

# L'Émergence des femmes vendeuses dans les activités lucratives dans la ville de Kindu/RD. Congo.

Par KASONGO RAMAZANI Dynamo

*\*Auteur correspondant :-*

---

## RESUME

*L'émergence des femmes vendeuses dans les activités lucratives est un problème qui touche plus à l'autonomisation de ces dernières et au financement de leurs activités. C'est un problème en rapport avec la pauvreté, tributaire à l'économie congolaise qui a du mal à décoller. C'est dans le contexte de la lutte contre la pauvreté que cette étude est organisée. L'objectif est d'apprécier la contribution de la pratique des activités génératrices de revenus dans l'amélioration de conditions de vie de femmes et leur résilience face aux crises dans la ville de Kindu. Notre investigation est une étude analytique qui nous a permis d'obtenir les résultats suivants : La tranche d'âge de 35 à 40 ans présente un nombre plus élevé (25%) ; les femmes mariées couvrent 50% ; La majorité des vendeuses a un niveau d'instruction primaire (56%) ; les vendeuses ayant un revenu moyen sont nombreuses (53%) ; un bon nombre de femmes réalisent un bénéfice moyen (62%) ; 55% visent l'éducation de leurs enfants ; les plus âgées dans les activités lucratives représentent 14%. Il est remarqué que les femmes se heurtent à des obstacles de tout genre, mais la plupart des familles dépendent de leur revenu.*

## INTRODUCTION

Entre 2019 et 2020, l'OMC a effectué trois enquêtes régionales en Afrique de l'Est, en Asie du Sud et en Amérique Latine sur les femmes entrepreneurs afin d'évaluer les contraintes auxquelles celles-ci sont confrontées pour évaluer leurs lacunes en matière de connaissance des règles commerciales.<sup>1(x)</sup>

Depuis 2007, les donateurs et pays partenaires de l'Aide pour le commerce ont progressivement intégré la question de l'égalité des genres dans leurs stratégies d'Aide pour le commerce. En 2019, l'exercice de suivi et d'évaluation a révélé que 84% des stratégies d'aide pour le commerce des donateurs et 85% des stratégies de développement nationales ou régionales des pays partenaires visaient à promouvoir l'autonomisation économique des femmes<sup>1(x)</sup>.

Plus prudentes, moins audacieuses, moins matheuses, moins agressives... les femmes ont une aversion au risque plus marquée que les hommes et sont plus nombreuses à estimer que leur culture financière est moins bonne. Ce qui caractérise avant tout les femmes, c'est qu'elles investissent au gré de leurs projets de vie : placer un bonus, protéger leurs enfants, préparer leur retraite, anticiper la transmission de leur patrimoine.<sup>2(x)</sup>

Des études internationales montrent que les entreprises dirigées par des femmes ont moins de chances d'obtenir des crédits et que une fois les approuvés, les taux d'intérêt qui leur sont appliqués sont élevés<sup>3(x)</sup>.

En Chine, l'augmentation du revenu des femmes a entraîné une hausse des dépenses consacrées à l'éducation des enfants<sup>4(x)</sup>.

Il existe des économies où des conditions favorables pour l'entrepreneuriat permettent aux femmes de développer leurs compétences entrepreneuriales en raison des opportunités existantes. Cette situation est évidente dans les économies plus avancées et plus riches dans lesquelles les niveaux éducatif, financier, commercial, juridique et les services sont plus développés. Les femmes y tendent à avoir accès à des ressources et à un soutien plus consistant pour poursuivre leurs intérêts et leurs désirs commerciaux. De tels marchés occupent les premières positions dans le classement de l'index Mastercard des femmes entrepreneurs ; il s'agit de la Nouvelle-Zélande, la Suède, le Canada, les États-Unis, Singapour, le Portugal, l'Australie et la Belgique<sup>5(x)</sup>

Les femmes se heurtent à des obstacles spécifiques pour accéder aux services financiers, dont le manque de garanties (représentées généralement par des terres), le faible niveau de leurs compétences de lecture, d'écriture et de calcul, et le fait qu'elles ont besoin d'emplacements appropriés<sup>6(x)</sup>.

Avec 47% de la population mondiale vivant dans la pauvreté (moins de 2 dollars par jour), la pauvreté demeure un énorme problème non résolu à l'échelle mondiale<sup>7(x)</sup>.

L'ampleur et les raisons de la pauvreté diffèrent d'un pays à l'autre et il n'y a pas de solution unique pour la surmonter. 35% des Ougandais (en 2001), 36% des Tanzaniens (en 2002), 49% des habitants du Lesotho; (en 1999), 50% des habitants du Kenya, de la Namibie et de l'Afrique du sud (en 2000) et 70% des habitants du Mozambique et du Zimbabwe (en 2001 et 2002 respectivement) vivaient dans la pauvreté<sup>8(x)</sup>.

Un certain nombre d'auteurs constatent que la plupart des pauvres sont des femmes, au sens statistique. A la quatrième conférence mondiale sur les femmes à Beijing en 1995, l'ONU a estimé que « la pauvreté a un visage féminin » et que 70% des pauvres du monde étaient des femmes<sup>9(x)</sup>.

Le commerce a aidé à sortir des millions de personnes de la pauvreté. Cependant, l'OMC reconnaît qu'il reste beaucoup à faire pour que le commerce devienne un élément moteur de la création de richesse et de la réduction de la pauvreté pour les femmes<sup>10(x)</sup>.

Les analyses par pays indiquent que quand les femmes disposent de leurs propres ressources financières et de la liberté pour les dépenser, elles fournissent une alimentation de meilleure qualité à leur foyer et soutiennent l'éducation de leurs enfants<sup>11(x)</sup>.

Les femmes ont tout à gagner du développement du commerce, mais elles sont confrontées à des obstacles qui empêchent ou entravent leur accès aux nouvelles possibilités. Ces contraintes contribuent à expliquer pourquoi les femmes travaillent dans certains secteurs, détiennent et dirigent certains types d'entreprises, consomment certains types de marchandises ou prennent certaines décisions dans leurs foyers<sup>12(x)</sup>.

Les femmes ont plus difficilement accès au financement que les hommes dans les pays en développement comme dans les pays développés. L'accès au financement s'entend de la possibilité d'accéder aux services financiers officiels de base, notamment en détenant un compte bancaire ou en ayant au moins accès aux établissements non bancaires de microcrédit qui permettent d'effectuer des paiements, des dépôts d'argent et de demander des prêts de manière officielle. Sans cet accès, il est plus difficile pour les femmes de percevoir des revenus, d'épargner ou de développer leur activité. Ainsi, quel que soit leur rôle, les femmes sont moins susceptibles de profiter des prêts<sup>13(x)</sup>.

Les femmes s'occupent du bien-être des ménages et de l'éducation des jeunes citoyens et citoyennes. Cependant, elles n'ont qu'un accès limité aux ressources en raison des pesanteurs sociales rétrogrades. C'est pourquoi elles se limitent sur le bien-être de leur ménage, l'éducation de leurs enfants, le renforcement de leur pouvoir de décision et de négociation au sein de leur communauté<sup>14(x)</sup>.

La notion d'autonomie – comme celle de loi désigne la capacité, la liberté, le droit d'établir ses propres lois et la capacité de se gouverner soi-même, qu'il s'agisse d'un peuple, d'un Etat ou d'un individu<sup>15(x)</sup>.

L'autonomie financière revêt une double dimension. En premier lieu, c'est la reconnaissance d'une capacité juridique de décision. En second lieu, c'est la possibilité d'assurer le financement de ses dépenses par des ressources propres en volume suffisant<sup>16(x)</sup>.

Le financement étant entendu comme l'action de financer, il ne signifie rien d'autre que de fournir de l'argent, des fonds, des capitaux. Elle est une méthode nécessaire à toute acquisition d'actifs et qui en permet le paiement<sup>17(x)</sup>.

En Afrique, les disparités femmes-hommes en matière d'accès aux services financiers sont alimentées par la perception de soi qu'ont les entrepreneuses. Cette perception laisse de nombreuses Africaines en marge du secteur financier, incapables d'épargner, d'emprunter ou de se constituer un capital. À l'échelle mondiale, les femmes ont peu accès au financement. Malgré d'importants progrès d'ensemble en 2017, la Banque mondiale rapportait que 1,2 milliard de personnes de plus qu'en 2011 avaient un compte en banque, un écart de 9 % subsiste entre l'accès des hommes et celui des femmes<sup>18(x)</sup>.

La théorie dominante des économistes est que les contraintes de l'offre telles que des taux d'intérêt élevés et les garanties exigées jouent un rôle majeur dans l'exclusion des femmes du marché formel du crédit. Le rationnement du crédit par des taux d'intérêt élevés dissuade proportionnellement plus d'entrepreneuses que d'entrepreneurs de demander des prêts, tandis que l'absence de garantie peut impliquer qu'elles ont moins accès aux prêts que leurs homologues masculins. Et lorsqu'elles y ont accès, les femmes se voient généralement imposer des conditions de prêt plus strictes que les hommes<sup>19(x)</sup>.

La plupart des familles dépendent du revenu de la femme pour subvenir aux besoins de la famille. Certaines femmes doivent fournir tout le revenu du ménage. Tout au long de la vie d'une femme, elle rencontrera de nombreux problèmes d'argent uniques aux femmes. Une femme peut connaître les situations suivantes : gains moins élevés, espérance de vie plus longue, manque de planification de la retraite, divorce et moins d'années de travail en raison de l'éducation de ses enfants ou de la prise en charge de parents plus âgés. Bon nombre de ces problèmes peuvent nuire à la capacité d'une femme d'accumuler de l'argent et d'atteindre un statut financier stable.<sup>20(x)</sup>

Une autre obligation familiale susceptible de nuire à l'accumulation de richesse consiste à prendre soin d'un parent âgé ou malade ou d'un autre membre de la famille. Les femmes ont souvent tendance à être les principales dispensatrices de soins pour les parents malades ou plus âgés. Certaines femmes peuvent faire une pause dans leur carrière ou prendre leur retraite plus tôt pour s'occuper à temps plein des soins d'un membre de la famille. Même si une femme continue de travailler, prendre soin du membre de famille peut devenir un fardeau financier. Il y a souvent une réduction du revenu et moins d'argent pour contribuer à la retraite<sup>20(x)</sup>.

L'égalité de genre n'est pas seulement un impératif social et moral mais aussi une nécessité économique. Dans le monde entier, les pays perdent 160 milliards de dollars de richesse à cause des différences entre les revenus des femmes et des hommes (selon une étude récente du Groupe Banque mondiale)<sup>15(x)</sup>.

Traditionnellement, les femmes africaines ont joué un rôle important dans le commerce intérieur. Elles ont toujours été à la base du succès des marchés traditionnels quotidiens, hebdomadaires et bi-hebdomadaires. Les femmes africaines sont le pilier des Economies rurales et le commerce est un élément important de leurs activités économiques. Cela est important étant donné que, dans beaucoup de pays, 80 à 85 % de la population totale vit dans les régions rurales, en grande partie en dehors de l'économie monétaire.<sup>21(x)</sup>

En RD. Congo, les femmes entrepreneurs qui cherchent à développer leur activité ont besoin, elles, d'une aide ciblée pour lever les obstacles juridiques, institutionnels, et financiers aux quels elles se heurtent. Qu'elles travaillent par nécessité ou avec une ambition plus commerciale, les femmes entrepreneuses sont confrontées à une réglementation inadaptée et à des préjugés sociaux, elles ont de lourdes responsabilités familiales et leur niveau d'instruction est faible, mais, surtout, elles peinent à obtenir des financements<sup>22(x)</sup>.

Pour l'ensemble du pays (RDC), les femmes congolaises jouent un rôle prépondérant non seulement du point de vue social mais aussi dans le secteur économique. La puissance du fruit de cette grande participation de la femme à l'économie est freinée par toutes sortes d'obstacles tels que "la législation sociale, le faible niveau d'instruction, la pauvreté, les us et coutumes..."<sup>23(x)</sup>.

C'est dans le contexte de la lutte contre la pauvreté que cette étude est organisée. L'objectif visé à travers cette étude est d'apprécier la contribution de la pratique des activités génératrices de revenus dans l'amélioration de conditions de vie de femmes et leur résilience face aux crises dans la ville de Kinshasa.

## MILIEU ET METHODES

- **champs d'étude**

L'analyse de l'émergence des femmes vendeuses dans les activités lucrative est au organisée au marché communal Mikelenge dans la ville de kindu, prouvince du Maniema en RD. Congo.

La commune Mikelenge est l'une de trois communes de la ville de Kindu. Elle compte en son sein 3 quartiers dont: Lukunda, Mikelenge et Tokoloté. Avec ses 23 blocs et 116 avenues, cette commune a une superficie de 56 km<sup>2</sup> hébergeant une population de 107.299 dont 54.418 femmes soit 50,7%. Elle est la cummune la plus peuplée de la ville de Kindu.

- **Méthodologie d'étude**

Notre enquête s'est deroulé auprès des femmes vendeuses du marché cummunal Mikelenge. Les informations collectées de notre questionnaire étaient enrichies par la technique documentaire: l'exploitation des ouvrages, mémoires, articles, autres documents ayant trait à notre thème de recherche et l'internet. L'entretien directe avec les femmes vendeuses nous a aussi permis d'obtenir d'autres informations supplémentaires. Ainsi, lors de notre recherche, nous avons indentifié 100 femmes vendeuses au marché Mikelenge repertis en 4 groupes dont:

- Vendeuses de poisson
- Vendeuses d'arachide
- Vendeuses de riz
- Vendeuses d'huile de palme

Les 100 femmes constituent notre échantillon.

- **Type d'étude**

L'approche analytique a été le modèl d'analyse de cette étude.

- **Parametres d'étude**

Notre analyse avait exploitée les variables suivantes:

- Age
- Situation matrimoniale
- Niveau d'instruction
- Tribu
- Activité principale
- Révenu ( capital)
- Source de revenu et
- Fréquences d'achats
- Fréquences de ventes
- Bénéfices
- Investissement réalisé
- Age dans l'activité

- **Techniques d'analyse et traitement des données**

On a recouru aux formules ci-après:

- Calcul de pourcentage (**P**)

$$P = \frac{n}{N} \times 100$$

Avec **P** : Pourcentage ; **n** : nombre de cas observés et **N** ; nombre de cas total

- Calcul moyenne arithmétique :  $X = \frac{\sum n}{N}$

Avec **X** : moyenne arithmétique ; **n** : fréquence observée et **N** ; sommes des fréquences ou fréquence totale

## RESULTATS

- D'après nos critères de sélections, 100 femmes vendeuses au marché communal Mikelenge appartenant aux 4 groupes cités ci-haut sont réparties selon leur âge, leur situation matrimoniale, leur niveau d'instruction, leur tribu, leur activité principale, leur revenu (capital), leur source de revenu, leur fréquence d'achat, leur fréquence de vente, leur bénéfice, leur Investissement réalisé, leur âge dans l'activité.

**Tableau n°1: répartition des vendeuses en fonction de l'âge**

Age	Nombre	%
15 – 20	7	7,0
20 – 25	14	14,0
25 – 30	18	18,0
30 – 35	20	20,0
35 – 40	25	25,0
40 – 45	10	10,0
45 – 50	6	6,0
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100,0</b>

L'âge de toutes les vendeuses varie entre 15 et 50 ans. La tranche de 35 à 40 ans, soit 25% présente un nombre plus élevé alors que celle de 45 à 50 ans a un nombre faible, soit 6%.

**Tableau n° 2 : répartition des vendeuses selon la situation matrimoniale**

Situation matrimoniale	Nombre	%
Marié	50	50,0
Célibataire	32	32,0
Veuves	18	18,0
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100,0</b>

Parmi les vendeuses enquêtées, les femmes mariées couvrent 50% tandis que 32% sont des célibataires et 18% sont des veuves.

**Tableau n° 3 : répartition des vendeuses selon le niveau d'instruction**

Niveau d'instruction	Nombre	%
Primaire	56	56
Secondaire	34	34
Universitaire	10	10
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100,0</b>

La majorité des vendeuses a un niveau d'instruction primaire, soit 56%, tandis que celles du niveau secondaire couvrent 34% et 10% de celles qui ont le niveau universitaire.

**Tableau n° 4 : répartition des vendeuses selon les tribus**

Tribu	Nombre	%
Mamba – kasenga	48	48,0
Nonda	20	20,0
Kwange	10	10,0
Zimba	8	8,0
Autres	14	14,0
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100,0</b>

Les vendeuses de la tribu Mamba-Kasenga sont plus nombreuses soit 48%, suivie de Nonda avec 20%. Les kwange couvrent 10%, les Zimba 8% et les autres tribus 14%.

**Tableau n° 5 : répartition des vendeuses selon leur activité principale**

<i>Activité principale</i>	<b>Nombre</b>	<b>%</b>
Vente de poissons	30	30,0
Vente de riz	35	35,0
Vente d'arachide	15	15,0
Vente d'huile de palme	20	20,0
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100,0</b>

Selon l'activité principale, les vendeuses de poissons représentent 30%, celles de riz 35%, alors que les vendeuses d'arachide couvrent 15% et celles d'huile de palme représentent 20%.

**Tableau n° 6 : répartition des vendeuses selon leur revenu ou capital**

<i>Revenu (capital)</i>	<b>Nombre</b>	<b>%</b>
faible	20	20,0
Moyen	53	53,0
Elevé	27	27,0
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100,0</b>

Les vendeuses ayant un revenu moyen sont nombreuses (53%) suivi de celles qui ont un revenu élevé (27%) et 20% pour celles ayant un revenu faible.

**Tableau n° 7 : répartition des vendeuses selon leur source de revenu**

<i>Source de Revenu</i>	<b>Nombre</b>	<b>%</b>
Tontines	50	50,0
Salaires	23	23,0
Aides	10	10,0
Agriculture	17	17,0
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100,0</b>

Les vendeuses qui pratiquent les tontines sont nombreuses (50%), celles qui dépendent de salaires de leurs maris couvrent 23%, 10% jouissent des aides familiales et 17% proviennent des produits de leur champs.

**Tableau n° 8 : répartition des vendeuses selon leurs fréquences d'achats**

<i>fréquence d'achats</i>	<b>Nombre</b>	<b>%</b>
Quotidienne	62	62,0
Hebdomadaire	12	12,0
Mensuelle	26	26,0
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100,0</b>

Les vendeuses qui achètent quotidiennement ou journalièrement sont plus nombreuses (62%), celles qui les font hebdomadairement représentent 12% et 26% de celles qui achètent mensuellement.

**Tableau n° 9: répartition des vendeuses selon leurs fréquences de ventes**

<i>fréquence de ventes</i>	<b>Nombre</b>	<b>%</b>
Quotidienne	70	70,0
Hebdomadaire	16	16,0
Mensuelle	14	14,0
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100,0</b>

Les femmes qui vendent quotidiennement sont plus nombreuses (70%), celles qui vendent hebdomadairement représentent 16% et 14% pour celles qui vendent mensuellement.

**Tableau n° 10 : répartition des vendeuses selon leur bénéfice réalisé**

<i>Bénéfice réalisé</i>	<b>Nombre</b>	<b>%</b>
Faible	30	30,0
moyen	62	62,0
Elevé	8	8,0
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100,0</b>

Un bon nombre de femmes réalisent un bénéfice moyen (62%), pendant que celles qui réalisent un faible bénéfice représentent 30% et 8% de vendeuses réalise un bénéfice élevé.

**Tableau n° 11 : répartition des vendeuses selon leur investissement réalisé**

<i>investissement réalisé</i>	<b>Nombre</b>	<b>%</b>
Achat de motos taxis	13	13,0
Education des enfants	55	55,0
Construction de maisons	12	12,0
Achat de terrains	20	20,0
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100,0</b>

13% de vendeuses investissent pour l'achat de motos taxis, 55% visent à l'éducation de leurs enfants. Tandis que 12% optent pour la construction de maisons et 20% pour l'achat de terrains.

**Tableau n°12 : répartition des vendeuses selon l'âge dans l'activité**

<i>l'âge dans l'activité</i>	<b>Nombre</b>	<b>%</b>
Moins - 2	8	8,0
2 - 5	61	61,0
5 - 10	17	17,0
Plus de 10	14	14,0
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100,0</b>

Les femmes vendeuses qui ont plus d'âge dans les activités lucratives représentent 14% et celles qui ont moins d'âge représentent 8%.

## DISCUSSION

L'analyse de l'émergence des femmes vendeuses dans les activités lucratives était organisée auprès de celles opérant au marché communal Mikelenge dans la ville de Kindu et les résultats suivants étaient obtenus :

- L'âge de toutes les vendeuses varie entre 15 et 50 ans. La tranche de 35 à 40 ans soit 25%, présente un nombre plus élevé alors que celle de 45 à 50 ans a un nombre faible, soit 6%. Ce nombre plus élevé au sein de cette tranche d'âge semble lié au rôle attribué aux femmes dans les ménages ou même dans nos sociétés. A cet âge, elles sont le plus souvent mariées et doivent faire face à des nombreux besoins familiaux qui se posent quotidiennement. Aussi, elles ne dépendent plus à cet âge de leurs parents, elles sont de responsables et doivent vivre de manière autonome, et souvent les maris ne disposent pas des moyens suffisants. Dans certains cas, ces femmes doivent aussi aider les

parents devenus presque inactifs. Tous ces facteurs les amènent à chercher des ressources locales à travers les activités lucratives.

- Parmi les vendeuses enquêtées, les femmes mariées couvrent 50% tandis que 32% sont des célibataires et 18% sont des veuves. Cette proportion relativement grande des femmes mariées dans les activités lucratives est liée aux responsabilités familiales qui leur incombent (l'alimentation de la famille, l'éducation et la santé des enfants, leur habillement, ...). Toutes ces charges nécessitent des moyens financiers et n'engagent pas seulement les maris qui d'ailleurs disposent des revenus insuffisants. Cela semble être une raison à la grande participation des femmes mariées dans les activités lucratives.
- La majorité des vendeuses a un niveau d'instruction primaire, soit 56%, tandis que celles du niveau secondaire couvrent 34% et 10% de celles qui ont le niveau universitaire. Cela se justifie par le non-respect de la parité entre homme et femme, et surtout par la culture qui favorise les études chez les garçons ; ce qui fait qu'un bon nombre de femmes se lancent dans les activités lucratives en vue de subvenir aux besoins de leurs ménages. Celles qui ont un niveau d'instruction universitaire ne le font que pour l'aspiration à un standing de vie plus élevé ; d'où la nécessité de disposer des moyens financiers relativement importants.
- Les vendeuses de la tribu Mamba-Kasenga sont plus nombreuses soit 48%, suivie de Nonda avec 20%. Les Kwange couvrent 10%, les Zimba 8% et les autres tribus 14%. Si les vendeuses de la tribu Mamba Kasenga sont plongées dans les activités lucratives, c'est pour la simple raison d'avoir un nombre élevé de personnes en charge, car il constitue une charge familiale dans leurs ménages. Cela s'explique par l'adoption de mariages polygamiques, caractérisés par la culture musulmane. En plus, cette forte concentration des femmes Mamba – Kasenga dans les activités lucratives est démontrable du fait que la pratique du commerce a commencé dans leur territoire depuis des siècles en province du Maniema ; le passage des arabes dans ce territoire.
- Selon l'activité principale, les vendeuses de poissons représentent 30%, celles de riz 35%, alors que les vendeuses d'arachide couvrent 15% et celles d'huile de palme représentent 20%. Le grand nombre des femmes vendeuses de riz se justifie par le fait que la majorité de la population de la commune Mikelenge opte pour la consommation de riz et surtout que les vendeuses de riz trouvent facilement le ravitaillage en ce produit. Les vendeuses de poissons étant de tribus autres (Lokélé, Genia, Songola, Kusu, Metoko,...) optent pour cette activité lucrative étant donné que celle-ci constitue une activité de leurs origines.
- Les vendeuses ayant un revenu moyen sont nombreuses (53%), suivies de celles qui ont un revenu élevé (27%) et 20% pour celles ayant un revenu faible. Le revenu moyen se justifie par la dépendance aux tontines comme source de revenu, tandis que le revenu élevé se caractérise par la dépendance de salaire régulier de leurs maris et le revenu faible provient des activités agricoles saisonnières.
- Les vendeuses qui pratiquent les tontines sont nombreuses (50%), celles qui dépendent de salaires de leurs maris couvrent 23%. 10% jouissent des aides familiales et 17% proviennent des produits de leur champs et/ou de l'élevage. Les tontinières, les produits de leurs tontines leur ont permis le redémarrage d'activités économiques en déclin sans que les personnes aient eu besoin d'hypothéquer leurs biens. Elles ont aussi permis la création d'activités lucratives et surtout l'appui à l'entrepreneuriat féminin. Celles qui sont financées par les salaires de leurs maris participent aussi aux activités lucratives étant donné que leurs revenus sont réguliers. Quant à celles qui dépendent des aides familiales, se débrouillent avec le reste des dépenses quotidiennes pendant que celles qui tirent leur capital à partir de l'agriculture trouvent aussi des gains dans les activités lucratives.
- Les vendeuses qui achètent quotidiennement ou journalièrement sont plus nombreuses (62%), celles qui les font hebdomadairement représentent 12% et 26% de celles qui achètent mensuellement.  
Les achats quotidiens s'effectuent par les vendeuses auprès de fournisseurs venant de tous les coins de la province. Les achats hebdomadaires s'effectuent surtout lorsque les fournisseurs proviennent d'autres marchés organisés en amont et en aval du fleuve Congo, tandis que les achats mensuels s'effectuent lors de réalisations de trocs (campagne agricole).
- Les femmes qui vendent quotidiennement sont plus nombreuses (70%), celles qui vendent hebdomadairement représentent 16% et 14% pour celles qui vendent mensuellement. S'agissant des ventes quotidiennes, les vendeuses évaluent leurs stocks vendus à la fin de chaque journée, alors que les ventes hebdomadaires, les stocks vendus sont appréciés à la fin de chaque semaine, tandis que les ventes mensuelles, les stocks vendus sont évalués à la fin de chaque mois. Cela dépend de la nature des stocks achetés.
- Un bon nombre de femmes réalisent un bénéfice moyen (62%), pendant que celles qui réalisent un faible bénéfice représentent 30% et 8% de vendeuses réalisent un bénéfice élevé. Le degré de réalisations de bénéfices dans les activités lucratives dépend des quantités achetées et vendues, de fréquences d'achats et de ventes ainsi que de qualités des stocks à vendre.
- 13% de vendeuses investissent pour l'achat de motos taxis, 55% visent à l'éducation de leurs enfants. Tandis que 12% optent pour la construction de maisons et 20% pour l'achat de terrains. Celles qui ont investi pour l'achat de motos taxis, ont constitué un investissement productif en vue d'augmenter leur capital, soit pour élargir leurs activités. Celles qui investissent pour l'éducation des enfants ne généreront peut-être des revenus que beaucoup plus tard car l'éducation permet l'acquisition du savoir-faire qui, sans doute peut contribuer à l'amélioration du cadre de vie. Néanmoins, ce sont des dépenses de consommations prises de fois comme des investissements improductifs,



améliorant la qualité du facteur humain et participent ainsi au développement, car l'homme reste le principal acteur dans tous les secteurs de la vie.

- Les femmes vendeuses qui ont plus d'âge dans les activités lucratives représentent 14% et celles qui ont moins d'âge représentent 8%. Ces résultats traduisent l'émergence des femmes vendeuses dans les activités lucratives étant donné la valeur de l'activité que mènent ces femmes créant ainsi la possibilité d'atteindre le bien être tant recherché.

## CONCLUSION

Une étude analytique était menée dans la ville de Kindu, précisément dans la commune Mikelenge au marché communal Mikelenge du 14 juillet au 03 septembre 2022. Cette étude analyse l'émergence des femmes vendeuses dans les activités lucratives à ce marché. Pour récolter les données, nous avons recouru à la technique documentaire et à l'entretien avec certaines femmes vendeuses du marché Mikelenge. Les résultats de notre enquête montrent que L'âge de toutes les vendeuses varie entre 15 et 50 ans. La tranche de 35 à 40 ans présente un nombre plus élevé (25%). Les femmes mariées couvrent 50%. La majorité des vendeuses a un niveau d'instruction primaire (56%). Les vendeuses de la tribu Mamba-Kasenga sont plus nombreuses (48%); Selon l'activité principale, les vendeuses de poissons représentent 30%, celles de riz 35%, alors que les vendeuses d'arachide couvrent 15% et celles d'huile de palme représentent 20%. Les femmes vendeuses qui ont plus d'âge dans les activités lucratives représentent 14% et celles qui ont moins d'âge représentent 8%.

## REFERENCE

- [1] Organisation Mondiale du Commerce://WWW .wto .org/14h5
- [2] Alix de Renty, janvier 2022 ; l'impact de la covid-19 sur les marchés mondiaux semble décroître. <https://finance-mag.com>
- [3] Muravyev, Schäfer and Talavera (2009), who analyse a sample which mostly includes post-socialist economies in Eastern Europe and Central Asia.<http://www.asec u.gr>
- [4] Qian, Nancy(2008): "Missing women and the price of tea in China: Journal of Economics 123.3
- [5] MIWE (2020): Les défis des femmes entrepreneurs – New African; 29 Nov.
- [6] BR Bolnick — Moneylenders and informal financial markets in Malawi [1992].
- [7] Rapport sur le développement dans le monde 2000/2001: Combattre la pauvreté: Washington D.C. Publisher: Banque Internationale pour la Reconstruction
- [8] The World Factbook. 2003. GDP—composition by sector · Population below poverty line
- [9] Rapport mondial 2011 et les Rapports antérieurs (1995) : Égalité des sexes et développement humain.
- [10] Les femmes et le commerce: Le rôle du commerce dans la promotion de l'égalité hommes-femmes. Washington: Banque mondiale 2020.
- [11] UNICEF (2007), new york The state of the world's children: women and children: the double dividend of gender equality
- [12] CVM · Rapport 2019 sur le développement des chaînes de valeur mondiales · Examen statistique du commerce mondial 2018
- [13] Beck, T., A. Demirgüç-Kunt, and R. Levine ; « Finance, Inequality and the poor », Journal of Economic Growth 12(1):27-49, January 26, 2007.
- [14] OMC | Les femmes et le commerce - World Trade Organization womenandtrade. Juraafique ; <https://www.wto.org>
- [15] Jean-Yves Barreyre; Brigitte Bouquet ; Pierre Lassus : Nouveau dictionnaire critique d'action sociale ; Bayard; Collection: Travail social 26/10/2006;
- [16] ROUX (2016); Le programme Croissance de l'économie et débouchés économiques des femmes (CEDEF) : obstacles qu'affrontent les femmes dans le commerce,.
- [17] MASIKA KALUMBI, Mécanismes de financement du développement rural. cas des infrastructures routières de Lubero, Mémoire inédit, UCG, 2007-2008
- [18] Hanan Morsy, Amira El-Shal (2020/03) ; Accès au financement : pourquoi les femmes ne s'imposent pas ? <https://www.imf.org>
- [19] Morsy, H., and H. Youssef. 2017. "Access to Finance—Mind the Gender Gap." EBRD. Working Paper 202
- [20] Diann Douglas, Martie Gillen, and Lynda Spence1 : LES FEMMES ET L'ARGENT: ENJEUX UNIQUES, UF/IFAS Extension Marion County, Gainesville.
- [21] Le rôle et la contribution de la femme africaine au commerce interieur, 1988-02 - ECA <https://repository.uneca.org>
- [22] Comeau et Turcotte (2002) ; Les effets du financement étatique sur les associations : <https://www.semanticscholar.org>
- [23] Elizabeth Kayiba Mbelu: ACTIVITE ECONOMIQUE ET GENRE. CAS DE LA FEMME CONGOLAISE ; [https://iussp.org › Brazil2001 S57\\_P06\\_Kayiba](https://iussp.org › Brazil2001 S57_P06_Kayiba)