



REPRÉSENTATIONS SOCIALES DES SERVICES DE L'INCLUSION FINANCIÈRE CHEZ LES ACTEURS INFORMELS : CAS DES COMMERÇANTES DU VIVRIER DANS LA COMMUNE DE YOPOUGON (CÔTE D'IVOIRE-ABIDJAN)

[Étapes de traitement de l'article]

Date de soumission : 28-06-2025 / Date de retour d'instruction : 05-07-2025 / Date de publication : 15-07-2025

Bi Tra Hubert BIA

Université Félix Houphouët-Boigny, Côte d'Ivoire
Laboratoire d'Études et de Recherches Interdisciplinaires en Sciences Sociales (LERISS)

✉ bitrahubert93@gmail.com

RESUME : Cet article vise à analyser les représentations sociales de l'inclusion financière chez les commerçantes du vivrier dans la commune de Yopougon (marché de Siporex et marché de SICOI). Pour rendre compte de cet état de fait, une enquête mixte (quantitative et qualitative) a été initiée. En ce qui concerne le volet quantitatif, cinq-cents (500) commerçantes ont été interrogées à l'aide d'un questionnaire. Quant au volet qualitatif, nous nous sommes entretenus avec quatre (4) responsables des marchés du vivrier et quatre (4) agents des services financiers. Les résultats obtenus montrent que la majorité des actrices du vivrier qui utilisent les services financiers ont un niveau faible soit 65,3% (c'est-à-dire qui n'ont jamais mis pied à l'école). L'étude montre également que la majorité des commerçantes du vivrier soit 69,3% ont 1 à 5 personnes à charge. Aussi, nombreuse utilise les services de mobile money pour leur consommation. Surtout à cause de sa rapidité et de sa fiabilité. Mais, en ce qui concerne l'utilisation des produits de la banque et de microfinance, le taux reste très faible (4%). En effet, selon ces actrices, ce faible taux est lié au manque de solidarité, d'entraide, de culture de groupe, ici, l'épargnante est seule devant son savoir, il n'y a pas une certaine chaleur humaine et elle se trouve devant un tout glacial. D'où, elles ont une faible conscience sur les services financiers formels.

MOTS CLÉS : inclusion financière, acteurs informels, commerçante du vivrier, Yopougon

SOCIAL REPRESENTATIONS OF FINANCIAL INCLUSION SERVICES AMONG INFORMAL ACTORS: THE CASE OF FOOD TRADERS IN THE COMMUNE OF YOPOUGON (CÔTE D'IVOIRE-ABIDJAN)

ABSTRACT: This article aims to analyze the social representations of financial inclusion among female food traders in the commune of Yopougon (Siporex market and SICOI market). To report on this state of affairs, a mixed survey (quantitative and qualitative) was initiated. Regarding the quantitative component, five hundred (500) female traders were interviewed using a questionnaire. As for the qualitative component, we interviewed four (4) food market managers and four (4) financial services agents. The results obtained show that the majority of female food traders who use financial services have a low level, i.e. 65.3% (i.e., they have never set foot in school). The study also shows that the majority of female food traders, i.e. 69.3%, have 1 to 5 dependents. Also, many use mobile money services for their consumption. Mainly because of its speed and reliability. However, when it comes to the use of banking and microfinance products, the rate remains very low (4%). Indeed, according to these stakeholders, this low rate is linked to the lack of solidarity, mutual aid, and

group culture; here, the saver is alone in front of her knowledge, there is no certain human warmth, and she finds herself facing a cold environment. Hence, they have a low awareness of formal financial services.

KEYWORDS: financial inclusion, informal stakeholders, food trader, Yopougon

I-INTRODUCTION

Dans de nombreux pays africains, notamment ceux qui sont au sud du Sahara, une place de plus en plus importante est faite à l'inclusion financière. En effet, lors du sommet du G-20 tenu à Séoul en 2010, cette vision a été prise en compte dans le Plan d'Action pour l'Inclusion Financière (PAIF) qui y a été adopté. C'est pourquoi dans ces dix dernières années, le taux d'inclusion financière a considérablement augmenté, passant de 23% en 2011 à 43% (Rapport de l'enquête Findex, 2017).

En Côte d'Ivoire, le taux d'inclusion financière se situait déjà à 41% en 2017 (APIF-CI, 2020). Les autorités publiques entendent faire passer ce taux à 60% en 2024 (APIF-CI, 2022). Il convient de relever que cette dynamique de bonification du taux de l'inclusion financière est impulsée et entretenue par le mobile money qui lui-même procède de l'expansion du numérique toujours en vogue.

Le District Autonome d'Abidjan avec ses 6 321 017 habitants (RGPH, 2021) constitue un espace économique d'importance majeure d'autant plus que la ville d'Abidjan qui en constitue le noyau central est le poumon économique de toute la Côte d'Ivoire. La structuration de cet espace économique fait apparaître un secteur informel aussi diversifié que mobilisateur avec des acteurs faiblement inclus dans le système financier classique mais engagés avec enthousiasme dans la consommation des produits et services de l'inclusion financière. Au rang de ces acteurs figurent en bonne place les commerçants et les transporteurs.

En effet, la contribution du secteur de transport au Produit Intérieur Brut (PIB) se situe à 18,1% par an et 72% pour les dépenses ménagères (Ministère des transports, 2021). Quant au secteur du commerce, il soutient l'économie ivoirienne à hauteur de 42% (Banque Mondiale, 2019).

Or, entre temps, dans sa volonté de booster l'inclusion financière de tous, les autorités ivoiriennes ont mis en place un ensemble de mesures institutionnelles articulé autour cinq (05) axes stratégiques consignés dans la Stratégie Nationale d'Inclusion Financière (SNIF). Il s'agit de : l'amélioration de l'accès aux services financiers des populations vulnérables, à faible revenus ou exclus du tissu économique ; la promotion de la finance numérique par la dématérialisation des opérations financières de l'Etat ainsi que par l'optimisation des moyens de paiements numériques pour tous les Ivoiriens ; l'éducation financière et la protection des clients ; la réglementation évolutive, adaptée et la supervision plus efficace ; le cadre fiscal et les politiques favorables à l'inclusion financière.



Dans le cadre de l'appui à l'autonomisation des femmes, des mécanismes sont mis à la disposition des femmes par le Gouvernement, notamment le Projet de Gestion Novatrice du Fonds National Femmes et Développement (PGNFNFD) piloté par le Ministère de la Femme, de la Famille et de l'Enfant en collaboration avec le Ministère de l'Économie et des Finances. Le projet vise spécifiquement à financer les activités génératrices de revenus des femmes par le biais des institutions de microfinance ; permettre l'accès au crédit des femmes ; sensibiliser les femmes à l'épargne dans les services mobiles money afin d'encourager et promouvoir l'entrepreneuriat féminin. En 2021, le PGNFNFD a octroyé des prêts à 1 617 bénéficiaires pour un montant de 530 737 000 FCFA. Le taux de remboursement est estimé à 80,48%.

Nous avons également le Ministère du Commerce, de l'Industrie et de la Promotion des PME qui a initié le projet « carte du commerçant ». Ce projet vise à renforcer les activités des commerçants à travers un meilleur accès aux financements, une protection sociale adaptée, et une facilitation des échanges. Les crédits dénommés « Soutrali », dotés d'une enveloppe globale de 4 milliards de FCFA, ont pour objet de faire bénéficier les commerçants de prêts avec des montants variant de 60 000 FCFA à 2 000 000 FCFA (GOUV.CI, 2019).

Ces explications sont pertinentes puisqu'au cours de l'enquête exploratoire, nous avons constaté que les femmes commerçantes, surtout les actrices du vivrier ont la possibilité de lier leur compte épargne à leur compte réseau mobile money (Orange, Wave, MTN et Moov). Aussi, il y a des cartes « waves » et « oranges » qui sont offertes par les agences (Orange-Côte d'Ivoire et Wave) à ces acteurs économiques, afin de permettre aux clients de bénéficier de certains produits de l'inclusion financière. En effet, ces cartes ont pour vocation de faciliter le paiement et de fidéliser les clients. Ainsi, selon ARTCI (2023), la pénétration de la téléphonie mobile est estimée à 165,1% et celui du mobile money est de 78,1%.

En dépit des offres (services de l'inclusion financière et ses produits) qui ont été faites au regard des commerçantes, nous constatons que les actrices du vivrier utilisent les services de l'inclusion financière et ses produits impulsés par le numérique à d'autres fins utiles.

Sur la base de ces constats et les données issues de l'enquête exploratoire, une série de questions mérite d'être soulevée à savoir :

Comment les acteurs du secteur informel, notamment les commerçantes du vivrier, utilisent-elles les services de l'inclusion et ses produits dans le District Autonome d'Abidjan ?

Quelles sont les représentations sociales que les commerçantes du vivrier ont-elles des services de l'inclusion financière et ses produits dans le District Autonome d'Abidjan ? Quels sont les déterminants sociaux qui orientent leur consommation ou leur refus de consommation dans cet environnement économique ? Quel est la capacité économique et le niveau d'intégration de ces acteurs aux services de l'inclusion financière en Côte d'Ivoire ?

Les réponses à ces interrogations ont permis de dégager un objectif général et trois objectifs spécifiques. Au niveau général, il s'agit d'analyser le comportement des commerçantes du vivrier face à l'utilisation des services financiers numériques dans le District Autonome d'Abidjan.

De manière opérationnelle, il s'agit d'abord, de décrire les représentations sociales que les commerçantes du vivrier se font des services de l'inclusion financière impulsé par le numérique. Ensuite de mesurer la capacité économique et le niveau d'intégration des commerçants du vivrier dans le système financier ivoirien. Enfin, d'identifier les déterminants sociaux qui orientent le choix de ces acteurs dans l'utilisation du service financier dans cet environnement économique.

L'hypothèse qui s'en dégage stipule que l'utilisation des services de l'inclusion financière et ses produits s'expliquent par les représentations sociales que les actrices se font des structures financières.

II- PRÉCAUTIONS MÉTHODOLOGIQUES

2-1- Sites de l'enquête

Dans le cadre de cette étude, l'investigation s'est faite dans le District Autonome d'Abidjan, notamment la commune de Yopougon. Car, elle seule représente 82,7% des activités commerciales, c'est-à-dire 89,9% pour les hommes et 75,3% pour les femmes (INS, 2020).

2-2- Population d'enquête et échantillon de l'étude

La population cible de cette enquête est constituée des commerçantes du vivriers, et les agents des services financiers (microfinances/microcrédits, mobile money, etc.). Nous avons également ciblé les responsables des associations qui sont dans ces différents marchés (marché Siporex et marché de SICOGI). Pour rendre compte de cet état de fait, une enquête mixte (quantitative et qualitative) a été initiée. En ce qui concerne le volet quantitatif, il faut dire qu'il y a un flux au niveau des commerçantes du vivrier. Car, nombreuses d'entre eux vendent sur les étals ou tables de leur proche. Donc, du jour au lendemain, les vendeuses qui exposaient leurs produits vivriers cèdent leur place à d'autres vendeuses. Et, après deux (02) à trois (03) mois, ce dernier revient récupérer sa place.

Cette situation fait qu'on ne maîtrise pas réellement le nombre exact des commerçantes du vivrier dans ces différents marchés de Yopougon. Face à ce manque de précision sur la population-mère ou la population cible, l'on a opté pour la technique de choix raisonné. Cette technique consiste à sélectionner les enquêtés en fonction des caractéristiques typiques de la population-mère (Fortin, 2011). En tenant compte de ces exigences, 500 enquêtées ont été interrogées à l'aide d'un questionnaire.

Pour ce qui est de l'approche qualitative, elle nous a permis de privilégier les opinions de quatre (04) responsables des marchés du vivrier, en particulier deux (02) responsables de marché de Siporex et deux (02) responsables de marché de SICOGI. Et, quatre (04) agents de microfinances/microcrédits qui sont proches des marchés de Siporex et de SICOGI.



2-3- Techniques de recueil et méthodes de traitement des données

2-3-1- Techniques de recueil de données

Trois techniques de recueil de données ont été utilisées dans le cadre de cette étude qui s'est déroulée du 8 janvier au 10 février 2024. Il s'est agi de l'observation directe, de l'entretien directif et l'administration du questionnaire.

D'abord, l'observation directe a permis d'apprécier le comportement des commerçantes face aux services de l'inclusion financière. Dans cette dynamique, notre attention a été spécifiquement portée sur l'utilisation des services de l'inclusion financière et ses produits. Notre curiosité s'est également étendue aux modes d'utilisation des services de microcrédits, de microfinances et de micriassurances, surtout pour observer la place qu'elles accordent aux produits de ces services de l'inclusion financière sur les différents sites d'enquête.

Ensuite l'entretiens directifs, à travers le face-à-face que nécessite cette technique, celle-ci avait pour but ultime de permettre aux sujets interrogés de s'exprimer librement (Campenhoudt & Quivy, 2009 ; Fortin, 2010 ; N'Da, 2015). Ainsi donc, des entretiens approfondis ont été menés avec les responsables des associations des marchés du vivrier. L'essentiel des échanges ont permis à chaque catégorie d'acteurs de spécifier les relations entretenues entre les commerçantes du vivrier et les services de l'inclusion financière, de s'exprimer sur ces rapports.

Enfin, pour ce qui du questionnaire, il a été adressé aux commerçantes du vivrier autour de trois (03) rubriques : caractéristiques sociodémographiques des enquêtées. L'objectif de cette rubrique consiste à recueillir des informations sur la situation matrimoniale, le nombre de personne à charge et le niveau d'instruction.

Pour ce qui est de la représentation sociale que ces femmes se font des services de l'inclusion financière loisir, il a été question de mettre en lumière la qualité de leur représentation sociale liée aux transactions des services mobile money (Oange, MTN, Moov et Wave). Et, de comprendre le choix de leur épargne dans les services formels et informels.

En ce qui concerne, les capacités économiques de ces actrices du vivrier, cette rubrique nous a permis de d'identifier les causes véritables de l'utilisation des services de l'inclusion financière et ses produits à travers les revenus journaliers des enquêtées.

Quant aux déterminants sociaux du refus ou non de ces services de l'inclusion se perçoit à travers l'accès aux services financiers qu'elles ont dans les marchés.

2-3-2-Méthodes de traitement des données

Ayant utilisé l'approche mixte (qualitative et quantitative), le traitement des données qualitatives a nécessité un travail manuel en deux étapes. La première étape a consisté à faire la transcription intégrale des interviews par entretien. La seconde étape a permis de procéder à l'analyse de contenu par thème pour donner un sens. Selon Mucchielli (2014 : 36) « *L'analyse de contenu a pour objectif de découvrir la signification du message contenu dans le document, d'expliquer le ou les sens qui sont contenus et / ou les manières dont ils parviennent à faire effet de sens* ». Pour (Badin, 1991), c'est un ensemble de techniques d'analyse des textes utilisant des procédures systématiques et objectif

de description permettant le traitement méthodique de la signification sous-jacente des entretiens en vue de les classer et d'interpréter. A cet effet, la procédure d'analyse des entretiens dans le cadre de cette étude, a consisté à ressortir le sens caché des interviews. Donc, il s'agit de dégager des unités sémantiques que laisse entrevoir la pluralité de points de vue des différents informateurs clés à travers un nombre réduit de verbatim par thème dans la présentation des résultats. Et ce qui concerne le volet quantitatif, le traitement des données recueillies sont faites à l'aide de logiciel sphinx.

Le logiciel sphinx est un logiciel de traitement de donnée communément utilisé en science sociale qui permet de concevoir un questionnaire, de saisie, mais intègre des techniques multidimensionnelles plus avancé et permet d'analyser tout fichier contenant des nombres et/ou du texte, quel que soit son origine. Il nous a permis dans le cadre de notre étude de présenter les figures sur les profils socio-démographie des enquêtées et d'analyser les données issues du questionnaire.

III-RESULTATS

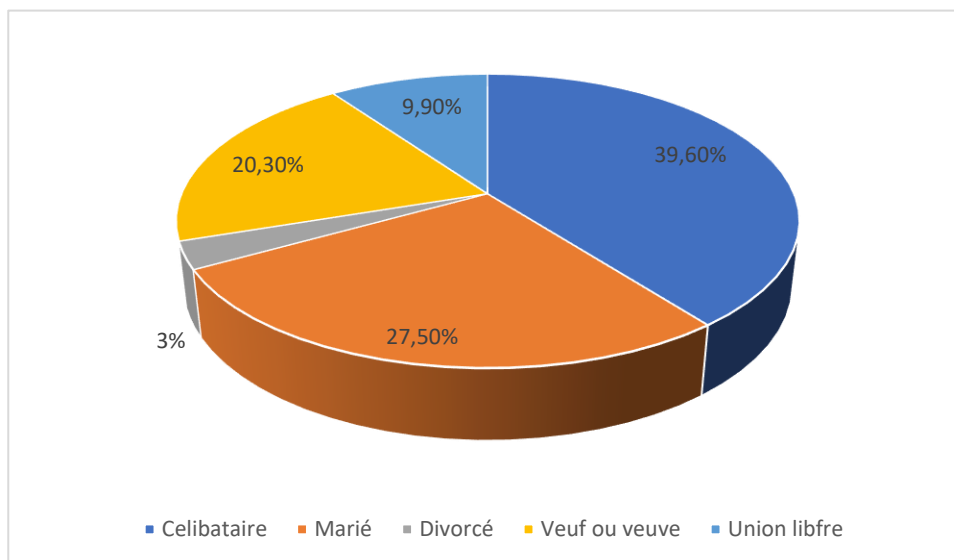
Pour mieux comprendre et expliquer la dynamique de l'inclusion financière chez les commerçantes du vivrier dans le District Autonome d'Abidjan, il est important de dresser le profil des commerçantes du vivrier d'une part. Et, d'autres part, de décrire leurs représentations sociales qu'elles se font des services de l'inclusion financière, de mesurer leur capacité économique et leur niveau d'intégration dans le système financier ivoirien et d'identifier les déterminants sociaux qui orientent leur choix ou le refus à utiliser les services de l'inclusion financière dans cet environnement économique.

3- Profils des commerçantes du vivrier enquêtées

Le profil de cette catégorie enquêtée dans cet article se perçoit à travers trois (03) variables : la situation matrimoniale (3-1), le niveau d'instruction (3-2) et le nombre de personne à charge (3-3).

3-1 Situation matrimoniale des commerçantes du vivrier

Graphiques 1: répartition des enquêtés selon de leur situation matrimoniale



Source : Notre enquête de terrain, janvier 2024



En se basant sur le graphique 3, les commerçantes du vivrier ayant déclaré être mariées au moment de notre enquête, représentent 27,5%. En effet, sociologiquement le mariage constitue un maillon essentiel dans la formation de la famille qui est une institution. Et, il est considéré comme un facteur clé de la perpétuation de la descendance dans toutes les sociétés humaines. Compte tenu de sa diversité socioculturelle qui caractérise les sociétés humaines, le mariage en tant qu'institution sociale qui porte les empreintes de la communauté d'où il émerge se présente sous plusieurs formes. C'est pour cela nous avons le mariage coutumier, religieux, civil et union libre. Cette diversité de régime matrimonial constitue le reflet de l'organisation sociale de la communauté de base.

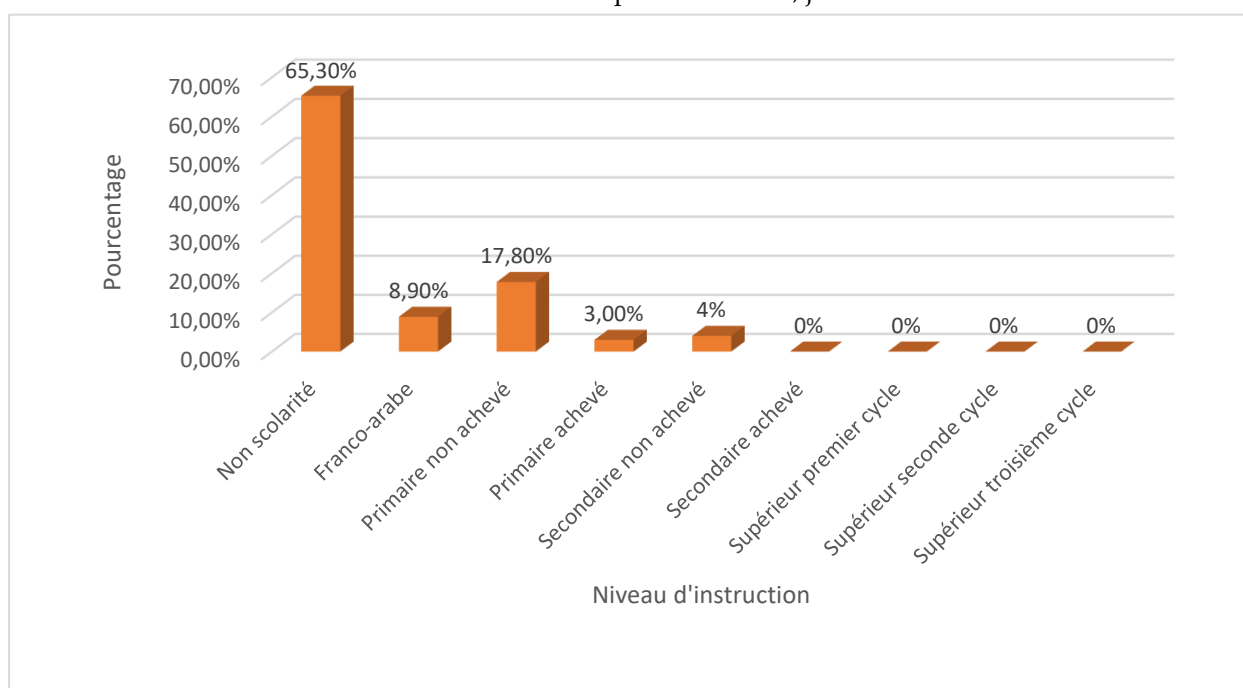
En ce qui concerne cette étude, en parlant des mariées nous faisons référence à ces catégories mentionnées, d'autant plus que les acteurs sociaux qui se définissent ainsi le font en fonction de leurs valeurs socioculturelles de référence. Les commerçantes du vivrier n'ayant jamais contracté de mariage qui vivent seules (c'est-à-dire qu'elles sont célibataires) quant à elles représentent 39,4% de notre échantillon, quant aux veuves et les divorcées, elles représentent respectivement 20,3% et 3%.

Au regard tout ce qui été dit, on retient que la majorité des commerçantes du vivrier vivent en l'union libre contre une infime partie qui ont divorcé. En effet, il n'y a pas de contrôle véritable sur la vie de ces commerçantes du vivrier. Donc, la majorité sont libres de mener leur activité économique. C'est ainsi que d'autres s'intègrent librement dans les services financiers formels ou informels, c'est-à-dire qu'elles utilisent ces services comme elles veulent. Mais, force est de constater qu'il y a certains produits des services financiers qui s'imposent à elles, tels que le paiement de SODECI et CIE dans le District Autonome d'Abidjan. Donc, une fois qu'une personne loue une maison, elle a l'obligation de faire face à ces produits financiers.

3-2 Niveau d'instruction des commerçantes du vivrier

Graphiques 2: répartition des enquêtées selon de leur niveau d'étude

Source : Notre enquête de terrain, janvier 2024

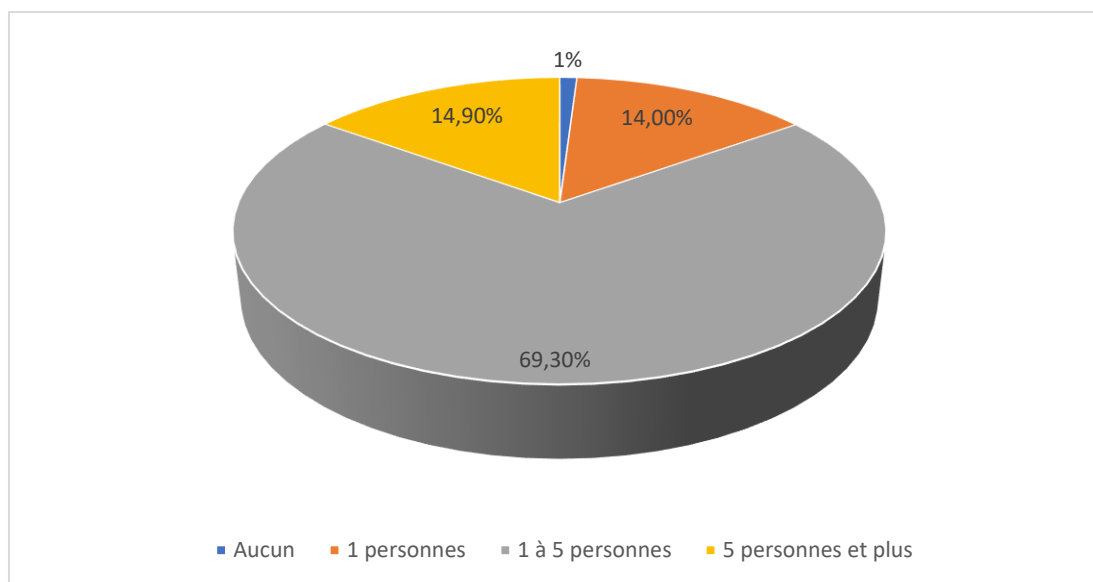


En se fondant sur le graphique 2, on constate que la majorité des femmes commerçantes du vivrier qui utilisent les services financiers ont un niveau faible soit 65,3% (c'est-à-dire qui ne sont pas aller à l'école). Celle qui ont le niveau primaire représentent 17% des cas et celle qui ont le niveau secondaire représentent 4% des enquêtées.

Ces données quantitatives confirment que le secteur du commerce informel en général et le commerce du vivrier en particulier est un secteur dominé par les personnes dont le niveau d'étude est relativement faible. Ce qui explique leur engagement ou leur implication dans le secteur du vivrier. En effet, ces activités leur procure de l'argent afin de survenir à leur besoin économique. Donc, pour ce qui est l'utilisation des services de l'inclusion financière et ses produits, force est de constater que nombreuses ne savent par lire ni écrire. C'est ce qui explique le refus de certaines commerçantes à ne pas utiliser ces services de l'inclusion financière.

3-3 Nombre de personnes à charge

Graphique 3: répartition des enquêtées selon les personnes en charge



Source : Enquête de terrain, décembre 2023

Ce graphique 4, nous montre les personnes à charge des commerçantes du vivrier. Donc, les données du graphique indiquent que la majorité des commerçantes du vivrier soit 69,3% ont 1 à 5 personnes à charge. Dans cette proportion, 14,9% des enquêtés ont entre 5 et plus. Quant à celles qui ont une personne à charge représentent 14%. Et, celle qui n'ont aucune personne à charge représentent 1%. Le fort taux des commerçantes du vivrier ayant des personnes à charge (1 à 5 personnes à charge) s'explique par le fait que contrairement au nombre de progéniture par commerçantes, les personnes en charge peuvent être les cousins, les nerveux, les petits frères etc. Ce qui fait qu'une commerçante qui a 1 à 5 enfants en charge peut se retrouver avec plusieurs personnes sous sa responsabilité. Et, aussi celle qui n'ont pas encore leurs progénitures peuvent vivre avec quelques membres de la famille pour assurer les charges.



Cet état de fait s'explique par le fait qu'en Afrique en particulier en Côte d'Ivoire, on mesure sa capacité économique en fonction de la participation ou l'entraide au sein de sa communauté ou de sa cellule familiale. Et, en Afrique la famille ne se limite pas seulement au niveau nucléaire (familles composées de père, mère et enfant). Elle va au-delà, c'est-à-dire nous assistons à des familles élargies (familles composées de père, mère, enfants, cousins, neveux, nièces etc).

A ce titre voici ce que dit une enquêtée B (commerçante du vivrier au marché de Siporex, âgé de 50 ans) :

« Quand mon mari travaillait, tout allait bien, on se complétait dans les tâches ménagères. Mais, aujourd'hui il est à la retraite. Son argent de pension ne tombe pas parce qu'il travaillait au privé. Aujourd'hui toutes les charges me reviennent, nous avons 4 enfants ensemble et aussi mon mari à son cousin qui vit chez nous. Et moi-même, j'ai deux nièces qui m'aident à vendre au marché. Mon fils, tu vois nonn ! Ce n'est pas facile hein. Le marché n'est plus comme avant, donc je souffre même. A cause de mes charges, moi et mes nièces on se réveille à 4h30minutes pour aller prendre bagage à la gare. Vraiment c'est difficile si tu n'as pas assez de moyen »

Au regard de ces propos, on note que les commerçantes du vivrier n'ont pas à charge leurs seuls enfants. Elles ont d'autres proches qu'elles assurent les charges. Ce système de prise en charge fait que les commerçantes du vivrier sont parfois obligées d'utiliser d'autres services financiers formels ou informel, (tels que l'épargne dans les microfinances, à la Coopec, au service mobile money, dans les tontines, signé les cartes appelées signer-signé, etc...), afin de fluidifier leur activité commerciale et davantage faire face aux charges ménagères.

4- Représentations sociales des services financiers chez les commerçantes du vivrier

Les représentations sociales des services de l'inclusion financière chez les commerçantes du vivrier s'analysent à travers l'utilisation des services mobiles money (4-1) et le choix de leur épargne dans les services formels ou informels (4-2).

4-1 Utilisations des services mobiles money

Au niveau des représentations, on observe que la majorité des enquêtés ont facilement accès ou utilisent les services mobiles money. Par contre, il y a une minorité qui affirment qu'elles n'ont jamais utilisé les services de mobiles money à cause des anarques. En effet, cette forte opinion de taux d'accès ou d'utilisation des services mobiles money s'explique d'une part, par la rapidité des transactions à travers les applications dans les points de ventes. Et, d'autre part, est liée à la mobilité des services mobiles money qui sont au sein des marchés et dans plusieurs carrefours de la commune de Yopougon.

A propos de l'accès ou l'utilisation des services mobiles money, une enquêtée (commerçante du vivrier au marché de Siporex, âgée 50 ans) dit ceci :

« Mon enfant, moi j'ai tous les comptes (orange, mtn, Moov et wave), parce que je vends beaucoup de choses. J'ai divisé mon compte, mon bénéfice de banane, je mets sur mon compte MTN. Pour piment sur

mon compte orange et pour aubergine, je mets wave). Ce qui est bien c'est que à tout moment je peux retirer mon argent, même à 21h. parce que le coin d'oranges money sont très nombreux ici au marché. Il y a certains qui descendent à 19h et il y a d'autres qui descendent 21h. Le travail qu'on fait on a toujours besoin de l'argent parce que on ne sait pas à quel moment les marchandises peuvent venir. Or quand j'ai l'argent sur mon compte à moins de 2 minutes, je retire mon argent sans faire un long rang comme à la banque ou à la COOPEC. En tout cas moi, mobile money m'arrange beaucoup, surtout wave parce que leur application est très rapide ».

A ce propos, nous disons que le service mobile money s'est doté comme un axe intournable à travers ses mesures d'accompagnements car la majorité des commerçantes du vivrier considèrent comme un unique moyen de paiement de transaction les plus rapide. Aujourd'hui dans le District Autonome d'Abidjan, nombreuses femmes qui sont dans la vente du vivrier considèrent ce modèle de service financier (service mobile money) comme une stratégie qui leur permet ou qui est venue pour régler leur problème, c'est-à-dire leur inclusion financière. C'est dans cette logique Jodelet et Moscovici (1984, 1994) affirment dans la théorie des représentations sociales que le comportement des acteurs face aux structures financières apparaît comme un ensemble d'information qu'elles ont eu au préalable, de croyance, d'opinion et d'attitude à propos d'un objet donné (produits des services de l'inclusion financière).

4-2 Choix de l'épargne dans les services financiers formels ou informels chez les commerçantes du vivrier

En nous référant aux données issues du terrain, concernant le choix de l'épargne dans les services financiers informels ou formels chez les actrices du vivrier, on constate que la plupart des enquêtées choisissent d'épargner leur revenu dans les services financiers informels, tels que les services tontiniers, les petites banques appelées signé signé, calebasse etc.). Mais, par contre certaines enquêtées épargnent dans les services de microfinances ou microcrédits et à la banque.

Au regard de ces opinions, on retient que les services financiers les plus utilisés ou les plus choisis par les commerçantes du vivrier sont les services financiers informels (tontines et les petites banques appelées signé-signé). En effet, les actrices du vivrier estiment que les agios (frais d'entretien) qui s'appliquent (chaque un mois) sur les montants des épargnantes n'existent pas comparativement à celui des services de mobile money. Toutefois, l'utilisation non massive des services financiers formels (microfinance, banque, accès crédits etc.) sont moyennant utilisés par ces commerçantes du vivrier, tout simplement parce que ces structures ne sont pas rentables. Et, il y a toujours de pression sur les épargnantes pour rembourser la dette. Or, pour les tontines et les petites banques, il n'y a pas de pression. Les épargnantes sont libres de cotiser ou non, c'est-à-dire le jours qu'elles ont l'argent elles cotisent et le jour qu'elles n'ont pas elles arrêtent de cotiser. Donc, le choix d'épargner dans les structures financières informelles est involontaire chez les actrices du vivrier. Et, aussi cela dépend de la réalité qu'elles embrassent dans l'achat de leurs marchandises, surtout au niveau de la commune de Yopougon.



A ce propos une enquêtée (actrice du vivrier au marché de SICOI âgée de 45 ans) affirme ceci:

« Moi, je suis dans tontine ça fait 20 ans maintenant hein. Là-bas, il n'y a pas de pression, chacun est libre de cotiser. Si tu n'as pas cotisé pour ce mois et que le mois prochain, tu peux cotiser, tu cotises sans problème. C'est dans tontine que j'ai pu avoir ce que j'ai aujourd'hui. Avant je mettais mon argent à la banque populaire. A chaque fois que je vais prendre mon argent, la caissière se plaint. Elle dit que moi je vends tout près là là hein, que, elle ne sait pas pourquoi je viens prendre mon argent tous les jours. Moi, je suis vendeuse, elle ne sait même pas dans quelle condition que je suis. Et, puis elle me dit ça. J'ai toujours besoin d'argent pour payer mes marchandises. Aujourd'hui ce qui m'arrange beaucoup même, c'est tontine et puis signé-signé. Si tu es dedans, tu retires sans problème. Or, quand tu vas déposer ton argent dans les microfinances, avant de prendre une grosse somme, il faut prévenir une semaine avant. Sinon ils ne vont pas te donner, ils vont te dire il faut passer après ».

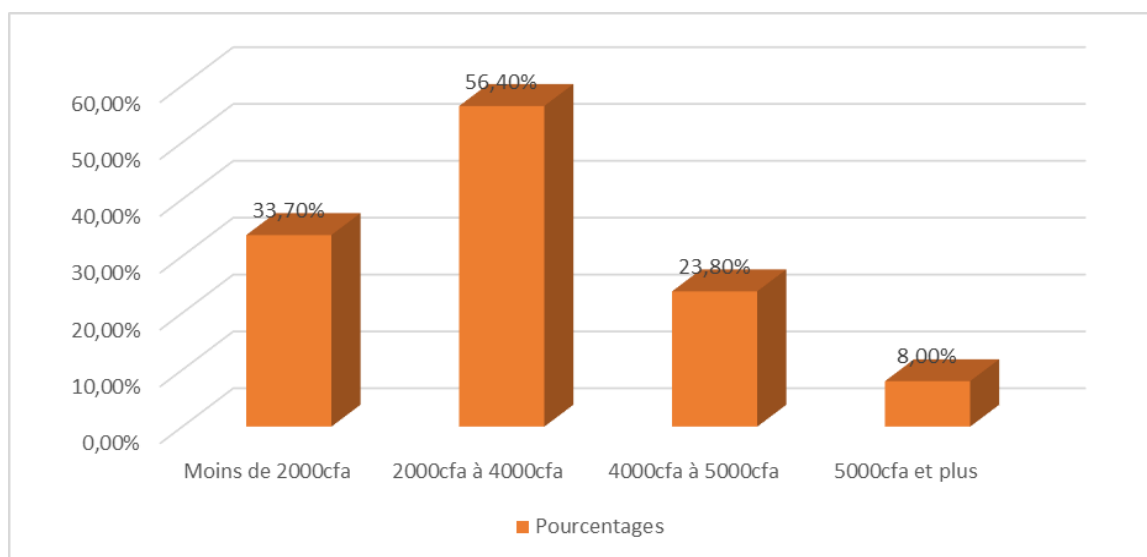
A travers ces propos, on note que la structure tontinière et la petite banque appelée signer-signé sont des moyens de solidarités et d'entraide par lesquels les commerçantes du vivrier font leurs épargnent. En effet, elles permettent de resserrer les liens sociaux par des actions de solidarité, d'assistance mutuelle et d'entraide. Le renforcement de la solidarité se fait aussi grâce aux rencontres quotidiennes sur l'espace marchant et sur les lieux où s'organisent les cérémonies de tontine. Ces pratiques sont issues la plupart des communautés ivoiriennes, notamment les commerçantes du vivrier dans le District Autonome d'Abidjan.

5- Capacité économique et le niveau d'intégration des commerçantes du vivrier dans les services financiers ivoiriens

La capacité économique des actrices du vivrier qui leur permet d'utiliser les services de l'inclusion financière et ses produits dans cet article s'analyse à travers les revenus journaliers (5-1).

5-1 Revenus journaliers comme moyens d'utilisation des services de l'inclusion financière chez les commerçantes du vivrier.

Graphique 4 : répartition des enquêtées selon leurs revenus journaliers



Source : Notre enquête de terrain, Janvier 2024

Au regard de ce graphique 4, on remarque trois (03) grandes tendances au niveau des revenus journaliers qui permettent aux enquêtées d'intégrer ou d'utiliser les services de l'inclusion financière.

D'abord, nous avons les enquêtées interrogées dont les revenus journaliers (l'argent qu'elles gagnent par jour) sont moins de 2000cfa, représentent 33,70%. Ensuite, on constate que la majorité des enquêtées (actrices du vivrier) dont les revenus journaliers varient entre 2000cfa et 4000cfa représentent 56,40%. Enfin, les enquêtées qui affirment qu'elles gagnent 4000cfa à 5000cfa et plus de 5000cfa, représentent 31%.

Au regard de ces données quantitatives, on retient que la majorité des actrices du vivrier dont les revenus journaliers est situé entre 2000cfa à 4000 évacuent leurs produits qu'elles commercialisent à bas prix. En effet, ces produits sont très périssables et le délai est très court, par exemple la date de péremption de la banane due 7 jours. Partant de ce fait, il faut dire que les commerçantes n'ont pas d'autres choix que de vendre ces produits à bas prix. Or, cette manière de vendre ne les arrangent pas car ce n'est pas évident qu'elles gagnent le prix d'achat de leurs produits.

Cette situation limite souvent bons nombres de commerçantes à ne pas utiliser les produits des services de l'inclusion financière (épargne dans les microfinances, souscrire au microcrédit et souscrire au microassurance). Et qu'elles retournent vers les services informels, notamment les tontines, les petites banques appelées signé-signé pour épargner. En outre, ce fond qu'elles épargnent dans les services informels leurs permettent de satisfaire leurs besoins au quotidien. Mais, il faut aussi noter que la majorité des commerçantes qui sont dans la vente des produits du vivrier restent toujours attachées à cette activité, malgré les conditions difficiles qu'elles traversent dans la vente de ces produits. Toutefois, l'utilisation des produits des services financiers reste faible car leur revenu journalier est un facteur déterminant dans le processus de leur inclusion financière.

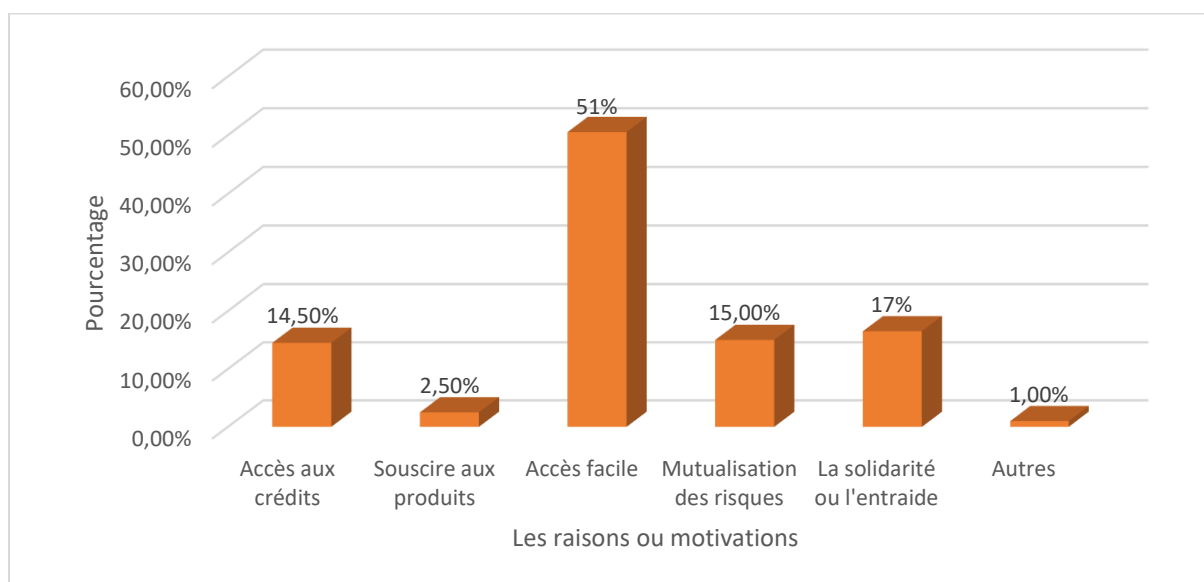


6- Déterminants sociaux qui orientent le choix à utiliser les services de l'inclusion financière chez les commerçants du vivrier

Dans le cas de cet article, les déterminants sociaux se perçoivent ou s'analyse à travers l'accès aux services de l'inclusion financière (5-1).

6-1 Accès aux services de l'inclusion financière et ses produits chez les commerçantes du vivrier

Graphique 6 : Répartition enquêtées selon l'accès aux services de l'inclusion financière



Source : Notre enquête de terrain, janvier 2024

En considérant les raisons qui motivent à utiliser les services de l'inclusion financière chez les commerçantes du vivrier, on remarque qu'il y a cinq (05) raisons principales qui se dégagent.

Selon le graphique 2, c'est 51% des enquêtées qui sont motivées par l'accès facile aux services de l'inclusion financière. En effet, cette opportunité leur permettra d'utiliser les services de l'inclusion financière. Surtout, pour ceux qui ne savent pas lire, ni écrire puissent ouvrir leurs comptes. Afin de dynamiser les services de l'inclusion financière, c'est-à-dire en faisant leurs transactions sans passer par certains acteurs sociaux. Les enquêtées qui sont motivées par l'accès aux crédits représentent 14,5%.

Quant aux commerçantes qui souscrivent aux produits des services de l'inclusion financière, représentent 2,5% des enquêtées qui sont motivées. Et, pour ce qui est la mutualisation des risques et l'entraide ou la solidarité, c'est 32% des enquêtées qui sont motivées.

Au regard de ces données quantitatives, On retient que, la plupart des commerçantes du vivrier sont motivées ou ont la volonté d'investi leurs biens dans les services de l'inclusion financière afin d'avoir gain de cause, c'est-à-dire de réaliser leur projet qui leur tient à cœur. Mais, cette volonté passe d'abord par l'accès faciles aux structures financières formelles (banques, microfinances, microcrédits, etc). Ensuite, par les mutualisations des risques, c'est-à-dire ceux qui aident en cas de risque au niveau des activités économiques ou d'autres biens matériels. Enfin, la solidarité ou l'entraide que

se noue autour de ces structures financières formelles permettant à ces actrices du vivrier d'intégrer facilement et d'utiliser les produits ou les prestations qui sont proposés par les services financiers (formels).

En effet, la majorité des commerçantes estiment qu'au niveau des opérations (transaction, le paiement, transfert d'argent, épargne, etc.) Et, ce qui les motivent plus, c'est de faciliter ou d'alléger les conditions d'accès aux paiements et aux dépôts d'argent dans les différents services financiers. Car, elles utilisent ces (SF) juste pour répondre à un besoin rapide et spécifique.

IV-DISCUSSION DES RESULTATS

7 Représentation sociale chez les commerçantes du vivrier autour des services de l'inclusion financière

Pour notre premier objectif en termes d'analyse sur les représentations sociales que les commerçantes du vivrier se font des services de l'inclusion financière mise en rapport avec leur niveau d'instruction, leur situation matrimoniale. Nous constatons que, la plupart des enquêtés qui ne sont pas alphabétisés, sont consentants sur le fait que leurs consommations et leurs productions en termes d'épargne, de paiement, de retrait (...) se font dans les structures financières formelles via le numérique afin de sécuriser leurs revenus. Mais, à condition que le mécanisme ou le mode opératoire soit en leur faveur. Ainsi, dans le District d'Abidjan, la plupart des acteurs économiques (commerçants, les transporteurs, artisans, agriculteur, menuisiers etc...) utilisent tous les services financiers, même ils arrivent souvent à écouler leurs produits à travers les services numériques. Conscient de ce fait, les commerçantes du vivrier dont les niveaux d'instructions sont faibles se forgent à utiliser ou à s'intégrer dans les services de l'inclusion financière avec un taux 40% dans la commune de Yopougon.

8- Déterminants sociaux comme moyen d'utilisation des services de l'inclusion financière

Pour notre deuxième objectif, l'étude montre que les déterminants sociaux qui orientent la consommation sont des actes économiques. Mais, il est également un acte social,

Partant de ce fait, nos résultats de terrain ont montré que, la plupart des commerçantes du vivrier sont motivées ou ont la volonté d'investir leurs biens dans les services financiers (formels) afin d'avoir gain de cause. Mais, cette volonté est en lien aux mutualisations des risques, à la solidarité et à l'entraide qui se nouent autour des services de l'inclusion financière permettant à ces commerçantes d'intégrer et d'utiliser les produits ou les prestations qui sont proposés par ces services.

De ce fait, ces commerçantes estiment, que ce qui les motivent c'est de faciliter le mode de paiement et de transaction dans les différents services financiers formels.

Nos résultats vont dans le même sens que les travaux de Zins (2017), selon Zins, l'accès au financement est un enjeu majeur pour le développement d'une économie. Il permet aux individus de développer leurs projets et de s'insérer dans la société, aux entreprises d'investir, d'innover d'embaucher, et à l'économie dans son ensemble de



fonctionner. Pour cet auteur les indicateurs de l'inclusion financière en Afrique sont inférieurs à la moyenne mondiale car 35% de la population dispose d'un compte en banque, 15,4% épargne dans une institution financière et 6,7 a un crédit auprès d'un institut financier. En effet, l'auteur affirme dans ces travaux que pour qu'une personne soit incluse financièrement c'est lorsqu'elle a un compte en banque, à la capacité de souscrire une épargne et de contracter un prêt et, la possibilité de recourir à des services bancaires tels que l'obtention d'une carte de crédit ou l'utilisation d'un mobile pour ses paiements. Les services financiers formels doivent être disponibles, accessible et abordables. Elle va plus loin pour dire, l'enjeu de l'inclusion financière à l'échelle microéconomique permet de financer des projets, qu'ils soient personnels ou professionnels. L'individu peut s'investir des projets d'avenir tels que l'éducation ou l'achat de biens immobiliers, ce qui à terme bénéficie à l'ensemble de l'économie.

8- Capacité économique et niveau d'intégration comme catalyseur dans l'utilisation des services de l'inclusion financière chez les commerçantes du vivrier

Les mesures qui permettent d'utiliser les ressources financières (produits de l'inclusion financière) et de faire de libre-échange sans barrière commerciale se perçoivent à travers les revenus journaliers des enquêtés. En effet, dans le cas de notre étude, nos résultats montrent que plus, les revenus journaliers sont moins élevés, on assiste à un faible taux d'intégration des commerçants du vivrier. Mieux, ces actrices ne s'orientent pas vers les établissements de l'inclusion financière pour utiliser ses produits ou ses prestations qu'on leur offre. Mais, elles cherchent plutôt à s'orienter vers les structures informelles (tontines ou signés-signés) pour épargner les ressources qu'elles engrangent à travers le commerce du vivrier.

Mais, une fois qu'elles ont des revenus journaliers élevés. Elles s'orientent vers les structures de l'inclusion financière pour épargner leur revenu. En effet, elles voient la nécessité des produits de l'inclusion financière, c'est-à-dire ça permet de sécuriser les revenus. Aussi, nos résultats montrent que, cette faible utilisation ou intégration aux structures financière sont liées au manque de volonté et d'engagement car, certaines commerçantes refusent catégoriquement d'épargner leur ressource dans les structures financières à cause de manque de confiance.

On a les travaux de Dieng (2006), qui va dans le même sens d'idée que nos résultats de terrain, en effet, son étude montre que la forte sensibilité des ménages aux prix et la chute des prix des biens informels par rapport à ceux des biens formels en période de récession conduit les ménages à déplacer une partie de leur demande vers le secteur informel. Ce déplacement peut trouver des explications à deux niveaux : D'abord à revenu constant, une baisse des prix dans le secteur informel incite les ménages à se tourner vers les produits de ce secteur, ensuite à prix constants, une baisse du revenu réel conduit les ménages à se satisfaire des biens informels de moindre qualité mais moins chère. Le secteur informel agit le plus souvent comme un amortisseur des chocs

sur le marché du travail urbain, au prix d'une régression de ses revenus et donc de la précarisation de ses activités.

Tanoh (2021), abord dans le même sens d'idée, dans son étude il affirme que les dépenses dites primaire telles que l'alimentaire, l'éducation et les dépenses champêtres constituent pour les ménages une priorité économique et les dépenses incompressibles. Généralement, les dépenses d'alimentation chez les ménages cacaoculteurs représentent sensiblement les dépenses les plus importantes en termes de revenu alloué du budget familial. Cette idée ce confirme avec les résultats de notre étude qui montrent que les commerçantes du vivrier allouent la majorité de leurs revenus aux dépenses alimentaire.

CONCLUSION

Au terme de cette étude, nous retenons que les acteurs du secteur informel, notamment les commençantes du vivrier dans le marché de Siporex et de SICOGI, ont tous mobilisé des stratégies pour faire face à l'utilisation des services de l'inclusion financière et ses produits malgré leurs situations d'analphabètes. En effet, cette stratégie leur permet d'accroître substantiellement leurs revenus et s'assurer durablement un pouvoir économique afin de se positionner dans leurs communautés respectives. Par ailleurs, les acquis et les offres que bénéficient ces actrices du vivrier leurs permettent de pérenniser leurs activités (produits vivriers). Cependant, l'étude montre que les actrices du vivrier se sentent plus intégrées ou utilisent plus les services financiers informels (tontines, signé signé, valise etc.) qu'au détriment des services de l'inclusion financière. Car, pour elles, ces services constituent les moyens les plus sûr et les plus rentables.

En outre, les services informels d'épargne sont des principales sources de mobilisation des ressources financière et de puissant moyen de système de sécurité sociale pour ces commerçantes du vivrier. Ils s'adaptent aux besoins de ces épargnantes. Et aussi, ils sont calqués sur les valeurs culturelles et fonctionnent selon les besoins des acteurs, en ce sens que tous les équivalents symboliques se rapportent aux cultures d'origines de ces acteurs, comme les cultures d'entraide, de solidarité, de compassion et de partage. Aussi, l'étude montre que, les produits de l'inclusion financière ont un mode de fonctionnement qui vient d'ailleurs (culture occidentale). Selon ces actrices, cette manière de fonctionner le système financier d'épargnes manque de solidarité, d'entraide, de cultures de groupe, ici, l'épargnante est seule devant son savoir, il n'y a pas une certaine chaleur humaine et on se trouve devant un tout glacial. Pour rendre compte de cette réalité sociologique, nous nous sommes appuyés sur la théorie des représentations sociales de Jodelet et des réseaux sociaux de Mark Granovetter, pour comprendre le comportement des actrices du vivrier face à l'utilisation des services de l'inclusion financière et ses produits.



REFERENCES BIBLIOGRAPHIQUES

ABRIC Jean. Claude (1994). *Pratiques sociales et représentations*, paris, PUF.

ADAMS Smith . (1776). "[Recherches sur la nature et les causes de la richesse des nations](#)". 16mars-Publié en 1776 par l'économiste classique de référence (1723-1790). Consulté le 6janvier 2024 sur [https://www. leconomiste.eu](https://www.leconomiste.eu)

AGBASSOU Tally Désiré Hervé, OUATTARA Dienougou et KOUAO Guy Serge (2023). *Un modèle de crédit scoring pour les activités génératrices de revenus dans les IMP ivoirienne*, in *Revue française d'Economie et de Gestion*, Vol. 4, PP. 198-217. Laboratoire des sciences de l'organisation : Abidjan.

AKA Assale Felix et Mamadou Toure T (2020). *Espaces publics d'Abidjan à l'épreuve dans l'exercice des activitéscommercialesinformelles*. Consultéle22février2024sur<https://doi.org/10.4000/>

ALLOU Tolla Koffi. (2020). « *Secteur informel et marché d'emploi : l'image de l'artisanat minier au nord de la Côte d'Ivoire* ». *Revue canadienne de géographie tropicale/Canadian journal of tropical géographie* [En ligne], vol. (7) 2. En ligne le 25 décembre 2020, pp22-28.URL <http://laurentian.ca/cjtg>

APIF, (2020). *Rapport annuel de l'inclusion financière*. Consulté le 18 décembre 2023 sur <http://apif.finances.gouv.ci>

Banque Mondiale. (2013). *Inclusion financière est un facteur essentiel de réduction de la pauvreté et de promotion de la prospérité*. Articles, Tribunes et Communiqués Web conférences et Webinaires. Universalisation de l'accès aux services financiers à l'horizon 2020, programmes d'évaluation du secteur financier.

BCEAO. (2021). *Rapport annuel sur la situation de l'inclusion financière dans l'UEMOA au cours de l'année 2020*. Consulté le 17 décembre2024 sur <http://apif.finances.gouv.ci>

LASSINE Bamba. (2020). *Rôle de l'association dans la formalisation du secteur informel en Côte d'Ivoire : cas de la filière des tisserands du pagne baoulé*. Cet article est Publié le 04 Mars 2022

NASSA Dabié Désiré Axel. (2012). *Contribution de la téléphonie mobile à la dynamisation du commerce informel dans la commune d'Adjamé à Abidjan en Côte d'Ivoire*. DOI : <https://doi.org/10.3406/bagf.2012.8298> ; https://www.persee.fr/doc/bagf_0004-5322_2012_num_89_4_8298

RABIOU Abdou. (2021). *Inclusion financière, croissance économique et problématique de réduction de la pauvreté au Niger*. [Thèse de doctorat, Université d'Orléans]. Thèse en

sciences Economiques, edshs@univ-orleans.fr <http://www.univ-orleans.fr/fr/UNIV/recherche/temps-forts/soutenances>s-de-thèse

RAKESH Mohan. (2012). *Association d'économie financière* « Revue d'économie financière » 2012/3 N° 107 | pages 241 à 248 ISSN 0987-3368

Rapport (EIGE,2009) . *Les mécanismes institutionnels de promotion de l'égalité des genres*. MH-03-13-475-FR-C ISBN 978-92-9218-346-2 DOI :10.2839/12328 © Institut européen pour l'égalité entre les Hommes et les femmes

SERVET Jean. Michel (2008). *Inclusion financière et responsabilité sociale : Production de plus-values financières et de valeurs sociales en microfinance*. Programme anr sud ird rume 2008-2011 rural microfinance and employment. DO processes matter. Projet revue tiers monde juin 2008 version 2008 04 03

THIONE Dieng.. (2025, 6 février). *L'accès au financement des PME du secteur informel*. Dans wikipedia. <https://www.beep.ird.fr>

ZINS Alexandra (2016). *The determinants of financial inclusion in Africa*. Review of Développement Finance 6, pp.46-57 ou L'inclusion financière en Afrique (note).