

---

Actes de la troisième Conférence internationale sur la Francophonie économique

*VERS UNE ÉCONOMIE RÉSILIENTE, VERTE ET INCLUSIVE*

Université Cheikh Anta Diop de Dakar – Sénégal, 16 – 18 mars 2022

---

**LES CIRCULATIONS DES DIOULAMOUSO (FEMMES D’AFFAIRES DIOULA) EN  
AFRIQUE DE L’OUEST A L’ÉPOQUE CONTEMPORAINE**

**MATHATA MIREILLE PULCHERIE-LAURE OUATTARA**

Docteure en Histoire Economique et Sociale, Histoire du genre, Université Félix Houphouët-  
Boigny d’Abidjan, Stagiaire OFE du programme FORJE 2018-2019  
[mathatamireilleouattara@gmail.com/mathata10@yahoo.fr](mailto:mathatamireilleouattara@gmail.com/mathata10@yahoo.fr)

**RÉSUMÉ** – Le dynamisme économique des femmes africaines et leur contribution conséquente aux revenus du ménage est une réalité ancienne. Elle trouve ses racines dans l’histoire du développement du commerce. Considérée à l’échelle de la riche commerçante, impliquée dans le négoce international ou à celle de la petite revendeuse tenant une modeste échoppe sur le marché local, la dextérité de la *dioulamousso* (femme d’affaire dioula) dans le domaine du commerce en Côte-d’Ivoire a fortement contribué à ériger le travail féminin en valeur sociale reconnue. La mise en place des réseaux de solidarités féminines ont permis aux *dioulamousso* d’asseoir la base de leur commerce à l’échelle local et sous-régional, et de constituer de véritables dynasties marchandes. Les *dioulamousso*, à l’instar des *Nanas Benzs* du Togo, des baronnes de Lagos ou des *driankés* de Dakar, sont devenues incontournables aujourd’hui dans le commerce sous régional. Elles sont considérées comme des actrices dynamiques du commerce sous-régional. Ces dernières ont en effet relativisé le monopole exercé par les hommes sur le commerce précolonial en Afrique de l’ouest grâce à la mise en œuvre d’un mode d’organisation originale basée sur des compétences et des solidarités féminines. Notre étude qui couvre la période post-coloniale a pour objectif de mettre en synergie les différentes temporalités de sorte à mieux appréhender la question de la structuration ou de l’organisation des circulations des *dioulamousso* auxquelles, s’ajoute la dimension géographique. Il propose un nouveau terrain pour approfondir la question de la dynamique des femmes d’affaires dioula dans les réseaux marchands en Afrique de l’ouest et comment celle-ci contribue à les rendre financièrement autonomes.

**Mots clés** : Circulations, *dioulamousso*, femmes d’affaires, Afrique de l’ouest, époque contemporaine

*Les idées et opinions exprimées dans ce texte n'engagent que leur(s) auteur(s) et ne représentent pas nécessairement celles de l'OFE ou de ses partenaires. Aussi, les erreurs et lacunes subsistantes de même que les omissions relèvent de la seule responsabilité de ou des auteurs.*

## **Introduction**

Activité à dominance masculine, le commerce, au sein du réseau marchand dioula, a enregistré la participation notable des femmes depuis l'époque précoloniale. De la saison creuse à la saison active, elles ont occupé une place prépondérante dans le commerce et dans l'approvisionnement des différents marchés précoloniaux et coloniaux en produits marchands. Si l'équilibre économique entre les différentes zones écologiques de l'Afrique de l'Ouest a été maintenu au cours de la période considérée, c'est bien grâce à l'engagement et à l'action conjointe des hommes et des femmes dioula dans le commerce à longue distance (Ouattara, 2010). Au-delà de cet aspect tout aussi important, elles ont aussi largement contribué au rayonnement du réseau marchand dioula et surtout au bon déroulement du commerce à longue distance par l'entretien multiforme des caravanes pendant les voyages vers les marchés de l'espace soudano-sahélien. Malheureusement, la portion congrue réservée aux femmes dans cette animation économique (le commerce à longue distance), est très mal connue ou se trouve reléguée au second plan au profit de celle des hommes. Ces dernières ont en effet relativisé le monopole exercé par les hommes sur le commerce en Afrique de l'ouest grâce à la mise en œuvre d'un mode d'organisation originale basée sur des compétences et des solidarités féminines. Ainsi, non seulement la participation des femmes aux échanges est avérée, et ce, en dépit de provisions légales restrictives, mais leur place dans des réseaux d'interconnaissances et de sociabilités est au cœur de la structuration des échanges. Aussi, l'importance de la confiance dans les échanges implique des circulations articulées autour de la famille ou de cercles de sociabilités faisant jouer des relations de genre. En situation postcoloniale, cette réflexion place les femmes au cœur des circulations, d'un point de vue spatial, mais aussi intersectionnelles, qui posent la question des règles et des normes structurant les interactions sociales. Parce qu'elle engage la mixité dans un monde où les espaces féminins et masculins sont souvent séparés, la mobilité spatiale est l'objet de multiples négociations et génère des formes d'organisation spécifiquement féminines. Notre étude qui couvre la période post-coloniale a pour objectif de mettre en synergie les différentes temporalités de sorte à mieux appréhender la question de la structuration ou de l'organisation des circulations des *dioulamousso* auxquelles en Afrique de l'ouest d'où, la dimension géographique. Il propose un nouveau terrain pour approfondir la question de la dynamique des femmes d'affaires dioula dans les réseaux marchands ouest africains. Notre problématique revient à répondre à la question de recherche suivante : Quelle est l'organisation et la structuration des circulations des *dioulamousso* en Afrique de l'ouest à l'époque contemporaine ? Au plan méthodologique, la méthode de récits de vie nous a permis d'en savoir plus sur les différentes trajectoires et les circulations de ces femmes d'affaires dioula. Les résultats de l'enquête indiquent en substance que les femmes d'affaires dioula, grâce à leur dynamisme, à la dimension, à l'extension géographique et à la diversité de réseaux de relations auxquelles elles ont recours, témoignent de leur pouvoir économique et social. Elles contribuent également au développement économique de la Côte-d'Ivoire à travers leurs activités commerciales. Trois axes permettent de répondre à la question de la structuration et de l'organisation des circulations des *dioulamousso*. Le premier axe concerne l'origine des *dioulamousso* dans une perspective historique. Comment a émergé cette classe de femmes d'affaires dioula en Côte-d'Ivoire ? Le second axe quant à lui mettra en exergue les circulations des *dioulamousso* à travers les réseaux marchands et les circuits commerciaux en Afrique de l'ouest. Quelles sont les stratégies mises en

place par ces femmes d'affaires afin d'accroître leurs activités à l'échelle sous-régionale ? Le troisième axe sera consacré aux conséquences économiques des activités des *dioulamousso* au plan social et économique. Comment sont-elles perçues au sein de leur famille ou de leur communauté ?

## I- Les *dioulamousso* : une classe de femmes d'affaires en Côte-D'Ivoire

### 1- Naissance d'une classe de femmes d'affaires : aperçu historique

Le commerce est certainement l'une des plus vieilles activités connues et pratiquées des populations ouest-africaines. Depuis au moins le Xe siècle, à l'apogée de l'empire de Ghana, cette activité est exercée à grande échelle dans la région. Différents acteurs ont animé ces circuits commerciaux, notamment les dioula. Issus, à l'origine de la société malinké, les dioula se définissent comme les professionnels du commerce (Ouattara, 2010). L'histoire de la diaspora marchande des dioula est avant tout une histoire de connexions. Connexions espace-temps, mais aussi connexions entre différents espaces écologiques sous la férule des commerçants dioula qui à partir de la Boucle du Niger vont essaimer dès le XIe siècle au moins, dans le Golfe de Guinée sous la bannière de l'islam et du commerce. En constituant dans les régions forestières des réseaux drainant l'or, mais aussi la noix de kola dont la consommation se diffuse dans les régions soudaniennes. Dans le cadre de pratiques commerciales de longues distances, de la noix de kola, du sel, des pagnes, de la poudre d'or, des esclaves, de cuivre en barres etc. Les dioula vont ainsi mettre en connexion plusieurs États de l'ouest africain dont le Haut-Sénégal et Niger (actuels Mali et Burkina-Faso), la Guinée Conakry, le Sénégal, la Mauritanie, La Sierra Leone, le Nigeria, la Gold Coast (actuel Ghana) et la Côte d'Ivoire, entre autres. Ce dernier territoire par sa position au carrefour de 3 grandes zones de l'échange marchand va polariser l'attention des dioula au cours de leur dispersion vers le Golfe de Guinée. C'est sur la route Salaga, Bouna, Bondoukou, Kong, Bobo-Dioulasso et Djenné que se fait le plus de commerce, rapporte Binger qui décrit ainsi les grands circuits d'échanges de la kola et du sel, principaux produits de ce commerce intra africain, à partir de la métropole dioula de Kong en Côte-d'Ivoire. Les kolas arrivent frais de Tombouctou et de Kano. Quant au sel, il transit à Bamako venant de Tichitt, de la Sebkha d'Idjil et d'autres mines de sel gemme du nord du Bakhounou. Se vend toujours à Kong du sel marin de Grand-Bassam, de la Côte-d'Or anglaise et du sel de Daboya. Les dioula forment ainsi, un groupe marchand particulièrement dynamique. Les femmes d'affaires dioula ou *dioulamousso* ont également joué un rôle prépondérant dans ces échanges commerciaux. En effet, d'Abidjan (Côte-d'Ivoire), à Bamako (Mali) en passant par Bobo Dioulasso (Burkina-Faso), la présence féminine dans les circuits commerciaux fut non-négligeable. De grandes femmes d'affaires dioula telles que Guimbi Ouattara, Ma-Kadidja peuvent être considérées comme des figures de proue du commerce féminin qui a contribué au rayonnement des activités marchandes ouest africaines durant la période allant du XVIIIe siècle jusqu'à ce jour. Ces dernières ont en effet transmis de génération en génération cette culture du commerce à leurs descendantes qui, à leur tour continuent de perpétuer cette lignée de femmes d'affaires que l'on nomme *dioulamousso*. Occupant une place de choix dans les activités commerciales en Côte-d'Ivoire grâce à leur dynamisme, elles ont en effet réussi à se faire une place au sein des réseaux marchands en Afrique de l'ouest au fil des siècles. Il faut par ailleurs noter que le dérivé du mot dioula peut se définir comme l'exercice de l'activité commerciale. Alors tout dioula fait de la *dioulaya*, c'est-à-dire qu'il exerce le métier de commerçant de façon occasionnelle ou permanente. Ainsi, si l'on s'en tient au fait que le terme dioula provient du mot arabe qui signifie

se promener comme l'indique le dictionnaire *Al qamous al mouhit* de Ataher Ahmad Azami<sup>1</sup>, qui le décompose ainsi : (*jāla* qui signifie se promener, et *jawalanan* ou *joulanan* qui veut dire nous nous promenons), l'on peut déduire comme le souligne l'historien Cissé Chikouna, que c'est par cette expression que les Arabo-Berbères désignèrent leurs partenaires commerciaux du *Bilad al-Sudan* (le pays des noirs) dans le cadre du commerce transsaharien. Ce sont les dioula, les Haoussa et les Diakhanké de la Sénégambie qui ont développé à partir du XVIII<sup>e</sup> siècle les principaux réseaux marchands de l'ouest Africain (Cissé, 2015). Est donc dioula celui dont l'activité commerciale est mobile, qui est constamment en déplacement car parcourant différentes contrées pour écouler sa marchandise. Le terme *dioulamousso*, dans sa définition étymologique, peut être scindé en deux : dioula qui signifie faire du commerce tout en étant mobile et *mouso* qui désigne la femme en malinké. Nous avons donc choisi à dessein ce terme pour nommer toutes les femmes d'affaires dioula. En effet, les dioula, spécialistes et animateurs de la vie économique ont donné naissance à une civilisation de type urbain : le *dioulaya* (l'art de faire le commerce) et à l'émergence de cette classe de femmes d'affaires dioula dont l'activité principale est le commerce. Ces commerçantes sont des figures de proue du commerce féminin urbain en Côte-d'Ivoire. Toujours actrices et souvent leaders des structures associatives et des réseaux commerçants, elles défendent leurs intérêts en utilisant des registres autres que ceux purement économique au cours des stratégies qu'elles mettent en œuvre pour initier, sécuriser ou renforcer leurs activités commerciales. Toutefois, les activités des petites comme des grandes commerçantes renvoient à tout un ensemble de pratiques souvent considérées comme relevant d'une tradition féminine propre à l'Afrique de l'Ouest. Au XVIII<sup>e</sup> siècle déjà, les femmes dominaient dans beaucoup de régions le commerce vivrier local. La plupart des places de marché étaient des espaces essentiellement féminins. Comme le souligne Catherine Coquery Vidrovitch, « *il n'y a pas de continuité évidente entre les anciennes porteuses de noix de cola ou d'huile de palme et les commerçantes du XX<sup>e</sup> siècle, très caractéristiques des villes du Ghana, du Togo, du Bénin aussi du pays yoruba, mais il est probable que la tradition des unes a favorisé l'expansion des autres* » (Coquery-Vidrovicht, 1987). En fait, si « tradition » il y a, elle est soumise à une recomposition permanente, sous l'effet des dynamiques contemporaines affectant les champs économiques, sociaux et politiques, nationaux mais aussi régionaux. Les carrières des *dioulamousso* sont ainsi le produit d'une reformulation constante d'éléments traditionnels pénétrés de références nouvelles. Ces femmes, comme leurs homologues maliennes, togolaises ou béninoises, exercent leurs activités au-delà de leur lieu de résidence principal et sont intégrées à des réseaux commerçants régionaux, qui jouent sur les disparités entre politiques économiques nationales et sur les solidarités entre acteurs des marchés porteurs.

## 2- Les premières femmes d'affaires dyula : esquisse de quelques figures de proue

À l'instar des femmes Gouro et Bété, qui en zone forestière eurent le monopole du commerce précolonial (Zounon, 1976), l'histoire du commerce en Côte-d'Ivoire ne peut s'écrire sans les *dioulamousso* qui contribuent au rayonnement des activités commerciales sur le plan national et sous-régional. Il s'agit dans ce chapitre de revenir sur l'histoire de celles que l'on peut considérer comme les premières femmes d'affaires dioula qui furent très influentes en Côte-d'Ivoire. Le commerce féminin en Afrique de l'ouest, il faut le rappeler, a donné lieu à un courant d'échange actif si l'on en croit les circulations des femmes commerçantes dans cet espace. Comprendre

---

<sup>1</sup> Ataher Ahmad AZAMI, Dictionnaire *Al qamous al mouhit*, Editions 4 Riyad (RAS) 1996/1417 H lettre (j) vol.1, p. 560. Cité par Chikouna CISSE, « jula et julaya en Côte-d'Ivoire (XVIII<sup>e</sup>-XIX<sup>e</sup> siècles) », in *Editions Karthala*, 2015, pp. 102-103.

comment ces femmes ont réussi à se faire une place au sein des réseaux marchands censés être exclusivement réservés aux hommes, c'est recueillir les traces de leur présence et de leurs activités commerciales pour tenter de dessiner à grands traits un portrait de groupe. Il est donc intéressant de revenir sur les traces de ces grandes femmes d'affaires dioula qui ont fait fortune dans le commerce et dont les noms ont laissé une tache indélébile dans l'histoire des circulations marchandes féminines en Afrique de l'ouest. Nous nous sommes intéressés à l'histoire de deux grandes femmes d'affaires dioula, que sont : Guimbi Ouattara et de Ma-Kadidja. Figure emblématique de Bobo-Dioulasso, Ma-Djembé ou Guimbi Ouattara il faut le signifier, fut l'une des rares *dioulamousso* de l'époque précoloniale dont le souvenir reste encore vivace dans les témoignages oraux. Ce qu'il convient de retenir, c'est le parcours de cette femme devenue immensément riche grâce aux activités commerciales qu'elle exerça. Guimbi, fut une femme d'affaires très influente financièrement et socialement car elle a su mettre à profit sa parenté avec les Ouattara pour asseoir les bases de son commerce qui reposait sur un important réseau de femmes d'affaires dioula. Grâce à ses activités commerciales très florissantes, Guimbi, pu acquérir de nombreux esclaves, symbole de richesse et de prestige à cette époque. Ces derniers se chargeaient du transport et de la vente de ses marchandises dans les différents marchés et centres commerciaux ouest africains précoloniaux et coloniaux. Il faut préciser par ailleurs que les itinéraires les plus empruntés par les femmes dioula pour écouler leurs produits à cette époque furent : Logoso-Bouna-Bondoukou-Kong  $\iff$  Logoso-Bouna-Salaga  $\iff$  Kong-Banfora-Bobo-Dioulasso-Djenné. Guimbi, dut user de nombreuses stratégies dans le but de fructifier ses affaires. L'une de ses stratégies fut de gagner la confiance de ses fournisseurs, d'attirer une forte clientèle et des partenaires commerciaux fidèles à chaque maillon de la chaîne de distribution. Les esclaves qui étaient à son service, constituèrent une main d'œuvre nécessaire, notamment dans le transport des marchandises. L'on retient en somme que cette femme d'affaires a su se frayer un chemin au sein des réseaux marchands grâce à son dynamisme et à un puissant réseau de solidarité féminine. Ce passage met en relief la dynamique commerciale des *dioulamousso* et au-delà, leur rôle multidimensionnel et relativement important dans les circuits commerciaux. Kadidja quant à elle, commercialisait le *Kalé* (l'antimoine), du *segué*<sup>2</sup>, le beurre de karité, du sel, la kola, dans la sous-région à savoir : le soudan, Djenné et même en Guinée. Elle fit travailler ses esclaves qui se chargèrent du transport et de la vente de ses marchandises dans toute la boucle du Niger. Elle acquit ainsi une énorme fortune à en croire les enquêtes que nous avons réalisées. Elle doit également le succès de ses affaires à une bonne organisation de son négoce, à des partenaires commerciaux fiables en amont et en aval de la chaîne de distribution. Cet hommage rendu à Guimbi et à Kadidja, exalte la réussite des marchandes dioula qui ont bravé beaucoup de risques pour accéder à des responsabilités monopolisées par les hommes. Bien qu'ayant suivi des trajectoires plus ou moins différentes Guimbi et Kadidja mènent leurs affaires à l'échelle régionale ; elles ont par ailleurs acquis une expérience dans le commerce que le succès économique aurait couronnée plus qu'initiée. Ainsi, ces dernières se sont particulièrement affirmées par le volume de leurs richesses, leur rayonnement social, les responsabilités qu'elles ont assumées, le mythe qu'elles ont fait créditer. Du haut au bas de l'échelle, à l'exception sans doute des niveaux les plus élevés du capitalisme marchand, on peut donc repérer plus ou moins la présence de femmes dioula au cœur des circulations commerciales en Afrique de l'ouest depuis la période précoloniale. Elles vont ainsi

---

2 *Ségué* est le nom malinké de la potasse.

mettre sur pied une dynastie marchande de *dioulamousso* qui va pérenniser ces acquis et investir le marché national et sous régional.

## **II- Les circulations des *dioulamousso* en Afrique de l'Ouest : structure et organisation**

### **1- L'espace marchand des *dioulamousso* en Afrique de l'ouest à l'époque contemporaine**

Les femmes jouent un rôle clé au sein de l'économie alimentaire ouest-africaine. Toutefois, peu d'études décrivent la structure et le fonctionnement de leurs réseaux. L'approche par l'Analyse des réseaux sociaux (SNA) utilisée par le Club du Sahel et de l'Afrique de l'Ouest (CSAO) dans son programme de travail 2017-18, est particulièrement adaptée à la dimension informelle du commerce transfrontalier. Elle permet d'illustrer la répartition des activités et la circulation des biens entre producteurs, négociants, grossistes... ; d'identifier les rôles par genre ; de comprendre la nature des relations entre les actrices du commerce ouest africain (OCDE/CSAO, 2017). Les informations ventilées par pays éclairent la dimension transnationale des activités commerciales des femmes en Afrique de l'ouest, notamment celles des *dioulamousso*. Selon une étude réalisée par le Laboratoire d'Analyse Régionale et d'Expertise Sociale (LARES, 2017), les circulations des femmes commerçantes en Afrique de l'ouest, principalement le trajet Abidjan-Lagos relie cinq principales capitales portuaires (Lagos, Cotonou, Lomé, Accra, Abidjan) très dynamiques aux activités commerciales des femmes, notamment dans l'évacuation de leurs produits. Cet axe de commerce et de transit par excellence joue un rôle important dans le réseau Ouest africain des routes d'échanges commerciaux, surtout pour le trafic local de marchandises. Long de 1022 km, avec environ 525 km qui se trouve au Ghana, l'axe Abidjan-Lagos constitue l'un des principaux axes économiques de l'Afrique de l'Ouest. Il draine plus de 65 % des activités économiques de l'espace CEDEAO (Communauté Economique Des Etats d'Afrique de l'Ouest) et constitue le poumon économique de la sous-région. La politique de la Communauté Economiques des Etats de l'Afrique de l'Ouest (CEDEAO) sur la libre circulation des ressortissants de ses pays membres a fortement contribué à l'augmentation des migrations et des circulations des femmes commerçantes. Il dessert une population résidente de 30 millions de personnes et connaît un trafic de près de 47 millions de personnes en transit par an (LARES, 2017). Le commerce transfrontalier des produits agro-pastoraux joue un rôle important au plan économique et contribue à la sécurité alimentaire de la région ouest africaine en assurant la connexion entre les zones de surplus et celles de déficit alimentaire à travers le marché. Les acteurs qui animent la vie marchande sont majoritairement des femmes, elles représentent approximativement 70 à 90% des personnes impliquées dans le commerce à grande échelle. Une étude a montré qu'à part les produits tels que les pièces détachées, les pneumatiques d'occasion et les voitures, qui sont vendus par des hommes, le commerce en Afrique de l'Ouest est pour une grande part une activité féminine (Morris et Saul, 2000 ; Marphatia et al, 2000). Ces femmes participent à ce type de commerce principalement dans le désir d'une autonomisation financière (LARES, 2010). L'implication des femmes dans le commerce est liée aux régulations de la période coloniale qui a favorisé l'accès des hommes à l'éducation et a restreint les femmes à la distribution informelle de marchandises et services aux hommes migrants (Elbeshbishi, 2011).

## 2- Structure et organisation des circulations des *dioulamousso*

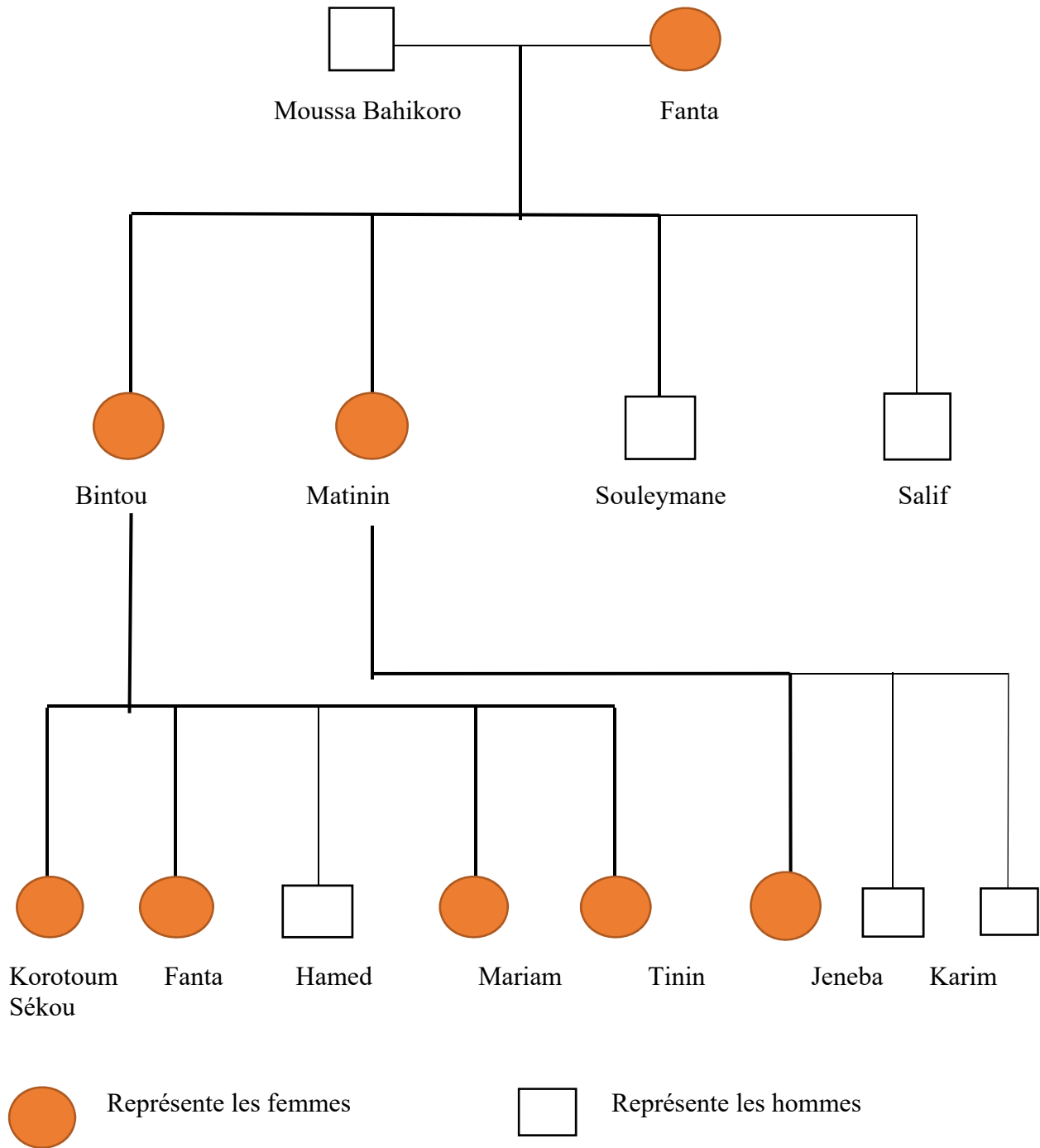
Dans son article intitulé « Grand commerce féminin, hiérarchies et solidarités en Afrique de l'ouest », (Humarau, B. 1998) nous montre le rôle traditionnel, historique des femmes dans le commerce national et régional en Afrique. L'auteur a abordé les aspects sociaux et organisationnels des femmes commerçantes, leur pouvoir à maîtriser et contourner les dispositifs de contrôle de l'état. Il démontre également l'influence que les grandes commerçantes ont dans l'élection de l'élite politique, fondement d'un réseautage social utile à l'exercice du commerce. L'existence des « NANA BENZ » du Togo ou des *dioulamousso* de Côte-d'Ivoire exprime clairement cette réussite commerciale des femmes dans le commerce régionale (LARES, 2010). En Côte-d'Ivoire, les femmes d'affaires dioula doivent leur succès commercial à une bonne organisation et une excellente structuration de leurs activités commerciales à l'échelle locale et sous-régionale, grâce à un puissant réseau de parenté implanté en Afrique de l'ouest, notamment au Mali, Burkina-Faso, au Togo, au Bénin, au Nigeria, .... Cette forme d'organisation ou cette structure permet de garantir une bonne circulation des marchandises en particulier sur de longues distances et d'accroître leur chiffre d'affaires grâce à la solidité des liens familiaux et amicales qui les unissent. Elle permet également à la *dioulamousso* qui réside à Abidjan de mettre à profit son réseau de parenté basé sur un segment de lignage matricentré réunissant des membres de sa famille (mère, sœurs, tantes, cousines, ...) qu'elle initie, contrôle et mobilise dans son entreprise commerciale (voir schéma 1). Nous avons suivi dans le cas de cette étude, la trajectoire de deux commerçantes, les sœurs Bintou et Matinin Traoré qui nous ont donné plus de détails sur ce mode d'organisation particulièrement dynamique favorable aux circulations des femmes commerçantes. Rompues au commerce depuis toutes petites, ces deux sœurs de nationalité ivoirienne, résident dans deux pays différents ; l'une en Côte-d'Ivoire plus précisément à Abidjan et l'autre à Bamako au Mali. Cet éloignement des deux sœurs, sera une occasion pour elles d'intensifier leurs activités commerciales et de diversifier leurs produits marchands en fonction de l'offre et de la demande sur les différents marchés de Bamako et d'Abidjan. Cette structuration sociale du commerce basée sur la parenté offre aux deux sœurs, de réelles perspectives d'association ou d'étroite collaboration. Le choix de ce circuit n'est pas fortuit car il dépend non seulement de la diversité des produits que l'on retrouve sur ces différents marchés. Parenté et alliance représentent alors l'un des socles des relations d'échanges économiques et dynamiques au sein de l'espace marchand féminin (Ouattara, 2018). Dans ce mode organisation, la *dioulamousso* se déplace que rarement, car elle a, à son service une ou plusieurs commerçantes itinérantes qui effectuent la jonction entre elle et la correspondante installée dans les zones stratégiques pourvoyeuses des biens marchands et vice-versa, comme en témoigne l'exemple des sœurs Traoré. Les différents produits échangés entre les deux différents marchés sont pour l'essentiel, les produits du cru, des produits localement transformés et les produits de réexportation (riz et produits carnés), le commerce du poisson, les produits maraichers et le piment, le gingembre et la kola font l'objet d'un commerce (Dali, 2012). Ce mode d'organisation des sœurs Traoré est pour le moins original car il permet la circulation des marchandises de façon aisée. A côté des réseaux de parentés qui facilite les circulations des *dioulamousso*, les associations et les solidarités féminines contribuent largement au développement des activités commerciales des femmes commerçantes en Afrique de l'ouest. En effet, les organisations de femmes commerçantes constituent une ressource utile : elles permettent d'assurer une protection sociale, de constituer des réseaux, de faciliter le crédit, de gérer l'offre, la demande et les prix des produits vendus sur les différents marchés, de mettre en commun des ressources en vue d'un revenu partagé, d'éluider certaines difficultés du négoce interrégional et d'influer sur les politiques.

Tableau 1 : **Produits et circuit de commercialisation des sœurs Traoré**

Circuit de commercialisation des sœurs Traoré	Flux		Les principaux marchés
	Sens affiché	Sens inverse	
Abidjan-Bamako	Manioc et ses dérivés (Attiéké), Huiles de palme, œufs de table, poisson frais, poisson fumé, poisson séché, papaye, banane, mange, Riz (Réexportation), Tête, pattes, langue et queues de bœufs, Aubergines,	Orange, Igname, Gingembre, Ail, piment sec, oignons, Pommes de terre, bazin	Côte-D'Ivoire (Abidjan) le marché d'Adjamé, Mali, le marché de Bamako



**Schéma 1** : Schématisation du segment de lignage matricentré, base de l'organisation commerciale sœur Traoré



(Schéma retraçant la lignée de commerçantes transmise de mère en fille, depuis Fanta la mère jusqu'aux enfants des sœurs Bahikoro).

### III- Résultats

Tirant profit en de multiples occasions de leur avantage en tant que commerçantes, manipulant leur féminité et leurs stigmates, se créant un large éventail relationnel, ces dernières sont parvenues à tirer profit de leur statut avec une marge de manœuvre qui s'est élargie au fil des années. Dans le cas des commerçantes dioula, le commerce va donner lieu à des formes d'autonomisation, de reformulation des statuts et de mobilité sociale, mais celle-ci sera négociée à la fois au sein du foyer et dans les espaces traversés. Aussi, c'est selon la multiplicité de leurs activités et de leurs positions sociales qu'il convient d'envisager les trajectoires, carrières et itinéraires de ces femmes. Elles sont toutes à la fois dioula commerçantes, musulmanes ; et femmes au foyer, veuves ou célibataires ; mères ou filles, épouses. Leurs parcours et leurs modes d'organisation reflètent les évolutions et les blocages socio-économiques, les pratiques culturelles des sociétés qu'elles traversent. Ils reflètent les positions des hommes et des femmes dans la société en même temps qu'ils les transforment. Ils montrent comment les commerçantes dioula, loin d'être comme l'exige la représentation commune, des actrices passives, doivent être vues comme des agents « autonomes et spécifiques » capables de mettre en œuvre des stratégies d'accumulation personnelle (Dzaka-Kikouta, T. Luyindula, G. Makany, D. 2018). Bien que le mariage demeure important dans la société dioula fortement islamisée comme dans la plupart des sociétés africaines d'ailleurs, il n'en demeure pas moins que la *dioulamousso* soit plus orientée vers ses propres activités commerciales, car pour elle, le commerce demeure une tradition, un sacerdoce. Elle grandit dans un environnement propice aux activités commerciales. Dans l'entourage de la *dioulamousso*, elle côtoie quotidiennement de nombreuses femmes ambitieuses, car la réputation de la *dyulamousso* dépend en grande partie des biens qu'elle a acquis ou hérités d'un membre de sa famille qui généralement se trouve être sa mère. Ainsi, pour la plupart des *dyulamousso*, la perspective de subvenir à leur propre entretien au moyen d'activités commerciales qu'elles apprennent par leurs mères, tantes, sœurs et non pas au moyen d'autres activités économiques, est tout naturel. Pour ces femmes, le commerce n'entraîne guère de rupture dans la vie familiale et conjugale dans la mesure où une grande partie des investissements et des décisions liées à la mobilité de la *dioulamousso* font l'objet d'une négociation au sein du foyer. Cependant, l'activité commerciale constitue une forme d'autonomie financière et d'affirmation de soi pour la *dioulamousso*, elle lui permet de s'extraire socialement et spatialement du foyer. Elle lui permet également de se tracer une trajectoire qui n'est pas définie uniquement par la famille et le mari, pour se négocier une nouvelle importance dans la société de départ, notamment un pouvoir de décision financier. Bien qu'elles puissent devant les difficultés liées à leur statut de femme, témoigner d'une certaine lassitude et d'une grande fatigue dues à leur mobilité constante, les femmes commerçantes expriment clairement un goût du commerce à grande échelle, qui témoigne de la sensation d'autonomie que leur procure leur activité. De ces quelques fils tirés à grands traits de l'écheveau des motivations sociales de ces femmes commerçantes, on peut comprendre que différents « registres des nécessités », imbriqués, coexistent sans nécessairement entrer en contradiction. L'affirmation de Mark Granovetter selon laquelle « *les individus ont non seulement des objectifs économiques, mais recherchent également la sociabilité, la reconnaissance d'autrui, le statut et le pouvoir* » dans leurs actions économiques prend ici tout son sens car au-delà d'une simple nécessité économique, d'autres objectifs apparaissent dans les motivations de ces femmes : la circulation permet de confronter des conjonctures difficiles et de mettre en œuvre des stratégies de mobilité sociale à plus ou moins long terme, pour elles-mêmes et pour leurs proches. Elle s'inscrit dans le cadre d'une économie domestique : la famille et le foyer sont d'importants domaines d'investissement. L'on estime à environ 14 664 000 femmes, l'effectif cumulatif annuel des femmes commerçantes sur

l'axe Abidjan-Lagos (LARES, 2017). On note également que La différenciation dans des spéculations selon le genre varie d'un pays à un autre. Les femmes sont souvent spécialisées dans les cultures vivrières, laissant les produits d'exportation (cacao, coton, café...) aux hommes, mais des cultures comme le karité restent aux mains des femmes. Dans une étude, on a pu constater que le commerce de détail des légumes et des fruits était du ressort des femmes, tandis que l'importation et la commercialisation en gros de ces produits étaient du ressort des hommes. Les femmes qui en faisaient le commerce transfrontalier ne les vendent qu'en petites quantités. L'incidence économique des circulations et activités commerciales menées par les femmes sur les ménages et l'ensemble de la région ouest africaine : les chiffres d'affaires et les marges bénéficiaires issues des comptes d'exploitation montrent que les femmes d'affaires dioula brassent d'énormes flux financiers, ce qui traduit leur participation active dans la dynamique économique nationale et régionale (Morris et Saul, 2000 ; Darkwah, 2002).

## **Conclusion**

L'analyse des circulations et des trajectoires commerciales des femmes d'affaires dioula fait ressortir deux principaux types de circuits de commercialisation que sont les circuits courts et les circuits longs. Si les circuits longs font intervenir à la fois, une distance relativement longue et au moins deux intermédiaires entre le producteur et le consommateur, ceux dits courts ne font pas intervenir plus d'un intermédiaire entre le producteur et le consommateur. Les circuits courts sont observés pour tous les produits à l'état brut ou après transformation et s'établissent le plus souvent entre deux pays voisins. Les produits partent des bassins de production, marchés de regroupement pour alimenter les marchés urbains environnants. Dans une étude publiée en 2014 sur les femmes dans le commerce, la Banque Mondiale estime que la contribution des femmes au commerce est en effet bien inférieure à ce qu'elle pourrait être en raison d'un certain nombre de barrières non tarifaires qui pèsent tout particulièrement sur leurs activités et leurs entreprises. Au nombre de ses contraintes, nous avons, le faible accès au crédit bancaire notamment, et l'illettrisme qui engendre une méconnaissance des règles commerciales en vigueur. Ces barrières poussent souvent les commerçantes et les productrices vers l'économie parallèle, où le manque d'accès aux financements, à l'information et aux autres réseaux d'acteurs compromet leur capacité à développer leurs activités. Les femmes par les échanges commerciaux, contribuent dans un premier temps à garantir la sécurité alimentaire à travers l'échange en gros de céréales et participent dans un second temps à créer des emplois aux femmes des zones frontalières. Ce travail révèle également que le potentiel de croissance des économies nationales et régionales s'explique par la contribution substantielle des femmes exerçant dans l'économie informelle aux échelons domestiques ou ménagers, nationaux ou régionaux grâce à la solidité des réseaux de solidarités féminines qu'elles ont mis en place pour faciliter la circulation de leurs marchandises. Les commerçantes ne sont pas un groupe homogène. Il y a parmi elles un grand groupe de femmes qui pratiquent le petit commerce, avec très peu de fonds de roulement et d'équipement, et des compétences rudimentaires en lecture et en calcul, mais aussi un groupe beaucoup plus restreint qui pratique le commerce régional et international avec un capital substantiel, pouvant dépasser 100 000 dollars, et toute une gamme d'autres commerçantes qui se situent entre ces deux extrêmes. Selon la manière dont il est organisé, le commerce transfrontalier des femmes d'affaires dioula apporte une contribution substantielle aux revenus et aux ressources des ménages, et concourt à l'autonomisation des femmes en leur donnant plus d'indépendance financière et de contrôle de leurs propres ressources.

## Bibliographie

BUNAP, 2017. Rapport sur l'entrepreneuriat des femmes en Côte-d'Ivoire, 98 p.

CEA, 2017. Rapport sur l'autonomisation économique des femmes : renforcer l'entrepreneuriat féminin en Afrique, 107 p.

CEDEAO-UEMOA (2006). « Regional Integration for Growth and Poverty Reduction in West Africa: Strategies and Plan of Action ». Document de stratégie régional établi par la Commission de l'UEMOA et le Secrétariat exécutif de la CEDEAO. Abuja et Ouagadougou, décembre 2006.

CIRES, 2000. Etude du Centre Ivoirien de Recherches Economique et Sociales sur l'entrepreneuriat féminin et l'autonomisation des femmes en Côte-d'Ivoire, 36 p.

Cissé C. ,2015 « jula et julaya en Côte-d'Ivoire (XVIIIe-XIXe siècles) », in Editions Karthala, 2015, pp. 102-103.

Coquery-Vidrovicht C., L'histoire des femmes en Afrique. Enseignement de recherche 1985-1986, Paris, L'Harmattan, 1987, 164 p

Dali, C. 2012. L'émergence de l'entrepreneuriat féminin dans le processus de développement local en milieu rural : le cas de la sous-préfecture de GADOUAN en Côte d'Ivoire, Université de Québec (Rimouski), Développement régional, 479 p.

Dzaka-Kikouta, T. Luyindula, G. Makany, D. 2018. « Capital social et gestion du risque dans les réseaux de l'entrepreneuriat immigré en Afrique centrale : le cas des Maliens au Congo-Brazzaville », Revue Organisation et Territoires, 27(2) : 75-89.

Eijdenberg, E.L et Masurel, E. 2013. « Entrepreneurial motivation in a least developed country : Push factors and pull factors among MSEs in Uganda » in Journal of Enterprising Culture, 21 (1) : 1-25.

Elbeshbishi, A. N. (2011). Gender and Intra-African trade: the case of West Africa. This paper was prepared by Amal Nagah Elbeshbishi for the African Trade forum 2011, Addis-Ababa, Ethiopia, 22-24, 78 November. Available at: <http://www.sexrightsafrika.net/wp-content/uploads/2016/11/Cross-Border-Trade-in-West-Africa.pdf> . Assessed 24/01/2017

Humarau, B. 1997. « Grand commerce féminin, hiérarchies et solidarités en Afrique de l'Ouest », Politique africaine, n0 67, 18 p.

Morris, G. A. and M. Saul. 2000. "Women's business links: A preliminary assessment of women cross-border traders in West Africa." final report submitted to the West Africa regional programme, 79, Development Alternatives, Inc. WIDTECH, August. Available at: [http://pdf.usaid.gov/pdf\\_docs/pnack471.pdf](http://pdf.usaid.gov/pdf_docs/pnack471.pdf). Assessed 24/01/2017

OCDE, 1999. Le financement des PME dirigées par des femmes : questions et tendances, Direction de la Science, de la Technologie et de l'Industrie, Comité de l'Industrie, 42 p.

Ouattara O., 2010, Le commerce de la Kola dans les territoires de l'AOF : 18, p. 1881-1960, Thèse de Doctorat unique en cotutelle, Université Cheick Anta Diop de Dakar, Faculté des Lettres et Sciences Humaines, 466 p.