Commercialisation du « placali » et autonomisation féminine dans la Sous-préfecture de Prikro, Côte d'Ivoire

marketing of "placali" and women's empowerment in the Sub-prefecture of Prikro, Côte d'Ivoire

[1]KOUAKOU Adjoa Mauraine-Fabienne et [2]KOFFI Brou Émile

Résumé

Cette étude vise à analyser la contribution de la commercialisation du « placali » dans l'autonomisation des femmes. Face à la paupérisation de la population féminine, des stratégies sont mises en place par celle-ci pour favoriser son autonomisation socio-économique. Au nombre de ces stratégies s'observe le développement de la commercialisation du « placali ». Cette activité permet non seulement de lutter contre la crise d'emploi et faire face à la pauvreté féminine mais aussi constitue un mets convoité par la population. La méthodologie de recherche s'appuie sur la recherche documentaire et une enquête de terrain à travers l'observation directe, des entretiens avec les responsables de l'ANADER et un questionnaire adressé aux femmes impliquées dans cette activité. Les résultats obtenus montrent que la commercialisation du « placali » regroupe diverses actrices notamment les productrices du manioc, les commerçantes de manioc, les transformatrices et commerçantes de pâte de manioc et les transformatrices et commerçantes de « placali ». Elle contribue à l'amélioration leurs conditions de vie grâce aux revenus qu'elle génère. Ces revenus permettent à 68% des actrices d'assurer leurs soins médicaux et d'acheter des vivres.
Mots clés : Prikro, commercialisation, placali, autonomisation féminine, pauvreté, emploi

Abstract

This study aims to analyze the contribution of the marketing of "placali" to the empowerment of women. Faced with the impoverishment of the female population, strategies are put in place by them to promote their socio-economic empowerment. Among these strategies is the development of the marketing of "placali". This activity not only helps fight the employment crisis and deal with female poverty but also constitutes a delicacy coveted by the population. The research methodology is based on documentary research and a field survey through direct observation, interviews with ANADER officials and a questionnaire addressed to women involved in this activity. The results obtained show that the marketing of "placali" brings together various actors including cassava producers, cassava traders, cassava paste processors and traders and "placali" processors and traders. It contributes to improving their living conditions thanks to the income it generates. This income allows 68% of actresses to ensure their medical care and buy food.
Keywords: Prikro, commercialization, placali, female empowerment, poverty, employment

Introduction

En Afrique et particulièrement en Côte d'Ivoire la femme représente l'une des couches vulnérables de la société. Selon l'ONU FEMME (2017, p.12) Les femmes constituent la majorité de la population pauvre, et rencontrent de réelles difficultés à accéder à l'éducation.

La pauvreté touche 47,4% de femme contre 45,5% d'hommes. De ce fait, l'amélioration des conditions de vie des femmes devient une nécessité car, le faible niveau de vie des populations est un frein au développement.

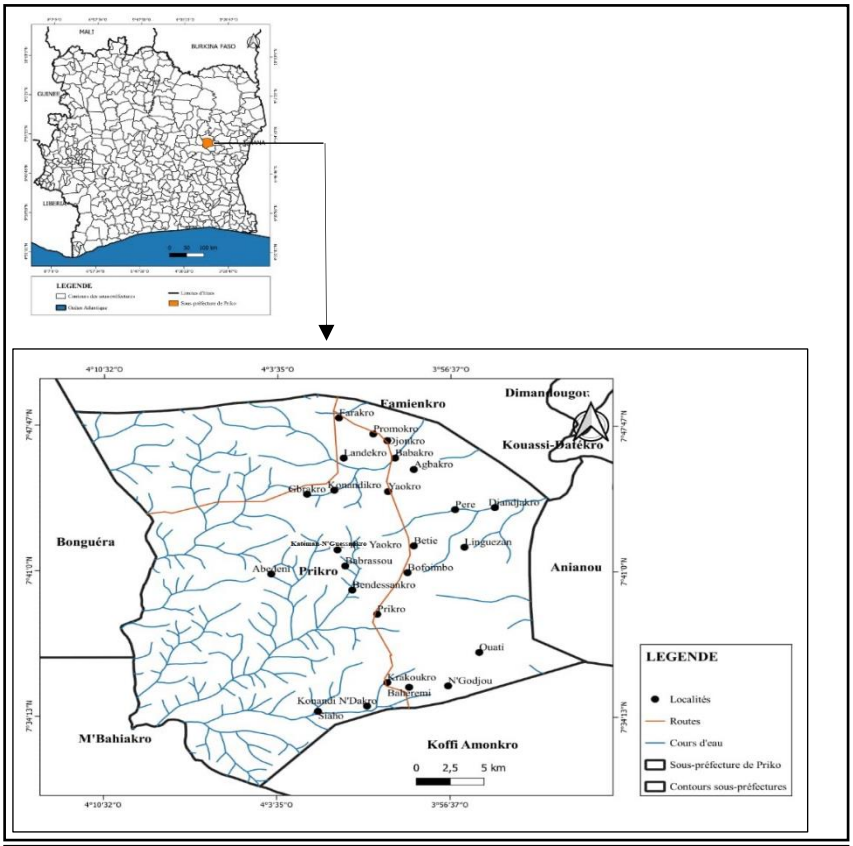
Des projets de financement des femmes se mettent alors en place pour les accompagner dans leur marche vers l'autonomisation. Nous avons le Fonds pour la promotion des PME et de l'entrepreneuriat féminin, doté d'une enveloppe de cinq (05) Milliards de FCFA ; le Fonds d'Appui aux Femmes de Côte d'Ivoire (FAFCI), ce fonds de microcrédit a pour objectif d'aider les femmes à devenir pleinement autonomes à travers l'entrepreneuriat féminin ; la Coopérative d'Épargne et de Crédit (COOPEC) soutient également les femmes pour la mise en place de leur activité génératrice de revenus. (OUATTARA, 2019, p.10). Ces les femmes entreprennent dans plusieurs domaines notamment l'agriculture, le commerce et l'artisanat (A.M.F. KOUAKOU, 2024, p.149). Ces dernières années, grâce à l'ampleur économique de « l'attiéké » et du « placali », les femmes sont très actives dans la production et la commercialisation des dérivées du manioc. En outre, la chaîne de valeur de la transformation artisanale du manioc emploie prioritairement les femmes. Elles représentent environ 80% des producteurs, quasiment 100% des transformateurs et 90% des commerçants (D. V. P. MENDEZ, 2018, p.4).

Dans la Sous-Préfecture de Prikro, Malgré la forte détermination de la couche féminine et l'ampleur de la commercialisation de la pâte de manioc cuite, les femmes vivent des situations socio-économiques précaires. Le problème qui fonde cette étude est relatif au faible niveau de vie des femmes productrices et commerçantes du « placali » dans la Sous-Préfecture de Prikro. Dès pourquoi malgré la forte détermination de la gent féminine et l'ampleur de la production et la commercialisation du « placali », les femmes vivent des situations socio-économiques précaires ? Cette étude vise à analyser les effets induits par la production et la commercialisation du « placali » sur le niveau de vie des femmes dans la Sous-Préfecture de Prikro.

1. METHODES ET MATERIELS

La méthodologie utilisée s'appuie sur des données qualitatives et quantitatives issues de sources primaires et secondaires. Des thèses et des articles scientifiques ont permis la recherche documentaire à laquelle s'ajoutent des enquêtes de terrain dans les localités de la Sous-Préfecture de Prikro située au Centre-Est de la Côte d'Ivoire (figure 1). La figure 1 présente la Sous-Préfecture de Prikro qui est notre espace d'étude. Cette circonscription administrative qui a pour chef-lieu la ville de Prikro compte 25 localités. Cependant, pour cette étude, cinq (5) localités sont investiguées notamment Prikro, Ouatti, Linguezan, Katéman-N'Guessankro et Gbrakro.

Figure 1 : Localisation de la zone d'étude



Source : INS, 2014 Réalisation : KOUAKOU Adjoa M-F,2023

Le choix de ces localités s'est fait en tenant compte de la dynamique de l'activité, de la responsabilité administrative et de la situation géographique des villages. Linguezan, situé à l'Est de la Sous-Préfecture est une zone de forte production de pâte de manioc. Elle enregistre plus de 32% des transformatrices et commerçantes de pâte de manioc de la Sous-Préfecture. Gbrakro représente une localité de forte production de manioc, située au Nord de la Sous-Préfecture, elle concentre 24% des productrices de manioc. Ouatti et Katéman-N'Guessankro, sont respectivement des localités de moyenne et de faible production de « placali ». Prikro, est le chef-lieu de la Sous-Préfecture, cette localité abrite le plus grand marché de la Sous-Préfecture qui accueil quotidiennement les différentes actrices de la production et la commercialisation du « placali » elle regorge également toutes les catégories d'actrices de la production et la commercialisation du « placali ».

Les enquêtes ont permis de recueillir les informations et de constituer des données qualitatives et quantitatives qui ont favorisé l'élaboration des figures. L'enquête de terrain nous a permis de nous entretenir avec les responsables de l'ANADER (Agence Nationale d'Appui au Développement Rural), les entretiens étaient axés sur les variétés de manioc produites dans les différents villages et leurs conditions de réussites. Un questionnaire a été adressé aux actrices

de la production et de la commercialisation du « placali ». Le questionnaire est axé sur le mode de production et/ou de commercialisation, les revenus tirés de la production et/ou la commercialisation du « placali » et les modes d'utilisation de ses revenus. Pour connaître le nombre des actrices de la production à la commercialisation du « placali », nous avons procédé par un recensement qui a permis de regrouper les actrices de la production et de la commercialisation du « placali » en 4 groupes notamment les productrices du manioc, les commerçantes de manioc (ni productrices, ni transformatrices), les transformatrices et commerçantes de pâte du manioc et les transformatrices et commerçantes de « placali ».Ce recensement a permis de dénombrer 188 femmes actives dans la production et la commercialisation du « placali ». Compte tenu du nombre restreint des actrices de la production et la commercialisation du placali, notre enquête a pris en compte toutes les femmes recensées. Le tableau 1 présente la répartition des actrices de la production et de la commercialisation du « placali » enquêtées par localité.

Tableau 1 : Répartition des actrices de la production et de la commercialisation du « placali » enquêtées par localité

Localités	Productrices de manioc	Commerçantes de manioc	Transformatrices et commerçantes de pâte de manioc	Transformatrices et commerçantes de « placali »
PRIKRO	34	5	14	33
OUATTI	10	0	9	2
LINGUEZAN	15	0	16	3
KATENAN-N'GUESSANKRO	10	0	2	1
GBRAKRO	22	1	8	3
Total	91	6	49	42

Source: nos enquêtes, 2021

Ces femmes sont réparties dans les cinq villages sélectionnés. Cependant, aucune commerçante de manioc n'a été recensée dans les localités de Ouatti, Linguézan et Katéman-N'Guessankro.

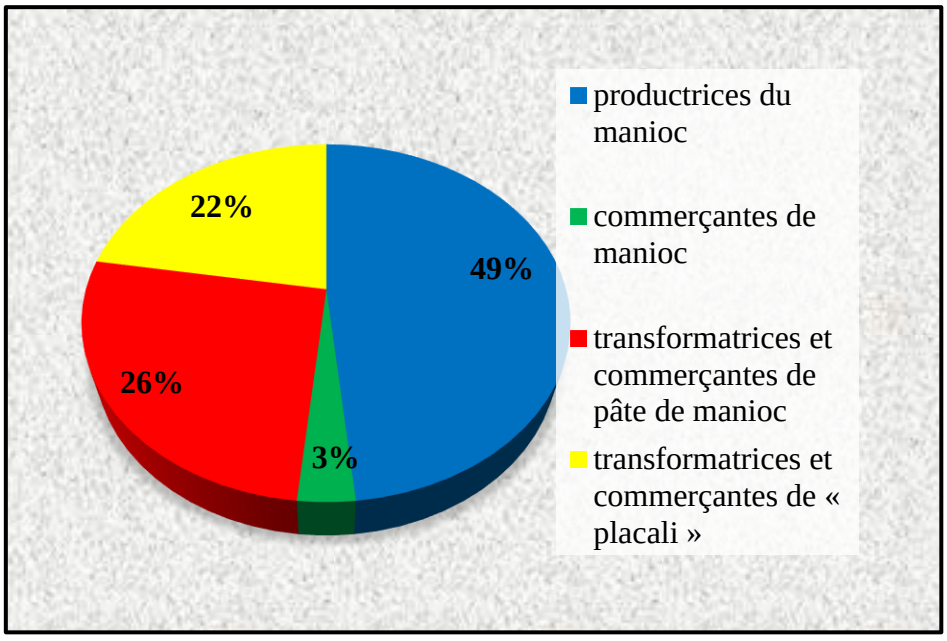
Le dépouillement du questionnaire a été fait à partir du logiciel Sphinx. Pour le traitement statistique des données, les logiciels Excel et Sphinx ont été sont utilisés. Le logiciel ArcGIS a permis la réalisation des Cartes. Quant aux prises de vues, elles ont été effectuées à partir d'un téléphone Samsung A13.

2. RÉSULTATS

2.1.Production et commercialisation du « placali » : une activité regroupant plusieurs acteurs

Dans la Sous-Préfecture de Prikro, la production et la commercialisation du « placali » connaissent un essor socio-économique indéniable. Ce secteur d'activité regroupe diverses actrices dont les productrices du manioc, les commerçantes de manioc, les transformatrices et commerçantes de pâte de manioc et les transformatrices et commerçantes de « placali » (figure 1).

Figure 1 : Portion des différentes actrices de production et de commercialisation du « placali » dans la Sous-Préfecture de Prikro



Source : nos enquêtes, 2021

La figure 1 présente la proportion des différentes actrices de production et de commercialisation de « placali » dans la Sous-Préfecture de Prikro. Cette figure montre que dans la chaine de valeur de la production et la commercialisation du « placali », les productrices de manioc sont plus représentées, 49% des actrices interrogées sont des productrices de manioc contre 3% qui sont commerçantes de manioc. Les transformatrices et commerçantes de pâte de manioc et les transformatrices et commerçantes de « placali » représentent respectivement 26% et 22% des actrices interrogées.

2.1.1. Les productrices du manioc

L'agriculture constitue la principale activité dans la Sous-Préfecture de Prikro dont la population est majoritairement rurale. Cette population est active dans plusieurs cultures (vivrières et pérennes). Ces dernières années avec l'avènement de l'« attiéké » et du « placali »,

le manioc est pratiqué de plus en plus pour la commercialisation. En effet, le manioc est une plante de la zone tropicale humide qui s'adapte facilement à diverses conditions climatiques à l'exception de celles des zones tempérées. Cette culture est donc adoptée par 49% des femmes interrogées. La photo 1 présente une femme dans son champ de manioc.

Photo 1 : Femme labourant son champ de manioc à dans la ville de Prikro

Prise de vue : KOUAKOU Mauraine, 2021

La culture du manioc est aujourd'hui l'une des activités génératrices de revenus qui emploie majoritairement les femmes. Les variétés Bocou1, Bocou2, Bocou3, Bocou4, le Yavo, TMS, et le Yacé destinées à la production de l'attiéké et du « placali » sont les plus cultivées dans la Sous-Préfecture de Prikro. Les productrices de manioc sont généralement (62%) des femmes âgées de 35-45 ans dont 53% sont non instruites. Ces productrices de manioc sont les principales actrices de la production et la commercialisation du « placali », elles sont également des commerçantes du manioc.

2.1.2. Les commerçantes de manioc

Le commerce de manioc n'emploie que 3%des femmes interrogées dans la Sous-Préfecture de Prikro. Ces commerçantes ne sont ni productrices ni transformatrices de manioc. Elles achètent généralement le manioc avec des productrices pour le revendre sur les marchés ruraux ou urbains. La photo 2 présente des sacs de manioc transportés par des femmes sur le marché urbain de Prikro pour la commercialisation. Le manioc vendu par les commerçantes se fait par sac ou par tas. Mais, la vente par tas est plus développée. Des tas de 50 FCFA allant à 500 FCFA sont commercialisés sur le marché, généralement les vendredis, jour où le marché de la ville de Prikro à une grande affluence d'hommes. Ce commerce de manioc emploie majoritairement les femmes dont l'âge est compris entre 35 et 45 ans.

Photo 2 : Sacs de manioc sur le marché de Prikro pour la commercialisation

Prise de vue : KOUAKOU Mauraine, 2021

Nos enquêtes de terrain révèlent que 51% des femmes exerçant le commerce de manioc sont incluses dans cette tranche d'âge. En effet, grâce à leur expériences (connaissance des différentes qualités de manioc, techniques de négociation des prix avec les ruraux) ces femmes sont mieux outillées à mener ce commerce. Par ailleurs, cette catégorie d'actrices est uniquement présente dans les localités de Prikro et de Gbrakro.

2.1.3. Les productrices et commerçantes de pâte de manioc

Selon nos enquêtes de terrain, la transformation du manioc en pâte fermentée est une activité qui emploie 26% des actrices de la production et de la commercialisation du « placali » dans la Sous-Préfecture de Prikro. Cette activité connait un développement aussi bien dans le milieu rural que le milieu urbain mais elle est plus dynamique dans les localités de Linguezan et de Prikro. La photo 3 présente une productrice commercialisant la pâte de manioc sur le marché de Prikro.

Photo 3 : Commercialisation de pâte de manioc par une productrice sur le marché

Prise de vue : KOUAKOU Mauraine, 2021

ISSN 2707-5028

Les productrices de pâte de manioc sont également des commerçantes de cette pâte. Généralement du lundi au jeudi elles sont actives dans la production de la pâte notamment l'épluchage, le concassage, le lavage, le broyage, le levain et la fermentation du manioc puis le vendredi, elles acheminent la pâte vers le marché. Ce commerce est plus développé dans la ville de Prikro que dans les milieux ruraux. Dans les zones rurales notamment à Linguezan, Katéman-N'Guessankro, Gbrakro et Ouatti, les productrices acheminent leurs produits vers le marché de Prikro par contre, les femmes de la ville de Prikro commercialisent leurs produits sur place. La vente de cette pâte de manioc se fait en détail ou en demi-gros. La vente en détail se fait généralement auprès des consommateurs dans les sachets de 250 FCFA par contre la vente en gros se fait par sacs auprès des restauratrices qui sont transformatrices et commerçantes de « placali »

2.1.4. Les transformatrices et commerçantes de « placali »

Le « placali » est la pâte de manioc cuite, le commerce de « placali » emploi 22% des femmes interrogées. Ce commerce à lieu très souvent dans des restaurants, aux abords des grandes voies ou dans les marchés. La préparation des aliments se fait souvent sur le lieu de vente mais parfois, ils sont préparés à domicile et transportés sur le lieu de vente (photo 4).

Photo 4 : Commerçante de « placali » à Prikro

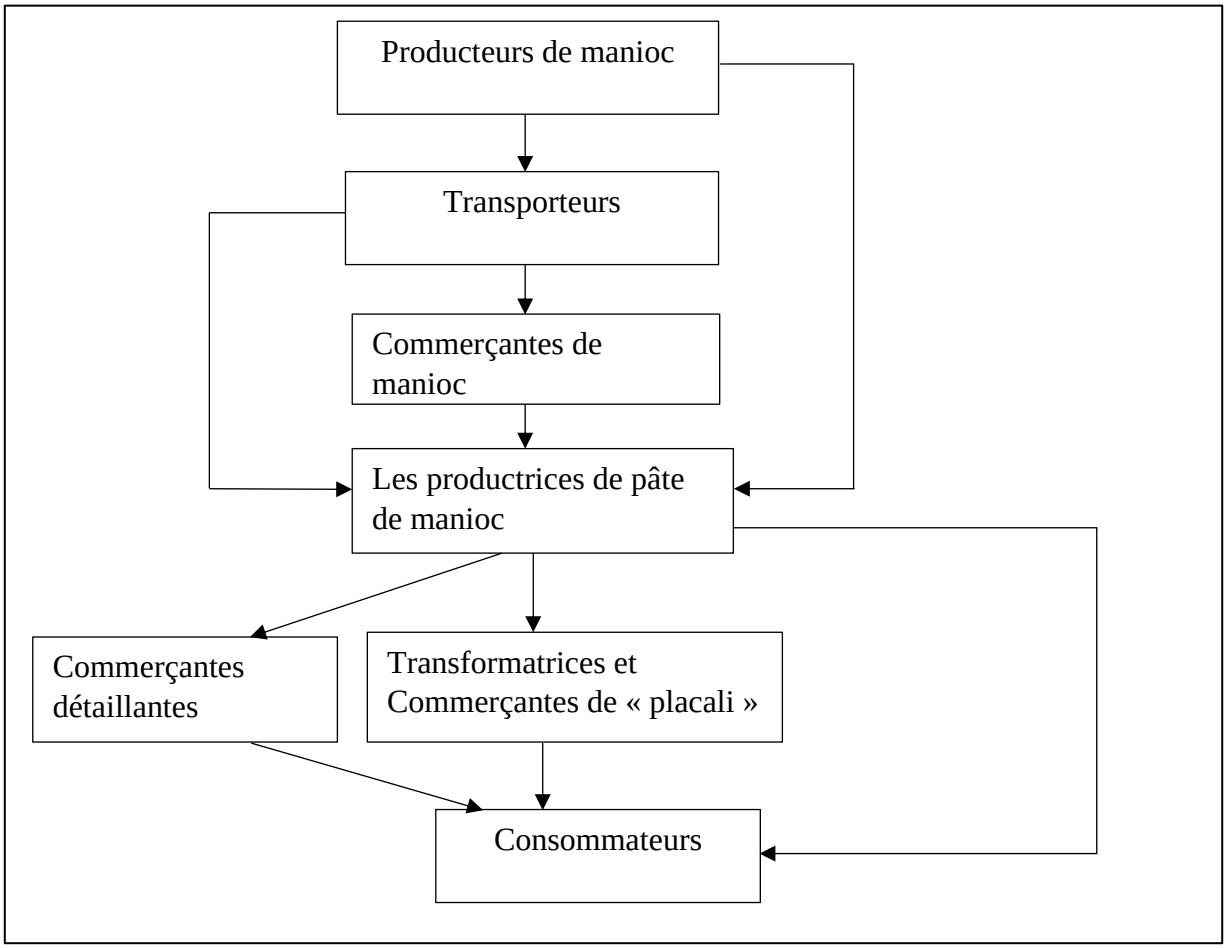
Prise de vue : KOUAKOU Mauraine, 2021

Le manioc transformé en pâte est ensuite cuit avec de l'eau et malaxée avec une capsule en bois jusqu'à former une pâte collante. Le placali est servi en boule qui se gélifie légèrement en refroidissant. Il est consommé accompagné de sauce graine, sauce gombo ou sauce feuille (kpala).

2.2. *Circuit de commercialisation du « placali »*

La commercialisation du « placali » obéit à un circuit de commercialisation bien défini. La figure 2 présente le circuit de commercialisation du « placali » dans la Sous-Préfecture de Prikro.

Figure 2 : Circuit de commercialisation du « placali »



Source : nos enquêtes, 2021

La figure 3 montre le circuit de commercialisation du « placali ». Ce circuit de commercialisation suit une logique. Les producteurs de manioc et les productrices de pâte de manioc jouent un rôle primordial dans ce circuit. Ces producteurs sont composés d'hommes et de femmes. Ils communiquent avec les productrices de pâte de manioc et les transporteurs. Ces transporteurs sont uniquement composés d'hommes c'est pourquoi ils n'ont pas été pris en compte lors de nos enquêtes.

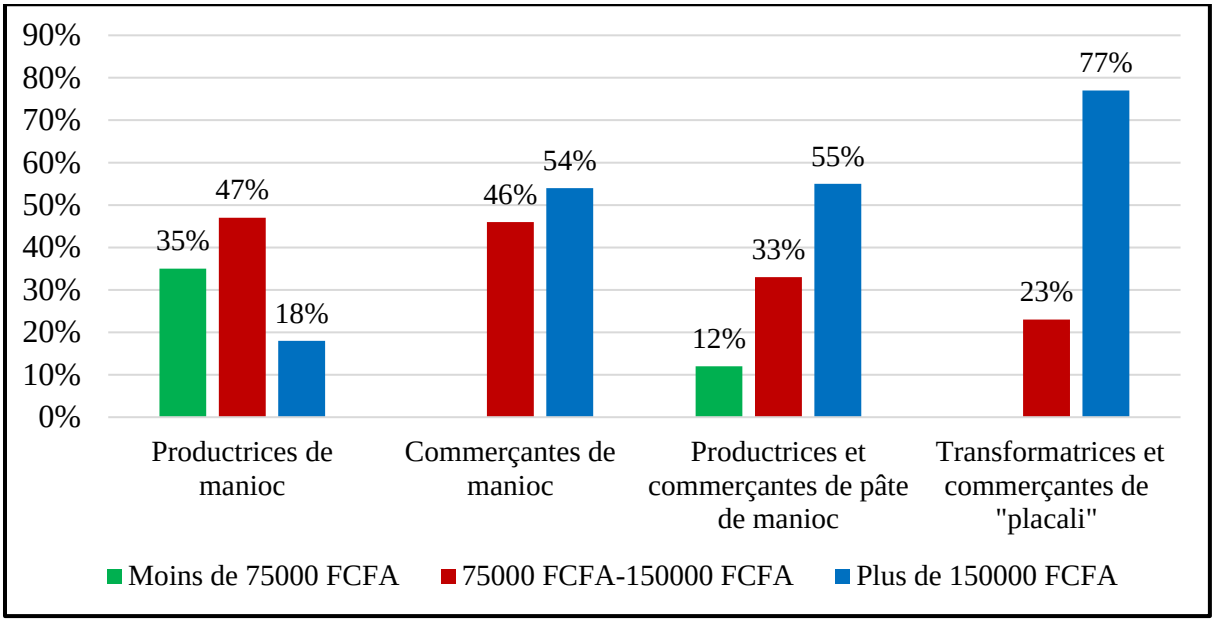
Par ailleurs, les productrices de pâtes de manioc communiquent avec plus d'acteurs. Elles sont en collaboration avec les commerçantes détaillantes de pâte de manioc, les transformatrices et commerçantes de « placali » et les consommateurs.

2.3. *Les enjeux économiques liés à la production et à la commercialisation du « placali »*

2.3.1. *Rentabilité financière de la production et de la commercialisation du « placali »*

La production et la commercialisation du « placali » génèrent des revenus aux différentes actrices. Ces revenus se distinguent en fonction des actrices et du type d'activité mené (figure 3).

Figure 3 : Revenus annuels des différentes actrices de la production et de la commercialisation du « placali »



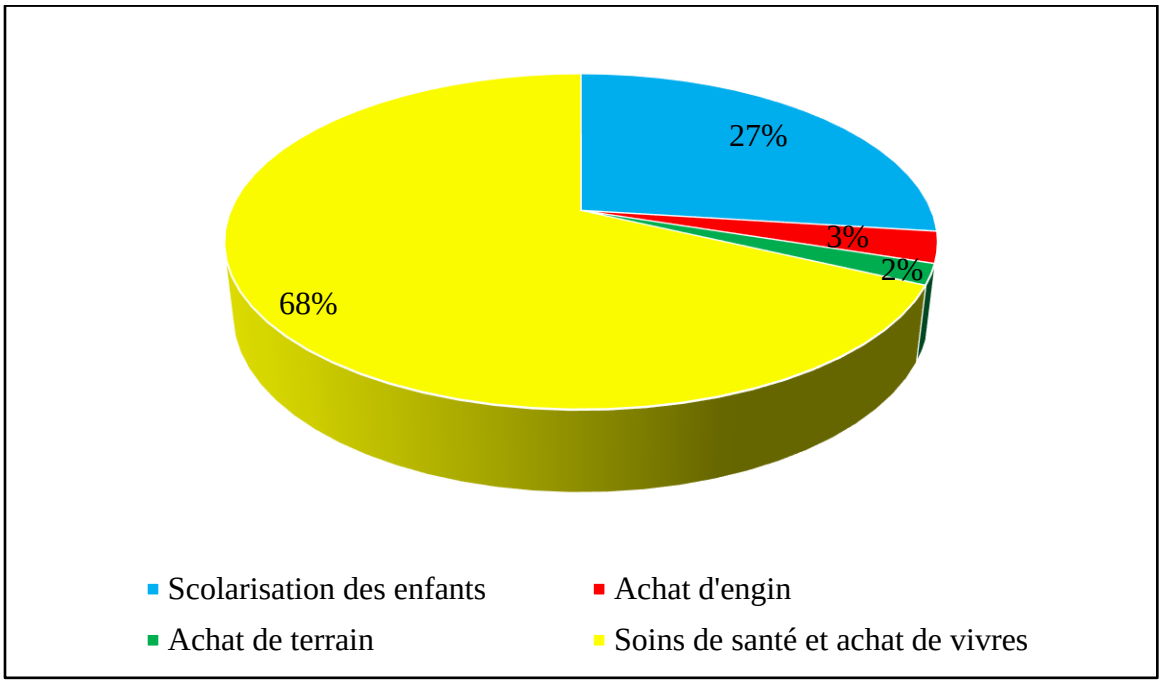
Source : nos enquêtes, 2021

La figure 3 présente les revenus générés par la production et la commercialisation du « placali » en fonction des actrices. On remarque que, 77% des transformatrices et commerçantes de « placali » ont un revenu annuel de plus de 150000FCFA alors que 47% des productrices de manioc ont des revenus compris entre 750000 et 150000FCFA. En effet, les femmes qui produisent le manioc n'exploitent pas de grandes superficies agricoles. La superficie de leurs champs est généralement inférieure à 1 hectare. Aussi, elles n'ont pas une bonne politique de commercialisation, la fixation du prix de vente du manioc ne dépend pas d'elles mais des commerçants. Les transformatrices et commerçantes de « placali » quant à elles, disposent d'une meilleure technique de vente. Les prix de ventes sont connus au préalable, aussi, en plus du « placali » elles commercialisent également les protéines contenues dans la sauce qui l'accompagne, ceux permettent d'accroître leurs revenus.

2.3.2. L'apport de la production et la commercialisation du « placali » sur l'amélioration des conditions de vie des actrices

Les ressources générées par la production et la commercialisation du « placali » contribue à l'amélioration des conditions de vie des actrices. Ces revenus sont injectés dans quatre (4) principaux domaines notamment l'achat d'engins, l'achat de terrain, la scolarisation des enfants et les soins de santé et l'achat de vivres (figure 4).

Figure 4 : Proportion des actrices de la production et la commercialisation du « placali » en fonction des domaines d'utilisation des revenus



Source : nos enquêtes, 2021

La figure 4 présente la proportion des actrices de la production et la commercialisation du « placali » en fonction des domaines d'utilisation des revenus. On note que 68% des femmes utilisent le gain perçu de leur activité pour les soins de santé et l'achat de vivres alors que 2% utilisent leurs gains pour l'achat d'un terrain. En effet, ces inégalités observées dans se justifient par fait que les revenus perçus sont insuffisants pour la réalisation de grands projets comme l'achat de terrain, l'achat d'engins. Le gain perçu ne peut qu'assurer les charges mineures, qui ne demandent pas assez de ressources financières.

3.Discussion

Pour favoriser leur autonomisation socio-économique, les femmes de la Sous-Préfecture de Prikro développent des activités génératrices de revenus. La commercialisation de la patate de

manioc cuite « placali », parait comme une alternative pour lutter contre la pauvreté féminine En effet, la chaine de valeur du manioc regroupe divers acteurs qui sont largement représentés par des femmes (D.V.P. MENDEZ, 2018, p 28-29). Parmi ces actrices, les productrices jouent un rôle crucial. Elles sont en amont de la chaîne et s'organisent en coopératives ou en fédérations, aussi bien pour la production que pour la transformation et la commercialisation afin de répondre au besoin des transformateurs, commerçants et des consommateurs directs (M. Koné et *al*., 2020, p.63). Les actrices rencontrées dans la Sous-Préfecture de Prikro sont diverses on note la présence des productrices du manioc, les commerçantes de manioc, les transformatrices et commerçantes de pâte de manioc et les transformatrices et commerçantes de « placali ». Cependant, les ressources générées par cette activité varient en fonction des actrices. Les transformatrices de « placali » ont majoritairement (77%) un revenu annuel de plus de 150000FCFA alors que les productrices de manioc ont des revenus non conséquents. En effet, la transformation en placali peut être particulièrement rentable pour tous les opérateurs (producteurs, collecteurs-grossistes, transformatrices, détaillantes), notamment dans les grandes villes où la demande est forte et les prix élevés, ou dans le cas de l'export vers la sous-région. Le revenu dégagé par les transformatrices dépend également du mode de répartition des bénéfices entre elles : à part égale ou selon un modèle patron/employés. En revanche, dans les villes de l'intérieur, les prix beaucoup plus bas et la forte concurrence ne permettent que de dégager de faibles marges, pour tous les opérateurs. La transformation au village n'est également rentable qu'à condition d'être bien inséré dans les circuits de commercialisation (A. PERRIN et *al.*, 2015, p.81).

Conclusion

La commercialisation de la pâte de manioc cuite « placali » est une activité en perpétuelle développement dans la Sous-Préfecture de Prikro. Elle constitue un puissant moyen de création d'emploi car elle mobilise diverses actrices dont les productrices du manioc, les commerçantes de manioc, les transformatrices et commerçantes de pâte de manioc et les transformatrices et commerçantes de « placali ». Ces actrices communiquent entre elles ce qui donne lieu à un circuit de commercialisation bien établi. Cette activité représente aussi une alternative de la lutte contre la pauvreté car les ressources financières générées contribuent à l'amélioration des conditions de vie des actrices.

Références bibliographiques

KONE Miaman, ANOH Missa Lin, BEDA Ekeni Evrard Lionnel, COULIBALY Mamadou Namogo et Marie Josephine Berthe Epse NASSA, 2020, *étude sur les filières et chaines de*

valeur prometteuses dans les régions du Gbeke, Poro, Tonkpi et du district d'Abidjan, Rapport final du projet Femme et entreprise, 137p.

KOUAKOU Adjoa Mauraine-Fabienne, 2024, *Activités génératrices de revenus et amélioration des conditions de vie des femmes dans le Département de Prikro*, Thèse unique de Doctorat, Université Alassane Ouattara, Bouaké, Côte d'Ivoire, 412p.

KOUAKOU Adjoa Mauraine-Fabienne, 2018, *Fabrication de pagne baoulé dans le développement économique et social de la commune de Tiébissou*, Mémoire de master 2, Université Alassane Ouattara, Bouaké, Côte-d'Ivoire, 183p.

MENDEZ del Villar Patrico, TRAN Thierry, ADAYE Akou, BANCAL Victoria, ALLAGBA Konan, 2018, *Analyse de la chaîne de valeur Manioc en Côte d'Ivoire*, rapport pour l'Union Européenne, value chain analysis for developpment, Abidjan, Côte d'Ivoire, 169p.

PERRIN Audrey, RICOU Pierre et RABANY de RONGEAD Cédric, 2015, *étude de la filière manioc en Côte d'Ivoire, Projet* « Promotion et commercialisation de la Banane Plantain et du Manioc en Côte d'Ivoire » financé par le Comité Français pour la Solidarité Internationale (CFSI), 87p

ONU Femmes, 2017, *Evaluation du Portefeuille-Pays*, Rapport final d'évaluation Version V5, Abidjan, Côte d'Ivoire, 122p

OUATTARA Mathata Mireille Pulchérie-Laure,2020, « Entrepreneuriat féminin et autonomisation économique des femmes commerçantes en Côte d'Ivoire : une approche historique », In *documents de recherche de l'observatoire de la francophonie économique DROFE* n°14, pp 436-447.

Auteurs

[1]Docteure, Département de Géographie, Université Alassane OUATTARA (Côte d'Ivoire) *maurainefabienne@gmail.com*

[2]Professeur Titulaire, Enseignant-chercheur, Département de Géographie, Université Alassane OUATTARA (Côte d'Ivoire), *koffi_brou@yahoo.fr*