



Mieux Comprendre l'Espace

GéoVision

**Revue du Laboratoire Africain de
Démographie et des Dynamiques Spatiales**

Département de Géographie -Université Alassane Ouattara



Vol.1, N°003, Décembre 2020 ISSN: 2707-0395

**République de Côte d'Ivoire
BP V18 Bouaké 01**

Téléphone: (+225) 07 06 91 71/ 03 59 34 32/ 05 05 84 01

Courriel: revuegeovision@gmail.com

Site Internet: www.laboraddys.com

Administration de la revue

Directeur de publication : Dr. MOUSSA Diakité, Maître de Conférences, Université Alassane Ouattara (Bouaké-Côte d'Ivoire)

Rédacteur en chef : Dr. LOUKOU Alain François, Maître de Conférences, Université Alassane Ouattara (Bouaké-Côte d'Ivoire)

Rédacteur en chef adjoint : Dr. ZAH Bi Tozan, Maître de Conférences, Université Alassane Ouattara (Bouaké-Côte d'Ivoire)

Secrétariat de rédaction

Dr. LOUKOU Alain François, Maître de Conférences, Université Alassane Ouattara (Bouaké-Côte d'Ivoire)

Dr. ZAH Bi Tozan, Maître de Conférences, Université Alassane Ouattara (Bouaké-Côte d'Ivoire)

Dr. SORO Nabegue, Université Alassane Ouattara (Bouaké-Côte d'Ivoire)

Dr. DIARRASSOUBA Bazoumana, Université Alassane Ouattara (Bouaké-Côte d'Ivoire)

Dr. DOHO Bi Tchan André, Université Alassane Ouattara (Bouaké-Côte d'Ivoire)

Dr. DJAH Armand Josué, Université Alassane Ouattara (Bouaké-Côte d'Ivoire)

Dr. KOFFI Kan Émile, Université Alassane Ouattara (Bouaké-Côte d'Ivoire)

Dr. ETTIEN Dadjia Zenobe, Université Alassane Ouattara (Bouaké-Côte d'Ivoire)

Comité scientifique et de lecture

Pr. BÉCHI Grah Félix, Université Alassane Ouattara (Bouaké-Côte d'Ivoire)

PhD : Inocent MOYO, University of Zululand (Afrique du Sud) / Président de la Commission des études africaines de l'Union Géographique Internationale (UGI)

Pr. AFFOU Yapi Simplicie, Université Félix Houphouët Boigny Cocody-Abidjan (Côte d'Ivoire)

Pr. ALOKO N'guessan Jérôme, Université Félix Houphouët Boigny Cocody-Abidjan (Côte d'Ivoire)

Pr. ASSI-KAUDJHIS Joseph P., Université Alassane Ouattara (Bouaké-Côte d'Ivoire)

Pr. BIGOT Sylvain, Université Grenoble Alpes (France)

Professor J.A. BINNS, Géographe, University of Otago (Nouvelle-Zélande)

Pr. BOUBOU Aldiouma, Université Gaston Berger (Sénégal)

Pr. BROU Yao Télésphore, Université de La Réunion (La Réunion-France)

Pr. Momar DIONGUE, Université Cheick Anta Diop (Dakar-Sénégal)

Pr. Emmanuel EVENO, Université Toulouse 2 (France)

Pr. KOFFI Brou Émile, Université Alassane Ouattara (Bouaké-Côte d'Ivoire)

Pr. KONÉ Issiaka, Université Alassane Ouattara (Bouaké-Côte d'Ivoire)

Pr. Nathalie LEMARCHAND, Université Paris 8 (France)

Pr. Pape SAKHO, Université Cheick Anta Diop, (Dakar-Sénégal)

SOKEMAWU Koudzo Yves, Université de Lomé (Togo)

Dr. Ibrahim SYLLA, MC Université Cheick Anta Diop, (Dakar-Sénégal)

Dr. MOUSSA Diakité, Maître de Conférences, Université Alassane Ouattara (Bouaké-Côte d'Ivoire)

Dr. LOUKOU Alain François, Maître de Conférences, Université Alassane Ouattara (Bouaké-Côte d'Ivoire)

Dr. VEI Kpan Noel, Maître de Conférences, Université Alassane Ouattara (Bouaké-Côte d'Ivoire)

Dr. ZAH Bi Tozan, Maître de Conférences, Université Alassane Ouattara (Bouaké-Côte d'Ivoire)

Dr. DIOMANDÉ Béh Ibrahim, MC, Université Alassane Ouattara (Bouaké- Côte d'Ivoire)

Instructions aux auteurs

Dans le souci d'uniformiser la rédaction des communications, les auteurs doivent se référer aux normes du Comité Technique Spécialisé (CTS) de Lettres et Sciences Humaines/CAMES. En effet, le texte doit comporter un titre (Times New Roman, taille 12, Lettres capitales, Gras), les Prénom(s) et NOM de l'auteur ou des auteurs, l'institution d'attache, l'adresse électronique de (des) auteur(s), le résumé en français (250 mots), les mots-clés (cinq), le résumé en anglais (du même volume), les keywords (même nombre que les mots-clés). Le résumé doit synthétiser la problématique, la méthodologie et les principaux résultats. Le manuscrit doit respecter la structure d'un texte scientifique comportant : Introduction (Problématique ; Hypothèse comprise) ; Approche méthodologique ; Résultats et Analyse ; Discussion ; Conclusion ; Références bibliographiques. Le volume du manuscrit ne doit pas excéder 15 pages, illustrations comprises. Les textes proposés doivent être saisis à l'interligne 1, Times New Roman, taille 11.

1. Les titres des sections du texte doivent être numérotés de la façon suivante : 1. Premier niveau (Times New Roman, Taille de police 12, gras) ; 1.1. Deuxième niveau (Times New Roman, Taille de police 12, gras, italique) ; 1.2.1. Troisième niveau (Times New Roman, Taille de police 11, gras, italique).

2. Les illustrations : les tableaux, les cartes, les figures, les graphiques, les schémas et les photos doivent être numérotés (numérotation continue) en chiffres arabes selon l'ordre de leur apparition dans le texte. Ils doivent comporter un titre concis, placé au-dessus de l'élément d'illustration (centré ; taille de police 11, gras). La source (centrée) est indiquée en dessous de l'élément d'illustration (Taille de police 10). Ces éléments d'illustration doivent être annoncés, insérés puis commentés dans le corps du texte.

3. Notes et références : 3.1. Éviter les références de bas de pages ; 3.2. Les références de citation sont intégrées au texte citant, selon les cas, ainsi qu'il suit : -Initiale (s) du Prénom ou des Prénoms et Nom de l'auteur, année de publication, pages citées. Exemple : (D. MOUSSA, 2018, p. 10) ; -Initiale (s) du Prénom ou des Prénoms et Nom de l'Auteur (année de publication, pages citées). Exemple : D. MOUSSA (2018, p. 10).

4. La bibliographie : elle doit comporter : le nom et le (les) prénom (s) de (des) auteur(s) entièrement écrits, l'année de publication de l'ouvrage, le titre, le lieu d'édition, la maison d'édition et le nombre de pages de l'ouvrage. Elle peut prendre diverses formes suivant le cas :

- *pour un article* : LOUKOU Alain François, 2012, « La diffusion globale de l'Internet en Côte d'Ivoire. Évaluation à partir du modèle de Larry Press », in *Netcom*, vol. 19, n°1-2, pp. 23-42.

- *pour un ouvrage* : HAUHOUOT Asseyo Antoine, 2002, *Développement, aménagement, régionalisation en Côte d'Ivoire*, EDUCI, Abidjan, 364 p.

- *un chapitre d'ouvrage collectif* : CHATRIOT Alain, 2008, « Les instances consultatives de la politique économique et sociale », in Morin, Gilles, Richard, Gilles (dir.), *Les deux France du Front populaire*, Paris, L'Harmattan, « Des poings et des roses », pp. 255-266.

- pour les mémoires et les thèses : DIARRASSOUBA Bazoumana, 2013, *Dynamique territoriale des collectivités locales et gestion de l'environnement dans le département de Tiassalé*, Thèse de Doctorat unique, Université Félix Houphouët Boigny, Abidjan, 489 p.

- pour un chapitre des actes des ateliers, séminaires, conférences et colloque : BECHI Grah Felix, DIOMANDE Beh Ibrahim et GBALOU De Sahi Junior, 2019, Projection de la variabilité climatique à l'horizon 2050 dans le district de la vallée du Bandama, Acte du colloque international sur « *Dynamique des milieux anthropisés et gouvernance spatiale en Afrique subsaharienne depuis les indépendances* » 11-13 juin 2019, Bouaké, Côte d'Ivoire, pp. 72-88

- Pour les documents électroniques : INS, 2010, *Enquête sur le travail des enfants en Côte d'Ivoire*. Disponible à : http://www.ins.ci/n/documents/travail_enfant/Rapport%202008-ENV%202008.pdf, consulté le 12 avril 2019, 80 p.

Éditorial

Comme intelligence de l'espace et savoir stratégique au service de tous, la géographie œuvre constamment à une meilleure compréhension du monde à partir de ses approches et ses méthodes, en recourant aux meilleurs outils de chaque époque. Pour les temps modernes, elle le fait à l'aide des technologies les plus avancées (ordinateurs, technologies géospatiales, à savoir les SIG, la télédétection, le GPS, les drones, etc.) fournissant des données de haute précision sur la localisation, les objets et les phénomènes. Dans cette quête, les dynamiques multiformes que subissent les espaces, du fait principalement des activités humaines, offrent en permanence aux géographes ainsi qu'à d'autres scientifiques des perspectives renouvelées dans l'appréciation approfondie des changements opérés ici et là. Ainsi, la ruralité, l'urbanisation, l'industrialisation, les mouvements migratoires de populations, le changement climatique, la déforestation, la dégradation de l'environnement, la mondialisation, etc. sont autant de processus et de dynamiques qui modifient nos perceptions et vécus de l'espace. Beaucoup plus récemment, la transformation numérique et ses enjeux sociaux et spatiaux ont engendré de nouvelles formes de territorialité et de mobilité jusque-là inconnues, ou renforcé celles qui existaient au préalable. Les logiques sociales, économiques et technologiques produisant ces processus démographiques et ces dynamiques spatiales ont toujours constitué un axe structurant de la pensée et de la vision géographique. Mais, de plus en plus, les sciences connexes (sciences sociales, sciences économiques, sciences de la nature, etc.) s'intéressent elles aussi à l'analyse de ces dynamiques, contribuant ainsi à l'enrichissement de la réflexion sur ces problématiques. Dans cette perspective, la revue GéoVision qui appelle à observer attentivement le monde en vue de mieux en comprendre les évolutions, offre aux chercheurs intéressés par ces dynamiques, un cadre idéal de réflexions et d'analyses pour la production d'articles originaux. Résolument multidisciplinaire, elle publie donc, outre des travaux géographiques et démographiques, des travaux provenant d'autres disciplines des sciences humaines et naturelles. GéoVision est éditée sous les auspices de la Commission des Études Africaines de l'Union Géographique Internationale (UGI), une instance spécialement créée par l'UGI pour promouvoir le débat académique et scientifique sur les enjeux, les défis et les problèmes spécifiques de développement à l'Afrique. La revue est semestrielle, et paraît donc deux fois par an.

Bouaké, le 16 Septembre 2019

La rédaction

AVERTISSEMENT

Le contenu des publications n'engage que leurs auteurs. La revue GéoVision ne peut, par conséquent, être tenue responsable de l'usage qui pourrait en être fait.

SOMMAIRE

CONTRAINTES LIÉES À LA RÉHABILITATION D'UN SECTEUR IRRÉGULIER AU TISSU URBAIN AU MALI: CAS DU SECTEUR DE BADIANBOUGOU DANS LA COMMUNE DE SANGAREBOUGOU, TRAORE Hamadoun¹, MAIGA Fatoumata², SAMAKE Charles³, Kollè DOUMBIA⁴, Issa GUINDO⁵	9
LE PORT DE PÊCHE ET L'AMÉLIORATION DES CONDITIONS DE VIE DES POPULATIONS DANS LA VILLE DE SAN-PEDRO, DOSSO Yaya¹, KOUMAN Koffi Mouroufié²	21
TÉLÉPHONIE MOBILE ET AUTONOMISATION DES FEMMES COMMERÇANTES DE POISSONS FRAIS AU PORT DE PÊCHE DE LOMÉ, Koku-Azonko FIAGAN	32
PROBLÉMATIQUE DE LA GESTION PAYSANNE DES AMÉNAGEMENTS HYDRO-AGRICILES DANS LES COMMUNES RURALES DE TAMI ET NAKI-OUEST AU NORD-TOGO, Tinguedame LAMBONI⁽¹⁾, Pakindame YENTRIDJOA⁽²⁾, Silli HOMBRE⁽³⁾ & Lalle Yendoukoa LARE⁽⁴⁾	47
DE LA NAISSANCE DES <i>BADLANDS</i> A LA DESERTISATION, UN PROCESSUS EROSIF COMPLEXE A SABTENGA AU BURKINA FASO, Sié PALE¹, Augustin YAMEOGO², Nifababé Jean SOME³, Diakalya TRAORE⁴ ,.....	59
POLITIQUES D'AMÉLIORATION DU CADRE DE VIE EN BANLIEUE: DIAGNOSTIC DES STRATÉGIES ET ACTIONS MISES EN ŒUVRE POUR LUTTER CONTRE LA DÉGRADATION DU CADRE DE VIE DANS LA COMMUNE DE DJIDDAH THIAROYE KAO (SÉNÉGAL), BABACAR NDIAYE¹, MOHAMED LAMINE NDAO², MARIAME DIOP³	76
DIVERSITÉ FLORISTIQUE ET MODES D'UTILISATION DES ESPÈCES LIGNEUSES ALIMENTAIRES (ELA) DE LA FORET CLASSÉE D'ATCHERIGBE (COMMUNE DE DJIDJA) AU BENIN (AFRIQUE DE L'OUEST), Grégoire DJISSONON, Joseph Fanakpon DJEVI et Ibouaïma YABI	91
LE MARAÎCHAGE À OUAGADOUGOU : ÉTATS DES LIEUX, Moumini OUEDRAOGO	108
UTILISATION DU SIG DANS L'ÉTUDE DE LA DITRIBUTION SPATIALE DES CENTRES DE SANTÉ DANS LA COMMUNE DE TCHAOUROU (BENIN), Ahognisso Gabin TCHAOU¹	120
PRATIQUES AUTONOMES D'ÉVACUATION DES EAUX USÉES ET DES ORDURES MÉNAGÈRES EN MILIEU URBAIN AU GABON, Annie BEKA BEKA	133
CAUSES ET CONSÉQUENCES DE LA VENTE ILLICITE DE L'ESSENCE FRELATÉE DANS L'ARRONDISSEMENT DE KPEDEKPO (COMMUNE DE ZANGNANADO) AU SUD DU BENIN Toundé Roméo Gislain KADJEBIN	147
DÉVELOPPEMENT DE LA PISCICULTURE PAYSANNE DANS LE QUART SUD-OUEST IVOIRIEN: ENJEUX D'UNE MOBILISATION INSTITUTIONNELLE, Kadjo Henri-Joel NIAMIEN	162

ANALYSE DE L'ÉTAT DU SERVICE D'HYDRAULIQUE RURALE DANS LA RÉGION DE L'AGNEBY TIASSA (SUD DE LA CÔTE D'IVOIRE),_ KOUKOUNGON Wilfried Gautier¹ et GUEDE Cataud Marius²	176
MOBILITÉ QUOTIDIENNE DES ÉTUDIANTS DE L'UNIVERSITÉ DE KARA (TOGO) DANS LE CONTEXTE DE L'ÉTALEMENT URBAIN,_ Damitonou NANOINI	190
LA SANTE DES POPULATIONS FACE AUX DÉFIS DE LA GESTION DES DÉCHETS À PORT-BOUËT (ABIDJAN),_ NIAMKE Gnanké Mathieu¹, SYLLA Yaya², ANOH Kouassi Paul³	204
ACTIVITÉS AGRICOLES ET DYNAMIQUE DU COUVERT VÉGÉTAL DANS LA COMMUNE DE DJÉBONOUA,_ ASSOUMAN Konan Innocent¹ ; DIARRASSOUBA Bazoumana², AGOUALE Yao Julien³	216
CONSOMMATION DU BOIS-ÉNERGIE ET DÉGRADATION DU COUVERT VÉGÉTAL DE L'OUEST DE LA RÉGION DES PLATEAUX AU TOGO,_ Komla Uwolowudu AMEGNA¹, Kossi AGBEYADZI², Tatongueba SOUSSOU³	228
LA FEMME DANS LA PRODUCTION ET LA TRANSFORMATION DE LA NOIX DE CAJOU DANS LA SOUS-PRÉFECTURE DE BOUAKE,_ Zady Edouard ZOGBO¹, Konan Thiéry St Urbain YEBOUE², Konan Kan Franck Junior KRAMO³	244
DYNAMIQUE SPATIO-TEMPORELLE DES PLANTATIONS DANS LES COMMUNES DE TORI-BOSSITO ET DE ZÈ AU SUD DE LA RÉPUBLIQUE DU BÉNIN,_ Adi MAMA¹, Faustin Y. ASSONGBA², Eugène V. S. GNONLONFIN², Julien G. DJEGO³	256
DYNAMIQUE URBAINE ET DIFFICULTÉ D'ACCÈS A L'EAU POTABLE DANS LA VILLE DE GAGNOA (SUD-OUEST DE LA COTE D'IVOIRE),_ KRAMO Yao Valère¹, KARIDIOULA Logbon²	273
LA SOUS-ESTIMATION DU RISQUE D'ACCIDENT, UN DETERMINANT D'OCCURRENCE D'ACCIDENT SUR LE TRANSECT BOUAKÉ-YAMOOUSSOUKRO,_ Kouadio N'guessan Roger Carmel¹, Silué Hetemin Cavallo¹, Koffi Guy Roger Yoboué², Kouassi Konan³	289
APPROVISIONNEMENT ET DISTRIBUTION DES PRODUITS VIVRIERS DANS LA VILLE DE KORHOGO (CÔTE D'IVOIRE),_ Lath Franck-Eric KOFFI	302
ACTIVITÉS AGRICOLES DES GROUPEMENTS FÉMININS : UNE OPPORTUNITÉ POUR L'AUTONOMISATION FINANCIÈRE ET SOCIALE DES FEMMES DANS LA SOUS-PRÉFECTURE D'AGBOVILLE,_ KOUAMÉ Dhédé Paul Eric	315
ANALYSE DE L'ACCÈS A L'EAU POTABLE DES POPULATIONS DES QUARTIERS PÉRIPHÉRIQUES DE LA VILLE DE BAMAKO : CAS DU QUARTIER DE YIRIMADIO, EN COMMUNE VI,_ Sory Ibrahima BAH¹, Famagan-Oulé KONATE²	333
FACTEURS HYDRIQUES ET SOCIO-ENVIRONNEMENTAUX DE LA PRÉVALENCE DU PALUDISME A NAPIE,_ DIOBO Kpaka Sabine Epse DOUDOU	345

USAGE DE SUBSTANCES PSYCHOACTIVES CHEZ LES ADOLESCENTS SCOLAIRES À COTONOU : CONTEXTES DE DÉCOUVERTE ET MOTIVATIONS, Akonassou Odile KOUGBLENOU¹, Pierre Codjo MELIHO², Ferdinand ADOUNKPE³, Eric Ayédjo AKPI⁴, Rose Sènam KPOGUE⁵, Codjo Adolphe KPATCHAVI⁶	357
ÉCHANGES COMMERCIAUX EN AFRIQUE DE L'OUEST : LA VILLE DE FADA N'GOURMA, Issaka DAHANI¹, Georges COMPAORÉ²	367
INCULTURE DE LAVAGE DES MAINS AU SAVON ET RISQUES DIARRHÉIQUES EN ZONE URBAINE : ÉTUDE COMPARÉE DES QUARTIERS POPULAIRES ET RÉSIDENTIELS DE BONGOUANOU (CENTRE-EST IVOIRIEN), DIABIA THOMAS MATHIEU	378
CONTRAINTES AU DÉVELOPPEMENT DE L'ENTREPRENARIAT EN AGROBUSINESS DANS LA COMMUNE DE BONOU AU BENIN, Bénisse Gbètonougbo GBEDJI¹, Euloge OGOUWALE²	389
GESTION DES DÉCHETS SOLIDES MÉNAGERS DANS LA VILLE DE FRESCO (SUD-OUEST DE LA CÔTE D'IVOIRE): QUELLES PERSPECTIVES POUR UNE GESTION DURABLE ?, Bakary FOFANA¹, Houcem Eddine REMIKI², Bazoumana DIARRASSOUBA³	407

TÉLÉPHONIE MOBILE ET AUTONOMISATION DES FEMMES COMMERÇANTES DE POISSONS FRAIS AU PORT DE PÊCHE DE LOMÉ

Koku-Azonko FIAGAN

*Département de Géographie de l'Université de Lomé
fiagan1983@gmail.com*

Résumé :

La diffusion du téléphone portable a apporté des changements dans plusieurs secteurs de l'économie parmi lesquels, le sous-secteur de la commercialisation des produits de pêche. Celui-ci est dominé par les femmes et rassemble les mareyeuses, les grossistes et les revendeuses de poissons frais. L'utilisation du téléphone portable permet à ces femmes d'être en contact avec les pêcheurs en mer, d'informer la clientèle de la disponibilité du poisson et de raccourcir la distance et le temps, ce qui leur assure des revenus substantiels et améliore leur autonomisation financière. La présente étude vise à analyser l'apport de la téléphonie mobile comme moteur d'autonomisation économique des femmes commerçantes de poisson frais au port de pêche de Lomé. La recherche documentaire, les observations faites sur le terrain, les entretiens semi-directifs et l'enquête par questionnaire auprès des femmes ont permis d'aboutir à des résultats assortis de discussions. L'étude révèle que l'utilisation de la téléphonie mobile au port de pêche de Lomé par les femmes commerçantes a apporté des améliorations significatives dans leur activité en termes de renforcement des liens relationnels, d'accroissement de leur revenu, d'autonomisation économique et d'amélioration de leurs moyens d'existences.

Mots-clés : *Port de pêche de Lomé, téléphone portable, autonomisation financière, commerçantes de poissons*

Abstract:

The spread of the mobile phone has brought changes in several sectors of the economy, among which, the sub-sector of the marketing of fishery products. This sector is dominated by women and includes fish wholesalers, wholesalers and fresh fish retailers. The use of mobile telephones enables these women to be in contact with fishermen at sea, inform customers of the availability of fish and shorten the distance and time, thus providing them with substantial income and improving their financial empowerment. This study aims to analyse the contribution of mobile telephony as a driver of economic empowerment of women traders of fresh fish at the fishing port of Lome. Documentary research, field observations, semi-structured interviews and a questionnaire survey of women led to results with discussion. The study reveals that the use of mobile telephony at the Lome fishing port by women traders has led to significant improvements in their activities in terms of strengthened relationships, increased income, economic empowerment and improved livelihoods.

Keywords: *Lome fishing port, cell phone, financial empowerment, fish traders*

Introduction

L'activité de pêche joue un rôle de premier plan dans les économies des pays qui disposent de façade maritime. Selon les statistiques mondiales, en 2016, 59,6 millions de personnes travaillaient (à temps plein, à temps partiel ou ponctuellement) dans les secteurs primaires de la pêche de capture (40,3 millions de personnes). On estime que près de 14 % de ces travailleurs étaient des femmes (FAO, 2018, p.6).

Les femmes contribuent de manière significative à la survie économique de leur communauté et à la croissance de leur pays en accomplissant un large éventail d'emplois et d'activités dans des secteurs peu valorisés à travers le monde. Elles effectuent 66% du travail mondial et produisent 50% de la nourriture mondiale, mais ne perçoivent que 10% des revenus. Elles représentent 70% des plus pauvres du monde. Généralement privées d'un accès au patrimoine, au capital et à toute forme d'assurance sociale, les femmes et les filles font face à une vulnérabilité économique chronique. Elles représentent 70% du 1,3 milliard de personnes qui vivent avec moins de 1 dollar par jour (ONU-FEMMES, 2016, p.12).

En Afrique occidentale et australe, les femmes dominent les activités de transformation, de vente au détail et de commerce local. Nombre d'entre elles appartiennent aux couches les plus défavorisées de la société, souvent illettrées, ne possédant pas d'expérience professionnelle et ne disposant pas de capitaux qui leur permettraient de se livrer à d'autres activités. Pour ces femmes, qui sont quelquefois chef de famille, le poisson représente la principale et parfois la seule source de revenus. Dans la province occidentale de la Zambie par exemple, les trois quarts des femmes qui pratiquent le commerce du poisson sont chefs de famille monoparentale (veuves, divorcées) (WORLD FISH, 2005, p.12).

L'implication de la femme dans les activités de pêche artisanale fait d'elle une actrice incontournable du segment post-capture. En Afrique occidentale, 80 % des poissons et fruits de mer sont vendus par des femmes et assurent entre 16 et 80% des protéines animales consommées par les populations des États riverains. Cependant, les tâches qu'elles effectuent sont moins bien rémunérées et leurs contributions à l'économie, à l'emploi et à la sécurité alimentaire moins bien reconnues (FAO, 2018, p.4).

L'introduction et la diffusion des technologies de l'information et de la communication à l'échelle mondiale vont bouleverser les pratiques et les échanges dans divers domaines de l'activité économique. Dans le secteur de la pêche, le téléphone mobile a contribué à la réduction des distances en termes de temps et de coût, accru la visibilité de l'activité de commercialisation des femmes et renforcé leur autonomisation économique (K-A. FIAGAN, 2014, p.212).

Depuis l'invention du premier téléphone mobile par Martin Cooper, en avril 1973, il a fallu attendre les années 1990 pour voir le premier téléphone portable commercialisé sur le marché américain, mais à un prix exorbitant (A. CHÉNEAU-LOQUAY, 2001, p. 23). Le téléphone portable est devenu, au cours des années 2000, un objet de consommation dont on ne saurait plus se passer. Il constitue un véritable outil de développement dans les pays du sud (GSMA, 2018, p.4).

L'utilisation du portable sur le continent africain est en constante évolution. Il est pour la plupart de ses utilisateurs, le premier et souvent le seul moyen d'accès aux télécommunications. Il permet également d'établir et de maintenir des contacts professionnels et sociaux plus facilement. Il est devenu un objet du quotidien (GSMA, 2018, p.3).

Au Togo, la commercialisation du poisson est source d'emplois et de revenus pour des milliers de personnes (K-A. FIAGAN, 2014, p.214). Avant la diffusion de la téléphonie mobile, les femmes commerçantes de poissons frais se servaient de moyens traditionnels de communication pour assurer la visibilité et la vente des produits halieutiques. Ces moyens passent par le porte-à-porte, les ventes directes dans les lieux d'habitation et l'envoi des collaborateurs pour informer la clientèle potentielle du débarquement de poissons. Ainsi, le portage et le taxi brousse constituent les moyens de transport les plus utilisés pour l'approvisionnement et la livraison de produits de pêche débarqués (K-A. FIAGAN, 2014, p. 215).

L'avènement de la téléphonie mobile va bouleverser les habitudes des femmes commerçantes de poissons frais et participer à leur autonomisation financière. Fort de ces constats, il s'avère important de s'interroger

sur l'apport du téléphone portable dans l'autonomisation des femmes au port de pêche de Lomé. La présente étude analyse la contribution du téléphone mobile à l'autonomisation des commerçantes de produits halieutiques au port de pêche de Lomé. La méthodologie adoptée repose sur la documentation, l'observation participante, les entretiens et l'administration d'un questionnaire aux femmes commerçantes au port de pêche de Lomé. L'étude relève que l'utilisation du téléphone mobile réduit les charges liées aux transports, accroît le gain de temps, assure plus de visibilité aux produits halieutiques et renforce l'autonomisation économique des femmes afin de participer au développement de la société.

1. Cadre théorique et méthodologique

1.1. Cadre théorique

L'autonomisation économique est un phénomène complexe à mesurer. Les dynamiques qui entrent en jeu sont d'ordre social, économique, personnel ou psychologique et le cas échéant peuvent revêtir un caractère politique. Le processus prend en compte plusieurs facettes. Les Nations-Unies identifient trois dimensions à l'autonomisation économique des femmes qui, chacune, peuvent être améliorées par l'adoption de mesures concrètes. La première dimension est celle des opportunités économiques qui peuvent être favorisées par des actions qui visent notamment à accroître l'employabilité des femmes en leur donnant accès à plus d'emplois et à des emplois de meilleure qualité. La seconde dimension est celle de l'amélioration des statuts légaux et des droits des femmes, en particulier en matière d'accès à la propriété, à la succession et à l'héritage. La troisième dimension concerne la participation et l'inclusion des femmes dans les processus décisionnels et économiques. Le cadre théorique définit pour cette étude repose sur un modèle conçu par l'USAID et l'International Food Policy Research Institute (IFPRI) en 2012. Il s'agit de l'Indice de l'autonomisation des femmes dans l'agriculture (IAFA) pour mesurer le degré d'autonomisation des femmes et la parité des sexes dans la société et recenser les principaux domaines dans lesquels l'autonomisation doit être améliorée. Cet outil a été adapté à cette étude afin de mesurer la contribution réelle de l'utilisation du téléphone dans l'autonomisation économique des femmes commerçantes de poissons frais. Le tableau 1 présente les cinq domaines et les indicateurs de l'indice d'autonomisation des femmes dans l'agriculture.

Tableau 1 : Les cinq domaines et indicateurs de l'indice de l'autonomisation des femmes dans l'agriculture

	Domaines	Poids	Indicateurs	Poids
5 domaines d'autonomisation agricole	Production (rôle des femmes dans la prise de décision au sein du ménage concernant la production agricole)	1/5	Contribution dans les décisions concernant la production agricole	1/10
			Autonomie dans la production	1/10
	Ressources (accès des femmes au capital productif)	1/5	Propriété des actifs	1/15
			Achats, ventes et transferts des actifs	1/15
			Accès à et décision concernant le crédit	1/15
	Contrôle des revenus par les femmes	1/5	Contrôle sur l'utilisation des revenus	1/5
	Leadership et influence individuelle des femmes dans la communauté	1/5	Adhésion à un groupe	1/10
			Prise de la parole en public	1/10
	Allocation de temps pour les femmes	1/5	Charge de travail	1/10
			Temps libre	1/10

Source : USAID, IFPRI, 2012

L'indice évalue le degré d'autonomisation dans cinq domaines de l'activité. Le premier domaine concerne les décisions relatives à la production halieutique. En particulier, il est défini à partir des réponses sur la mesure de pouvoir prendre des décisions personnelles concernant l'activité de pêche. Le deuxième domaine prend en compte les ressources, la propriété des ressources productives, leur accès et le pouvoir de décision en la matière, l'achat, la vente et le transfert d'actifs, ainsi que l'accès au crédit et les décisions de crédit. Le troisième domaine porte sur le contrôle exclusif ou en commun, l'utilisation des revenus et des dépenses. Le quatrième domaine est consacré au rôle et à la participation à la vie de la communauté, en étant membre d'au moins un groupe social ou économique. Le dernier domaine insiste sur la répartition du temps entre tâches productives et tâches domestiques, où les répondants sont invités à estimer le temps qu'ils consacrent à différentes activités. Pour chaque domaine, les personnes sont considérées comme autonomes (adéquation) ou hétéronomes (inadéquation) en fonction de leurs réponses à l'enquête.

1.2. Le cadre méthodologique

Pour obtenir des informations sur l'utilisation de la téléphonie mobile par les femmes commerçantes de poissons frais, une recherche documentaire, une observation participante, des entretiens et une enquête par questionnaire ont été menés. Sur la base de l'échantillonnage à choix raisonné, au total, 90 femmes commerçantes de poissons frais ont été enquêtées et réparties suivant un effectif de 30 mareyeuses, 30 grossistes et 30 revendeuses. Les entretiens ont eu lieu avec 2 agents techniques des 2 opérateurs de téléphonie mobile, 10 pêcheurs en activité qui bénéficient du financement des mareyeuses et de 1 agent du service du port de pêche et 2 de la direction du port. La documentation est centrée sur des ouvrages spécifiques à la thématique. Elle porte sur la situation mondiale des pêches et de l'aquaculture, le poisson et la sécurité alimentaire, la pêche artisanale maritime et développement socio-économique au Togo, l'autonomisation des femmes en milieu rural, le téléphone mobile, internet et développement, etc. Celle-ci a permis d'avoir des données de base pour l'analyse du sujet. L'observation s'est avérée concluante dans la mesure où elle participe à se faire une idée de l'implication de l'utilisation de la téléphonie mobile dans la commercialisation du poisson frais. Les entretiens ont été plus déterminants dans la quête des informations qualitatives et quantitatives.

2. Résultats

2.1. L'organisation des acteurs de la commercialisation du poisson frais

Le sous-secteur de la commercialisation des produits de pêche est structuré et comporte divers acteurs aux rôles variés. Les consignatrices ou mareyeuses constituent les actrices principales. Elles ont le monopole de l'achat des prises auprès des pêcheurs qu'elles financent pour leur sortie en mer ou l'achat de matériel de pêche comme le moteur hors-bord, l'embarcation et parfois le GPS. Au port de pêche de Lomé, il est très rare que le pêcheur de retour de la pêche vende directement sa prise aux consommateurs. Les mareyeuses assurent aussi l'installation des pêcheurs étrangers saisonniers (migrants ghanéens) qu'elles sollicitent dans les campements de la côte ghanéenne afin de pallier la pénurie des débarquements de poissons et par ce fait d'alimenter leur commerce.

A travers ces rôles qu'elles jouent, ces femmes ont le monopole de la commercialisation des prises débarquées. Les mareyeuses vendent les poissons aux grossistes qui les revendent aux détaillantes et, dans certains cas, aux consommateurs. Les aides-pêcheurs qui reçoivent du poisson en échange de l'effort fourni cèdent le plus souvent leur gain en nature aux détaillants ou aux consommateurs. Les ventes se passent habituellement à la criée (Planche 1).

Planche 1 : Espaces d'approvisionnement et de vente de poissons au port de pêche de Lomé

Photo 1a : Espace de pesée des poissons démersaux pour la vente



Photo 1b : Criée, espace de vente des poissons pélagiques



Source : clichés de l'auteur, 2019

Les poissons pélagiques sont vendus par unité, par tas et le plus souvent par panier. Ces prises sont écoulées par les mareyeuses aux grossistes et revendeuses. Pour les espèces démersales (dorades, mérou), les ventes s'effectuent au kilogramme aux grossistes et revendeuses. Pour assurer plus de visibilité dans la vente des produits de pêche et permettre aux femmes de jouir pleinement de leur activité, l'utilisation du téléphone mobile s'est généralisée dans les pêcheries du littoral togolais plus précisément au port de pêche de Lomé.

2.2. Appropriation du téléphone mobile par les femmes commerçantes

2.2.1. Moyens de communication des commerçantes de poissons avant la diffusion du téléphone portable

Avant l'utilisation du téléphone portable dans les pêcheries du littoral togolais, les femmes assuraient la distribution et la commercialisation du poisson frais à travers diverses stratégies. Les moyens de communication et d'information se limitaient au porte-à-porte et au contact physique. Compte tenu du fait que les acteurs partagent des liens familiaux, de bon voisinage et d'appartenance aux mêmes groupes socio-culturels, la confiance s'installe et les échanges s'effectuent à différents moments dans l'espace de vie. Selon une mareyeuse (madame LAWSON), présidente de l'union des femmes commerçantes de poisson, « Les femmes à qui je vends les prises, nous nous connaissons depuis des années. Nous fréquentons la même église et appartenons à la même coopérative ». Pour les grossistes et revendeuses, les poissons achetés auprès des mareyeuses et pêcheurs se vendent à 80% à la criée et aux abords des voies principales et sur les différents marchés de la ville de Lomé (Attikpodji, Adawlato, Bè-Simé, etc.). La démocratisation

et la diffusion des nouvelles technologies de l'information et de la communication ont révolutionné divers secteurs de l'activité économique, notamment la commercialisation du poisson frais.

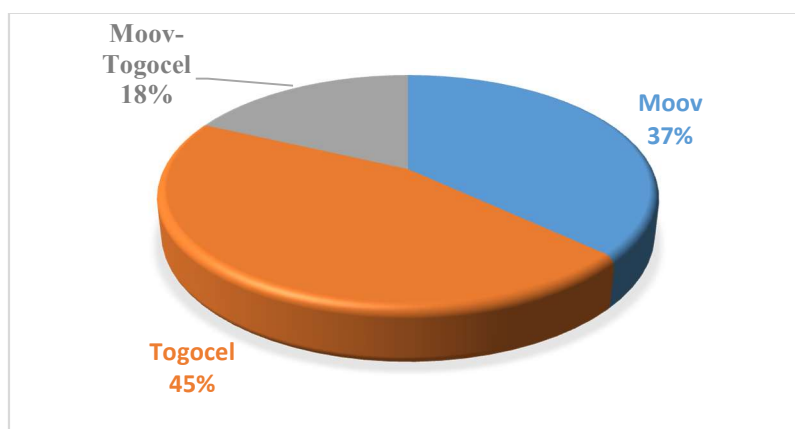
2.2.2. La diffusion du téléphone mobile dans le sous-secteur de la commercialisation du poisson

L'introduction et la diffusion du téléphone portable en Afrique ont changé les habitudes et les manières de commercer. Selon l'Association mondiale des opérateurs de téléphonie mobile, l'Afrique subsaharienne demeure le marché mobile le plus dynamique du monde avec son parc d'abonnés toujours croissant. La téléphonie mobile s'est répandue dans tous les secteurs d'activité économique tant en milieu urbain qu'en milieu rural. Son utilisation s'est généralisée avec la démocratisation des TIC ces dernières années. Les effets bénéfiques du développement des communications électroniques sur la croissance sont bien connus, et aucune politique de développement ne saurait se concevoir aujourd'hui en dehors de l'économie numérique (GSMA, 2018, p.8).

L'accès au téléphone mobile améliore les aptitudes commerciales des femmes. Les prix d'acquisition de ces appareils autrefois exorbitants, restent aujourd'hui très abordables même pour les populations les plus démunies. Ils varient entre 5 000 F CFA et 300 000 F CFA. Le parc de téléphonie mobile est essentiellement dominé par les téléphones de fabrication asiatique. Au port de pêche de Lomé, les femmes utilisent diverses marques de portables dont le choix est fonction du temps de fonctionnement de la batterie, de sa longévité et de sa capacité à capter facilement le réseau. Sur la base du rapport qualité/prix, les femmes enquêtées ont plus de préférence aux marques asiatiques telles que Infinix, Samsung, Tecno, etc. La durée de vie moyenne de ces portables est de 3 à 12 mois, ce qui explique le peu d'investissement accordé à l'acquisition de ces téléphones portables en général. D'autres par contre y mettent le prix.

Depuis sa diffusion, le téléphone portable ne cesse de s'adapter aux évolutions technologiques. Plusieurs applications innovantes rendent l'utilisation du mobile plus pratique et adaptée aux besoins du marché. La majorité des femmes (87%) utilisent des smartphones qui offrent diverses fonctionnalités. Ainsi, ces femmes ont la possibilité de profiter des services basiques, des applications comme WhatsApp, Facebook, etc. Les 13% des femmes, par manque de moyens et de difficultés dans l'utilisation des smartphones, ont souvent recours au portable simple et de type multimédia. Deux opérateurs de téléphonie partagent le marché des appels, messageries et internet mobile au Togo. La figure 1 résume la proportion des enquêtées par opérateur de téléphonie mobile.

Figure 1 : Proportion des enquêtées par opérateur de téléphonie mobile

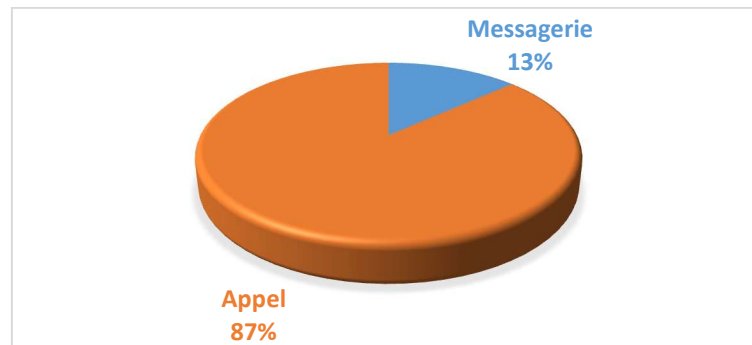


Source : D'après les données de terrain

Les femmes enquêtées au port de pêche de Lomé au prorata de 45% utilisent plus les services de l'opérateur Togocel que Moov pour diverses raisons. Togocel est le premier opérateur de téléphonie mobile dont le capital d'investissement est public et bénéficie des avantages comparatifs. L'instabilité du réseau au niveau

des deux opérateurs de téléphonie pousse les femmes (18%) à s'abonner aux deux opérateurs afin d'être accessible. A travers les services offerts par les deux opérateurs, les femmes utilisent beaucoup plus les services basiques (messagerie et appel). La figure 2 résume cette situation.

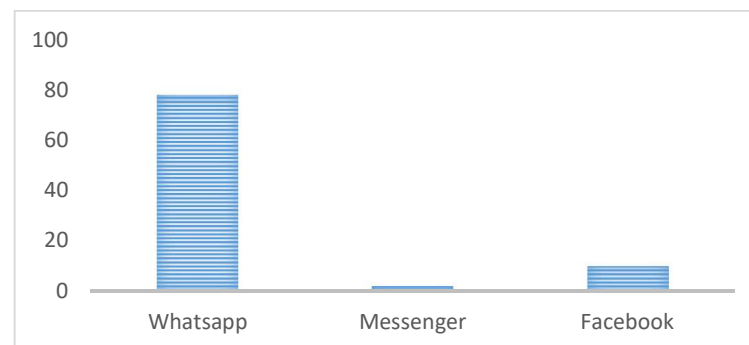
Figure 2 : Les services basiques les plus utilisés



Source : D'après les données de terrain

Plus de 80% des enquêtées utilisent leur téléphone à des fins d'appel. Rares sont celles qui l'utilisent pour l'envoi des messages. Les raisons s'expliquent par le fait que la majorité (65%) des femmes est peu instruite. Passer un appel permet de rassurer le client et de tirer une meilleure partie de l'information. Les appels évitent des incompréhensions et des maladresses. Selon les propos de madame Mawussi « *l'autrefois, une cliente a passé sa commande. J'ai cru lire qu'elle voulait du poisson dorade pour 15 kilogrammes. J'ai appelé le conducteur de moto-taxi qui assure les livraisons habituelles à mes clients. A son arrivée, la dame a été surprise de la quantité. Au fait, elle voulait du poisson pour 5 kilogrammes* ». En dehors des fonctions classiques, les téléphones mobiles de dernière génération offrent une gamme variée de services. Parmi les applications mobiles de messagerie instantanée via Internet figurent l'application Whatsapp qui est la plus utilisée (Figure 3).

Figure 3 : Les différentes applications mobiles via internet utilisées par les acteurs



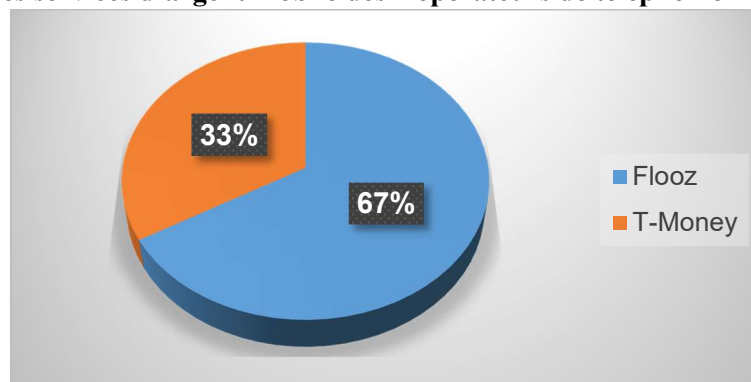
Source : D'après les données de terrain

Les femmes commerçantes au port de pêche de Lomé utilisent plus d'application Whatsapp pour envoyer les images des différentes espèces de poisson débarquées. Faire de vocal est plus pratique qu'émettre des appels pour ces femmes. Sur les 90 femmes enquêtées, 84% ont accès à Internet via leur téléphone mobile. Etant donné que plus de 65% des enquêtées sont peu instruites, elles éprouvent des difficultés à exploiter les différentes fonctionnalités qu'offrent ces nouvelles technologies. Celles-ci s'ouvrent également sur le dépôt, le retrait, le transfert, le paiement de crédit de communication, et le paiement marchand.

2.2.3. Le mobile money, le paiement par téléphone de plus en plus utilisé par les femmes

Le phénomène de paiement, de retrait et d'envoi d'argent par téléphone mobile connaît depuis quelques années, une expansion dans la plupart des pays africains. Au Togo, dans les pêcheries, mise à part les messageries et appels, le téléphone mobile assure des opérations financières développées par chacun des opérateurs téléphoniques. Il s'agit de T-Money de Togocel et Flooz de Moov (Figure 4).

Figure 4 : Les services d'argent mobile des 2 opérateurs de téléphonie mobile au Togo



Source : D'après les résultats de nos travaux de terrain

Flooz de Moov-Togo et T-Money de Togocel offrent des services basiques tels que le dépôt, le retrait, le transfert, le paiement de crédit de communication, le paiement marchand, etc. à partir d'un compte électronique associé à un numéro de téléphone. D'après les résultats des enquêtes, 67% des femmes utilisent le service Flooz et 33% le service T-Money. Cet intérêt pour le produit Flooz se justifie par le fait qu'il opérait depuis 2 ans bien avant la mise sur le marché du produit T-Money. L'autre raison évoquée est que ce transfert est rapide et disponible presque partout. Par contre, selon les enquêtées, le service T-Money demande plus d'opérations et semble compliqué pour les femmes à majorité illettrées.

2.3. Un changement dans la manière de vendre le poisson au port de pêche de Lomé

L'utilisation du téléphone portable par les femmes au port de pêche de Lomé a apporté un changement significatif. Il permet aux mareyeuses d'être en contact avec les pêcheurs en mer, d'être au courant des difficultés rencontrées, de leur arrivée et du volume de la prise. Les commerçantes savent de nos jours à quelle heure le poisson est débarqué et quelles sont les espèces pêchées. Toutes ces informations les déterminent à prendre des initiatives visant à en tirer un meilleur profit. La commerçante reçoit des commandes même avant la mise à terre du poisson pêché. La gestion de ces informations permet une organisation optimale de l'activité de la mareyeuse et du grossiste. A partir du téléphone portable, elle gagne en temps, en énergie, en distance (transport) et rentabilise son investissement.

L'utilisation du téléphone mobile est importante parce qu'il assure la vente d'un produit hautement périssable. Les grossistes reçoivent des commandes venant de divers clients (des particuliers, des restaurateurs, etc.). Elles se servent de l'application Whatsapp pour présenter les différentes espèces de poissons aux consommateurs qui passent leurs commandes. Les commis ou courtiers assurent la livraison par taxi-moto. Les grossistes assurent également une disponibilité en poisson frais à travers leur mise sous glace durant 3 à 10 jours comme l'indique la planche 2.

Planche 2 : L'étalage d'une commerçante de poisson frais

Photo 2a : Frigidaires usagers servant à conserver à froid les poissons

Photo 2b : Les poissons conservés sous glace



Source : Cliché de l'auteur, 2019

Les revendeuses sont moins actives dans la vente du poisson en se servant des services qu'offre le téléphone mobile. Cette situation se justifie par la faible capacité de ces femmes à mobiliser un volume important de poisson et de leur faible investissement. Elles s'approvisionnent généralement en poissons à crédit et remboursent une fois les produits vendus. La criée et les abords des principales voies de la ville de Lomé servent de lieux de vente de ces produits halieutiques. Le téléphone portable aux yeux des femmes commerçantes de poissons frais a contribué à leur assurer des revenus conséquents, facilite les échanges commerciaux et participe à leur autonomisation. Cependant, ces innovations technologiques ne sont pas exemptes de difficultés telle que évoquées par les femmes enquêtées.

2.4. Une amélioration de la rentabilité induite par l'utilisation du téléphone portable

Dans l'ensemble, les dépenses liées aux frais de communication varient d'un acteur à un autre compte tenu de la quantité du poisson qu'elle commercialise et du type d'acteur. Les mareyeuses dépensent en moyenne entre 10 000 et 20 000 F CFA en crédit de communication mensuellement. Pour les grossistes, les dépenses en communication varient entre 5 et 10 000 F CFA par mois moyennement. Les détaillantes utilisent entre 2 000 et 5 000 F CFA en crédit de communication mensuellement.

Les mareyeuses ont le monopole de la commercialisation des espèces pélagiques et représentent des intermédiaires directs entre les pêcheurs et les autres acteurs du sous-secteur de la commercialisation. Elles vendent le poisson par panier, par quarantaine et par tas. Le panier (Photo 3A) de mesure (son poids moyen contenant du poisson est de 0,75 kg) des anchois ou sardinelles se vend à 1 100 F CFA (Planche 3).

Planche 3 : Mesures de vente des poissons au port de pêche de Lomé

Photo 3a : panier de mesure des anchois

Photo 3b : Pesée des poissons démersaux



Source : Cliché de l'auteur, 2019

Sur 1 100 F CFA, 100 F CFA reviennent à la mareyeuse et constituent le bénéfice direct réalisé sur un panier. Pour les ventes par kilo, ce sont ces femmes qui négocient ou décident du prix d'achat du poisson auprès des pêcheurs. A titre d'exemple, le kilogramme de la dorade pêchée est acheté par les grossistes et les mareyeuses à 2 600 F CFA (Photo 3B). Elles les revendent aux consommateurs à 3 000 F CFA voire 3 200 F CFA. Le tableau 2 présente les résultats d'une étude réalisée en 2014 sur le revenu des commerçantes de poissons frais et transformés au port de pêche de Lomé.

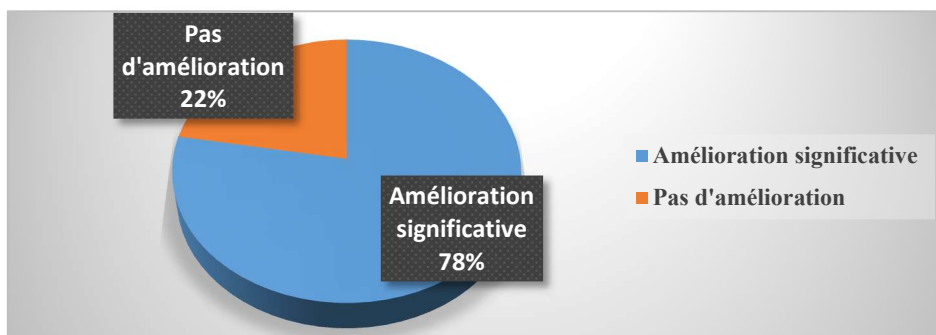
Tableau 2 : Etude comparative du revenu d'une commerçante par rapport à celui d'un travailleur moyen et du SMIG

Type de commercialisation	Catégorie	Revenu mensuel (F CFA)	Equivalence du salarié moyen	SMIG
Poisson frais	Mareyeuse et grossiste	269 250	3,9 E5	7,6
	Revendeuse	134 625	2,2 E3	3,8
	Aide	16 000	0,2 E2	0,4
Poissons fumés	Grossiste	86 125	1,2 E5	2,4
	Revendeuse	43 062,5	0,8 E3	1,2
	Aide	16 000	0,3 E2	0,4
Poissons frits	Grossiste	46 916,6	0,7 E5	1,3
	Revendeuse	23 458,3	0,4 E3	0,6
	Aide	8 000	0,1 E2	0,2

Source : K-A, FIAGAN, 2014.

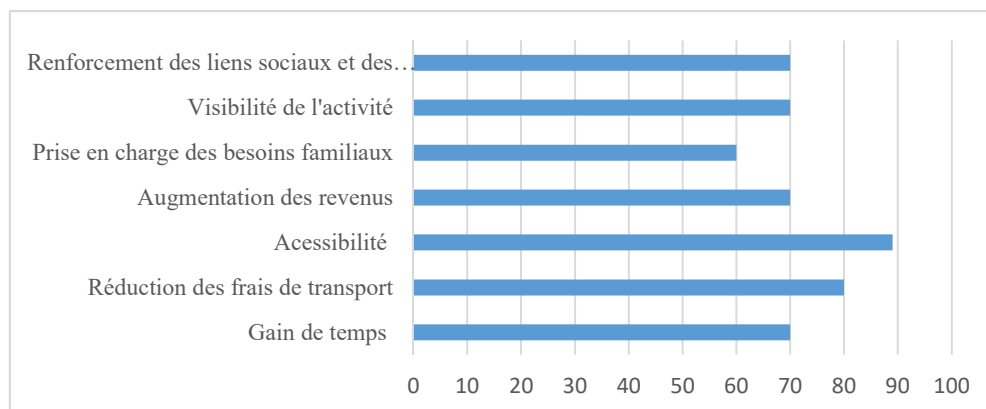
Il ressort de l'analyse des données du tableau 1 que les revenus des commerçantes de poissons frais sont supérieurs à ceux des femmes qui s'adonnent à la transformation des produits halieutiques. Les raisons évoquées portent sur le coût élevé des combustibles utilisés et les pertes post-transformation. A la question, est-ce que l'utilisation du téléphone portable a apporté des améliorations significatives dans votre activité ? Les femmes ont apporté des réponses qui sont traduites à travers la figure 5.

Figure 5 : Avis des femmes sur l'amélioration de leur activité par l'utilisation du téléphone mobile



Source : D'après les données des travaux de terrain, 2019

Sur les 90 femmes enquêtées, 78% affirment que l'utilisation du téléphone portable est bénéfique pour leur activité. Les motos-taxis facilitent aussi cette réduction de distance et de temps en assurant les livraisons à tout moment. Les revendeuses au prorata de 22% n'ont pas observé quelques améliorations de leur activité. Le véritable problème évoqué est la baisse des prises dans les pêcheries du littoral togolais, la cherté du coût de communication et le monopole du marché par les mareyeuses et grossistes qui en tirent un meilleur profit. La figure 6 présente les avantages que les femmes tirent de l'utilisation du téléphone portable dans leur activité.

Figure 6 : Les avantages de l'utilisation du téléphone portable par les femmes

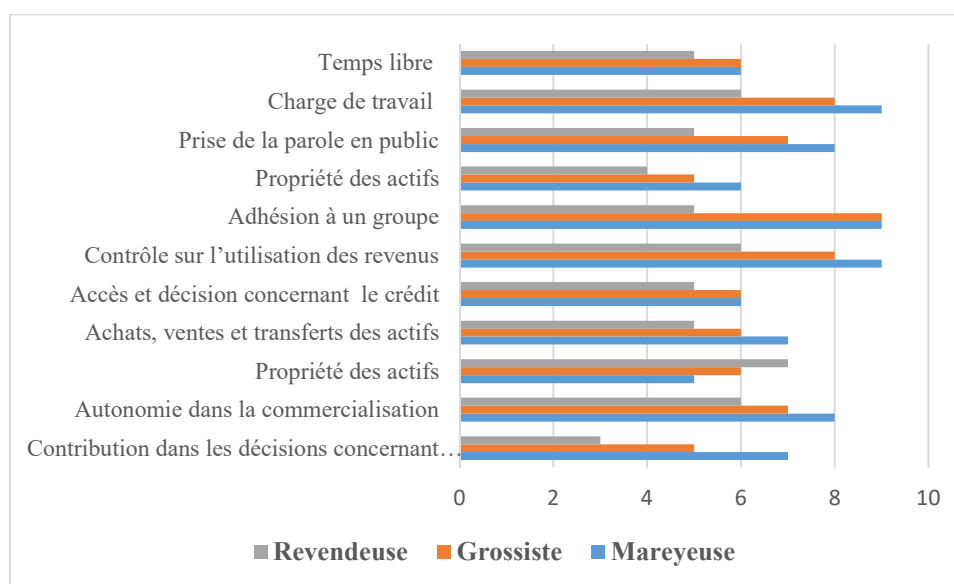
Source : D'après les données de terrain, 2019

Il est clair que l'utilisation du téléphone portable apporte une amélioration significative des revenus des femmes, des conditions de travail et le renforcement de leur autonomie économique. Le renforcement des liens sociaux s'observe à travers le rapprochement des membres d'une même famille, d'une coopérative de commerçante de poissons. Compte tenu du temps d'activité (lundi à samedi), les femmes pour garder des liens forts de travail se servent de la téléphonie mobile pour renforcer ces liens. Elles arrivent à réduire leurs dépenses de fonctionnement en minimisant les coûts de transport. Selon elles, avant, les frais de transport représentaient une part importante des charges de fonctionnement. Mais avec l'avènement du téléphone portable, elles sont réduites de moitié. Elles gagnent aussi en rapidité, en temps et en fluidité dans les échanges compte tenu du caractère hautement périssable des produits halieutiques. Celles-ci ont affirmé que 1/3 de la marchandise est souvent détérioré en fin de journée compte tenu des difficultés de transport et d'accès au marché. Cependant, il faut reconnaître que la diversification des modes de transport a aussi facilité et simplifié la commercialisation du poisson. Au travers des services Flooz et T-Money, les paiements et les remboursements de dettes consenties par les femmes auprès des mareyeuses et pêcheurs réduisent les frais de transport et le temps. Elles évoquent aussi une meilleure visibilité de leur activité plus qu'avant. Celle-ci se traduit par la publication de diverses espèces de poisson sur leurs statuts Whatsapp et de l'envoi des images des poissons accompagnés des prix et poids aux potentiels clients. Une réduction du temps et de la distance constituent un actif pour les commerçantes. Elle est possible par l'accès à l'information au travers de simple message, appel ou audio envoyé au client au lieu d'effectuer un déplacement sur une dizaine de kilomètres sans compter le temps perdu. L'augmentation des revenus constatée est liée à la forte demande de poisson sur le marché, la réduction des charges d'exploitation (baisse des frais de transport, gain de temps) et une baisse de l'offre. Ces avantages assurent aux femmes une autonomie financière jugée précaire compte tenu de la dégradation des pêcheries ces dernières années.

2.5. Le degré d'autonomisation économique des commerçantes de poisson frais

Sur la base de l'indice d'autonomisation des femmes développé dans le secteur agricole et adapté à cette étude, des indicateurs ont été renseignés et des scores obtenus. Les scores vont de 1 (moins significatif) à 10 (plus significatif). La figure 7 présente les scores des différents indicateurs de l'indice d'autonomisation de la femme dans le sous-secteur de la commercialisation du poisson frais.

Figure 7 : Les indicateurs et scores de l'indice d'autonomisation des femmes dans la commercialisation du poisson frais



Source : D'après les résultats de nos travaux

L'analyse des données de la figure 7 permet d'apprécier les scores obtenus par chaque catégorie d'acteurs du sous-secteur de la commercialisation du poisson frais. Les mareyeuses jouissent d'une autonomie financière significative avec des scores compris entre 5 et 9 plus que les grossistes et les revendeuses. Par rapport à l'autonomie dans la commercialisation, les scores obtenus sont compris entre 6 et 8, ce qui témoigne du rôle que joue l'activité de commercialisation de poissons frais. L'indicateur « contrôle sur l'utilisation des revenus » affiche des scores qui varient entre 6 et 9. Les mareyeuses affichent une autonomie financière plus avantageuse que les grossistes et revendeuses du fait des bénéfices importants réalisés. En clair, l'utilisation de la téléphonie mobile renforce significativement l'autonomisation économique des femmes commerçantes de poissons frais. En dehors des avantages que procure le téléphone portable, certaines contraintes existent et constituent un frein à la pleine autonomisation des femmes.

3. Discussion

La problématique de l'autonomisation des femmes est au cœur des préoccupations des institutions internationales et des pays en développement. Selon ONU-FEMMES (2019, p.7), l'investissement dans l'autonomisation économique des femmes est la voie la plus sûre vers l'égalité des sexes, l'éradication de la pauvreté et la croissance économique inclusive. Les femmes apportent une contribution énorme à l'économie. Le continent africain a fait preuve de son engagement à promouvoir l'égalité des sexes et l'autonomisation des femmes. Les pays africains ont presque ratifié la Convention sur l'élimination de toutes les formes de discrimination à l'égard des femmes, et plus de la moitié d'entre eux ont ratifié le Protocole sur les droits des femmes en Afrique. La déclaration de l'Union africaine faisant de 2010-2020 la décennie de la femme africaine constitue une autre étape importante de cet engagement.

L'objectif trois des OMD « Promouvoir l'égalité des sexes et l'autonomie des femmes », traite spécifiquement de l'autonomisation économique. L'ONU a fait de cet objectif l'un des piliers de l'accomplissement d'autres OMD tels que l'éradication de la pauvreté extrême et de la faim. L'autonomisation économique des femmes est cruciale pour éradiquer la pauvreté et réaliser les Objectifs de développement durable (ODD) à l'horizon 2030. Pour A. CHENEAU-LOQUAY (2010, p.12), il existe peu d'études en sciences humaines sur les usages courants du téléphone mobile et sur ses impacts en Afrique subsaharienne. Mais certaines études sur la question confortent les résultats de nos travaux.

Cette recherche centrée sur le rôle du téléphone mobile dans le renforcement de l'autonomisation économique des femmes commerçantes de poissons frais a abouti aux résultats selon lesquels, les acteurs ont vu une amélioration significative de leur activité et conditions de travail.

Le téléphone portable offre des opportunités aux populations les plus vulnérables. Cette réalité est partagée par les travaux de A. CHENEAU-LOQUAY (2010, p.17) sur la téléphonie mobile. Pour l'auteur, le téléphone portable est le meilleur moyen d'ouvrir de nouveaux horizons économiques et de procurer des services essentiels à des millions de personnes et que, dans les prochaines années, la plupart des nouveaux utilisateurs qui se connecteront à un réseau de mobilophonie proviendront des zones rurales de pays en développement. Dans le secteur de la pêche, les avantages que procure l'utilisation du téléphone portable sont multiples. Pour le même auteur, A. CHENEAU-LOQUAY (2010, p.15), l'utilisation du téléphone mobile dans le secteur de la pêche artisanale au Sénégal représente une amélioration des conditions de travail, des pratiques et des revenus encore plus significatifs que dans le secteur agricole. Meilleure gestion de la circulation en mer et sur terre avec une limitation et plus d'efficacité des déplacements, gain de temps avec des transactions plus rapides, plus grande sécurité dans un métier dangereux, le téléphone permet une rationalisation de la filière de la pêche à tous les niveaux. Il permet aux pêcheurs de communiquer aux mareyeurs leur offre en termes de prix et de quantité et aux mareyeurs de faire de même avec leurs contacts en amont. Bon nombre de négociations se concluent au téléphone et il n'est pas rare qu'une pirogue débarque et que toutes les étapes menant de sa capture à l'étal soient planifiées (A. CHENEAU-LOQUAY, 2010, p.16). Les travaux de GSMA (2019a, p. 16) réalisés en Côte d'Ivoire vont dans le même sens que les résultats de nos travaux. Pour l'auteur, le fait que la mareyeuse connaît d'avance ce que le pêcheur va débarquer est aussi très bénéfique. Cela lui permet d'anticiper, de spéculer.

S. MELCHIOLY et O. SÆBO, (2010, p.7) ont réalisé en 2008, une étude qualitative exploratoire sur la nature des usages du téléphone mobile dans des petites et moyennes entreprises de Tanzanie à Morogoro. Le mobile est utilisé par tous les artisans plus souvent que d'autres moyens, pour garder les contacts et en établir de nouveaux avec les fournisseurs et les clients, et ce beaucoup plus facilement et rapidement qu'auparavant à la fois en appelant directement ou par SMS. La possibilité de s'informer sur les derniers prix pratiqués sur différents marchés permet plus de transparence et des prix plus rémunérateurs. Cette connaissance des prix améliore aussi la qualité des produits pour répondre à la demande du marché. En résumé, le téléphone mobile est considéré comme un catalyseur pour la productivité, la mise en réseau et l'obtention d'informations dans les PME, en minimisant le besoin de voyager ou de se rencontrer face à face pour réaliser une affaire. À la question, « Pensez-vous que le portable vous fait gagner plus d'argent » ?, une commerçante répond :

Clairement, oui. Je gagne plus qu'avant depuis que j'ai acheté ce téléphone et j'ai surtout moins de problèmes ; les clients sont au courant de ma venue, je ne me déplace donc pas pour rien et le poisson reste frais. Pour le mareyeur, le fait de connaître à l'avance ce qui va débarquer est aussi très bénéfique. Cela lui permet d'anticiper, de spéculer, il n'y a plus de problème financier (impossibilité de payer au débarquement car on ne savait pas le prix (A. CHENEAU-LOQUAY, 2010, p. 22).

En Afrique, il est prouvé que beaucoup des femmes qui pratiquent le commerce du poisson sont chef de famille monoparentale. Pour elles, le poisson représente la principale et parfois la seule source de revenus ; la survie de toute la famille en dépend. Au Sénégal, dans le secteur de la pêche, le rôle des femmes peut être qualifié de « primordial » car elles interviennent dans toute la chaîne de valorisation des produits. En conséquence, l'autonomisation économique permet aux femmes d'exercer leurs droits et d'avoir plus de responsabilités tant dans la sphère privée que dans la sphère publique, et ainsi de pouvoir s'investir dans les milieux sociaux et politiques. Leur autonomisation économique est nécessaire à l'amélioration de leurs moyens de subsistance mais aussi à ceux de leur famille et communauté (WORLD FISH CENTER, 2005 p.6).

Le téléphone portable n'assure pas seulement des avantages aux utilisateurs. Il est source de certaines contraintes et sa pleine participation à l'économie locale est mise à rude épreuve. Les travaux de G. ZIBI (2009, p. 4) sur la question sont significatifs. Pour l'auteur, les obstacles sont nombreux : infrastructures

limitées, coûts de la bande passante et de l'équipement de base élevés, faibles niveaux d'alphabétisation de la clientèle et marchés cibles réduits. Une étude de la GSMA montre que l'analphabétisme et le manque de culture numérique constituent l'obstacle le plus important en Asie et concernent plus particulièrement les femmes (GSMA, 2019b, p.27).

Conclusion

Le téléphone mobile représente l'une des innovations technologiques les plus marquantes du 21^e siècle qui a révolutionné les communications à travers le monde surtout dans les pays en développement. Au Togo, ce secteur est principalement animé par deux opérateurs de téléphonie mobile. Togo Cellulaire, opérateur public qui détient 51,5% de part de marché de la téléphonie mobile et 61% de part de l'Internet. Atlantique Télécom Togo (Moov-Togo), opérateur privé, détient 48,5% de part de marché et 37% de part de marché de l'Internet. Ils offrent également des produits de Mobile Banking à travers le service Flooz de Moov-Togo et T-Money de Togocel. Avant l'avènement de la téléphonie mobile dans les pêcheries du littoral togolais, les femmes se déplaçaient de maison en maison et de marché en marché pour écouler leur production même si la grande partie de la vente se faisait à la criée au port de pêche de Lomé. Avec la démocratisation des TIC surtout le téléphone portable, les pratiques en matière de vente de poisson ont largement évolué et permettent aux femmes d'engranger des revenus substantiels dans la mesure où elles subviennent à leurs besoins quotidiens. Il a permis à ces femmes d'améliorer leur autonomie financière. Si les téléphones mobiles offrent de nombreux avantages aux femmes, la cherté de la communication, le difficile accès aux crédits bancaires et la baisse des prises dans les différentes pêcheries constituent des freins à la réduction de la pauvreté et la pleine autonomisation des femmes. Pour un renforcement de l'autonomisation économique des commerçantes de poissons frais, un développement durable des pêcheries du littoral togolais s'impose et de même qu'une réduction des coûts de communications est nécessaire.

Références bibliographiques

- BAD, 2015, *Autonomiser les femmes africaines : plan d'action. Indice de l'égalité du genre en Afrique 2015*, Côte d'Ivoire-Abidjan, 32 p.
- CHÉNEAU-LOQUAY Anné, 2001, « L'État, le droit et les réseaux techniques dans le processus de modernisation en Afrique », *Terminal*, n°84, p. 55-84.
- CHÉNEAU-LOQUAY Annie, 2010, *Modes d'appropriation innovants du téléphone mobile en Afrique*, Union internationale des télécommunications (UIT)-Genève et Ministères des Affaires étrangères et européennes (MAEE), Paris, 40 p.
- FAO, 2018, *La situation mondiale des pêches et de l'aquaculture 2018. Atteindre les objectifs de développement durable*, FAO, Rome, 237 p/ <http://www.fao.org/3/i9540fr/i9540fr.pdf>
- FIAGAN Koku-Azonko, 2014, *La pêche artisanale maritime et sa contribution au développement socio-économique au Togo*, Thèse de doctorat Unique de Géographie, Université de Lomé, 446 p.
- GSMA, 2018, *L'économie mobile. L'Afrique de l'Ouest*, GSM Association, United Kingdom, 36 p.
- GSMA, 2019a, *Connected women rapport 2019- sur les inégalités entre hommes et femmes dans la téléphonie*, London united kingdom, 60 p.
- GSMA, 2019b, *L'économie mobile en Afrique de l'Ouest*, GSM Association, United Kingdom, 30 p.
- KARSENTI Thierry, 1999, « Comment le recours aux TIC en pédagogie universitaire peut favoriser la motivation des étudiants : le cas d'un cours médiatisé sur le web », *Cahiers de la recherche en éducation*, Québec, p. 455-484.

MELCHIOLY Simon et SÆBØ Øystein, 2010, « ICT and Development – Research Voices from Africa. International Federation for Information Processing (IFIP), Technical Commission-Relationship Between Computers and Society », *Workshop at Makerere University*, Uganda, p.1-13.

OCDE, 2011, *L'autonomisation économique des femmes*. Document de réflexion, 37 p.

ONU-FEMMES, 2019, *Autonomisation économique*. Rapport annuel ONU-Femme, 2018-2019, New York, 44 p.

UIT, 2009, *Connecter l'Afrique, Investir dans le progrès de l'Afrique*, Suisse, 57 p.

USAID/COMFISH PLUS Project - PENCOO GEJ, 2018, *Autonomisation des femmes dans la transformation artisanale des produits halieutiques*, Sénégal, 21 p.

WORLD FISH CENTER, 2005, *Le poisson et la sécurité alimentaire en Afrique*, Malaisie, Penang, 12 p.

ZIBI Guy, 2009, « Promesses et incertitudes du marché africain de la téléphonie mobile ». Secteur privé et développement, In : *Revue de Proparco*, n°4, Paris, p. 3-6.