



**Revue des Sciences humaines
et sociales, Lettres, Langues et
Civilisations**

**ISSN
(E) 2958-2814
(P) 3006-306X**

Numéro 8, Octobre 2024

**Université Alassane Ouattara
UFR Communication Milieu et Société**

revue.akiri-uao.org



ISSN-L: 2958-2814

ISSN-P: 3006-306X

Site web: <https://revue.akiri-uao.org/>

E-mail : revueakiri@gmail.com

Editeur

UFR Communication, Milieu et Société

Université Alassane Ouattara, Bouaké (Côte d'Ivoire)



ISSN-L: 2958-2814

ISSN-P: 3006-306X

INDEXATIONS INTERNATIONALES

Pour toutes informations sur l'indexation internationale de la revue *AKIRI*, consultez les bases de données ci-dessous :

auré HAL
accès aux données
de référence de HAL

<https://aurehal.archives-ouvertes.fr/journal/read/id/398946>

Mir@bel
“(RE) CUEILLIR
LES SAVOIRS”

<https://reseau-mirabel.info/revue/15150/Akiri>



<http://sifactor.com/passport.php?id=23334>

ORCID

<https://orcid.org/0009-0002-6794-1377>

AJOL
AFRICAN JOURNALS ONLINE

<https://www.ajol.info/index.php/akiri>

IPIndexing
Indexing Portal

[https://ipindexing.com/journal-details/AKIRI-\(Revue-des-sciences-humaines-et-sociales,-lettres,-langues-et-civilisations\)/236/](https://ipindexing.com/journal-details/AKIRI-(Revue-des-sciences-humaines-et-sociales,-lettres,-langues-et-civilisations)/236/)

ISSN-L: 2958-2814
ISSN-P: 3006-306X

REVUE ELECTRONIQUE

AKIRI

Revue Scientifique des Sciences humaines et sociales, Lettres, Langues et Civilisations

E-ISSN 2958-2814 (Online ou en Ligne)

I-ISSN 3006-306X (Print ou imprimé)

Equipe Editoriale

Coordinateur Général : BRINDOUMI Kouamé Atta Jacob

Directeur de publication : MAMADOU Bamba

Rédacteur en chef : KONE Kiyali

Chargé de diffusion et de marketing : KONE Kpassigué Gilbert

Webmaster : KOUAKOU Kouadio Sanguen

Comité Scientifique

SEKOU Bamba, Directeur de recherches, IHAAA, Université Félix Houphouët-Boigny

OUATTARA Tiona, Directeur de recherches, IHAAA, Université Félix Houphouët-Boigny

LATTE Egue Jean-Michel, Professeur titulaire, Université Alassane Ouattara

FAYE Ousseynou, Professeur titulaire, Université Cheick Anta Diop

GOMGNIMBOU Moustapha, Directeur de recherches, CNRST,

ALLOU Kouamé René, Professeur titulaire, Université Félix Houphouët-Boigny

KAMATE Banhouman André, Professeur titulaire, Université Félix Houphouët-Boigny

ASSI-KAUDJHIS Joseph Pierre, Professeur titulaire, Université Alassane Ouattara

SANGARE Abou, Professeur titulaire, Université Peleforo Gbon Coulibaly

SANGARE Souleymane, Professeur titulaire, Université Alassane Ouattara

CAMARA Moritié, Professeur titulaire, Université Alassane Ouattara

COULIBALY Amara, Professeur titulaire, Université Alassane Ouattara

NGAMOUNTSIKA Edouard, Professeur titulaire, Université Marien N'gouabi de Brazzaville

KOUASSI Kouakou Siméon, Professeur titulaire, Université de San-Pedro

BATCHANA Esohanam, Professeur titulaire, Université de Lomé

N'SONSSISA Auguste, Professeur titulaire, Université Marien N'gouabi de Brazzaville

DEDOMON Claude, Professeur titulaire, Université Alassane Ouattara

BAMBA Mamadou, Professeur titulaire, Université Alassane Ouattara

NGUE Emmanuel, Maître de conférences, Université de Yaoundé I

N'GUESSAN Mahomed Boubacar, Professeur titulaire, Université Félix Houphouët-Boigny

BA Idrissa, Professeur titulaire, Université Cheick Anta Diop

KAMARA Adama, Maître de conférences, Université Alassane Ouattara

SARR Nissire Mouhamadou, Maître de conférences, Université Cheick Anta Diop

ALLABA Djama Ignace, Maître de conférences, Université Félix Houphouët-Boigny

DIARRASSOUBA Bazoumana, Maître de conférences, Université Alassane Ouattara

TOPPE Eckra Lath, Maître de conférences, Université Alassane Ouattara

M'BRA Kouakou Désiré, Maître conférences, Université Alassane Ouattara

ISSN-L: 2958-2814**ISSN-P: 3006-306X**

Comité de Lecture

BATCHANA Essohanam, Professeur titulaire, Université de Lomé
 N'SONSSISA Auguste, Professeur titulaire, Marien N'gouabi de Brazzaville
 CAMARA Moritié, Professeur titulaire, Université Alassane Ouattara
 FAYE Ousseynou, Professeur titulaire, Université Cheick Anta Diop
 BA Idrissa, Maître de conférences, Université Cheick Anta Diop
 BAMBA Mamadou, Professeur titulaire, Université Alassane Ouattara
 SARR Nissire Mouhamadou, Maître de conférences, Université Cheick Anta Diop
 GOMGNIMBOU Moustapha, Directeur de recherches,
 DEDOMON Claude, Professeur titulaire, Université Alassane Ouattara
 BRINDOUMI Atta Kouamé Jacob, Professeur titulaire, Université Alassane Ouattara
 DIARRASOUBA Bazoumana, Maître de conférences, Université Alassane Ouattara
 ALABA Djama Ignace, Maître de conférences, Université Alassane Ouattara
 DEDE Jean Charles, Maître-Assistant, Université Alassane Ouattara
 BAMBA Abdoulaye, Maître de conférences, Université Félix Houphouët-Boigny
 BAKAYOKO Mamadou, Maître de conférences, Université Alassane Ouattara
 SANOGO Lamine Mamadou, Directeur de recherches, CNRST, Ouagadougou
 GOMA-THETHET Roval, Maître-Assistant, Université Marien N'gouabi de Brazzaville
 GBOCHO Roselyne, Maître-Assistante, Université Alassane Ouattara
 SEKA Jean-Baptiste, Maître-Assistant, Université Lorognon Guédé,
 SANOGO Tiantio, Maître-Assistante, Institut National Supérieur des Arts et de l'Action Culturelle
 ETTIEN N'doua Etienne, Maître-Assistant, Université Félix Houphouët-Boigny
 DJIGBE Sidjé Edwige Françoise, Maître-Assistante, Université Alassane Ouattara
 YAO Elisabeth, Maître-Assistante, Université Alassane Ouattara

Comité de rédaction

N'SONSSISA Auguste, Professeur titulaire, Marien N'gouabi de Brazzaville
 KONÉ Kpassigué Gilbert, Maître-Assistant, Histoire, Université Alassane Ouattara
 KONÉ Kiyali, Maître-Assistant, Histoire, Université Péléforo Gon Coulibaly
 BAKAYOKO Mamadou, Maître de Conférences, Philosophie, Université Alassane Ouattara
 OULAI Jean-Claude, Professeur titulaire, Communication, Université Alassane Ouattara
 MAMADOU Bamba, Maître-Assistant, Histoire, Université Alassane Ouattara
 TOPPE Eckra Lath, Maître de Conférences, Etudes Germaniques, Université Alassane Ouattara,
 ALLABA Djama Ignace, Maître de Conférences, Etudes Germaniques, Université Félix Houphouët-Boigny,
 KONAN Koffi Syntor, Maître de Conférences, Espagnol, Université Alassane Ouattara
 SIDIBÉ Moussa, Maître-Assistant, Lettres Modernes, Université Alassane Ouattara
 ASSUÉ Yao Jean-Aimé, Maître de Conférences, Géographie, Université Alassane Ouattara
 KAZON Diescieu Aubin Sylvère, Maître de Conférences, Criminologie, Université Félix Houphouët-Boigny
 MEITÉ Ben Soualiou, Maître de Conférences, Histoire, Université Félix Houphouët-Boigny
 BALDÉ Yoro Mamadou, Assistant, FASTEF, Université Cheikh Anta Diop de Dakar
 MAWA Miraille-Clémence, Chargée de cours, Université de Bamenda

Contacts

Site web: <https://revue.akiri-uao.org/>

E-mail : revueakiri@gmail.com

Tél. : + 225 0748045267 / 0708399420/ 0707371291

Indexations internationales :

Auré HAL : <https://aurehal.archives-ouvertes.fr/journal/read/id/398946>

Mir@bel : <https://reseau-mirabel.info/revue/15150/Akiri>

Sjifactor: <http://sjifactor.com/passport.php?id=23334>

ORCID: <https://orcid.org/0009-0002-6794-1377>

AJOL: <https://www.ajol.info/index.php/akiri>

IPIndexing: [https://ipindexing.com/journal-details/AKIRI-\(Revue-des-sciences-humaines-et-sociales,-lettres,-langues-et-civilisations\)/2360](https://ipindexing.com/journal-details/AKIRI-(Revue-des-sciences-humaines-et-sociales,-lettres,-langues-et-civilisations)/2360)

ISSN-L: 2958-2814

ISSN-P: 3006-306X

PRESENTATION DE LA REVUE AKIRI

Dans un environnement marqué par la croissance, sans cesse, des productions scientifiques, la diffusion et la promotion des acquis de la recherche deviennent un impératif pour les acteurs du monde scientifique. Perçues comme un patrimoine, un héritage à léguer aux générations futures, les productions scientifiques doivent briser les barrières et les frontières afin d'être facilement accessibles à tous.

Ainsi, s'inscrivant dans la dynamique du temps et de l'espace, la revue « **AKIRI** » se présente comme un outil de promotion et de diffusion des résultats des recherches des enseignants-chercheurs et chercheurs des universités et de centres de recherches de Côte d'Ivoire et d'ailleurs. Ce faisant, elle permettra aux enseignants-chercheurs et chercheurs de s'ouvrir davantage sur le monde extérieur à travers la diffusion de leurs productions intellectuelles et scientifiques.

AKIRI est une revue à parution trimestrielle de l'Unité de Formation et de Recherches (UFR) : Communication, Milieu et Société (CMS) de l'Université Alassane Ouattara. Elle publie les articles dans le domaine des Sciences humaines et sociales, Lettres, Langues et Civilisations. Sans toutefois être fermée, cette revue privilégie les contributions originales et pertinentes. Les textes doivent tenir compte de l'évolution des disciplines couvertes et respecter la ligne éditoriale de la revue. Ils doivent en outre être originaux et n'avoir pas fait l'objet d'une acceptation pour publication dans une autre revue à comité de lecture.

PROTOCOLE DE REDACTION DE LA REVUE AKIRI

La revue *AKIRI* n'accepte que des articles inédits et originaux dans diverses langues notamment en allemand, en anglais, en espagnol et en Français. Le manuscrit est remis à deux instructeurs, choisis en fonction de leurs compétences dans la discipline. Le secrétariat de la rédaction communique aux auteurs les observations formulées par le comité de lecture ainsi qu'une copie du rapport, si cela est nécessaire. Dans le cas où la publication de l'article est acceptée avec révisions, l'auteur dispose alors d'un délai raisonnable pour remettre la version définitive de son texte au secrétariat de la revue

Structure générale de l'article :

Le projet d'article doit être envoyé sous la forme d'un document Word, police Times New Roman, taille 12 et interligne 1,5 pour le corps de texte (sauf les notes de bas de page qui ont la taille 10 et les citations en retrait de 2 cm à gauche et à droite qui sont présentées en taille 11 avec interligne 1 ou simple). Le texte doit être justifié et ne doit pas excéder 18 pages. Le manuscrit doit comporter une introduction, un développement articulé, une conclusion et une bibliographie.

Présentation de l'article :

- Le titre de l'article (15 mots maximum) doit être clair et concis. De taille 14 pts gras, il doit être centré.
- Juste après le titre, l'auteur doit mentionner son identité (Prénom et NOM en gras et en taille 12), ses adresses (institution, e-mail, pays et téléphones en italique et en taille 11)
- Le résumé (200 mots au maximum) présenté en taille 10 pts ne doit pas être une reproduction de la conclusion du manuscrit. Il est donné à la fois en français et en anglais (abstract). Les mots-clés (05 au maximum, taille 10pts) sont donnés en français et en anglais (key words)
- Le texte doit être subdivisé selon le système décimal et ne doit pas dépasser 3 niveaux exemples : (1. - 1.1. - 1.2. ; 2. - 2.1. -2.2. - 2.3. - 3. - 3.1. - 3.2. etc.)
- Les références des citations sont intégrées au texte comme suit : (L'initial du prénom suivi d'un point, nom de l'auteur avec l'initiale en majuscule, année de publication suivie de deux points, page à laquelle l'information a été prise). Ex : (A. Kouadio, 2000 : 15).
- La pagination en chiffre arabe apparait en haut de page et centrée.
- Les citations courtes de 3 lignes au plus sont mises en guillemet français («... »), mais sans italique.

N.B. : Les caractères majuscules doivent être accentués. Exemple : État, À partir de ...

Références bibliographiques

Ne sont utilisées dans la bibliographie que les références des documents cités. Les références bibliographiques sont présentées par ordre alphabétique des noms d'auteur. Les divers éléments d'une référence bibliographique sont présentés comme suit : NOM et Prénom (s) de l'auteur, Année de publication, zone titre, lieu de publication, zone éditeur, pages (p.) occupées par l'article dans la revue ou l'ouvrage collectif.

Dans la zone titre, le titre d'un article est présenté entre guillemets et celui d'un ouvrage, d'un mémoire ou d'une thèse, d'un rapport, d'une presse écrite est présenté en italique. Dans la zone éditeur, on indique la maison d'édition (pour un ouvrage), le Nom et le numéro/volume de la revue (pour un article). Au cas où un ouvrage est une traduction et/ou une réédition, il faut préciser après le titre le nom du traducteur et/ou l'édition (ex : 2^{nde} éd.).

Les références des sources d'archives, des sources orales et les notes explicatives sont numérotées en série continue et présentées en bas de page.

- Pour les sources orales, réaliser un tableau dont les colonnes comportent un numéro d'ordre, nom et prénoms des informateurs, la date et le lieu de l'entretien, la qualité et la profession des informateurs, son âge ou sa date de naissance et les principaux thèmes abordés au cours des entretiens. Dans ce tableau, les noms des informateurs sont présentés en ordre alphabétique
- Pour les sources d'archives, il faut mentionner en toutes lettres, à la première occurrence, le lieu de conservation des documents suivi de l'abréviation entre parenthèses, la série et l'année. C'est l'abréviation qui est utilisée dans les occurrences suivantes :
Ex. : Abidjan, Archives nationales de Côte d'Ivoire (A.N.C.I), 1EE28, 1899.
- Pour les ouvrages, on note le NOM et le prénom de l'auteur suivis de l'année de publication, du titre de l'ouvrage en italique, du lieu de publication, du nom de la société d'édition et du nombre de page.
Ex : LATTE Egue Jean-Michel, 2018, *L'histoire des Odzukru, peuple du sud de la Côte d'Ivoire, des origines au XIX^e siècle*, Paris, L'Harmattan, 252 p.
- Pour les périodiques, le NOM et le(s) prénom(s) de l'auteur sont suivis de l'année de la publication, du titre de l'article entre guillemets, du nom du périodique en italique, du numéro du volume, du numéro du périodique dans le volume et des pages.
Ex : BAMBA Mamadou, 2022, « Les Dafing dans l'évolution économique et socio-culturelle de Bouaké, 1878-1939 », *NZASSA*, N°8, p.361-372.

NB : Les articles sont la propriété de la revue.

SOMMAIRE

LANGUES, LETTRES ET CIVILISATIONS

Études hispaniques

1. **Les enjeux sociaux et économiques de l'émigration des populations mexicaines aux États-Unis (1994-2024)**
Alexandre MOUSSAVOU..... 1-20

Études germaniques

2. **La question des rencontres interculturelles dans la littérature afro-allemande dans *Die Dinge, die ich denke während ich höflich lächle...* (2011) de Sharon Dodua Otoo et *Deutsch sein und Schwarz dazu* (2016) de Theodor Michael Wonja**
Eckra Lath TOPPE & Kobenan Kouman Benoit KOFFI..... 21-32

Anglais

3. **Textbook Evaluation in Côte d'Ivoire: The Case of *English For All 3è Students' Book***
Siélé SORO 33-47
4. **Questioning Interdisciplinarity between Anglophone Literature and Psychology at Université Joseph KI-ZERBO (UJKZ)**
Wôkoudo Marcel MASSIMBO & Alexis Beli NEBIE 48-63
5. **L'analyse des besoins dans la Formulation des Objectifs d'un Cours d'Anglais de Spécialité : une étude cas**
KOUASSI Kouassi Théodore 64-79
6. **Social Depravation: Case of Prostitution in Amma Darko's *The Housemaid***
N'Dri Denis N'GORAN, Bi Youan Mathurin TRA & Evrard AMOI..... 80-88
7. **A Call for a New Order: The Rise of a New Breed of Women the Quest for Power in Mawugbe's *In the Chest of a Woman***
Ayélé Fafavi d'ALMEIDA 89-102

Lettres Modernes

8. **L'étude de la pratique de l'excision dans la littérature guinéenne et son impact éducatif**
Abdoul Karim CAMARA..... 103-113
9. **Étude comparée du syntagme épithétique de trois langues gur : le kabiyè, le moba et le gulmancema**
Assolissim HALOUBIYOU & Djahéma GAWA 114-125
10. **L'évocation dans la poésie d'Akagah Djonginyo : Les cas de « Repères I » et « Repères II »**
Catherine NSE NZE épouse MBENG..... 126-139
11. **Difficultés de l'apprentissage de la production écrite : Cas des apprenants du niveau B1, B2 et C1, C2 au département de français à la faculté de pédagogie de Waddan**
Balla BERETE..... 140-149

- 12. Enjeu et défi de l'apprentissage de la littérature française dans les universités tchadiennes**
Sylvain REOUTAREMS..... 150-162
- 13. La violence poétique chez Lautréamont dans *Les Chants de Maldoror***
Lassana NASSOKO..... 163-171

COMMUNICATION, SCIENCE DU LANGAGE, ARTS ET PATRIMOINE

Sciences du langage et de la communication

- 14. Le retard de langage chez l'enfant : le rôle des écrans de smartphones et de la télévision**
Yannick Lionel Mahougbé MONGBO 172-182
- 15. Morphosyntaxe des adpositions du marka**
DAO Nébremy..... 183-203
- 16. Hibernation des référentiels de VAE des alphabétiseurs : vers l'abandon d'un catalyseur de promotion des langues maternelles tchadiennes ?**
Dionnodji TCHAÏNÉ..... 204-220

Arts et Action Culturelle

- 17. Les représentations sociales de l'insécurité dans les Écoles du district d'Abidjan**
Ignace Yéby NCHO..... 221-234
- 18. Regard prémonitoire l'artiste Alpha Blondy sur la crise postélectorale en Côte d'Ivoire**
Hermann Guy Roméo ABE 235-245

SCIENCES HUMAINES ET SOCIALES

Archéologie

- 19. L'archéologie de la vallée à l'ère des SIG : Résultats des premières reconnaissances aériennes du site Belli Thiowi 1 (Sénégal, Afrique de l'ouest)**
Amadou THIAM, Ibrahima Oumar SY, Fodé DIAKHO, Djiby TINE, Mbemba Fabou DOUMBOUYA, Harona SOGUE & Cheikh DIEYE..... 246-263
- 20. Connivences entre archéologie et patrimoine culturel immatériel en Afrique : quelques réalités du terrain en contexte burkinabè**
Noaga BIRBA..... 264-281

Histoire

- 21. Histoire quantitative de l'appui budgétaire de l'UE au Burkina Faso (2000-2020)**
Inoussa DIANDA, Boukaré OUEDRAOGO & Guetawendé Nathanael YAMEOGO 282-299
- 22. Le Crédit de la Côte d'Ivoire (CCI) dans le secteur immobilier à l'époque coloniale (1955-1960)**
Sontia Victor Désiré COULIBALY, Kassy Stanislas Herman EHOUMAN & Konan Samuel N'GUESSAN..... 300-311

23. Les mercenaires dans la crise militaro-politique en Côte d'Ivoire (2002-2011) Nahoua Karim SILUE.....	312-330
24. Le foncier urbain au Burkina Faso : une arnaque du peuple contre le peuple Inoussa YELBI.....	331-347
25. Peuplement Agni alongoua et Denkyira dans le Bas-Bandama : des origines au XIX^e siècle Kouadjané Basile BRIMIAN	348-364
26. La vie sociopolitique de Kadioha en pays sénoufo de Côte d'Ivoire : des origines à 1898 OUATTARA Yacouba.....	365-377
27. Le mariage atonvle en pays baoule (Centre de la Côte d'Ivoire) de l'exode à nos jours KOUAME Amani & KOFFI Ignace	378-386
28. Stratégies et caractéristiques du mariage chez les Degha, des origines au XX^e siècle Kouakou Kra ATTA.....	387-396
29. La III^e république du Togo : de la présidentialisation à l'ouverture démocratique (1980-1991) Yao Edem ASSEGBE.....	397-414
30. Le peuplement du pays sénoufo : exemple de Dikodougou, la cité des Koufolo dans le Nord de la Côte d'Ivoire (1710-1896) YEO Nonhondon, M'BRAH Kouakou Désiré & OUATTARA Fonni N'Golo Youssouf.....	415-427
Géographie	
31. Le Train Express Régional (TER) dans le système de mobilité dakarais : quelle intégration ? Malick NDIAYE & Antoine CRILLON.....	428-441
32. Pression humaine et changement climatique, véritable tandem pour la dynamique des terres : le cas du bassin versant de Yao dans le département de Fitri au Tchad Model DJEMON & Abiezer Kadmiel DJANGRANG.....	442-459
33. Dégradation par l'érosion hydrique des quartiers Maman Mboulé et Ngamakosso (arrondissements 6 Talangäi), Jacques Opangault et Mont Boukiero (arrondissement) 9 Djiri au nord de Brazzaville (Congo) René NGATSE & Léonard SITOU.....	460-476
34. La société gabonaise d'entreposage des produits pétroliers (sgepp), un maillon défaillant de la chaîne logistique des produits raffinés blancs ? Epiphane MOUVONDO.....	477-495

- 35. La gestion décentralisée des forêts classées dans les alentours de Bamako, au Mali**
Diakaridia SIDIBE 496-511
- 36. Effets de l'aménagement et de l'urbanisme spontanés sur l'organisation du quartier Ngamakosso à Brazzaville**
Robert NGOMEKA 512-526
- 37. Dynamique socioéconomique des périphéries de la ville de Lomé : le cas d'Agœ-Nyive**
Eyanah ATCHOLE..... 527-540

Philosophie

- 38. La philosophie négro-africaine et renaissance de l'Afrique selon Cheik Anta Diop : rupture ou continuité ?**
OLAME HOUMINA Patrice..... 541-554
- 39. La COP 28 : et quand un "pyromane" dirigeait les pompiers...**
Dimngar ALNDINGANGAR & Salomon KELGUE 555-574
- 40. Action et ontologie chez Hans Jonas : le faire, l'être et le devenir**
Ousmane NGOM & Guène FAYE 575-589

Anthropologie et sociologie

- 41. Facteurs explicatifs de la persistance de la féminisation du VIH et le sida**
Aboubacar DABILOUGOU, Blahima KONATE & Roger ZERBO..... 590-606
- 42. Rites agraires et gestion des risques agricoles : Les pratiques en milieu rural au sud-Bénin**
Comlan Julien HADONOU & Salihou Henri SOHOUGAN..... 607-625
- 43. Auto-hébergement des élèves du post-primaire et du secondaire dans la commune de Koudougou (Burkina Faso)**
Rasmané ZALLÉ, Aboubakar Sidiki SEGDA & Ibrahima TRAORÉ 626-642
- 44. L'économie de guerre : cas de Frédéric Bitsangou, dans le pool au Congo Brazzaville**
Rock OKIEMBA..... 643-653
- 45. Déterminants de la faible adoption des énergies solaires par les populations rurales de Gregbeu**
Koffi KONAN, Mamadou SANOGO, Alexis KOFFI & Kouassi Jean Charles GUESSEND..... 654-675
- 46. Les politiques publiques d'aide à l'emploi des jeunes à la croisée des logiques d'acteurs**
Kamenan A-Michael EHOUMAN..... 676-693
- 47. Régulation de contrôle et désaffection syndicale des conducteurs de motos-taxis à Ngaoundéré**
Catherine NGONO 694-712

48. Contexte de crise sécuritaire et violences faites aux enfants au Burkina Faso Siaka GNESSI.....	713-725
49. Dynamiques et reconstruction sociale d'une qualité différentielle de l'« Attiéké de Grand-Lahou » à Lahou 2 Bissè Blanche Danielle N'guessan ADOH.....	726-743
50. Pouvoirs publics et question de la vente des médicaments dans les formations sanitaires Martin NOMO.....	744-767
51. Socio-histoire des tentatives de réformes de l'enseignement supérieur et la recherche scientifique au Gabon : entre attentisme des acteurs et déficit de volonté politique Georges MOUSSAVOU.....	768-787
52. Stratégie de gestion du personnel de l'entreprise MMCI en période de crise postélectorale de 2010-2011 à Abidjan (Côte d'Ivoire) Dja Flore KOUASSI-LAGO, Serge N'guessan KOUASSI, Bintou TIOTE & Lacina COULIBLY.....	788-798
Psychologie	
53. Processus psychodynamiques de l'addiction aux drogues chez les élèves du post-primaire au Burkina Faso Koudregma Clément RAMDE & Aboubacar BARRY.....	799-814
54. Influence de la charge de travail sur l'engagement du personnel du centre régional des œuvres universitaires de l'université Abdou Moumouni de Niamey Abdourahamane BASSIROU.....	815-829
55. Représentation de la maladie, vécu et estime de soi des personnes atteintes d'albinisme au Togo Kossi Blewussi KOUNOU, Giovanni Louis Kokou de SOUZA & Koussaké KOMABTE.....	830-842
56. Apport de la psychologie cognitive dans la Co-construction des savoirs pour un enseignement-apprentissage efficace Micheline KIENOU & Paul Marie BAYAMA.....	843-854
Science de l'éducation	
57. Qualité du système éducatif et transition de l'école-collège à l'IDEN du 1er Arrondissement de N'Djamena / Tchad Nathaniel FOCKSIA DOCKSOU & Abraham DAGUE.....	855-877
58. Postures technopédagogiques d'enseignants du secondaire ivoirien face au numérique Mohamed Tidiane OUATTARA & Soungari YÉO.....	878-896
59. Pratiques de médiation en milieu scolaire : des conflits aux accords de paix Bréhima Salah TRAORE, Moctar SIDIBE & Cheick Oumar TRAORE.....	897-910

Dynamiques et reconstruction sociale d'une qualité différentielle de l'« Attiéké de Grand-Lahou » à Lahou 2

Bissè Blanche Danielle N'guessan ADOH
Université Peleforo Gon Coulibaly, Côte d'Ivoire,
Email : bisse.adoh@gmail.com

Résumé

Dans un environnement concurrentiel où l'attiéké des Ebriés communément appelé « agbodjaman », « l'attiéké de Dabou », « l'attiéké de Jacquville » et « l'attiéké de Grand-Lahou » se confrontent sur le marché de la qualité, les productrices d'attiéké avikams de Lahou 2, au risque d'une disqualification de l'attiéké provenant de la zone, remettent en cause la qualité de certaines productions d'attiéké de Grand-Lahou, sur la base de l'ethnie ou de la nationalité des productrices. L'objectif de cet article est alors de comprendre cette distinction autour de l'Attiéké de Grand-Lahou. Les résultats montrent que les productrices d'attiéké de Lahou 2 opèrent une reconstruction sociale de la qualité différentielle de l'attiéké de Grand-Lahou autour de l'ethnie et de la culture afin de se positionner sur le marché, dans un environnement où les dynamiques sociales autour du processus de fabrication et de commercialisation de l'attiéké intègrent de plus en plus des acteurs estimés illégitimes, induisant une distance sociale et la non maîtrise des productrices avikams de la chaîne des valeurs de l'activité. Les résultats obtenus proviennent d'une étude qualitative où des entretiens semi-dirigés ont été menés avec 26 participant.e.s, dont 15 femmes productrices et commerçantes d'attiéké, dans la ville de Grand-Lahou.

Mots clés : Attiéké de Grand-Lahou ; Productrices d'attiéké avikam ; Reconstruction sociale de la qualité différentielle ; Dynamiques sociales ; Identité de produit

Dynamics and social reconstruction of a differential quality of the "Attiéké de Grand-Lahou" in Lahou 2

Abstract

In a competitive environment where the Ivorian food calls attiéké from Ebrié people, commonly known as "agbodjaman", and "attiéké from Dabou", "attiéké from Jacquville" and "attiéké Avikam from Grand-Lahou" are all confronted on the quality market, the producers of attiéké from Lahou 2, confronted to the risk of disqualification of the attiéké from the area, question about the quality of certain productions of attiéké from Grand-Lahou, basis both on ethnicity or nationality criterion of the producers. The purpose of this article is then to well understand this distinction around the Attiéké from Grand-Lahou. The results show that the producers of attiéké from Lahou 2 deals with a social reconstruction of a « differential quality » of the attiéké from Grand-Lahou around both ethnicity and culture criterion in order to establish on the market, in an environment where the social dynamics around the process of manufacturing and marketing of attiéké are integrating more and more actors culturally considered illegitimate, involving a social distance and the lack of control of avikams producers about the chain value of the activity. These results were got from a qualitative study where semi-directed interviews were undertaken with 26 participants, including 15 women producers and traders of attiéké, in the city of Grand-Lahou.



Keywords: Attiéké from Grand-Lahou; Producers of attiéké avikam ; Social reconstruction of the « differential quality »; Social dynamics ; Product identity

Introduction

La gastronomie ivoirienne est dominée par différentes spécialités culinaires dont « l’attiéké », une semoule de manioc fermentée, partiellement déshydratée, cuite à la vapeur d’eau et d’apparence agglomérée (Assanvo et al., 2002 ; Djeni et al., 2011). Originaire des peuples lagunaires du Sud de la Côte d’Ivoire notamment adjoukrou, ébrié, alladjan, ahizi et avikam où il était produit et consommé, l’attiéké est adopté par d’autres groupes ethnoculturels (T. B. A. Youan Bi, 2019 ; A. P. Egnankou, 2020).

Avec la généralisation de sa consommation, aussi bien dans toute la Côte d’Ivoire qu’à l’extérieur, l’activité de production de l’attiéké passe, d’une production familiale destinée à l’autoconsommation, à une production marchande stimulée par la demande croissante (Egnankou, 2020), développant ainsi l’aspect commercial. Un aspect qu’ont exploité les femmes adjoukrous et les femmes ébriés avec la forte expansion du marché (Essoh, 1980 : Egnakou 2000).

L’intérêt croissant et généralisé pour l’attiéké va alors soulever différents conflits autour de l’identité et de la qualité de l’attiéké que la Côte d’Ivoire va chercher à sécuriser. En effet, avec, entre autres, le positionnement mondial de la Chine dans la production de l’attiéké, et sortant d’une polémique identitaire avec le Burkina-Faso autour de la labélisation de l’attiéké du Burkina avec le « Faso Attiéké », la Côte d’Ivoire a obtenu la labélisation de « L’attiéké des Lagunes » qui bénéficie d’une indication géographique protégée (IGP). Une labellisation qui permet de reconnaître, au niveau international, que l’« attiéké » est un produit ivoirien, mais au-delà, que la meilleure qualité d’attiéké est produite dans la région dite des Lagunes dont Grand-Lahou fait partie.

L’intérêt pour la rédaction de cet article a alors été suscité par le constat la négation de la qualité de l’attiéké produit par certaines catégories de femmes dans le département. En effet, lors d’une enquête de terrain à Lahou 2, des femmes avikams productrices d’attiéké remettaient en question la qualité de l’attiéké produit par certaines femmes, justifiant cela par la forte implication de ces dernières dans le commerce du produit et par l’"intrusion" d’« étrangères » dans le processus de production de l’attiéké. Pourtant, autant l’indication géographiques de « L’attiéké des Lagunes » que les études ayant montré que l’attiéké en provenance de Grand-Lahou fait partie des préférés des populations en Côte d’Ivoire, pour sa qualité et son goût

(T.B.B.A. Youan Bi, op.cit. ; A.P. Egnankou, op.cit.), n'ont fait aucune distinction spécifique liée notamment à l'ethnie ou la nationalité des productrices.

Comment comprendre alors cette distinction faite par ces femmes avikams sur la qualité de l'attiéké comparativement à ces personnes considérées comme « étrangères » au processus ? L'environnement concurrentiel dans lequel elles évoluent n'influence-t-il pas leur conception de la qualité ? Dans ce cas, quelles sont les dynamiques autour du processus de production et de commercialisation de l'attiéké à Grand-Lahou qui favorisent cette remise en question de la qualité de l'attiéké produit par des femmes non avikam chez les femmes avikam ? Dans cet environnement dynamique, comment se construisent-elle l'attiéké de qualité à Grand-Lahou ?

C'est à ces questions que ce présent article veut répondre, l'objectif étant de montrer les stratégies de construction sociale d'une qualité différentielle de l'« Attiéké de Grand-Lahou » par les productrices avikams d'attiéké dans un environnement marchand dynamique et concurrentiel. Il va donc aborder le processus de construction sociale de cette qualité de l'attiéké autour de certaines caractéristiques culturelles et identitaires en mettant en relief le processus de fabrication de l'attiéké mais également différentes relations entre la pluralité d'acteurs qui interviennent dans le processus de production et de commercialisation de l'attiéké. En effet, passant d'une activité de subsistance à une activité commerciale, le processus est investi et influencé par des acteurs et actrices en quête d'autonomisation. Ce passage va induire un ensemble de transformations qui vont interpeller la qualité du produit.

La problématique de la qualité se développe, selon C. Musselin et al (2002), autour de deux traditions qui traitent de manière différente la question de l'incertitude. En effet, l'une des traditions ignore les incertitudes et se concentre sur la transaction marchande et l'individualisation préalable du bien qui change de main. Cette approche explique en partie le développement des brevets, marques de fabriques, l'emballage ou les récipients spéciaux, le style, la couleur mais aussi la commodité d'emplacement du vendeur, la façon dont celui-ci fait des affaires, sa réputation d'honnêteté, de courtoisie, d'efficacité. Tandis que l'autre tradition lie la qualité à l'existence d'incertitudes sur les produits. Ce qui peut avoir un impact au niveau de la concurrence et du prix sur le marché. La mobilisation des réseaux personnels et la confiance peuvent alors contribuer à réduire ces incertitudes sur la qualification des produits. En outre, des repères cognitifs partagés favoriseraient la levée de ces incertitudes.

Aborder la problématique de la qualité revient ainsi à s'intéresser, dans une certaine mesure à celle de la valeur, qui peut s'analyser sous différents aspects dont les attributs, l'identité et la

reconnaissance (J.-L. Marchal, 2010). Cependant, quel que soit l'aspect considéré, la qualité est une construction sociale, qui implique d'être reconnue et rétribuée, explicitement ou non, dans un contexte où elle présente un écart ou un contraste par rapport aux caractéristiques les plus courantes de ce contexte (M.-C. Le Floch, 2005). L'auteure parle alors de « qualité différentielle ».

L'analyse menée ici se concentre davantage sur les incertitudes liées à la qualité de l'attiéké de Grand-Lahou qui se développe dans un environnement où la destination, les acteurs et le marché restent dynamiques. Elle montre alors un usage stratégique de ces incertitudes par les enquêtées pour se construire une « qualité différentielle » de l'« Attiéké de Grand-Lahou ».

1. Méthodologie

Les données analysées proviennent d'une étude menée en 2022 et qui avait pour cible les femmes avikams productrices d'attiéké dans le département de Grand-Lahou, précisément celles de Lahou 2, identifiées dans ce travail sous le sigle EPA (Enquêtées Productrices d'Attiéké). L'on entend par « Femmes avikam productrices d'attiéké », les femmes, de l'ethnie avikam, qui transforment le manioc en « attiéké » et le commercialisent.

Ce manioc peut se présenter sous la forme soit de tubercule, soit de semoule ou « poudre », comme elles l'appellent. Dans le premier cas, ces femmes interviennent durant tout le processus de transformation jusqu'à la transformation finale. Alors que dans le second cas, il s'agit de la dernière étape de transformation du manioc avant sa transformation finale en « attiéké » à travers la cuisson à la vapeur. Elles interviennent donc à la fin du processus de fabrication de l'attiéké.

L'étude a adopté une approche qualitative, suivant une démarche inductive (Martin, 2012). Ainsi, à partir de la question de départ et des observations de terrain, cette démarche m'a permis d'ajuster mes objectifs et outils de collecte de données afin de tirer des leçons de mes observations et entretiens.

L'étude initiale envisageait comprendre les transformations des rapports de genre dans les ménages de ces femmes à partir de l'organisation des dépenses du ménage et de la budgétisation sensible au genre. Au total, 26 participant.e.s dont 15 EPA ont été sélectionné.e.s. Suivant leur disponibilité, la sélection s'est faite par réseau, pour certaines, et de manière aléatoire au marché de la ville, pour d'autres. Ainsi, après avoir obtenu leurs consentements éclairés, des guides d'entretien semi-structurés leur ont été administrés. Par ailleurs, le travail-ci a également été

nourri par des entretiens informels menés avec deux commerçantes et trois consommatrices d'attiéké à Abidjan ainsi que la consultation de quelques espaces Facebook pour la vente d'attiéké en ligne.

Ces entretiens ont été ensuite transcrits puis dépouillés manuellement. Le corpus des retranscriptions obtenus a été analysé suivant une approche thématique. Cette analyse thématique de contenu a permis de ressortir les résultats suivants.

2. Résultats

2.1. Dynamique autour de la production et la commercialisation de l'attiéké à Grand-Lahou

2.1.1. « Attiéké de Grand-Lahou » : le développement d'une activité marchande et d'un empowerment féminin

Dans la culture avikam, à Grand-Lahou, la production de l'attiéké était initialement destinée à la consommation domestique. Il participait même à la construction et à l'entretien des rapports sociaux quand il s'offrait, par exemple, à des personnes, du village ou non, venues soutenir des familles lors de cérémonies de réjouissances, de deuil ou après des vacances scolaires par exemple¹. Les hommes étaient alors davantage inscrits dans d'autres domaines tels que la pêche et les activités de rentes dont la production de coco et de palmier à huile².

Mais, comme le souligne A. P. Egnankou (2020), pendant la période coloniale, cette activité va sortir du cadre domestique pour investir le secteur commercial. Aussi, l'installation des huileries modernes et la construction du port (1950 à 1956), qui fera de la ville d'Abidjan un pôle de développement, va entraîner une forte expansion du marché que les femmes adjoukrou, rejointes plus tard par les ébrié, n'ont pas hésité à l'exploiter en y vendant leurs productions d'attiéké (Essoh, 1980 cité par A.P. Egnankou). D'où le rôle majeur que l'attiéké a joué, à partir de cette période, au plan socio-économique pour les femmes et même pour les hommes (Idem).

À Grand-Lahou également, les motivations à la production de l'attiéké se sont progressivement modifiées, en lien avec les crises socio-économiques traversées par le pays et le village de Lahou-Kpanda et la financiarisation de la vie sociale, contribuant alors à imposer progressivement l'aspect marchand dans l'activité de production de l'attiéké. L'on peut citer à cet effet, les conséquences sociales des Programmes d'Ajustement Structurel (PAS), le déclin des économies de marché (cocotiers, café cacao, palmier à huile), les crises socio-politiques et

¹ Des faits dont je suis témoin depuis mon enfance

² Principalement avec les projets Sodecoco et Sodepalm

économiques qu'a connu le pays (N. BAMBA, 1992), l'appauvrissement des ménages, à Grand-Lahou, l'érosion côtière, la migration de l'embouchure et l'ensablement des eaux, et de même que la migration de certaines populations à la recherche d'un mieux-être.

Ainsi, pour faire face à ces crises et dans la dynamique de la promotion de l'entrepreneuriat et l'auto-emploi en Côte d'Ivoire comme moyen d'émancipation et d'autonomisation financière, certaines femmes Avikam de Grand-Lahou se sont engagées dans la commercialisation de l'attiéké. C'est le cas des participantes à l'étude. En effet, dans un environnement où les rôles sociaux sont sexuellement marqués, la quasi-totalité des EPA (13/15) affirment s'être engagées dans le commerce de l'attiéké pour s'émanciper et être financièrement autonome. La plupart vivant dans des ménages marqués par des violences conjugales et familiales et où le conjoint ne jouait pas le rôle financier attendu de lui. Ce verbatim illustre cette affirmation :

Mon mari ne savait même pas qu'il a femme et enfants... Il va boire...il est toujours dehors. Il ne fait aucun effort. On n'a pas dit que c'est dans société seulement on travail. Tu as tes dix doigts, tu peux travailler un peu...Et quand je me plains, il est fâché, il va faire des choses...Quand je fais attiéké, je vends un peu pour utiliser l'argent et acheter des petits trucs pour moi pour mes enfants. C'est ce que je prends pour les mettre à l'école... Quand tu as des enfants, tu dois faire attention. Mais lui, il ne sait pas ça... Quand j'ai l'argent, il passe derrière moi pour prendre...Et puis on était dans sa famille... J'étais fatigué des palabres avec lui et puis sa famille...Je suis venue m'asseoir à Lahou 2 ici. Je suis venue avec mes enfants. Ils sont 4. Leur papa même il ne sait même pas qu'il a enfant. C'est moi-même je m'occupe de mes enfants. Je les mets à l'école tout tout tout...C'est mon attiéké qui est mon tout...Je ne m'occupe pas de garçon... Garçon même quand il est là-même, lui-même il est fatigué et puis il s'en va. Il sait que c'est mon attiéké d'abord (EPA 15 enquêtée originaire du village Zagbalébé).

Le commerce d'attiéké, aussi bien sur le marché local que national et international³, leur permet alors de se prendre en charge, d'assumer leurs rôles sociaux liées au travail de soins et de scolariser leurs enfants.

La scolarisation des enfants est perçue par ces femmes comme une exigence de la société moderne actuelle mais également comme moyen de créer une rupture entre leurs conditions de vie et celles de leurs enfants : « *Moi, je ne suis pas allée à l'école mais j'ai mis mes enfants à*

³ Le nom « attiéké » viendrait de cette dynamique commerciale. Deux versions principales ont été rapportées par les enquêtées et dans des échanges informels. En effet, des "anciennes" du village de Lahou-Kpanda interrogées sur l'origine de ce nom le présente comme la déformation du mot « tchèkè » qui veut dire en avikam, « pousser », « faire de la place » « mettre de côté ». Ainsi, pour elles, lorsque les femmes d'autres villages, principalement de Grougou, venaient vendre, en demandant aux autres de leur faire de la place, elle disait : « tchèkè ». Dans une autre version, toujours en rapport avec le commerce, les femmes, pour soutenir leurs maris dans la gestion du ménage, lorsqu'elles se déplaçaient avec eux pour certaines transactions, se détachaient un peu pour vendre leur semoule de manioc cuite à la vapeur. Et c'est cette manière de se mettaient sur le côté, en disant « ma tchèkè », « tchèkè » qui aurait donné son nom « atchèkè », devenu « attiéké », au produit.

l'école... Je veux qu'elles réussissent. Je ne veux pas qu'elles souffrent comme moi ici » (EPA 2, Une enquête du marché).

La vulgarisation de la production de l'attiéké, son ouverture sur les différents marchés et différents autres facteurs ont contribué à influencer tout le processus de production de l'attiéké, les acteurs impliqués ainsi que la perception de la qualité de l'attiéké.

2.2. Dynamique des acteurs et des pratiques dans la chaîne de valeur locale

Le processus de production de l'attiéké part, de la sélection du plant de manioc à la cuisson de la semoule. Il respecte globalement les étapes suivantes : culture, préparation du manioc fermenté⁴, récolte, épluchure, broyage, essorage, grainage, vannage, cuisson.

Traditionnellement, l'attiéké est produit par les membres féminins du ménage. La sollicitation de personnes extérieures au ménage participait de la solidarité mécanique, au sens durkheimien du terme, qui traduisait une sorte de cohésion sociale reposant sur leurs identités et valeurs communes. Ces femmes, en fonction donc de leurs capacités physiques, labouraient les champs, plantaient, entretenaient et récoltaient le manioc, ainsi que toutes les étapes ci-dessus présentées.

Plusieurs outils étaient utilisés dans la production de l'attiéké. Et les instruments traditionnels utilisés après le broyage du manioc étaient, principalement l'écuelle en bois pour la formation des grains ; le van en raphia, imbibé de bouse de vache, pour sécher les grains, les vaner et enlever les fibres ; l'écuelle en terre cuite et de la passoire en feuilles pour la cuisson à la vapeur. L'attiéké était cuit au feu de bois, en petite ou moyenne quantité, en une fois, sans rajouter de semoule fraîche pendant la cuisson. Ces outils et cette méthode de cuisson participaient à la qualité du produit en agissant, par exemple, sur la fermeté des grains et sur le parfum de l'attiéké. L'une des enquêtée le relève d'ailleurs en ces termes :

Nous-là, on sait préparer attiéké... Ce n'est pas comme attiéké des ébriés-là ou bien ce que les femmes préparent maintenant-là, parce qu'elles sont pressées pressés pour chercher de l'argent-là hein...Comment on peut mélanger attiéké qui est en train de cuire avec la poudre fraîche et puis mélanger ça comme si on est en train de préparer baka⁵ ?...Mais quelque chose tu prépares comme ça, tu peux espérer quoi ? ...Mais ça sent le manioc frais. Et puis tous les grains-là vont se casser ! Nous, notre attiéké-là ne sent pas le manioc frais parce qu'on ne prépare pas ça comme ça ». ((EP11, 62 ans, dans la production depuis son enfance de par sa socialisation).

⁴ Appelé en général « magnan » mais en lange avikam « vèdè founhn »,

⁵ De la bouillie, en général de mil, de maïs ou de riz

Par ailleurs, la production de l'attiéké était, ou est, un travail à forte pénibilité et qui demande de la patience, de l'endurance, de l'attention et un savoir-faire maîtrisé. En effet, de la récolte au produit fini, la fabrication de l'attiéké peut s'étendre sur plusieurs jours avec des nombreuses tâches d'endurance telles que déterrer le manioc, le transporter du champ à la maison par la traversée de la lagune⁶, l'éplucher, le travailler dans l'écuelle pour former les grains, etc.

Durant tout le processus, il fallait être assez ordonné, faire très attention et avoir des mouvements assez délicats afin d'éviter que l'attiéké ne prenne du sable, les villages du littoral étant, en général, sableux. Par ailleurs, il fallait connaître le type de manioc utilisé pour lui adapter le travail à effectuer, maîtriser les dosages, notamment pour la fermentation, la couleur, le parfum, etc.

Le processus de préparation étant maîtrisé par les productrices de l'attiéké, elles avaient un contrôle sur la qualité du produit qui pouvait ainsi se conserver, en dehors du réfrigérateur, sur plusieurs jours sans se détériorer. Il s'endurcissait plutôt et perdait de son goût frais qui pouvait cependant ressortir lorsqu'il était réchauffé à la vapeur. Sa qualité était également appréciée à la texture, à la couleur, au parfum, et au goût. « L'attiéké avikam » est très bon, il ne se gâte pas aussi facilement... On peut garder ça longtemps...Ça durcit facilement mais ça ne se gâte pas. Ceux qui n'aiment pas l'attiéké sec-là, quand ils réchauffent ça » ((EP11))

Mais, avec la marchandisation des productions, des transformations se sont opérées dans tout le processus de production. De nouveaux acteurs ont intégrés le processus, avec la création de nouveaux emplois ainsi que l'usage de nouveaux matériels de travail. En effet, sur le plan du travail, il s'est opéré une division des tâches de sorte que l'on retrouve les commerçantes avikams davantage à la fin du processus de production.

Nous ici-là, c'est la poudre on prend...Je prends un peu beaucoup et je donne aussi à ma fille pour qu'elle se débrouille aussi...Moi, depuis petite à Kpanda là-bas, je préparais attiéké avec ma maman. J'ai toujours préparé attiéké. Ça, c'est travail de femme avikam. Une femme avikam qui ne sait pas faire attiéké ? c'est que tu vas faire quoi ? Quand je suis venue m'installer à Lahou 2 ici, j'ai été la première à commencer à vendre attiéké... Mais travail de travail de attiéké est trop dur...J'ai commencé donc à prendre la poudre. Et puis je prépare moi-même l'attiéké, j'attache et je vends » ((EP10)).

« Je préfère fabriquer mon attiéké moi-même. Comme ça, je sais moi-même ce que je vends...Quand on achète la poudre là, rien ne garantit la qualité de l'attiéké. Les rares fois que j'ai acheté la poudre, je n'ai pas aimé la qualité.

⁶ Dans de nombreux villages avikams, les champs sont de manière générale en dehors des villages. Une partie du chemin se fait par traversée de la lagune et l'autre partie à pied. Après avoir déterré le manioc, il faut donc le transporter au lieu d'accostage pour le charger dans la pirogue. Les pirogues sont payées par les femmes et les enfants qui vont au champ

Donc, c'est moi-même je fabrique mon attiéké...Mais c'est devenu cher...Ce sont les burkinabés qui ont les plantations de manioc maintenant...let puis ceux qui transportent la manioc-là, ils sont devenus trop chers. Un seul voyage, tu paies presque le double maintenant » (EP11, 62 ans)

Ainsi, les entretiens relèvent que le manioc utilisé dans la préparation de l'attiéké est fourni, majoritairement, par des allogènes burkinabés qui détiennent des champs de manioc dans de nombreuses localités. Aussi, nombreuses fournisseuses, selon les enquêtées, délèguent à d'autres femmes qu'elles emploient, en général des burkinabés et des baoulés, différentes tâches telles que l'épluchure, le lavage, le broyage jusqu'à la cuisson⁷.

Par ailleurs, nombreux instruments de travail sont tombés en désuétude parce que remplacés par des instruments beaucoup plus accessibles et modernes. Ainsi, les bassines/cuvettes, grandes et petites, et les grands tamis ont remplacé les grandes écuelles pour la fabrication des grains. Les grands plats, appelés « plateaux », ont remplacé les vans ; les passoirs ont remplacé les écuelles en terre ; les « faitout⁸ » ou « mamie cuisine » ont remplacé le feu de bois ; etc.

Photo 1 : quelques matériels de travail



Photo du terrain

Aussi, l'attention et la délicatesse n'accompagnent pas toujours le traitement des grains, notamment le séchage qui peut se faire sur de grands sachets plastique posés à même le sol.

⁷ Une pratique observée dans le village de Taboué.

⁸ Petites bouteilles de gaz utilisées dans les ménages

Photo 2 : Séchage de la semoule de manioc



Photo du terrain

La plupart des commerçantes n'interviennent qu'à la fin du processus où elles achètent la semoule pour cuire l'attiéké. Ainsi, certaines se font « livrer l'attiéké par la gare » sous forme de colis comme l'ont mentionné la quasi-totalité des enquêtées. D'autres en achètent dans les villages environnants et se font livrer par les tricycles.

Dans ces conditions où elles n'ont aucune maîtrise sur le processus de fabrication de l'attiéké, des risques sur la qualité de l'attiéké sont identifiés. Certaines, moins expertes, le découvriront à la cuisson de l'attiéké :

La qualité n'est pas forcément garantie avec la poudre simplement » (EPA7). D'autres, plus avisées apprécient la qualité à la vue de la semoule : « quand elles ont les commandes-là... à cause de la pression, quelques fois l'attiéké est de mauvaise qualité.... Quand tu vois la poudre, tu sais déjà si l'attiéké est bon ou non. Même avec la poudre, on peut savoir... » (EP11, 62 ans, dans la production depuis son enfance de par sa socialisation et le commerce).

Et, pour élargir leur part de marché, ces fournisseuses de la semoule de manioc, vendent également de l'attiéké qu'elles produisent. Elles entrent de ce fait, en concurrence avec celles qui se sont spécialisées dans la production et la vente de l'attiéké à partir de l'achat de la semoule. Une concurrence jugée déloyale par les enquêtées comme le traduit cet extrait d'entretien.

«La poudre est devenue chère....les femmes chez qui les femmes vont payer la poudre-là, elles aussi, elles vendent attiéké-là. Et puis, elles viennent ici aussi pour vendre...mais ce n'est pas bien. Elles font que, quand elles sont là-là, pour nous-là, souvent, ça marche pas bien...Mais regarde, elles font les boules grosses grosses puisqu'elles n'achètent pas la poudre. Alors que nous on achète pour vendre. On est obligée de faire plus petit et puis notre argent va sortir. Parce que c'est dedans on paie gaz, on paie le transport, on paie sachet.... Et puis, c'est dedans on va s'occuper de nous-même et puis de nos enfants (EP1).

Dans cet environnement de concurrence, où ces femmes avikams productrices d'attiéké sont socialement distantes du processus de production de l'attiéké, remettre en cause la qualité de l'« attiéké de Grand-Lahou » à partir de l'identité culturelle se présente comme une stratégie de positionnement social sur le marché.

3. « Attiéké de Grand-Lahou » : la revendication d'une marque de qualité comme stratégie identitaire de positionnement chez les productrices d'attiéké avikams de Lahou 2

3.1. « Attiéké de Grand-Lahou » : la revendication d'un nom comme marque de qualité de produit chez les productrices d'attiéké avikams de Lahou 2

L'environnement actuel dans lequel les femmes avikam s'inscrivent sur le marché de commerce d'attiéké est marqué par une concurrence avec d'autres productions telles que l'« agbodjaman » des Ebriés, l'« attiéké de Dabou » chez les Adjoukrou. Celles-ci constituent en quelque sorte des marques identitaires de qualité qui se vendent aussi bien au niveau national qu'au niveau international. Les femmes avikam travaillent alors à personnaliser « leur » attiéké pour le démarquer des autres, le construire comme un attiéké de qualité supérieure et le positionner sur le marché. Elles identifient donc leur attiéké comme « Attiéké de Grand-Lahou » auquel elles rattachent automatiquement la qualité estimée supérieure aux autres : « Ce n'est pas leur attiéké façon façon là hein, ça c'est attiéké de Grand-Lahou. C'est du bon attiéké⁹ ».

De fait, en plus des marchés physiques où se vend « Attiéké de Grand-Lahou », les réseaux sociaux, dont Facebook, participent à cette dynamique de promotion du nom en terme de différenciation et de qualité du produit. Quelques pages Facebook de vente en ligne ont été identifiées avec des noms évocateurs tels que « Attiéké-Vêdê¹⁰ - Mimi – Grd Lahou », « super attiéké de Grand-Lahou », « Attiéké de Grand-Lahou », « Attiéké super de Grand-Lahou » « Attiéké sucré de Grand-Lahou ». Cette construction de la qualité autour du nom « Attiéké de Grand-Lahou » est également associée à la revendication d'une identité ethnique et culturelle de l'« Attiéké de Grand-Lahou ».

3.2. « Attiéké de Grand-Lahou » : la revendication d'une identité ethnique et culturelle du produit par les productrices d'attiéké avikams de Lahou 2

Pour les enquêtées, l'attiéké de Grand-Lahou est produit par les femmes avikams qui ne peuvent produire que de l'attiéké de bonne qualité. Deux principaux éléments de justification

⁹ Propos d'une commerçante d'attiéké à Abidjan qui se fait livrer de l'attiéké de Grand-Lahou.

¹⁰ Vêdê mimi signifie bon attiéké en langue avikam

soutiennent ce point de vue : premièrement, les rôles de genres socialement construits et culturellement ancrés et deuxièmement un savoir-faire spécifique historiquement partagé. En effet, suivant la division sexuelle du travail en pays avikam, la femme est celle qui produit l'attiéké. Ainsi pour les enquêtées, « une vraie femme avikam », c'est celle qui maîtrise la production de l'attiéké parce qu'elle doit nourrir sa famille. Mais aussi parce qu'il s'agit d'un savoir-faire de transmission intergénérationnel.

Cette maîtrise implique, entre autres, les techniques de fermentation, de formation et d'affermissement des grains, de cuisson. Ces étapes considérées comme déterminantes dans la qualité de l'attiéké. Par ailleurs, les instruments traditionnels sont identifiés comme participants à la production de l'attiéké de qualité. Il s'agit, principalement de l'écuelle en bois, (èbla), pour la formation des grains ; du van en raphia imbibé de bouse de vache, (éfloué), pour sécher les grains ainsi que vanner et séparer les grains des fibres ; de la cuvette en terre et d'une passoire en feuilles, (latran), pour la cuisson. Le feu de bois est également identifié comme participant à la qualité de l'attiéké de par le parfum. Une enquêtée dira à cet effet : «...C'est tout ça-là qui fait que ça sent bon-là » (EPA 11).

Mais pour les enquêtées, les productrices non avikams, n'ont pas cette légitimité « traditionnelles » dans la fabrication de l'attiéké, et donc ne maîtrisent pas le processus. De fait, mues par la recherche de profit et avec l'usage des techniques modernes, ces femmes n'auraient pas, pour les enquêtées, cette capacité de produire de la qualité à leur hauteur, quand bien même, elles n'interviennent, dans l'ensemble, qu'en fin de processus.

Partant de cette légitimité, ces femmes avikams estiment avoir la possibilité d'agir sur la qualité de l'attiéké, en dépit de cette distance sociale du processus de fabrication.

4. La capacité de « rattraper » la qualité de l'attiéké de Grand-Lahou

En dehors de deux enquêtées qui continuent, par moment, de s'impliquer dans tout le processus de production de l'attiéké, la quasi-totalité des commerçantes achètent la semoule qu'elles cuisent pour le transformer en attiéké à vendre. Dans l'incapacité de maîtriser la qualité de la semoule produite, ces productrices prennent alors quelques dispositions pour agir indirectement et/ou directement sur la qualité.

4.1. Maîtriser la qualité de l'attiéké par la qualité du réseau de fournisseuses basé principalement sur l'ethnie avikam

Pour choisir leurs fournisseuses et constituer leurs réseaux d'approvisionnement, les commerçantes mobilisent, de prime abord, des personnes de l'ethnie avikam appartenant à leurs

cercles de connaissances, dont elles ont déjà testé le goût de l'attiéké ou qui sont recommandées par des parentes. Elles sont choisies dans des villages avikam tel que Zagbalébé, Groguida, Badadon, Agougam, Kpanda. Ces voies sont empruntées par les plus anciennes dans la production de l'attiéké et la commercialisation¹¹. Les autres zones d'approvisionnement qui comprennent les villages comme Nadibo et Taboué sont en général utilisés par les plus jeunes dans le métier, les moins constantes et les moins productives. Ces villages étant plus proches de Lahou 2, le coût du transport et les délais de livraison sont plus avantageux pour ces dernières.

Dans la recherche d'un attiéké de qualité, les commerçantes du premier réseau restent distantes de ces deux dernières zones d'approvisionnement du fait de réserves sur la qualité des produits. En effet, pour elles, les villages de Nadibo sont fortement portés sur la marchandisation de leur production et le village de Taboué mobilise fortement des allochtones et allogènes dans la fabrication des semoules. Deux conditions de production de l'attiéké, qui, pour elles, ne sauraient garantir la qualité de l'attiéké parce qu'il leur manque l'identité dans la production dont les outils, l'ethnie et l'intégration du non marchand dans l'esprit de la production.

À Lahou ici tout le monde fabrique attiéké maintenant... Baoulé oh, Burkinabé oh... attiéké façon façon... tout ça là, elles appellent ça attiéké de Grand-Lahou... Elles sont en train de gâter notre nom comme ça... » « hum hum... Je ne prends pas attiéké de Taboué. Ce sont les femmes baoulés qui font attiéké là-bas maintenant là... (EP1)

4.2. Agir sur la qualité par la mise en avant de la confiance

Les commerçantes d'attiékés et les fournisseuses¹² de la semoule mobilisent la confiance comme une ressource centrale de leur relation commerciale, qui se veut durable. Cette confiance est alors éprouvée dans deux faits majeurs marqués d'incertitudes : la gestion des paiements et le non contrôle à priori de la qualité. En effet, dans le processus de commercialisation de l'attiéké, les paiements se font, soit avant livraison, soit après la vente de la livraison, soit en deux mensualités en combinant les deux modalités et cela, sans contrôle, en amont, de la marchandise.

Dans cet environnement, où les relations entre fournisseuses et commerçantes se veut durables, les parties comptent sur leur bonne foi réciproque pour atteindre leurs objectifs. Mais cette stratégie constitue, en quelque sorte, une obligation morale, pour chacune des parties, afin de

¹¹ La plupart ont produit et/ou vendu l'attiéké dans leurs villages avant de continuer l'activité à Lahou 2

¹² Cette distinction entre commerçantes d'attiéké et fournisseuses de la semoule de manioc, matière première en transformation finale avant la préparation de l'attiéké est faite pour faciliter la compréhension du texte

minimiser les risques sur la qualité et s'assurer un travail qui satisfasse l'autre partie. En effet, selon les enquêtes, les incertitudes liées aux paiements, à la qualité et à la durabilité des relations commerciales incitent chacune des parties à l'effort d'honnêteté.

Toutefois, au-delà de la bonne fois, quelques dispositions sont prises en amont et/ou en aval pour assurer un minimum de qualité recherché par les commerçantes.

4.3. Rattraper la qualité de l'attiéké par un apport en semoule de qualité supérieure

Le code de confiance mis en place entre commerçantes et fournisseuses exclut le contrôle de la marchandise avant livraison. Cela est quelques fois au désavantage des commerçantes qui reçoivent de la semoule dont la qualité est en deçà des attentes. Dans ce cas, des stratégies de rattrapage de la qualité sont déployées. La stratégie principalement utilisée par les commerçantes est la conservation d'une partie pour la consommation du ménage et le mélange du reste de la semoule avec une autre semoule de qualité supérieure. De manière générale, elles accompagnent la vente de cet attiéké par des excuses. Ce qui a pour objectifs de faire baisser les éventuelles vellétés liées à la situation.

5. Discussion

L'étude met en relief trois résultats dont le premier explique les doutes sur la qualité de l'« Attiéké de Grand-Lahou » par les dynamiques autour de la production et la commercialisation de l'attiéké à Grand-Lahou. En effet, d'une activité domestique, la fabrication de l'attiéké est devenue une activité marchande et contribue à l'empowerment féminin. Ces dynamiques sont également marquées par une division sociale progressive du travail qui voit l'implication d'acteurs estimés non légitimes, allogènes et allochtones, à différentes étapes du processus de production du manioc, de fabrication et de commercialisation de l'attiéké. Une situation qui provoque une distance sociale et une non maîtrise des productrices avikams de ce processus, dont des pratiques ont également connu des modifications.

Ce résultat rejoint les analyses de G. M. Bouabre (2012) qui abordent ces dynamiques en mettant en avant les différents types d'emplois qui se créent autour de la fabrication et la commercialisation de l'attiéké, dont environ sept (7) emplois primaires et huit (8) emplois secondaires. Par ailleurs, il relève que la pénibilité du travail de l'Attiéké pousse certaine opératrice à enfreindre les lois ou règles de la qualité et de la déontologie du métier. De fait, cette « tricherie » au niveau des étapes de fabrication peut avoir un impact négatif sur la qualité

et la forme des grains de l'attiéké, l'acidité, la couleur, sa texture, son aspect et son parfum (p. 19-20).

Les analyses se rapprochent également de celles de Affessi (2017). L'auteur montre que, du fait de la non maîtrise du circuit de distribution de l'attiéké par les transformatrices, celles-ci rencontrent, entre autres, des difficultés liées à la qualité de l'attiéké livré aux clients, dont certains paniers pourrissent avant livraison.

Le deuxième résultat montre que, les productrices, conscientes de leur faible positionnement dans le processus de commercialisation et de fabrication de l'attiéké, utilisent d'une part, le nom « Attiéké de Grand-Lahou » comme une marque identitaire de qualité. D'autre part, elles convoquent l'ethnie et la culture comme compétences pour revendiquer la légitimité de l'expertise de la production de la qualité et de leur positionnement sur le marché.

Cette reconstruction identitaire autour de l'« Attiéké de Grand-Lahou » est appelée à fonctionner, si l'on se réfère à l'étude de D. Rodet (2013), comme un « Label » imprimant dans la conscience du consommateur, une représentation du produit, en termes de qualité, et une confiance lui assurant son positionnement sur le marché. Elles définissent alors un ensemble de critères qui garantissent cette qualité et la conquête du marché comme l'a souligné Batazzi et A. Parizot (2016). Le positionnement correspondant, selon elles, aux caractéristiques à mettre en avant par rapport à la concurrence, pour rester compétitif sur son marché.

Aussi, la mise en avant de l'ethnie, qui semble être utilisée ici pour se positionner sur le marché et dans la conscience des consommateurs, rejoint quelque peu les analyses de F. Morin (2006). En effet, dans une approche barthienne, l'auteur montrent que l'ethnicité peut servir d'outil politique pour mobiliser des groupes minoritaires qui prennent conscience dans un certain contexte politique national de leur situation de dominés et revendiquent des droits territoriaux, culturels, politiques, ou religieux (p.3). Une stratégie revendicatrice qui ressort également des analyses de B. B. D. N. Adoh et. S. A. Sery Lou (2024). Les auteures montrent que, dans les sous-préfectures de Yorodougou et Santa, les jeunes des communautés impactées par une entreprise minière mobilisent l'autochtonie comme compétence pour légitimer leur demande d'insertion professionnelle dans l'entreprise. Et cela, en mettant en avant différents droits dont un droit lié au foncier et un droit lié au nom de l'entreprise.

Le troisième résultat montre, par ailleurs, que cette légitimité revendiquée constitue pour ces productrices avikams une compétence qui leur donne la capacité d'agir sur la qualité du produit, pour en limiter les incertitudes, en travaillant sur le réseau et la confiance.

L'étude rejoint en ce point les analyses de L. Karpik (1989) sur l'« économie de qualité », qui montre que le réseau et la confiance, permettent de réduire l'incertitude de la qualité. En effet, partant de l'exemple du métier d'avocat, l'auteur soutient que la relation entre l'avocat et son client implique un risque et peut favoriser des abus. Mais, la confiance vient combler l'asymétrie structurelle qui sépare le représentant du représenté. Celle-ci se construisant autant par la compétence, ou l'expertise, de l'avocat que par la mobilisation des savoir-faire informels et personnels, d'un réseau-échange qui fournit des noms et des garants, mobilise la famille, les amis, ses connaissances, des « correspondants », etc.

Conclusion

L'article avait pour objectif de traiter des dynamiques autour de la qualité de l'«Attiéké de Grand-Lahou » et de la construction sociale de sa qualité différentielle chez les productrices et commerçantes avikams d'attiéké de Lahou 2. Il ressort des analyses que l'environnement est marqué par une dynamique marchande qui s'impose de plus en plus, avec une transformation des motivations à la production et à la commercialisation. Cette dynamique a modifié les acteurs impliqués dans le processus de production de l'attiéké, induit une distance sociale des commerçantes au processus de production de l'attiéké et suscité un doute sur la qualité de l'attiéké pour les productrices avikams notamment.

Pour alors positionner leur production comme des produits de qualité différentielle et supérieure, ces femmes exploitent le nom « Atiéké de Grand-Lahou » comme une marque de qualité qu'elles construisent autour d'une certaine légitimité traditionnelle dans la production de l'attiéké de qualité en rapport avec l'ethnie, la culture et l'expertise. Toute chose qui devrait leur permettre de se positionner sur le marché, local notamment, qui subit une forte concurrence.

L'étude interpelle donc sur la standardisation des normes de qualité et la régulation des marchés locaux dans la mesure où la production et la commercialisation de l'attiéké participe de l'autonomisation des productrices et d'une meilleure prise en charge de leurs ménages.

À la fin de cette analyse, il convient de relever que la présente étude peut connaître des biais dans la mesure où le travail d'analyse a puisé principalement sur un corpus d'entretien mené dans le cadre d'une étude antérieure. Cela n'occulte pas cependant que les informations recueillies permettaient une telle analyse. D'autant plus que des sources complémentaires de données ont renforcé les données premières.

Références bibliographiques

ADOH Bissè Blanche Danielle N'guessan et SERY Lou Sromman Annicette, 2024, « Conflits et stratégies d'insertion professionnelle des jeunes des communautés impactées par une entreprise minière dans les sous-préfectures de Yorodougou et Santa », Actes de colloque, *Revue trimestrielle en Sciences Sociales (RSS)*, Pasres Éditions, p.1383-1399

AFFESSI Adon Simon, 2017, « Genre et développement : difficultés des femmes rurales dans la production et la commercialisation de l'attiéké en Côte d'Ivoire », *Alternatives Rurales*, [En ligne] : <https://doi.org/10.60569/5-a1>

BAMBA Ngalaiijo, CONTAMIN Bernard, DIOMANDE Kunvaly et KOULIBAL.Y Mumudou, 1992, « Crise économique et programmes d'ajustement structurel en Côte-d'Ivoire », *Crises et ajustements en Côte d'Ivoire. Les dimensions sociales et culturelles*, Actes de Table Ronde, Abidjan : GIDIS-CI ; ORSTOM, p. 10-23

BATAZZI Claudine, PARIZOT Anne, 2016, « Identités de Marques et marqueurs d'identité. Vers une construction identitaire et sociale des individus par et dans la consommation ? », *Question(s) de management*, n° 14, p.89-101

BOUABRE Gnoka Modete, 2012, « Travail et développement : l'évolution des nouvelles formes de travail et d'emploi en développement dans le secteur de l'Attieké en Côte d'Ivoire », *International Journal of Asian Social Science*, Vol.2, No.2, p..111-123.

EGNANKOU Adolin Paul, 2000, L'attiéké, « Un patrimoine alimentaire en devenir : entre quête identitaire et désir de conquête des marchés internationaux », *Annales de l'Université de Moundou*, Série A-FLASH Vol.7(3), Déc. 2020, <http://aflash-revue-mdou.org/> p- ISSN 2304-1056/e-ISSN 2707-6830, p.382-403.

KARPIK Lucien, 1989, « L'économie de la qualité », *Revue française de sociologie*, 30-2. p. 187-210, [En ligne] https://www.persee.fr/doc/rfsoc_0035-2969__num_30_2_2592

LE FLOCH, Marie-Christine, 2005, « L'idée de qualité différentielle : une notion opératoire dans l'analyse des rapports entre l'individu et un contexte d'action », *Matériaux pour une sociologie de l'individu. Perspectives et débats*, p. 233-254, CARADEC Vincent et MARTUCCELLI Danilo (Dir.), Villeneuve d'Ascq : Presses universitaires du Septentrion, 320 p. [en ligne] <http://books.openedition.org/septentrion/54314>.



MARCHAL Jean-Luc, 2010, « Une qualité en quête de sens. Analyse et questionnement autour d'une expérience dans le domaine médico-social », *La démarche qualité dans le champ médico-social*, p 91 à 109, GALLUT Xavier et QRIBI Abdelhak (Dir.), 176 p.

MORIN Françoise, 2006, « L'Autochtonie, forme d'ethnicité ou exemple d'ethnogenèse ? », *Parcours anthropologiques* [En ligne], 6 |, URL : <http://journals.openedition.org/pa/1903> ; DOI : <https://doi.org/10.4000/pa.1903>

MUSSELIN Christine, PARADEISE Catherine, CALLON Michel, EYMARD-DUVERNAY François, GADREY Jean et KARPIK Lucien, 2002, « La qualité », *Sociologie du travail*, Vol. 44 - n° 2, p. 255-287, [En ligne] <http://journals.openedition.org/sdt/33108>

RODET Diane, 2013, *Une production engagée. Sociologie des labels, chartes et systèmes participatifs de l'économie solidaire*, Conservatoire National des Arts et Métiers (CNAM), Thèse de Sociologie, Français. 2013CNAM0888ff. tel-00953303
YOUAN BI Trazié Bertrand Athanase, 2019, « Préférences des consommateurs et filière de l'attiéké en Côte d'Ivoire : Impacts d'une démarche d'indication géographique (IG) », *Revue internationale des études du développement*, N°239, p. 89-114