultats, nous pourrions améliorer les interventions du Programme Alimentaire Mondial et du Gouvernement, notamment concernant l'égalité entre les femmes et les hommes ainsi que la sécurité alimentaire. J'aimerais donc vous poser quelques questions concernant vos activités sur le marché. Auriez-vous environ 30 minutes à m'accorder, s'il vous plait ?</p>	

	Questions	Réponses (entourer la/les bonne.e réponse.s)
01. Données personnelles et profil socio-économique	1) Genre	1. Femme 2. Homme 3. Autre
	2) Age	ans
	3) Niveau d'instruction	1. Aucun 2. Primaire 3. Secondaire 4. Supérieur 5. Autre (préciser) :
	4) Famille	1. Célibataire ○ - Si enfants, préciser le nombre : ○ ○ 2. Marié.e ○ - Si enfants, préciser le nombre : ○
	5) Quel(s) est/sont votre/vos rôle(s) au sein de ce marché ?	1. Vente 2. Approvisionnement/Achat 3. Préparation des repas 4. Autre(s) (préciser) :
	6) Depuis combien de temps exercez-vous ?	. ans . mois . jours

02. Contribution de la cuisine de rue à la sécurité alimentaire, sanitaire et nutritionnelle	7) Quel(s) produits vendez-vous ? Quel(s) repas cuisinez-vous ? (question ouverte)	1. Légumes (préciser) : 2. Fruits (préciser) : 3. Poisson(s) (préciser) : 4. Viande(s) (préciser) : 5. Attiéké ou autre(s) tubercule(s) (préciser) : 6. Alloko 7. Riz 8. Autre(s) (préciser) :
	8) Quels sont les produits/les repas les plus vendus sur le marché ? (Préciser les 3 ou 4 produits les plus vendus)	1. 2. 3. 4.

<p>9) Qui décide des produits que vous vendez ? Ou des repas à préparer ?</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Vous-même 2. Conjoint-e 3. Les deux 4. Autre(s) (préciser) :
<p>10) Qui est votre clientèle ? Hommes, Femmes, filles, garçons ? Demander le plus de précisions possibles au-delà du genre.</p>	<p><input type="radio"/></p>
<p>11) <input type="checkbox"/> Êtes-vous la/le seul(e) à préparer ces repas ? Avez-vous de l'aide dans vos activités ?</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Non 2. Si oui, précisez qui vous aide (préciser combien de personnes) : <ul style="list-style-type: none"> - conjoint-e - enfant(s) (préciser le genre) : - membre(s) de la famille (préciser) : - ami-e(s) - autre(s) (préciser) :
<p>12) Quelles mesures d'hygiène adoptez-vous ?</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. <input type="checkbox"/> Lavage des mains 2. Nettoyage des aliments (préciser comment) 3. Nettoyage du matériel de cuisine et de stockage des aliments (préciser comment) 4. Autre(s) (préciser) :
<p>13) Avez-vous accès à l'eau facilement ?</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. <input type="checkbox"/> Si oui : <ul style="list-style-type: none"> - est-elle potable ? <input type="radio"/> oui <input type="radio"/> non <input type="radio"/> ne sait pas

		<ul style="list-style-type: none"> - d'où provient-elle (robinet, puits...) ? ○ robinet ○ puits ○ autre(s) (préciser) : <p>2. Non (préciser les difficultés) :</p> <ul style="list-style-type: none"> ○
	14) Qui s'occupe de la gestion de l'eau ?	<p>1. Vous-même</p> <p>2. Autre(s) (préciser si femme ou homme) :</p>
	15) Quelles sont vos sources d'énergie ?	<p>1. Gaz</p> <p>2. Électricité</p> <p>3. Autre(s) (préciser) :</p>
	16) Qui se charge de fournir l'énergie ?	<p>1. Vous-même</p> <p>2. Les femmes</p> <p>3. Les hommes</p> <p>4. Autre(s) (préciser) :</p>
03. La chaîne de valeur et ses parties prenantes	17) D'où viennent les aliments que vous vendez/cuisinez ? (région géographique/commune et/ou entreprise/usine)	<p>1. S'ils sont produits hors du marché, préciser où (région géographique/commune / structure – ou tout autre précision) :</p> <p>2. Produits sur le marché ou aux alentours (agriculture urbaine) :</p>
	18) Les producteurs/trices des aliments que vous utilisez sont-ils majoritairement des hommes ou des femmes ?	<p>1. Plutôt des hommes</p> <p>2. Plutôt des femmes</p> <p>3. Les deux</p> <p>4. Ne sait pas</p>
	19) Qui vous apporte les produits ? (préciser si hommes/femmes)	
	20) Est-ce vous qui décidez de quels produits vous	<p>1. Oui</p> <p>2. Non (préciser qui) :</p>

	vous approvisionnez ?	
	21) Quelles sont vos méthodes de stockage ?	○
04. Gestion du budget	22) Qui fixe les prix de la vente ?	1. Vous-même 2. Conjoint-e 3. Les deux 4. Autre(s) (préciser) :
	23) Qui récolte les bénéfices tirés de la vente ?	1. Vous-même 2. Conjoint-e 3. Les deux 4. Autre(s) (préciser) :
	24) Qui gère le budget de l'activité sur le marché ?	1. Vous-même 2. Conjoint-e 3. Les deux 4. Autre(s) (préciser) :
	25) Quelle part du budget est consacrée à l'alimentation ?	1. La majorité 2. La moitié 3. Moins de la moitié
	26) Avez-vous déjà emprunté de l'argent pour développer votre activité?	1. Non 2. Si oui : qui a décidé, obtenu et géré le crédit ? - vous - votre conjoint-e - autre(s) : préciser ○
	27) Vos bénéfices tirés de l'activité sur le marché vous permettent-ils de subvenir à vos besoins ?	1. Oui 2. Non 3. Ne souhaite pas répondre
05.	28) Votre travail sur le	1. Oui

Relations entre l'activité et la vie maritale/parentale / sociale	marché est-il votre seul emploi ?	2. Non, préciser quel(s) autre(s) emploi(s) :	
	29) Avez-vous choisi vous-même d'occuper cet emploi ? Comment l'avez-vous choisi ?		
	30) Combien d'heures travaillez-vous par jour sur le marché ? Quels sont vos horaires ?		
	31) Qui s'occupe de vos enfants pendant vos heures de travail ?	1. Je n'ai pas d'enfant 2. Ils travaillent avec moi 3. Mon/ma conjoint.e 4. Un-e membre de la famille/Un-e ami-e s'en occupe (préciser) : 5. Ils sont scolarisés 6. Autre(s) :	
	32) Une grossesse vous force à vous arrêter de travailler pendant combien de temps environ ? Qui prend le relais ?	- jours - mois - mon/ma conjoint.e - un.e membre de ma famille (préciser) - un.e ami.e - autre(s) (préciser) :	
	33) L'activité sur le marché vous a-t-elle permis de tisser des liens ?	1. Si oui - faites-vous partie d'une association ? (demander précisions) - faites-vous des tontines ? - que vous apportent ces liens ? - autre(s) (préciser) : 2. Non	
34) Qu'est-ce que vous faites du lever au coucher ? (préciser les horaires du			
		Heure	Activité

	programme de la journée)		
	35) À partir de quel âge avez-vous commencé à travailler sur le marché ?		
	36) Les enfants sont-ils nombreux à travailler sur le marché ?		
	37) Avez-vous quitté le pays pendant la crise de 2010-2011 ?	1. Oui <ul style="list-style-type: none"> <input type="radio"/> occupez-vous déjà cette activité avant de quitter le pays ? <input type="radio"/> Oui <input type="radio"/> l'activité est-elle plus difficile après le retour ? <ul style="list-style-type: none"> ▪ Oui. Pourquoi ? ▪ Non <input type="radio"/> Non 2. Non	
06. Difficultés et insécurité	38) Quelles difficultés particulières rencontrez-vous dans la gestion de votre activité ?	1. Problème de matériel (préciser) :	

é		<p>2. Problème d'espace (préciser) :</p> <p>3. Problème financier (préciser) :</p> <p>4. Autre(s) : préciser</p>
	39) Avez-vous du mal à vendre vos produits?	<p>1. Oui.</p> <ul style="list-style-type: none"> <input type="radio"/> - pourquoi ? <input type="radio"/> <input type="radio"/> <p>2. Non</p>
	40) Votre approvisionnement est-il en quantité suffisante ?	<p>1. Oui, juste ce qu'il faut par rapport à la demande</p> <p>2. Oui mais j'ai trop de stock que je n'arrive pas à écouler</p> <p>3. Non, je n'ai pas assez</p> <ul style="list-style-type: none"> <input type="radio"/> <input type="radio"/>
	41) Face aux difficultés, quels sont vos recours ?	<p>1. Aide du conjoint (préciser quel type) :</p> <ul style="list-style-type: none"> <input type="radio"/> financière <input type="radio"/> matérielle <input type="radio"/> vient travailler avec vous <input type="radio"/> morale <input type="radio"/> autre (préciser) <p>2. Aide de la famille (préciser quel type)</p> <ul style="list-style-type: none"> <input type="radio"/> financière <input type="radio"/> matérielle <input type="radio"/> vien(nen)t travailler avec vous <input type="radio"/> morale <input type="radio"/> autre (préciser) <p>3. Système de tontines</p> <ul style="list-style-type: none"> <input type="radio"/> <p>4. Autre(s) (préciser) :</p>
	42) Comment pensez-vous améliorer votre activité ?	

	43) Avez-vous déjà eu des problèmes avec votre clientèle ?	1. Non 2. Oui <ul style="list-style-type: none"> <input type="radio"/> dettes non remboursées <input type="radio"/> difficulté à négocier les prix <input type="radio"/> agressivité <input type="radio"/> violences <input type="radio"/> autres : <input type="radio"/> <input type="radio"/>
	44) Vous sentez-vous en sécurité sur votre lieu de travail ?	1. Oui 2. Non. Pourquoi ? (préciser) <ul style="list-style-type: none"> <input type="radio"/> - crainte de déguerpissement du à l'informalité du travail <input type="radio"/> - cambriolages, vols <input type="radio"/> - harcèlement par des client.e.s <input type="radio"/> - travail de nuit <input type="radio"/> - violences basées sur le genre <input type="radio"/> - autre(s) (préciser) :
	45) Pensez-vous que vous auriez les mêmes difficultés si vous étiez du sexe opposé ?	1. Oui 2. Non (si possible, préciser pourquoi) <ul style="list-style-type: none"> <input type="radio"/>
	46) Habitez-vous loin de votre lieu de travail ? Combien de temps mettez-vous entre votre domicile et votre travail ?	Quartier du domicile : Temps de trajet :
	47) Vous sentez-vous en sécurité sur le trajet du travail ? Avez-vous déjà eu des problèmes	1. Je me sens en sécurité, aucun problème 2. Je ne me sens pas en sécurité. Pourquoi ?

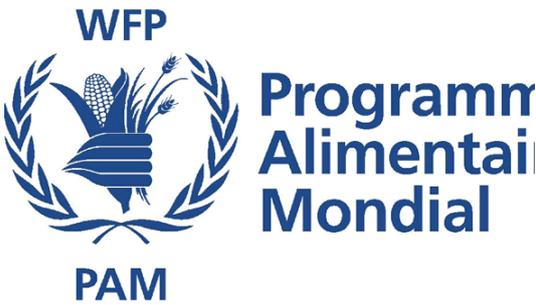
Annexe VI : Questionnaire individuel pour les consommateurs/trices

<p>Les données collectées au cours de cette étude sont strictement confidentielles et accessibles aux opérateurs/trices qui le souhaitent.</p> <p>Pour l'enquête auprès des acheteurs/teuses, il faut s'assurer de la parité (50% de femmes, 50% d'hommes) afin de pouvoir analyser les résultats selon le genre.</p>	 <p>WFP Programme Alimentaire Mondial PAM</p>	
Questionnaire N° :	Nom de l'enquêtrice/teur :	
Date de l'enquête :	Tél. de l'enquêteur/trice :	
Ville de l'enquête :	Nom du marché/lieu (préciser quartier):	
<p>Suggestion de présentation de l'étude et pour s'assurer du consentement de l'enquêté.e (dans la langue la plus adéquate):</p> <p>Bonjour, je m'appelle ... et suis enquêtrice/teur dans le cadre d'une étude menée par le Programme Alimentaire Mondial des Nations Unies. Cette étude porte sur les rôles et défis spécifiques des femmes et des hommes sur les marchés alimentaires à Abidjan. Les résultats de cette enquête nous permettront de mieux comprendre quels sont les enjeux autour des marchés. Pour cela, nous avons besoin de parler aussi bien aux vendeuses/deurs qu'aux acheteurs/teuses. Grâce à ces résultats, nous pourrions améliorer les interventions du Programme Alimentaire Mondial et du Gouvernement, notamment concernant l'égalité entre les femmes et les hommes ainsi que la sécurité alimentaire à Abidjan. J'aimerais donc vous poser quelques questions concernant vos achats sur le marché. Auriez-vous environ XX minutes à m'accorder, s'il vous plait ?</p>		
	Questions	Réponses (entourer la/les bonne.e réponse.s)
01. Données	1) Genre	1. Femme 2. Homme

personnelles et profil socio-économique		3. Autre
	2) Age	ans
	3) Niveau d'instruction	1. Aucun 2. Primaire 3. Secondaire 4. Supérieur 5. Autre (préciser) :
	4) Famille	1. Célibataire <input type="radio"/> - Si enfants, préciser le nombre : <input type="radio"/> <input type="radio"/> 2. Marié.e <input type="radio"/> - Si enfants, préciser le nombre : <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/>
	5) Quelle est votre profession ?	1. Aucune 2. Préciser quelle profession :
02. Produits achetés sur le marché	6) Qu'est-ce que vous consommez le plus ici ?	1. 2. 3. 4.
	7) Pourquoi achetez-vous ces produits en particulier?	1. Ils ne sont pas chers 2. Ils sont bons au goût 3. Ils sont bons pour la santé 4. Autre(s) (préciser) :
	8) Auriez-vous souhaité que d'autres produits/aliments soient vendus ici ?	1. Oui : lesquels ? 2. Non
	9) Avez-vous déjà eu des maladies après avoir consommé des produits de ce marché ?	1. Si oui : lesquelles ? 2. Non
	10) Avez-vous confiance en la qualité de la nourriture/des produits/aliments vendus ici?	1. Oui 2. Non. Pourquoi ?
03.	11) Préférez-vous acheter la	1. Non

Justification et perception du marché	nourriture/les produits/aliments sur le marché plutôt que chez vous ?	<p>2. Si oui : pourquoi ?</p> <ul style="list-style-type: none"> - moins cher - plus rapide - meilleur - proche de mon lieu de travail - autre(s) (préciser) :
	12) A quelle fréquence/combien de fois avez-vous l'habitude de venir ici ?	
	13) Qui vous vend la nourriture ?	<p>1. Des femmes</p> <p>2. Des hommes</p> <p>3. Les deux</p>
	14) Pourquoi sont-ce majoritairement des femmes qui vendent la nourriture, à votre avis ? (si la personne a répondu 1. ou 3. à la question précédente)	
	15) À votre avis, les femmes travaillant sur les marchés, notamment de nuit, sont-elles en sécurité ?	<p>1. Oui</p> <p>2. Non. Pourquoi ?</p>

Annexe VII : Questionnaire individuel pour les transformatrices

Les données collectées au cours de cette étude sont strictement confidentielles et accessibles aux opérateurs/trices qui le souhaitent.			
Questionnaire N° :		Nom de l'enquêtrice/teur :	
Date de l'enquête :		Tél. de l'enquêteur/trice :	
Commune de l'enquête :		Nom du champ/lieu (préciser type de production/activité):	
<p>Suggestion de présentation de l'étude et pour s'assurer du consentement de l'enquêté.e (dans la langue la plus adéquate):</p> <p>Bonjour, je m'appelle ... et suis enquêtrice/teur dans le cadre d'une étude menée par le Programme Alimentaire Mondial des Nations Unies. Cette étude porte sur les rôles et défis spécifiques des femmes et des hommes sur les marchés alimentaires et la chaîne de valeur du manioc en Côte d'Ivoire. Les résultats de cette enquête nous permettront de mieux comprendre quels sont les enjeux et les difficultés que vous pouvez rencontrer. Grâce à ces résultats, nous pourrions améliorer les interventions du Programme Alimentaire Mondial et du Gouvernement, notamment concernant l'égalité entre les femmes et les hommes ainsi que la sécurité alimentaire. J'aimerais donc vous poser quelques questions concernant vos activités sur le champ/usine/lieu. Auriez-vous environ 30 minutes à m'accorder, s'il vous plait ?</p>			
	Questions	Réponses (entourer la/les bonne.e.s réponse.s)	
01. Données personnelles et profil socio-	1) Genre	4. Femme 5. Homme 6. Autre	
	2) Age	ans	
	3) Niveau d'instruction	6. Aucun	

économi que		7. Primaire 8. Secondaire 9. Supérieur 10. Autre (préciser) :
	4) Famille	3. Célibataire <input type="radio"/> - Si enfants, préciser le nombre : <input type="radio"/> <input type="radio"/> 4. Marié.e <input type="radio"/> - Si enfants, préciser le nombre : <input type="radio"/>
	5) Quel(s) est/sont votre/vos rôle(s) ici ? (donner le plus de précisions : vers quel produit final, comme attieke par ex, à quelle(s) étape(s) de la transformation...)	
	6) Depuis combien de temps exercez-vous ?	. ans . mois . jours

02. Contribution à la sécurité alimentaire et enjeux de l'activité dans la chaîne de valeur	<p>7) Qui décide des tâches que vous accomplissez dans le cadre de votre travail ?</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Vous-même 2. Conjoint-e 3. Patron-ne (préciser le genre) 4. Autre(s) (préciser) :
	<p>8) Qui est votre clientèle ? Hommes, Femmes, filles, garçons ? Demander le plus de précisions possibles : secteur d'activité de la clientèle (ex : vendeuses d'attieke ou restauratrices de rue) ainsi que leur genre.</p>	
	<p>9) Allez-vous vous approvisionner vous-même ? Vous déplacez-vous pour vendre vos produits transformés ?</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Je vais m'approvisionner moi-même au champ. <ul style="list-style-type: none"> ○ avez-vous eu des problèmes sur les trajets ? (insécurité) 2. Je me déplace pour aller vendre mes produits. <ul style="list-style-type: none"> ○ avez-vous eu des problèmes sur les trajets ? (insécurité) ○ 3. Je ne me déplace ni pour l'approvisionnement, ni pour la vente. <ul style="list-style-type: none"> ○

	<p>10) Quelqu'un vous aide dans votre activité ? Si oui, qui ?</p> <p><input type="radio"/></p>	<p>3. Non</p> <p>4. Si oui, précisez qui vous aide (préciser combien de personnes) :</p> <ul style="list-style-type: none"> - conjoint-e - enfant(s) (préciser le genre) : - membre(s) de la famille (préciser) : - ami-e(s) - autre(s) (préciser) :
	<p>11) Quelles mesures d'hygiène adoptez-vous ?</p>	<p>5. <input type="checkbox"/> Lavage des mains</p> <p>6. Nettoyage des aliments (préciser comment)</p> <p>7. Nettoyage du matériel de production/transformation et de stockage des aliments (préciser comment)</p> <p>8. Autre(s) (préciser) :</p>
	<p>12) Avez-vous accès à l'eau facilement ?</p> <p><input type="radio"/></p>	<p>3. <input type="checkbox"/> Si oui :</p> <ul style="list-style-type: none"> - est-elle potable ? <input type="radio"/> oui <input type="radio"/> non <input type="radio"/> ne sait pas - d'où provient-elle (robinet, puits...) ? <input type="radio"/> robinet <input type="radio"/> puits <input type="radio"/> autre(s) (préciser) : <p>4. Non (préciser les difficultés) :</p> <p><input type="radio"/></p>
	<p>13) Qui s'occupe de la gestion de l'eau ?</p>	<p>3. Vous-même</p> <p>4. Autre(s) (préciser si femme ou homme) :</p>

	14) Quel matériel utilisez-vous ? <input type="radio"/>	
	15) Quelles sont vos méthodes de stockage ?	
03. Gestion du budget	16) Qui fixe les prix de la vente ?	5. Vous-même 6. Patron-ne (préciser le genre) 7. Conjoint-e 8. Autre(s) (préciser) :
	17) Qui récolte les bénéfices tirés de la vente ? <input type="radio"/>	5. Vous-même 6. Conjoint-e 7. Les deux 8. Autre(s) (préciser) :
	a. Qui gère le budget tiré de votre activité ?	5. Vous-même 6. Conjoint-e 7. Les deux 8. Autre(s) (préciser) :
	18) Quelle part du budget est consacrée à l'alimentation ?	4. La majorité 5. La moitié 5. Moins de la moitié
	19) Avez-vous déjà emprunté de l'argent pour développer votre activité?	3. Non 4. Si oui : qui a décidé, obtenu et géré le crédit ? - vous - votre conjoint-e - autre(s) : préciser
	20) Vos bénéfices tirés de l'activité vous permettent-ils de	4. Oui 5. Non 6. Ne souhaite pas répondre

	<p>subvenir à vos besoins ?</p> <p><input type="radio"/></p>	
	<p>21) Votre travail ici est-il votre seul emploi ?</p> <p><input type="radio"/></p>	<p>3. Oui</p> <p>4. Non, préciser quel(s) autre(s) emploi(s) :</p> <p><input type="radio"/></p>
<p>04. Relations entre l'activité et la vie maritale/parentale / sociale</p>	<p>22) Avez-vous choisi vous-même d'occuper cet emploi ? Comment l'avez-vous choisi ?</p> <p><input type="radio"/></p>	
	<p>23) Combien d'heures travaillez-vous par jour ici? Quels sont vos horaires ?</p> <p><input type="radio"/></p>	
	<p>24) Qui s'occupe de vos enfants pendant vos heures de travail ?</p>	<p>7. Je n'ai pas d'enfant</p> <p>8. Ils travaillent avec moi</p> <p>9. Mon/ma conjoint.e</p> <p>10. Un-e membre de la famille/Un-e ami-e s'en occupe (préciser) :</p> <p>11. Ils sont scolarisés</p> <p>12. Autre(s) :</p>
	<p>25) Une grossesse vous force à vous arrêter de travailler pendant combien de temps environ ? Qui prend le relais ?</p>	<p>- jours</p> <p> mois</p> <p>- mon/ma conjoint.e</p> <p>- un.e membre de ma famille (préciser)</p> <p>- un.e ami.e</p> <p>- autre(s) (préciser) :</p> <p>6.</p>
	<p>26) Votre activité implique beaucoup d'efforts physiques ?</p> <p><input type="radio"/></p>	<p>5. Oui</p> <p>Degré de pénibilité sur une échelle de 1 à 10 (1 : pas pénible du tout ; 10 : extrêmement pénible)</p> <p>6. Non</p>

		○				
	27) Votre activité vous a-t-elle permis de tisser des liens ?	<p>2. Si oui</p> <ul style="list-style-type: none"> - faites-vous partie d'une association ? (demander précisions) - faites-vous des tontines ? - que vous apportent ces liens ? - autre(s) (préciser) : <p>3. Non</p>				
	28) Qu'est-ce que vous faites du lever au coucher ? (préciser les horaires du programme de la journée)	<table border="1"> <thead> <tr> <th>Heure</th> <th>Activité</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td> </td> <td> </td> </tr> </tbody> </table>	Heure	Activité		
Heure	Activité					

		<p>○ Non</p> <p>2. Non</p>
	32) Quelles difficultés particulières rencontrez-vous dans votre activité ?	
	33) Avez-vous du mal à vendre vos produits?	<p>1. Oui. pourquoi ?</p> <p>2. Non</p>
	34) Face aux difficultés, quels sont vos recours ?	<p>1. Aide du conjoint (préciser quel type) :</p> <p>financière</p> <p>matérielle</p> <p>vient travailler avec vous</p> <p>morale</p> <p>autre (préciser)</p> <p>2. Aide de la famille (préciser quel type)</p> <p>financière</p> <p>matérielle</p> <p>vien(nen)t travailler avec vous</p> <p>morale</p>

		<p>autre (préciser)</p> <p>3. Système de tontines</p> <p>4. Autre(s) (préciser) :</p>
	35) Comment pensez-vous améliorer votre activité ?	
	36) Avez-vous déjà eu des problèmes avec votre clientèle ou vos collègues ?	<p>1. Non</p> <p>2. Oui</p> <p>dettes non remboursées</p> <p>difficulté à négocier les prix</p> <p>agressivité</p> <p>violences</p> <p>autres :</p>
	37) Vous sentez-vous en sécurité sur votre lieu de travail ? 38)	<p>1. Oui</p> <p>2. Non. Pourquoi ? (préciser)</p> <p>crainte de déguerpissement</p> <p> cambriolages, vols</p> <p> harcèlement par des client.e.s</p> <p>travail de nuit</p>

		<p>violences basées sur le genre</p> <p>autre(s) (préciser) :</p>
06. Difficultés et insécurité	39) Pensez-vous que vous auriez les mêmes difficultés si vous étiez du sexe opposé ?	<p>1. Oui</p> <p>2. Non (si possible, préciser pourquoi)</p>
	40) Habitez-vous loin de votre lieu de travail ? Combien de temps mettez-vous entre votre domicile et votre travail ?	<p>Quartier du domicile :</p> <p>Temps de trajet :</p>
	41) Vous sentez-vous en sécurité sur le trajet du travail ? Avez-vous déjà eu des problèmes ?	<p>1) Je me sens en sécurité, aucun problème</p> <p>2) Je ne me sens pas en sécurité. Pourquoi ?</p>
	42) ☑ Avez-vous déjà eu des problèmes avec votre clientèle ?	<p>1. Non</p> <p>2. Oui</p> <p>dettes non remboursées</p> <p>difficulté à négocier les prix</p> <p>agressivité</p> <p>violences</p> <p>autres :</p>
	43) Vous sentez-vous en sécurité sur votre lieu de travail ?	<p>1. Oui</p> <p>2. Non. Pourquoi ? (préciser)</p> <p>- crainte de déguerpissement du à l'informalité du travail</p> <p>- cambriolages, vols</p> <p>- harcèlement par des client.e.s</p>

		<p>- travail de nuit</p> <p>- violences basées sur le genre</p> <p>- autre(s) (préciser) :</p>
	44) Pensez-vous que vous auriez les mêmes difficultés si vous étiez du sexe opposé ?	<p>3. Oui</p> <p>4. Non (si possible, préciser pourquoi)</p>
	45) Habitez-vous loin de votre lieu de travail ? Combien de temps mettez-vous entre votre domicile et votre travail ?	<p>Quartier du domicile :</p> <p>Temps de trajet :</p>
	46) Vous sentez-vous en sécurité sur le trajet du travail ? Avez-vous déjà eu des problèmes	<p>1. Je me sens en sécurité, aucun problème</p> <p>2. Je ne me sens pas en sécurité. Pourquoi ?</p>

