



L'AUTONOMISATION ÉCONOMIQUE ET SOCIALE DES FEMMES

UNE VOIE SÛRE POUR FAVORISER UN TANT SOIT PEU L'ÉGALITE DE GENRE
AMÉNAGEMENT INCLUSIF DU SOUK « SIDI CHATTI »
À LA MÉDINA DE MSAKEN



Contents

INTRODUCTION	6
RÉSUMÉ ANALYTIQUE	7
Contexte et Objectifs de l'étude quantitative	7
Principales Constatations	9
Recommandations	14
I. Présentation de l'étude	18
1. Contexte et justification	19
2. Objectifs de l'enquête	21
3. Méthodologie adoptée.	22
II. Analyse des données	29
1. Présentation des résultats de l'enquête qualitative	30
1.1 Msaken : histoire d'une ville marquée par la migration	30
1.2 Sidi Chatti : morphologie sociale d'un Souk.	30
1.3 Souk des femmes : une extension pour répondre à une nouvelle dynamique économique31	31
1.3.1 Les femmes commerçantes dans le secteur informel : ramener le monde à M'saken 31	31
1.3.2 Femmes commerçantes de M'saken : des femmes de réseaux pour accroître leur commerce..... 32	32
1.3.3 Les femmes commerçantes à M'saken : femmes branchées pour assurer leur commerce..... 32	32
1.3.4 Un commerce pour consolider les liens sociaux..... 33	33
1.4 Les femmes de M'saken : vers une autonomisation économique..... 33	33
1.4.1 Emancipation et autonomie économique..... 34	34
1.4.2 Pouvoir de décision : la femme commerçante a son mot à dire 34	34
1.4.3 Une autonomisation économique flexible et résiliente..... 35	35
1.4.4 Une autonomie économique soutenue par un réseau de soutien Haut du formulaire 35	35
1.4.5 Les femmes commerçantes de M'saken : agents de changement local dans un contexte globalisé 36	36
1.4.6 Des entreprises de petite taille : le commerce du risque 36	36
1.5 Les femmes commerçantes à M'saken : Plus d'autonomie moins de violence37	37
1.5.1 Indépendance financière..... 37	37
1.5.2 Renforcement de la confiance en soi..... 38	38
1.5.3 Changement des normes sociales 38	38
1.5.4 Réduction de la vulnérabilité économique 39	39
1.6 Défis et opportunités39	39
2. Présentation des résultats de l'enquête quantitative40	40
2.1 Trajectoires professionnelles et situations personnelles40	40
2.1.1 Trajectoires professionnelles 40	40
2.1.2 Situations personnelles..... 44	44
2.1.2.1 Âge et situation matrimoniale 44	44
2.1.2.3 Composition du foyer..... 46	46

2.1.2.2. Niveau de scolarisation	46
2.2 Autonomisation des femmes commerçantes	48
2.2.1. L'entrepreneuriat : levier pour l'autonomisation financière.....	48
2.2.2. Perceptions de l'autonomisation des femmes	49
2.2.3. Équilibre vie prof-vie perso : levier d'autonomisation des femmes.....	51
2.2.4. Aspirations professionnelles des commerçantes.....	51
2.2.5. Défis et obstacles : quelle résilience pour l'espace urbain marchand ?.....	52
2.3 Environnement et interactions dans le Souk.....	54
2.3.1. Le Souk comme espace de vie	54
2.3.2. Solidarité et entraide entre les commerçantes.....	57
2.3.3. Éléments perçus comme manquants dans le Souk	58
2.3.4. Souhaits d'amélioration des conditions de travail au Souk.....	59
2.3.5. Satisfaction des commerçantes du cadre de vie au Souk	59
2.3.6. Suggestions d'actions pour l'amélioration de la qualité de vie au Souk.....	62
2.3.7. Les modes de déplacement.....	64
2.4 Égalité du genre et inclusion sociale	64
2.4.1. Rôles du Souk dans l'inclusion sociale des commerçantes	65
2.4.2. Obstacles perçus à l'égalité du genre et l'inclusion sociale.....	67
2.4.3. Abus, violation des droits humains et VBG	69
2.4.4. Actions pour lutter contre les abus, la violation des droits humains et VBG	71
2.5 Travail-Emploi-Revenu	72
2.5.1. Critères d'informalité et raisons d'installation dans l'informel.....	72
2.5.2. Niveau de rémunération de l'activité commerciale informelle.....	73
2.5.3. Précarité des commerçantes du Souk.....	75
2.5.4. Perceptions vis-à-vis des structures officielles	76
2.6 Questions générales	77
2.6.1. Degré de confiance dans les institutions locales	77
2.6.2. Participation citoyenne, politique et civique	77

Liste des Figures

1. Localisation de Souk Sidi Chatti	20
2. Atelier d'engagement des parties prenante	22
3. Les étapes du déroulement de l'enquête quantitative	26
4. Les motivations d'installation au Souk Sidi Chatti	43
5. Les raisons d'installation au Souk Sidi Chatti	43
6. Répartition des commerçantes par tranches d'âge	45
7. Répartition des commerçantes par situation matrimoniale	46
8. Répartition des commerçantes par niveau d'instruction	47
9. Perception des commerçantes de l'autonomisation des femmes	49
10. Perception des commerçantes de l'autonomisation des femmes	50
11. Perception des commerçantes de l'équilibre Travail-Vie familiale	51
12. : Le sentiment d'avoir concrétisé les aspirations professionnelles	52
13. Les défis/obstacles à l'avenir pour l'activité commerciale des enquêtées	53
14. Le sentiment d'avoir concrétisé les aspirations professionnelles.	55
15. Perceptions des commerçantes à l'égard de la relation avec elles-mêmes.	56
16. Perceptions de la solidarité entre les commerçantes	57
17. Les éléments manquants et perçus indispensables à l'animation du Souk	58
18. Niveaux de satisfaction des commerçantes du cadre de vie au Souk	61
19. Propositions d'actions pour améliorer la qualité de vie au Souk	63
20. Rôles joués par le Souk dans l'inclusion sociale des commerçantes.	66
21. Rôles joués par le Souk dans l'inclusion sociale des commerçantes.	68
22. Violence contre les commerçantes au Souk.	70
23. Mesures et actions pour lutter contre les abus, violation des DH et VBG	71
24. Revenu mensuel moyen des commerçantes du Souk pour l'année 2023	74
25. Perceptions sur les ressources financières des ménages	75
26. Connaissance d'organismes étatiques ou privés	76



Liste des Tableaux

1. Tableau croisé des deux aspects âge et situation matrimoniale 45
2. Tableau croisé des deux aspects âge et niveau d’instruction 47
3. Liste des souhaits d’amélioration sur le Souk exprimés par les enquêtées 59



INTRODUCTION

Malgré les initiatives déployées par l'État et les autorités locales au fil des années, les femmes urbaines continuent de faire face à des obstacles et des entraves qui limitent leur possibilité d'émancipation sociale, économique et culturelle, ainsi que leur intégration dans leurs territoires de vie. Il s'est avéré que plusieurs villes demeurent, plus que d'autres dans le pays, des foyers de problèmes complexes, créant des défis importants tels que la pauvreté urbaine, le chômage, la précarité des conditions de vie, la vulnérabilité, l'exclusion de larges segments de la population, les disparités de genre, et la participation des femmes dans la sphère urbaine.

C'est dans ce contexte spécifique que Femmedina, le programme de Ville Inclusive à Msaken, a été mis en œuvre par Cities Alliance, hébergée par UNOPS en Tunisie, en collaboration avec la municipalité de Msaken et financée par la Direction du Développement et de la Coopération Suisse (DDC).

L'objectif de ce programme est d'aménager des espaces publics plus sûrs, adaptés aux besoins des femmes, afin de renforcer leur participation économique, politique, sociale et culturelle. Le projet se concentre principalement sur le Souk Sidi Chatti de la ville de Msaken.

En plus de réhabiliter les espaces urbains et d'améliorer leur sensibilité au genre, le projet cherche également à institutionnaliser un processus participatif et sensible au genre dans l'élaboration et la planification des politiques urbaines.

En mettant l'accent sur la participation citoyenne, les interventions spatiales concrètes et le renforcement des capacités, le projet a été nommé Femmedina, en combinant les termes "femmes" et "médina" (ville historique), soulignant le rôle crucial des villes dans la promotion de l'égalité des sexes et l'autonomisation des femmes et des filles.

Les espaces publics peuvent jouer un rôle important dans le rassemblement des communautés et la facilitation de l'expression et de la

diversité culturelles, d'où l'importance d'examiner comment ces espaces peuvent favoriser les relations entre les femmes et la ville.

Femmedina s'efforce de promouvoir l'égalité des sexes dans la prise de décision et de créer des communautés urbaines où les femmes ont une voix active, affirmant ainsi leur rôle clé dans le développement local. En outre, le projet s'inscrit dans le cadre plus vaste des initiatives de Cities Alliance en Tunisie, visant à renforcer le rôle des villes dans le développement durable, la réduction de la pauvreté et l'autonomisation des femmes.

Dans le cadre de la première composante du projet, ce rapport présente les conclusions d'une étude participative portant sur l'engagement social, culturel, économique, politique et institutionnel des femmes commerçantes du Souk Sidi Chatti à M'Saken.

Il propose également des recommandations dans les domaines identitaire, historique, spatial, socioéconomique, sécuritaire et civique, visant à renforcer la participation des femmes.

RÉSUMÉ ANALYTIQUE

Le présent résumé analytique comprend les trois éléments clés suivants.

- Le premier élément clé est consacré au contexte des études qualitative et quantitative ainsi que leurs finalités.
- Le deuxième élément clé est composé d'un résumé mettant en évidence les points les plus importants et les principales conclusions du rapport.
- Le troisième élément clé vise une présentation claire et concise des recommandations du rapport de l'étude. Cette partie inclut un ensemble d'actions et de mesures suggérées qui devraient être prises à la suite de ce rapport pour la bonne exécution du projet Femmedina et sa synergie avec d'autres projets de développement urbain durable à l'échelle de la commune de M'Saken.

Contexte et Objectifs de l'étude quantitative

• Étude qualitative

L'enquête qualitative par entretiens individuels et par focus-groups, lorsqu'elle est appliquée avec une approche genre, revêt une importance cruciale dans la compréhension et la promotion de l'inclusion économique des femmes en Tunisie et à M'saken en particulier.

L'approche qualitative permet de recueillir des données approfondies et contextuelles sur les expériences, les besoins et les défis spécifiques rencontrés par les acteurs concernés à savoir les femmes dans notre contexte et les représentants de la société civile (Scout) et le responsable de mausolée « Sidi Chatti » en fonction de leur statut dans le domaine économique et social.

En adoptant une perspective genre, l'enquête qualitative peut mettre en lumière les inégalités structurelles et les discriminations systémiques auxquelles font face les femmes, ainsi que les hommes, sur le marché du travail, dans l'accès aux ressources financières et dans la

participation aux activités économiques.

Elle permet également de donner la parole aux femmes et aux hommes de manière équitable, favorisant ainsi une meilleure compréhension des dynamiques de genre et des stratégies d'adaptation mises en œuvre par les acteurs pour surmonter les obstacles économiques.

En intégrant ces perspectives dans les politiques et les programmes d'inclusion économique, basés sur les résultats de l'enquête qualitative par, il est possible de concevoir des interventions plus ciblées et efficaces visant à promouvoir l'égalité des genres et à créer des opportunités économiques inclusives pour tous.

Toutefois, notre étude s'inscrit entre autres dans la thématique de « L'Économie Informelle » en rapport avec les Femmes Commerçantes à M'saken. Dans le contexte de M'saken, l'économie informelle avec ses « règles du jeu » joue un rôle crucial, fournissant souvent un moyen de subsistance pour de nombreuses familles et contribuant à la vitalité des marchés locaux. Cependant, cette participation à l'économie informelle peut également exposer les femmes commerçantes à des défis importants. Elles peuvent faire face à des conditions de travail précaires, à des revenus irréguliers et à une insécurité économique accrue en raison du manque de réglementation et de protection sociale dans le secteur informel.

De plus, elles peuvent être confrontées à des obstacles supplémentaires en raison de leur genre, tels que la discrimination sur le marché du travail ou les normes sociales restrictives.

Au niveau local, les interactions entre l'économie informelle et les femmes commerçantes ont un impact significatif sur la dynamique économique et sociale de M'saken. Elles contribuent à la création d'emplois, au dynamisme des marchés locaux et à la fourniture de biens et services essentiels à la communauté. Sur le plan mondial, les répercussions de l'économie informelle et du rôle des femmes commerçantes à M'saken peuvent être variées.

Les produits et services issus de l'économie informelle peuvent être échangés à l'échelle internationale (le commerce frontalier), contribuant ainsi aux flux commerciaux internationaux.

De plus, les femmes commerçantes peuvent être influencées par les tendances économiques mondiales, telles que les fluctuations des prix des produits commerciaux importés dus essentiellement à la dévaluation du Dinars Tunisien.

- **Étude quantitative**

Dans les processus décisionnels, les approches « top-down » ont toujours présenté des limites. La plupart des théories importées du développement ont connu un échec du fait de leur caractère vertical. C'est ainsi qu'une approche appropriée et adaptée a été proposée fort du courant de la « politique par le bas ».

Il s'agit d'une théorie promouvant les processus de consultation et surtout les actions de diagnostic préalables à toute action, connue aujourd'hui sous l'appellation de l'approche participative.

Avant toute action, la consultation des bénéficiaires pour les impliquer dans l'identification des besoins et le choix des actions pour un changement qui améliore leurs conditions d'existence est une pratique efficace qui a porté ses fruits puisqu'elle réduit les risques de rejet ou d'échec de tout projet.

La participation est ainsi une modalité pertinente de consultation et d'implication dans les processus décisionnels.

Le recours à l'approche participative rentre dans le cadre des différentes formes d'action publique. Elle a particulièrement gagné en importance dans le secteur de l'aménagement et la rénovation urbaine, la lutte contre la pauvreté, l'inclusion socio-économique, etc. puisqu'elle assure dans une certaine mesure, une entente, voire un compromis entre les différentes parties prenantes d'un projet.

De même, elle est très adaptée aux actions communautaires et aux problèmes liés aux espaces publics puisqu'il s'agit d'une modalité de

la gouvernance qui permet de légitimer les décisions et les initiatives. Les actions proposées seront adaptées et répondront aux réels besoins des bénéficiaires et des cibles.

Par ailleurs, dans les discours sur le développement urbain durable et d'une croissance pro-pauvres, l'autonomisation économique et sociale des femmes est devenue une question importante ces derniers temps et est considérée de nos jours comme une condition sine qua non du progrès pour un pays.

En même temps, c'est une question de droits et de la construction de sociétés équitables. Ainsi, le renforcement de la position économique, sociale, culturelle et politique des femmes est essentiel pour l'égalité de genre, la croissance économique et le développement inclusif et durable, ainsi que pour la productivité des entreprises, la compétitivité et la création de valeur. En particulier, ce renforcement fait le lien avec l'Objectif de Développement Durable 5 (ODD 5) dont le but est de réaliser l'égalité des sexes et l'autonomisation des femmes et des filles.

C'est dans ce cadre ainsi que celui des efforts ambitieux et continus déployés, d'une part à accroître l'engagement des femmes et des filles dans le développement durable et la gouvernance urbains, et d'autre part à aider les villes à développer des zones urbaines plus sensibles au genre et plus inclusives, qu'Alliance des Villes (Cities Alliance) en Tunisie a adopté une approche inclusive et participative pour la mise en œuvre de ses actions dans le cadre du programme Femmedina pour la commune de M'Saken.

Face aux freins et obstacles particuliers rencontrés par les femmes urbaines qui ralentissent la possibilité d'émancipation sociale, économique, culturelle et d'intégration sur les territoires de vie, Cities Alliance en Tunisie cherche à comprendre plus en profondeur les dynamiques socio-économiques des femmes par le biais de la collecte et l'analyse d'informations complètes et pertinentes, et sensibles au genre sur les conditions et le cadre de vie, ce qui entoure le cadre de vie et les difficultés rencontrées en matière d'autonomisation

économique et sociale des commerçantes du Souk Sidi Chatti.

Le présent rapport a été rédigé suite à une évaluation qui a été accomplie en s'appuyant sur les résultats d'une enquête quantitative menée auprès de toutes les femmes commerçantes du Souk Sidi Chatti à M'Saken. Son but est que les responsables de Cities Alliance en Tunisie ainsi que ceux de la commune de M'Saken aient en main toute l'information sur les éléments clés des conditions de vie des commerçantes du Souk.

L'étude quantitative avait les objectifs spécifiques suivants : (1) réaliser une enquête quantitative auprès de toutes les commerçantes du Souk afin de collecter les données qui concourent à une meilleure connaissance des conditions de vie des commerçantes du Souk, et (2) porter appui à l'équipe de Cities Alliance en Tunisie en coordination avec la municipalité de M'Saken pour identifier des activités locales appropriées visant à accroître l'autonomisation des commerçantes du Souk et leur inclusion sociale, afin de favoriser le renforcement de leurs capacités à mener ou à soutenir des activités lucratives dans des zones urbaines inclusives et plus sensibles au genre.

Principales Constatations

Ce deuxième élément clé du résumé analytique est destiné à rendre compte des principales constatations des résultats de l'analyse faite sur la base des données récoltées lors de l'administration du questionnaire de l'enquête aux différentes femmes commerçantes du Souk.

Les commerçantes du Souk Sidi Chatti : Qui sont-elles ?

- En termes d'ancienneté professionnelle dans l'activité commerciale au Souk, les commerçantes dont la majorité (87,2%) sont venues s'installer au Souk depuis plus de 5 ans, 5,1% d'entre elles entre 2 et 5 ans et 7,7% ont moins de 2 ans d'ancienneté. Ces statistiques peuvent largement justifier l'appropriation collective des femmes commerçantes de l'espace public marchand.
- La situation des commerçantes du Souk au regard de l'emploi au moment de l'inscription dans un processus entrepreneurial s'avère contrastée : 79,5% parmi elles étaient en chômage, 15,4% en emploi dont la majorité était des salariées permanentes, et 5,1% en étude. Cette répartition constitue une particularité de la population des femmes du Souk par rapport à la population globale des femmes créatrices de micro-entreprises en Tunisie.
- Comme la liberté et la volonté d'entreprendre sont les fondements des activités commerciales et artisanales, les données de l'enquête ont montré que presque les trois quarts des commerçantes (74,4%) sont des entrepreneures individuelles contre une proportion de l'ordre de 25,6% des enquêtées qui exercent l'activité commerciale au Souk dans le cadre d'une exploitation familiale.
- Globalement, les interrogées ont affirmé que la connaissance du métier, la qualification professionnelle acquise durant la vie active et la recherche d'un meilleur profit constituent les principales raisons du choix de l'activité économique exercée au Souk.
- La population des commerçantes du Souk est relativement vieille. Dans le détail, presque les deux tiers des commerçantes (61,5%) sont des femmes âgées de plus de 50 ans, et plus du quart (25,6%) a pour âge supérieur à 62 ans.
- Les femmes mariées prédominent avec 66,7%, majoritairement en couple ou en situation de monoparentalité ayant peu d'enfants en bas âge ou majeurs, contre 12,8% de célibataires. La proportion faible, de l'ordre de 5,1% de femmes divorcées, renseigne sur l'importance de la préservation du foyer familial comme valeur sociale incarnée chez les commerçantes du Souk.
- Concernant le niveau d'instruction, on a constaté un taux d'analphabétisme relativement important puisqu'il se situe à l'ordre de 7,7% contre seulement 2,6% pour celui du supérieur. Le taux de scolarisation primaire

est de 71,8% laissant supposer que l'échec scolaire et le désintérêt pour le savoir et la culture ne vient plus seulement de la société, mais aussi de l'école elle-même, victime des tribulations répétées.

L'autonomisation des femmes commerçantes

- Il ressort de l'analyse des données collectées que presque huit femmes sur dix (79,5%) étaient d'accord pour reconnaître qu'elles sont le principal soutien de leur ménage et que les revenus générés par leurs activités commerciales constituent des revenus principaux de leurs ménages. Ce constat prouve qu'en majorité les commerçantes dépendent uniquement des activités marchandes au Souk, et qu'elles peuvent certainement être vulnérables aux chocs sur les revenus (fluctuation des prix d'achats des marchandises, l'animation au Souk, les mauvaises conditions météorologiques, etc.). Ainsi, en soutenant le développement de sources alternatives de revenus, en particulier celles qui n'impliquent pas le commerce au Souk, les ménages des femmes enquêtées auront accès à des revenus tout au long de l'année, et cela peut améliorer leur résistance face à des chocs inattendus.
- L'introduction de la dimension subjective à l'autonomisation, comme le pouvoir de décision au sein du ménage, le pouvoir de négociation, ou encore la liberté de choix ont été jugés appropriés de les étudier. Malgré que ces concepts soient relativement abstraits et difficiles à comprendre de la part d'une population peu instruite et relativement pauvre, nous avons jugé intéressant de collecter la perception des enquêtées sur ce sujet à travers une question prenant en compte la dimension subjective à l'autonomisation des femmes. Les résultats de l'enquête reflètent des niveaux très élevés de pouvoir de décision au sein du ménage, le pouvoir de négociation, ou encore dans des activités commerciales au sein des femmes interrogées.
- L'équilibre entre la vie professionnelle et la vie personnelle est un compromis idéal pour les femmes et fait référence à la capacité de gérer efficacement les exigences et les responsabilités du travail tout en maintenant des relations

saines avec la famille. De plus, cet équilibre constitue un levier pour l'autonomisation des femmes et la promotion de l'égalité de genre. Questionnées sur cet aspect, plus des trois quarts des commerçantes (76,9%) perçoivent de l'importance de la conjugaison entre la vie professionnelle et la vie personnelle.

Aspirations professionnelles des commerçantes du Souk

- Interrogées sur le niveau de la satisfaction liée à la réalisation de tâches significatives, à l'atteinte d'objectifs personnels, à la contribution à des résultats concrets et la certitude qu'elles ont donné la meilleure version d'elles-mêmes, presque les deux tiers (64,2%) affirment avoir le sentiment d'accomplir et de concrétiser leurs aspirations professionnelles à des niveaux de satisfaction différents allant de « assez » (35,9%) à « extrêmement » (10,3%). Par contre, elles sont 35,5% à déclarer qu'à ce jour, elles n'ont presque pas le sentiment d'avoir concrétisé leurs aspirations professionnelles.

Défis et obstacles liés aux conditions de travail des commerçantes

- L'enquête s'est intéressée à l'identification des obstacles liés aux conditions de travail dans un espace urbain marchand que les commerçantes rencontrent dans leurs activités marchandes, ainsi que les défis et comment les surmonter pour favoriser, d'une part la résilience et la croissance de leurs micro-entreprises, et d'autre part la résilience d'un espace commercial d'une ville. Interrogées sur ces aspects, 25,6% des répondantes étaient convaincues que le principal obstacle rencontré est le faible fonds de roulement ou l'accès aux capitaux propres qui constitue un obstacle majeur à l'autonomisation des commerçantes. Le contexte inflationniste actuel et les difficultés d'approvisionnement en marchandises constituent, pour un peu plus d'une commerçante sur cinq (20,5%), un obstacle majeur pour assurer la continuité de l'activité commerciale. Vient ensuite dans des proportions moindres de l'ordre de 18% et 12,8%, les deux obstacles : le risque de surstockage / les stocks dormants et le manque

de mobilier urbain dans le Souk. Enfin, l'analyse des données révèle qu'environ une enquêtée sur vingt (5,1%) cite les difficultés relationnelles avec les autorités locales qui constituent un obstacle et une entrave à son activité marchande au Souk.

Éléments perçus comme manquants au Souk

- Il ressort de l'analyse des données de l'enquête que les éléments perçus comme manquants les plus exprimés par l'ensemble des enquêtées sont : la propreté et l'hygiène, et l'installation des abris avec la couverture de l'espace extérieur du sanctuaire en toile tendue, postulés de la part de la totalité des commerçantes. De plus, une part importante des enquêtées estime aussi que l'implantation des toilettes publiques (89,7%) et la mise en œuvre de dispositifs dans le but de création de l'animation commerciale (46,2%) constituent bien des éléments manquants de l'espace urbain marchand du Souk.
- Quant à l'objet social qui est la sécurité dans le marché, cet élément a été soulevé seulement de la part de 5,1% des répondantes. La proportion faible de cet élément d'aspect social, jugé manquant de la part des commerçantes du Souk, semble ne pas justifier l'existence de lien direct entre le sentiment d'insécurité et la probabilité de victimisation des femmes au Souk.

Satisfaction des commerçantes du cadre de vie au Souk

- Conscientes de l'importance que jouent les espaces publics marchands de qualité dont l'aspect du confort qui est lié au sentiment de sécurité au regard de l'aménagement du lieu qui fait que les commerçantes se sentent bien et en sécurité, presque huit personnes sur dix (79,5%) sont satisfaites (« très satisfaites » et « assez satisfaites », respectivement à 33,3% et 46,2%). Par contre, 15,4% des enquêtées ne sont pas satisfaites puisque qu'elles trouvent que le confort au Souk lié au sentiment de sécurité n'est pas adapté à leurs activités marchandes

et devrait l'être davantage.

- L'analyse des données recueillies indique que les femmes ont majoritairement une opinion défavorable sur l'attractivité et l'ambiance du Souk puisque les aménagements ne donnent pas envie de se rendre au Souk et faire des achats : 56,4% des enquêtées ne sont pas satisfaites contre seulement 18% qui estiment que l'attractivité et l'ambiance du Souk donnent envie aux gens de visiter le Souk et de faire des achats.
- Par rapport à l'opinion sur des questions plus factuelles concernant l'aménagement du site comme le stationnement et l'accessibilité de la clientèle au Souk et sur les livraisons des marchandises, 46,2% des enquêtées estiment que le Souk ne répond pas aux exigences de l'accessibilité autant sur les parties extérieures que sur les parties intérieures du Souk, et réclament les autorités locales de pencher vers la résolution d'un tel problème au niveau du quartier du Souk (18% insatisfaites et 28,2% sont peu satisfaites). Seulement 38,5% des femmes sont assez satisfaites sur ce dernier aspect.
- Il ressort des données collectées que majoritairement (89,7%) des commerçantes ont manifesté une insatisfaction envers la quantité et la diversité du mobilier urbain du Souk : 33,3% des enquêtées ne sont pas du tout satisfaites et 56,4% sont peu satisfaites. En revanche, seulement 10,3% des enquêtées ont plutôt des opinions mitigées, non tranchées sur la quantité et la qualité du mobilier urbain du Souk.
- Des inquiétudes majeures sont manifestées par les commerçantes à l'égard de l'entretien et la propreté : 94,9% des enquêtées se soucient de l'entretien et la propreté du Souk (elles sont « Pas du tout satisfaites » et « Peu satisfaites », respectivement à 53,9% et 41%). Ainsi, la propreté, l'hygiène et l'entretien du Souk constituent aujourd'hui des préoccupations majeures soulevées par presque la totalité des enquêtées.
- Un peu plus de la moitié des enquêtées (56,4%) ont une opinion défavorable

quant à la périodicité des jours d'ouverture du Souk. En effet, ces enquêtées trouvent l'ouverture du Souk pendant seulement le Vendredi de chaque semaine n'est pas bénéfique pour leurs activités commerciales, et réclament les autorités locales de repenser la périodicité d'ouverture du marché en tenant compte des temps sociaux dans les pratiques des usagers (les fêtes religieuses, le mois de Ramadhan, etc.). Selon les résultats de l'enquête, un seul jour d'ouverture du Souk semble « adapté » pour 20,5% des commerçantes, et cette proportion de femmes est assez satisfaite de cette périodicité d'ouverture du Souk, et « très satisfaite » pour 7,7% des enquêtées. À noter que 15,4% des interrogées sont indifférentes à l'égard de la périodicité d'ouverture du marché.

Suggestions d'actions pour l'amélioration de la qualité de vie au Souk

- L'analyse des réponses des enquêtées a permis d'apporter un éclairage sur la question de l'appropriation et de l'usage de l'espace urbain marchand en tant qu'espace public à travers les propositions d'actions d'amélioration de cet espace urbain, et fait ressortir les deux demandes « Valorisation des espaces publics recevant des activités commerciales et artisanales ou ayant des fins sociales, économiques et culturelles dédiés aux femmes » et « Promotion et revitalisation des activités économiques, commerciales et artisanales », intimement liées aux notions de cohésion sociale et développement économique communautaire axées sur les femmes, au cœur des revendications exprimées par les enquêtées (84,6%). Ce constat témoigne de l'importance des politiques et processus par lesquelles l'on accroît l'engagement et l'inclusion des femmes dans les décisions qui affectent leur qualité de vie. Vient ensuite en deuxième position le thème de « l'aménagement urbain » avec un taux de réponses affirmatives de 82,1% pour l'ensemble des enquêtées.
- Parmi les propositions d'actions exprimées par les commerçantes du Souk, les deux thèmes « Propreté, assainissement et net-

toiement de la place du Souk » et « Rendre le Souk Sidi Chatti inclusif qui soit à l'image de la population de la ville de M'Saken » sont notés positivement respectivement avec des proportions de plus de trois personnes sur quatre (76,9% et 74,4%).

- On a aussi prélevé la proposition d'action « Emploi et insertion » qui est avancée avec une proportion plus faible de l'ordre de 64,1% chez l'ensemble des enquêtées qui estiment la nécessité de consolider et de développer l'insertion par l'activité économique en tant qu'initiative de solidarité active permettant de coordonner au plan local les efforts de tous en faveur de la lutte pour l'insertion et la cohésion sociale.

Abus, violation des droits humains et VBG

- L'analyse des réponses des enquêtées aux questions relatives aux abus, violation des droits humains et VBG a montré que ces aspects ne suscitent pas d'inquiétudes particulières chez les commerçantes du Souk puisque ces dernières ne se sentent pas ciblées par de tels actes de violence. Toutefois, « les insultes, les menaces et les commentaires injurieux », « la violence verbale » et « la violence physique » ont capitalisé respectivement 5,1% et 2,6% des réponses des enquêtées. Quant à « le harcèlement sexuel avec attouchement », « l'incitation à la prostitution » et « le viol », comme prévalence de types de violence, n'ont été cités en aucun cas par les répondantes au questionnaire de l'enquête.

Travail, emploi et revenu

L'enquête quantitative s'est intéressée, entre autres aspects et thèmes, à la nature du travail, à l'emploi et aux revenus générés par l'activité commerciale des femmes du Souk.

- La totalité des unités de production informelles commerciales (UPIC) des commerçantes du Souk sont des micro-unités dont 89,7% ne sont pas enregistrées à la patente et réparties selon le statut de la

personne qui s'en occupe comme suit : 97,4% de ces micro-unités sont dirigées par des femmes indépendantes et 2,6% d'entre elles sont dirigées par des gérantes.

- Plus de 90% de celles qui n'ont pas de patente, n'ont pas essayé d'en avoir, car elles jugent que leurs activités ne nécessitent pas une patente (59,6%) ou qu'elles ne peuvent pas payer les impôts (16,7%).
- 92,3% des commerçantes ne sont pas affiliées au régime de la sécurité sociale.
- Les résultats de l'enquête signalent une très forte prépondérance des commerçantes travaille dans le secteur du commerce informel et constituent ainsi des personnes occupées en tant que chefs d'unités de commerce informel. De ce fait, la grande majorité de ces micro-unités commerciales reste inconnue des autorités publiques et les seuls enregistrements sont relatifs à la patente et à l'affiliation à la CNSS.
- Par conséquent, le constat le plus important qui se dégage de l'analyse de ces données est la précarité des conditions de travail des commerçantes du Souk Sidi Chatti puisque la totalité des UPIC des femmes ne disposent pas d'un local fonctionnel spécifique dans le cadre de l'exercice de leur activité, justifié certainement par le manque de moyen pour la location ou l'achat d'un local.
- Les principales raisons invoquées par les interrogées pour la création de l'activité commerciale dans le secteur informel et pour s'être mis à leur compte au Souk Sidi Chatti sont principalement pour être « indépendantes », « obtenir un meilleur revenu » ou encore « parce qu'elles ne sont pas parvenues à trouver un emploi de salarié dans le secteur formel ou informel ».
- Selon les déclarations des enquêtées, presque deux personnes sur 3 (60,8%) disposent d'un revenu mensuel moyen entre 150 et 300 Dinars. En revanche, en moyenne seulement 8,8% des femmes ont un revenu moyen mensuel entre 600 et 1 000 Dinars, et presque le quart (21,7%) des répondan-

tes a un revenu mensuel moyen de l'ordre de 500 Dinars.

- Quant au revenu mensuel moyen médian est de l'ordre de 258,6 Dinars, largement au-dessous du SMIG qui est de 459,2 Dinars depuis octobre 2022.

Recommandations

Sur la base des résultats de l'enquête quantitative, plusieurs recommandations émergent pour surmonter la dure réalité à laquelle est confrontée ce groupe plus ou moins homogène des femmes commerçantes du Souk Sidi Chatti.

L'identité historique de la ville de M'saken

Dans cette perspective, les actions les plus adaptées se résument comme suit :

- Renforcer la connaissance des citoyens quant à l'histoire de leur ville en créant des cercles de rencontres et des forums dédiés à cet objectif.
- Aménager le mausolée de Sidi Chatti afin de préserver au mieux la mémoire collective de la communauté.

La commune doit mieux connaître ses citoyens

Dans ce cadre, les mesures proposées sont les suivantes :

- Renforcer les moyens et les outils afin que la commune arrive à mieux connaître ses citoyens pour mieux les servir.
- La mise en place d'un système d'information et de gestion sociale dynamique, transparent et inclusif permettent d'appréhender la diversité des situations et les besoins de citoyens, en particulier les femmes, en incluant des informations clés sur leur situation socioéconomique, mais aussi leur participation à différents programmes et suivre l'évolution de leur niveau de vulnérabilité ou d'insertion socioéconomique.
- Les registres sociaux sont des systèmes d'information qui couvrent les processus de sensibilisation, d'inscription et d'évaluation des besoins et des conditions socioéconomiques qui permettent de déterminer l'éligibilité potentielle de femmes vulnérables et/ou familles à différents programmes.

- Actualiser le fichier des bénéficiaires des programmes de filet de sécurité sociaux comme le programme des familles nécessiteuses et celui des cartes de soins de santé à tarif réduit.

Avoir une direction favorable à l'égalité de genre

Dans ce cadre, les mesures les plus appropriées sont les suivantes :

- Établir des buts et objectifs à l'échelle local sur les questions de l'égalité de genre et de l'autonomisation des femmes et mesurer les progrès réalisés à cet égard à travers des indicateurs de performance clairement définis.
- Exiger que les responsables à tous les paliers (commune, gouvernorat, région) répondent des résultats vis-à-vis de ces buts et objectifs dans le cadre de leurs bilans de performance.
- Assurer que les politiques en place tiennent compte d'une perspective de genre, en identifiant les facteurs qui ont des conséquences différentes sur les femmes et les hommes, et que la culture sociale favorise l'égalité et l'inclusion socioéconomique.
- Renforcer l'application du principe de base d'une démocratie représentative : les membres du conseil municipal (soit élus ou nommés) doivent connaître les aspirations de la population, et en particulier les femmes, en ce qui concerne leurs attentes de la part de la commune. Une façon de réaliser de tels échanges est d'organiser des réunions préparatoires avant chaque réunion de conseil ordinaire, et pour lesquels les citoyens sont invités en prenant en compte l'aspect genre et l'âge des participants.
- Établir une politique plus cohérente et efficace de protection et de promotion socioéconomique des femmes vulnérables, avec des outils de gestion plus solides et

des programmes ciblés qui apportent des réponses concrètes, apparaît également comme une mesure urgente.

- Renforcer la budgétisation sensible au genre dans l'administration et les finances au niveau local.
- Inclure l'analyse des questions de genre, l'égalité des genres et l'autonomisation des femmes en tant que parties intégrantes de toutes les stratégies et plans d'actions ainsi que tous les projets urbains de la ville de M'Saken.
- Mettre en œuvre des interventions tenant compte de la problématique femmes-hommes et à intégrer systématiquement une perspective de genre dans la mise en œuvre, la budgétisation, le suivi et l'évaluation du programme Femmedina qui cherche à répondre à un souci d'efficacité et d'efficience dans la réalisation des actions en faveur de l'autonomisation économique des femmes de la Medina.
- Articuler la prise en compte du genre avec d'autres « mainstreaming ». Le genre fait partie des critères de certaines organisations (comme Cities Alliance), mais il est souvent réduit dans les projets à un petit paragraphe, au même titre que d'autres approches dont les bailleurs demandent aussi l'intégration transversale : protection de l'environnement, prise en compte du handicap, etc. L'exemple d'une recherche-action sur un projet d'infrastructure urbaine intégrant genre (le cas du programme Femmedina), montre que dans ces différents domaines, on peut trouver des points d'entrée permettant de renforcer la cohérence et l'efficacité globale de l'action.

Traiter toutes les femmes et tous les hommes de façon équitable dans les lieux de travail, sans discrimination

Dans ce cadre, les mesures proposées sont les suivantes :

- Favoriser une culture inclusive sur les lieux de travail et éliminer la discrimination fondée sur le genre de toutes les politiques et pratiques en vigueur.
- Assurer la participation des femmes dans la prise de décision et la gouvernance, à tous les niveaux et dans tous les domaines de la gouvernance local.
- Veiller à l'intégration de l'approche genre dans le processus de l'exécution des projets urbains de la ville de M'Saken.

Favoriser la formation en faveur de l'égalité de genre

Dans ce cadre, les mesures proposées sont les suivantes :

- Investir dans les politiques et programmes qui donnent l'occasion de promouvoir les femmes à tous les niveaux et dans tous les domaines, et encourager les femmes à entrer dans des secteurs professionnels non traditionnels.
- Assurer l'égalité d'accès aux programmes de formation appuyés par la commune, y compris aux classes d'alphabétisation, à la formation professionnelle et à la formation aux technologies de l'information

Initiatives communautaires et mobilisation

Dans ce cadre, les mesures proposées sont les suivantes :

- Diriger en montrant l'exemple : présenter des mesures concrètes prises en faveur de l'égalité de genre et de l'autonomisation des femmes.

- Renforcer son influence, seule ou avec ses partenaires, en vue de promouvoir l'égalité de genre et collaborer avec ses partenaires commerciaux, ses fournisseurs et les dirigeants communautaires dans le but d'atteindre les résultats visés.
- Travailler avec les parties prenantes de la communauté et les responsables concernés en vue d'éliminer la discrimination et l'exploitation et d'offrir des opportunités professionnelles aux femmes et aux filles.
- Promouvoir et reconnaître le leadership et les contributions des femmes au sein de leurs communautés, et assurer la participation active des femmes en matière de consultation communautaire.
- Utiliser la philanthropie et les programmes de subventions pour appuyer les initiatives communautaires.

Renforcement des outils nécessaires à une pleine participation à l'économie

Dans ce cadre, les mesures proposées sont les suivantes :

- La conception d'espaces publics qui encouragent les femmes à mener de multiples activités, professionnelles soient-elles ou récréatives, dans un environnement sûr et sécurisé.
- Garantir aux femmes les outils nécessaires à une pleine participation à l'économie, au moyen d'un meilleur accès à des services financiers complets et équitables, comme du crédit, des prêts, des instruments d'épargne et des produits d'assurance.
- Investir dans les micro-entreprises dirigées par des femmes ainsi qu'en faveur des femmes entrepreneures par l'entremise de modes de financement inclusifs et d'une offre de formation complète.

Encourager l'insertion des femmes les plus vulnérables dans le tissu économique local

- La mise à disposition de services de soutien adéquats aux commerçantes du Souk, comme la formation et l'accompagnement dans l'extension de leurs activités économiques.
- La mise en place de comités professionnels pour les commerçantes du Souk afin de booster leurs différentes activités économiques.
- Amener les commerçantes informelles du Souk dans le secteur formel de manière progressive en leur offrant des possibilités d'améliorer leurs conditions de travail. Pour ce faire, le service social de la municipalité de M'Saken doit réserver aux commerçantes des emplacements dans le marché et leur propose des étals à louer à bas prix. Des assistantes sociales doivent aussi être présentes sur le marché pour leur proposer un accompagnement et des conseils sur les activités et l'organisation de leur vie.

Formation des commerçantes du Souk aux compétences de gestion

- Il serait opportun d'avoir recours aux associations commerciales et aux associations de production pour dispenser aux commerçantes du Souk Sidi Chatti une formation en gestion commerciale, telle que la comptabilité, la préparation des plans financiers et commerciaux et la commercialisation.
- Quant à l'utilisation des ressources, il serait également efficace que des institutions comme les Chambres de commerce travaillent directement avec les associations commerciales et de production pour dispenser cette formation aux femmes commerçantes du Souk Sidi Chatti.

Mesures proposées d'ordre social et politique

- L'élaboration et la mise en œuvre d'un dispositif d'assistance sociale afin de promouvoir l'inclusion sociale, économique et culturelle des commerçantes du Souk.
- La rénovation et l'amélioration du mobilier urbain du Souk pour qu'il devient plus sûr pour les femmes et plus favorables à leur engagement social et à leur participation.
- Renforcer la participation des commerçantes du Souk dans les décisions concernant l'avenir de l'espace urbain marchand puisque ces dernières ont tendance à prendre leur distance par rapport aux événements de participation citoyenne et ne s'impliquent pas activement dans les actions collectives.
- La mise en place d'un dispositif de promotion et de monitoring de l'intégration de l'égalité entre les femmes et les hommes dans la gestion des affaires locales.
- Renforcer l'engagement et l'implication des commerçantes du Souk dans les organisations et associations de la société civile de la région en faisant la promotion de ces organisations.
- Encourager les commerçantes du Souk à la participation aux différentes formes d'élections malgré les lourdes charges familiales des femmes, affectant leur disponibilité pour la vie publique.
- Identifier les femmes leaders au niveau de la ville de M'Saken ainsi que les femmes influentes dans la société pour les associer à la diffusion des messages.
- Faciliter la veille citoyenne et la redevabilité avec la société civile afin de lutter contre les inégalités de genre de manière coordonnée entre toutes les parties prenantes au niveau local et national. En particulier, ceci permettra d'observer et de suivre de près de manière continue les transformations du Souk Sidi Chatti afin d'évaluer leur impact sur l'organisation sociale au sein du Souk.

Promotion du tourisme local

- Encourager le tourisme local en organisant des événements culturels et en mettant en valeur les produits locaux.
- Mettre en place des campagnes de promotion des produits artisanaux pour attirer les visiteurs et stimuler l'économie locale.

I. Présentation de l'étude

1. Contexte et justification

La plupart des villes Tunisiennes présentent des caractéristiques captivantes. Méditerranéennes, elles accordent un rôle important à l'activité commerciale. L'enjeu important de l'économie de bazar qui constitue une structure économique dominée par les transactions souterraines plus connue par le grand public comme l'économie informelle. L'économie de bazar fait converger la clientèle en certains lieux (Souks, grandes places urbaines) et selon certaines temporalités (fin de semaine, fêtes religieuses, rentrée des classes). Elle produit de la richesse et de l'emploi et peut en outre susciter un intérêt dans le domaine du développement et de la planification urbaine.

L'activité commerciale constitue, d'une part la branche phare de l'économie informel, et d'autre part un déterminant de premier ordre dans les pratiques et dans les appropriations spatiales des femmes urbaines. En particulier, l'activité commerciale des femmes urbaines remplit en même temps les fonctions économique, sociale et culturelle. En effet, autour de l'échange marchand se nouent des chapelets d'interactions où les frontières ne se limitent pas et varient selon les circonstances, les catégories sociales et les générations.

Les lieux urbains du commerce constituent ainsi une scène économique, sociale et culturelle où le commerçant, le client, le gestionnaire, le chaland et le passant sont à la fois producteurs et spectateurs d'un espace public en permanente reconfiguration.

Par ailleurs, comme il a été relevé dans maintes études, la vulnérabilité économique, sociale et culturelle des femmes urbaines travaillant dans l'économie informelle est ancrée dans des contextes économiques, sociaux et politiques dominés par des phénomènes tels que le chômage, la pauvreté urbaine, la précarité des conditions de vie, les inégalités socio-économiques, le ralentissement économique et la place des femmes en termes d'engagement et de participation à l'échelle de la ville. En général, ces phénomènes affectent les secteurs les plus vulnérables de la société,

touchant en particulier les femmes. Ainsi, le recours des femmes urbaines à l'économie informelle peut être vu comme une réponse économique et sociale à l'incapacité de l'économie formelle à les accueillir et aussi comme une preuve de l'exposition de ces femmes à la discrimination sociale et de genre dans la recherche d'emploi et la position dans la sociabilité urbaine.

Toutefois, les femmes urbaines développent de plus en plus de stratégies entrepreneuriales pouvant faciliter le développement et la pérennité de leurs petites unités économiques. En dépit des niveaux très faibles du capital humain, matériel et financier, elles parviennent à devenir d'importantes entrepreneures par des stratégies de mutualisation tout aussi innovantes qu'hybrides.

C'est dans ce contexte particulier que Femmedina, le programme de Ville Inclusive à M'Saken, basé sur le concept de « villes inclusives et résilientes » sous un angle spatial, économique et social, a été implémenté par Cities Alliance en Tunisie en coordination avec la municipalité de M'Saken et financé par la Direction du Développement et de la Coopération Suisse (DDC). Ce programme vise à créer des espaces publics plus sûrs, adaptés aux besoins des femmes afin de renforcer leur participation économique, politique, sociale et culturelle.

Il constitue un appui au développement urbain de la ville de M'Saken puisqu'il permettra, entre autres, de financer des infrastructures prioritaires et des investissements de proximité au niveau de la zone ciblée, en abordant également le défi de sous-emploi et de cohésion sociale, l'amélioration de la sensibilité au genre ainsi que les renforcements de capacité en matière de gestion urbaine. Ce dernier projet a ciblé le Souk Sidi Chatti de la Médina de la ville de M'Saken.



1. Localisation de Souk Sidi Chatti

En plus de réhabiliter les espaces urbains et d'améliorer leur sensibilité au genre, le projet aspirait également à institutionnaliser un processus participatif et sensible au genre dans l'élaboration et la planification des politiques urbaines. C'est ainsi que dans le cadre de l'exécution de son programme Femmedina dans la ville de M'Saken, Cities Alliance en Tunisie s'est proposé de mettre sur pied un dispositif quantitatif d'évaluation des conditions de vie des femmes commerçantes du Souk Sidi Chatti de la médina de la ville de M'Saken qui constitue la zone d'étude.

Cette étude quantitative est en parallèle avec une autre étude qualitative, formant toutes les deux ensembles la première composante dans les termes de références de la mission dont l'objet principal se traduit par la réalisation et la présentation des principaux résultats et recommandations d'une enquête quantitative menée auprès de l'ensemble des femmes commerçantes du Souk spécifique Sidi Chatti. A cet effet, l'enquête quantitative administrée en face-à-face auprès de toutes les femmes commerçantes du Souk s'avère nécessaire pour recueillir toutes les informations fiables et pertinentes dont Cities Alliance a besoin pour l'exécution de son projet.

Ainsi, si le projet Femmedina s'initie avec une meilleure conception et mise en œuvre, et s'exécute dans de bonnes conditions, alors il pourra aider à parvenir à l'égalité de genre, autonomiser toutes les femmes et les jeunes filles, ouvrir des perspectives d'emploi ou de développement d'activités professionnelles pour les femmes et améliorer les capacités au niveau local de planification, gestion et entretien des infrastructures et services, tout comme il pourra soutenir la capacité de promouvoir le développement urbain au niveau local.

L'étude qualitative et quantitative se focalise sur l'entrepreneuriat féminin et l'autonomisation des femmes dans le cadre du programme Femmedina et de l'analyse du contexte actuel afin de mieux identifier et cerner les contours des impacts directs et indirects sur les bénéficiaires femmes commerçantes du Souk Sidi Chatti, cherche à diagnostiquer et comprendre les causes et les obstacles spécifiques à l'origine de l'exclusion des femmes de la sphère socioéconomique et politique, comprendre les facteurs incitatifs et dissuasifs déterminants à l'entrepreneuriat féminin.

2. Objectifs de l'enquête

2.1. Principaux objectifs

Les principaux objectifs de l'étude qualitative et quantitative qui s'inscrit dans le cadre de la mise en place d'une démarche de développement participatif sont :

- Appréhender et analyser les perceptions de l'engagement et de l'inclusion économique et sociale des femmes commerçantes du Souk Sidi Chatti à M'saken et les défis qui en découlent.
- Comprendre les mécanismes et les stratégies individuelles et collectives des femmes commerçantes quant à leur autonomie financière et leurs responsabilités familiales, en vue d'améliorer leur accès à l'espace public, et promouvoir l'insertion socioéconomique.
- Diagnostiquer et comprendre les causes et les obstacles spécifiques à l'origine de l'exclusion des femmes de la sphère socioéconomique, culturelle et politique.
- Traduire les demandes et les attentes des femmes concernées en recommandations opérationnelles afin de mettre en œuvre une vision globale visant à garantir une justice distributive des chances d'inclusion s'inscrivant dans un registre du bien-être économique et social.
- Fournir les données qui concourent à une meilleure connaissance des conditions de vie des femmes du Souk Sidi Chatti afin d'améliorer l'expérience des femmes en matière d'accès à l'espace public et favoriser la cohésion sociale et la cohabitation dans le quartier du Souk.
- Fournir les données de base pour la préparation et l'exécution des ateliers de cocréation avec les commerçantes du Souk et les habitants du quartier du Souk afin de concevoir des scénarios de réaménagement et de revalorisation de l'espace public marchand en mettant l'accent sur sa visibilité, sa convivialité, l'amélioration de son organisation et les conditions de vie des commerçantes du Souk.

2.2. Objectifs spécifiques

Les objectifs spécifiques de l'enquête qualitative se présentent comme suit :

- Offrir aux femmes commerçantes l'opportunité d'échanger autour de leurs problèmes et de leurs aspirations afin d'améliorer les conditions objectives de travail tels qu'un aménagement propice pour exercer un travail décent.
- Réduire les conditions de précarité du secteur informel à travers l'intervention et la médiation des différents acteurs locaux à M'Saken.
- Renforcer les collaborations des femmes commerçantes avec les acteurs de la société civile (Scout) afin de créer un cadre de travail inclusif.

Comme objectifs spécifiques, l'enquête quantitative se propose de disposer d'une sorte de profil de la zone d'étude, à savoir le Souk spécifique de Sidi Chatti :

- D'un état des lieux de la diversité des pratiques des commerçantes du Souk Sidi Chatti afin de proposer des recommandations pour consolider la présence des femmes dans l'espace public et aménager des espaces inclusifs.
- De recueillir les perceptions et les opinions des femmes commerçantes sur la participation sociale, économique, culturelle, politique et institutionnelle des femmes de la Medina de M'Saken. Ces informations collectées lors de l'enquête peuvent contribuer au développement d'une bonne compréhension contextualisée de l'engagement des femmes et l'utilisation de l'espace public.

3. Méthodologie adoptée

L'équipe du projet a adopté un processus de recherche participative impliquant toutes les femmes commerçantes de Souk Sidi Chatti grâce à une approche mixte pour la collecte de données, comprenant des enquêtes qualitatives et quantitatives, des entretiens avec des personnes clés, des interviews d'histoire de vie et des ateliers interactifs.

En amont de l'étude, l'équipe de Cities Alliance a entamé un travail exploratoire du quartier pendant lequel elle a établi des

relations avec les commerçantes, des personnes clés et des facilitateurs qui ont aidé à assimiler en profondeur les attentes et les besoins.

En outre l'équipe de la commune de Msaken a mobilisé ses ressources et ses partenaires pour cadrer l'étude avec des ateliers d'engagement des parties prenantes : responsables régionaux, société civile et citoyens (Fig.2).



2. Atelier d'engagement des parties prenante

3.1. Déroulement du projet de l'enquête qualitative

3.1.1. Exploration du terrain de l'étude et collecte des données qualitatives

La première étape dans la réalisation de l'étude qualitative a impliqué une visite approfondie de la zone d'étude, plus précisément le Souk de Sidi Chatti et ses alentours, également connu sous le nom de Souk des femmes.

Les premières rencontres avec les femmes ont eu lieu le 10 novembre 2023 avec la participation de l'équipe responsable de l'enquête qualitative du projet Femmedina.

Il convient de noter que quatre (4) entretiens individuels ont été réalisés avec trois (3) femmes commerçantes et un entretien individuel (1) avec le responsable de mausolée Sidi Chatti. Lors de la deuxième visite de l'équipe de l'étude qualitative daté du 11 janvier 2024, deux focus-groups (2) ont été réalisés avec les femmes commerçantes de Sidi Chatti et deux entretiens individuels (2) avec une activiste de la société civile et une responsable des projets à la municipalité de M'saken.

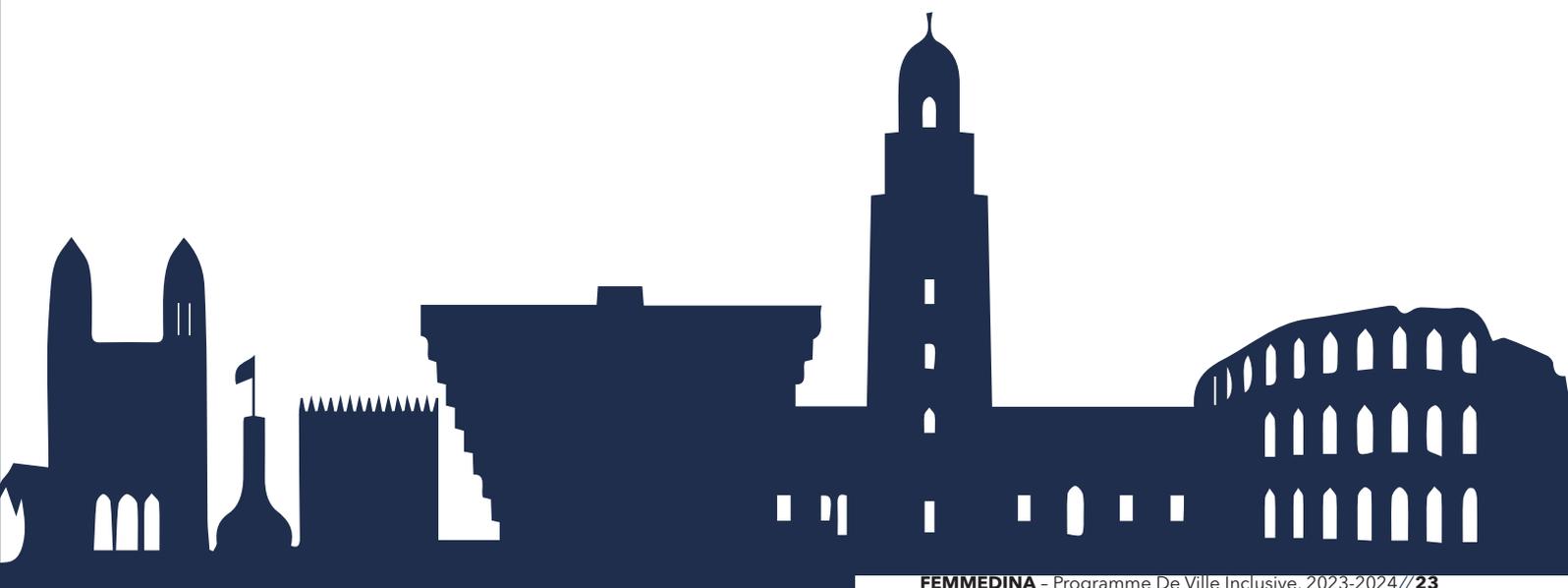
La deuxième étape a été consacré pour l'analyse des données qualitatives recueillies lors des focus-groups et des entretiens individuels. En effet, l'analyse qualitative revêt une importance particulière en raison de la complexité

et de la diversité des expériences vécues par les femmes commerçantes voire des actrices économiques au sein du Souk de Sidi Chatti.

La spécificité de cette analyse réside dans la nécessité de capter la richesse des récits individuels et des dynamiques collectives qui façonnent la participation des femmes dans la sphère socio-économique informelle à M'saken.

En mettant l'accent sur les témoignages des femmes commerçantes, l'analyse qualitative cherche à explorer les logiques d'action adoptées par les interviewées qui influent sur leurs parcours professionnels.

Elle s'attache également à saisir les nuances et les subtilités des relations interpersonnelles au sein du Souk, ainsi que l'impact de la périodicité hebdomadaire du marché sur leurs activités commerciales. Cette approche qualitative vise à dépasser les chiffres bruts pour offrir une compréhension profonde des réalités vécues par les femmes commerçantes, contribuant ainsi à l'élaboration de recommandations et de solutions contextualisées pour promouvoir leur participation équitable dans la vie économique locale.



3.1.2. Les principaux axes de l'étude qualitative

AXE 1:

Histoire du Souk Sidi Chatti : la dualité sacré/profane d'une activité commerciale



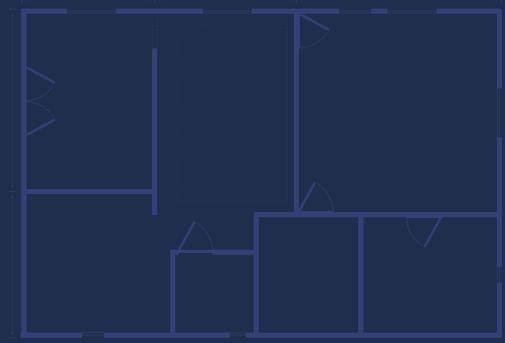
AXE 2:

M'saken : une ville à flux migratoire



AXE 3:

Morphologie sociale et spatiale du Souk



AXE 4:

Parcours individuels et professionnels des femmes commerçantes



AXE 5:

Difficultés et défis socio-économique



AXE 6:

Inclusion économique et autonomisation des femmes



AXE 7:

Autonomisation économique des femmes et rapport à la violence



AXE 8:

Recommandations



3.2. Déroulement du projet de l'enquête quantitative

La méthodologie quantitative utilise l'enquête par questionnaire pour atteindre ses objectifs. L'enquête quantitative réalisée dans le cadre du programme Femmedina pour la commune de M'Saken s'est déroulée selon les quatre étapes-clés décrites par la Figure suivante :



3. Les étapes du déroulement de l'enquête quantitative

3.2.1. Préparatifs et logistique de l'enquête

Préparation de la méthodologie et de l'exécution de l'enquête:

La première mission réalisée dans le cadre de la construction du dispositif de recueil de données quantitatives a été consacrée à une visite du terrain de la zone d'étude (le Souk de Sidi Chatti dit aussi le Souk des femmes) par l'équipe en charge de l'enquête quantitative, accompagnée de l'ensemble des responsables du projet Femmedina.

Il est à noter que la ville de M'Saken se distingue par ce Souk spécifique puisque, d'une part c'est un marché qui est installé à l'intérieur comme à l'extérieur du sanctuaire « Sidi Chatti », et d'autre part les commerçants sont exclusivement des femmes qui mettent en vente une variété de marchandises.

En outre, la périodicité de l'ouverture du Souk est hebdomadaire.

L'objectif de cette visite d'une demi-journée était l'occasion de prendre le temps de rassembler de quoi illustrer la mémoire et la matière pour mémoriser les caractéristiques de cet espace public urbain, se familiariser avec le terrain et rendre palpable la description de l'espace et de la population de la zone d'étude. Ceci entre dans le cadre des préparatifs à l'élaboration du questionnaire de l'enquête.

L'organisation administrative de l'enquête auprès des femmes commerçantes du Souk Sidi Chatti a été placée sous la responsabilité d'une équipe de coordination composée d'un directeur technique et d'un gestionnaire administratif et financier. L'exécution pratique de l'enquête sur le terrain a fait appel à deux catégories de personnels d'appui : deux superviseurs (un premier à l'intérieur du sanctuaire « Sidi Chatti » et un deuxième à l'extérieur du sanctuaire) et un ensemble de 5 enquêteurs. Pour des raisons pratiques d'organisation, une subdivision de la zone d'étude en zones de supervision a été faite en vue d'une répartition équitable du personnel de terrain.

Il est à noter que l'enquête a été réalisée en face à face auprès de toutes les femmes commerçantes du Souk, et pendant deux vendredis

puisque la périodicité de l'ouverture du marché est hebdomadaire.

Élaboration du questionnaire de l'enquête:

Le questionnaire constitue un des éléments essentiels d'une enquête quantitative.

Il est l'instrument d'enregistrement et de stockage de l'information collectée. C'est pourquoi, nous avons accordé beaucoup de soin à sa préparation. Les problèmes qui peuvent être soulevés lors de l'élaboration d'un questionnaire sont aussi nombreux que complexes. Pour toute enquête quantitative, le questionnaire doit conjuguer entre plusieurs contraintes : l'objet de l'enquête, la méthode de recueil adoptée, la population à enquêter, le travail des enquêteurs, des superviseurs et des agents de saisie, les possibilités et souplesses du programme de traitement des données, les moyens matériels mis à disposition (délais, budget, etc.).

Ainsi, l'élaboration d'un questionnaire d'enquête quantitative nécessite beaucoup d'expérience et de précaution. Celui-ci n'est pas une simple liste de questions mais, au contraire, un instrument de précision destiné à obtenir des informations spécifiques prédéterminées afin d'arriver à rédiger un rapport final reflétant la réalité et permettant de proposer des recommandations utiles pour la réussite d'un programme ou un projet.

L'élaboration du questionnaire de l'enquête quantitative menée auprès des commerçantes du Souk Sidi Chatti a tenu compte de tous les aspects cités ci-dessus et a donc été conçue pour produire des données fiables susceptibles d'informer les responsables du projet Femmedina ainsi que ceux de la commune de M'Saken pour un meilleur ciblage des interventions au niveau du Souk visant la réalisation des objectifs du projet Femmedina.

3.2.2. La collecte des données

La première étape à réaliser lors de la construction du dispositif de la collecte des données quantitatives est de bien réfléchir aux questions à poser aux personnes à enquêter. On

doit ainsi réfléchir au préalable aux trois questions suivantes : qu'est-ce qu'on observe ? ; sur qui l'observe-t-on ? et comment allons-nous l'observer ? En tenant compte des objectifs du projet Femmedina de la ville de M'Saken, on a commencé par la question de l'identification de la population de la zone d'étude qu'on va étudier. Néanmoins, il était question de distinguer la population que l'on étudie de l'échantillon d'individus que l'on va interroger.

Or, cette question n'a pas été prise en considération du moment que l'ensemble des objectifs spécifiques de l'enquête quantitative nous a conduit, avec l'accord des responsables du projet Femmedina, **à interroger toutes les unités statistiques de la population étudiée**, à savoir les femmes commerçantes du Souk. Ainsi, il faut retenir que l'enquête par questionnaire en face à face à visée quantitative s'est adressée à toute la population des femmes commerçantes du Souk Sidi Chatti.

Formation de l'équipe de terrain:

Avant l'organisation proprement dite de l'enquête, il était impérieux de procéder à la formation des superviseurs et des enquêteurs retenus en vue de leur transmettre le thème général de l'étude, ses objectifs ainsi que l'essence des différentes questions formant le questionnaire de l'enquête.

Le questionnaire de l'enquête a été traduit en arabe pour faciliter l'inculcation de son contenu aux superviseurs et aux enquêteurs. La formation a comporté aussi l'organisation d'une pré-enquête afin de permettre non seulement aux enquêteurs de mieux se familiariser avec le questionnaire mais aussi afin de nous permettre de mieux apprécier la compréhension du questionnaire par les enquêteurs et par les enquêtées.

La phase de formation a été précédée par la formation du superviseur par le directeur technique. Le questionnaire en sa version arabe a été partagé aux agents enquêteurs lors d'une journée de formation (03 Novembre 2023). Il a été testé par simulation auprès des agents enquêteurs et cela a permis de s'assurer que le système de collecte était maîtrisé, que les questions posées étaient claires et surtout d'avoir l'idée de la fluidité et de la durée de

l'administration du questionnaire.

Travail de terrain:

Lors de la collecte des données sur terrain, le questionnaire a été administré en format papier que l'enquêteur remplissait au cours d'un entretien avec une femme commerçante du Souk Sidi Chatti. Les deux superviseurs étaient présents avec les enquêteurs afin de les aider, de contrôler la qualité de leur travail, de vérifier les questionnaires remplis et les récupérer à la fin de chaque entretien. De même, et dans le cadre du suivi des travaux sur le terrain, des missions de supervision et de coordination ont été organisées par les membres de la coordination technique pour apprécier les conditions de travail des deux superviseurs et l'ensemble des enquêteurs, examiner la qualité du travail et résoudre les problèmes éventuels rencontrés par ces derniers.

3.2.3. Apurement des données et codification

L'exploitation informatique de l'enquête englobe la vérification des questionnaires pour une deuxième fois, la codification des questions ouvertes et les modalités de quelques questions, la saisie, le contrôle des données, leur correction et enfin l'organisation et l'extraction des fichiers destinés à la production des tableaux et à l'analyse.

Pour la saisie et la codification des données, trois agents ont été recrutés pour ce travail. Les agents de saisie ont été encadrés par le directeur technique.

Le logiciel utilisé pour la saisie et le contrôle des données est le CPro, sur la base des spécifications établies à partir des différents volets du questionnaire. La phase d'apurement du fichier a duré cinq jours.

Elle a été réalisée à l'aide du logiciel SAS, et a permis grâce à un contrôle de cohérence très minutieux, de détecter et de corriger les erreurs de collecte, de saisie et de cohérence dans les fichiers des données. Ainsi, la durée totale de traitement des données est de l'ordre de dix jours de codification et saisie, et cinq jours d'apurement des données.

Enfin, les données ont été exportées vers le logiciel SAS pour le traitement statistique et exploitation des résultats.

II. Analyse des données

1. Présentation des résultats de l'enquête qualitative

1.1 Msaken : histoire d'une ville marquée par la migration

La migration des habitants de la ville de M'saken vers la France est un phénomène qui a profondément marqué l'histoire sociale et économique de cette région de la Tunisie. Cette migration vers la France trouve ses racines dans plusieurs facteurs historiques, sociaux et économiques. Le flux migratoire a débuté à M'saken au début des années soixante, consécutivement à la réforme agraire qui a profondément perturbé l'économie traditionnelle de cette petite ville rurale, étroitement liée à son environnement. Les premiers candidats à l'émigration étaient principalement des agriculteurs, des travailleurs agricoles et des ouvriers, qui ont abandonné leurs exploitations agricoles, y compris quelques pieds d'oliviers. Ils ont été rejoints quelques années plus tard par un nombre considérable de propriétaires terriens, dont les terres ont été intégrées aux coopératives de production, ainsi que par des petits commerçants ou artisans dont les activités ont été associées aux coopératives de services.

Au cours des années soixante-dix, environ 4 000 travailleurs originaires de M'saken ont émigré à l'étranger, avec la majorité d'entre eux s'installant en France, principalement dans la région Provence-Alpes-Côte d'Azur.

Cette tendance à l'émigration vers le sud de la France est restée caractéristique de la communauté m'sakénienne. En 1984, le nombre d'émigrants actifs de la région s'élevait à environ 7000, représentant un peu moins de la moitié de la population active estimée à 16 000 personnes. Le nombre total de résidents originaires de la région vivant à l'étranger était estimé entre 11 000 et 11 500 individus, avec la France demeurant le principal pays d'accueil, suivi de la Libye.

La proportion des émigrants originaires de M'saken résidant en France dépasse largement la moyenne de l'émigration tunisienne, atteignant 80 % contre 57 %. Cette tendance s'explique par la force des liens familiaux et communautaires qui unissent les émigrants de cette région à leur terre natale, les incitant à choisir prioritairement un lieu où certains de leurs proches résidents déjà. De même, lorsqu'ils décident de revenir définitivement, les M'sakéniens ont une propension plus élevée que les autres Tunisiens à s'établir à nouveau dans leur région d'origine.

Cependant, l'impact des revenus provenant du travail à l'étranger sur l'économie locale est considérable. Il est bien établi que l'émigration représente une amélioration significative des conditions de vie matérielles pour les femmes restées au pays. Le départ d'un nombre considérable de personnes travaillant auparavant dans l'agriculture a entraîné des changements importants dans les modes de vie locaux à savoir la montée d'une nouvelle culture de commerce local véhiculée par les femmes

1.2 Sidi Chatti : morphologie sociale d'un Souk

La morphologie sociale du Souk Sidi Chatti à M'ssaken est un microcosme fascinant de la diversité et de la dynamique économique dont les femmes sont les premières responsables. Le Souk des femmes, ainsi nommé par les habitants, est une extension d'un espace sacré réservé au mausolée de « Sidi Chatti », l'un des saints patrons de ville de M'ssaken. En fait nous sommes face à deux espaces commerciaux, le premier où s'entremêlent le sacré et le profane depuis la moitié du siècle dernier, tandis que le deuxième est une nouvelle création de la municipalité de M'saken revenant aux années 80.

Les observations ethnographiques réalisées lors de cette étude révèlent que le Souk "Sidi Chatti" est moins spacieux que le Souk des femmes (سوق النساء).

Ma Mung Emmanuel. L'impact des transferts migratoires dans la ville de M'saken (Tunisie). In: Revue européenne des migrations internationales, vol. 2, n°1, Septembre 1986. Méditerranée. pp. 163-178;

Il est réservé aux activités commerciales hebdomadaires, principalement gérées par des femmes ayant hérité des stands démontables, leur permettant d'assurer une activité commerciale familiale durable. On offre dans ce souk des séances de tatouages traditionnels (harkous) et on vend des habits de tout genre pour femmes et enfants. Les commerçantes installées dans ce souk sont redevables d'une taxation allouée au responsable du mausolée. Ce dernier et lors d'un entretien individuel nous a dévoilé que la somme d'argent récupérée chaque semaine est réservée essentiellement à entretenir quelques parties du mausolée.

Il est aussi responsable de régler les litiges et les différents qui surviennent entre commerçantes et clientes. La propreté de l'espace après une journée d'occupation ressort aussi de ses prérogatives.

Il est très rare de voir un homme visitant cet espace, ça relève de l'interdit social plus que religieux. Outre sa vocation commerciale, le souk sidi chatti est un espace de sociabilité féminine. Là on crée des connaissances, on tisse parfois des liens matrimoniaux et on laisse aux femmes de prendre le temps nécessaire de se débarasser des obligations ménagères.

Par ailleurs, le marché Sidi Chatti représente un lieu privilégié de convivialité. Le temps réservé à la réalisation d'un tatouage traditionnel devient ainsi un instant où la femme peut exprimer librement son imagination tout en prenant soin de son corps, bénéficiant d'un sentiment de confort et de sécurité offert par le saint patron de la ville. A sidi chatti on fait du commerce et on profite de visiter le saint patron occupant le centre du mausolée.

1.3 Souk des femmes : une extension pour répondre à une nouvelle dynamique économique

Fondé par la municipalité de M'saken le souk des femmes est un espace plus ouvert aux demandes des femmes. Une variété d'articles exposés aux acheteuses venants de tout bord, de la France, de l'Algérie et de la Libye. La culture entrepreneuriale de la femme à

M'saken a changé la dynamique économique de la ville. Les commerçantes se déplacent aux pays voisins et aux villes frontalières pour alimenter leurs stands d'articles à vendre. Certaines femmes commerçantes ont affirmé, lors de nos entretiens individuels et de nos focus groups, que dans cette dynamique, leurs conjoints sont impliqués et offrent leur soutien. Le fait qu'ils accompagnent les femmes dans leurs déplacements lointains suggère une collaboration et un partenariat au sein du foyer, renforçant ainsi l'idée d'une dynamique entrepreneuriale familiale.

1.3.1. Les femmes commerçantes dans le secteur informel : ramener le monde à M'saken

Le souk des femmes à M'saken est connu par la panoplie des articles offerts aux consommatrices. Un stand hebdomadaire d'une commerçante est toujours innovant en matière d'objets venants de tout bord du monde et c'est grâce au secteur informel et ses circuits.

En effet, les circuits informels des femmes commerçantes font référence à l'économie informelle dans laquelle les femmes sont souvent impliquées en tant que travailleuses indépendantes, entrepreneures ou commerçantes. Ces circuits informels se caractérisent par des activités économiques qui ne sont pas officiellement enregistrées, réglementées ou imposées par les pouvoirs locaux. Cependant, le cas de souk des femmes à M'saken fait l'exception qui confirme la règle.

Cette règle régit presque la totalité des souks de Tunisie par la cohabitation du secteur formel et du secteur informel. Les pouvoirs locaux aménagent des espaces municipaux formels pour des gens qui exercent des activités informelles. Pour les pouvoirs locaux, cette cohabitation du formel et de l'informel offre des solutions pour le problème de chômage et permet aux citoyens de consommer à bas prix. Les femmes commerçantes sont des actrices majeures de cette économie informelle.

Elles sont souvent impliquées dans des activités commerciales de petite échelle, telles que

la vente sur les marchés locaux ou la gestion de petits commerces de proximité. Leur participation à l'économie informelle peut être à la fois une stratégie de survie économique et un moyen d'autonomisation, leur permettant de générer des revenus pour leur famille et de prendre part à la vie économique de leur communauté.

1.3.2. Femmes commerçantes de M'saken : des femmes de réseaux pour accroître leur commerce

Les femmes commerçantes de M'saken s'appuient souvent sur des réseaux sociaux informels pour établir des connexions avec d'autres commerçants, clients et fournisseurs.

Ces réseaux peuvent jouer un rôle crucial dans le partage d'informations commerciales, la recommandation de clients et la résolution de problèmes. Une femme commerçante parmi les interviewés nous révèle qu'elle garde de fortes relations avec des familles à Benguerdane, à Tebessa en Algérie et à Tripolie en Libye. Ce capital relationnel est toujours entretenu même en dehors des relations commerciales. Le capital confiance déjà établi au fil des années se concrétise par le financement informel.

L'accès au financement formel peut être limité pour les femmes commerçantes. Elles ont souvent recours à des sources de financement informelles, telles que l'épargne personnelle, mais surtout « la parole d'honneur » qui se traduit en articles avec des paiements ventilés entre les commerçantes de M'saken et les grands fournisseurs nationaux à Benguerdane ou internationaux en Algérie et en Libye.

1.3.3. Les femmes commerçantes à M'saken : femmes branchées pour assurer leur commerce

Partant d'une constatation du terrain, les femmes commerçantes de M'saken ont adopté une approche novatrice en utilisant les réseaux sociaux comme moyen efficace pour développer et promouvoir leurs activités commerciales. En exploitant ces plateformes en ligne, elles parviennent à accroître leur visibilité, à élargir

leur clientèle et à renforcer leurs liens au sein de la communauté. Il est à noter que les femmes commerçantes illettrées font appel à leurs filles ou leurs voisines pour gérer les réseaux sociaux utilisés.

Ces entrepreneures dynamiques de M'saken ont intégré habilement les réseaux sociaux dans leur stratégie commerciale. En créant des profils dédiés sur des plateformes telles que Facebook, Instagram ou WhatsApp, elles ont établi des canaux de communication directs avec leurs clients potentiels. Ces pages permettent non seulement de présenter leurs produits, mais également d'interagir avec la clientèle, de recueillir des commentaires et de répondre aux questions, renforçant ainsi la confiance et la fidélité des clients.

L'utilisation des réseaux sociaux a également permis aux femmes commerçantes de M'saken de participer à des réseaux plus vastes. Elles peuvent échanger des conseils, partager des expériences et s'entraider mutuellement au sein de communautés en ligne dédiées au commerce local. Ces réseaux sociaux offrent un espace dynamique où les entrepreneures peuvent apprendre les unes des autres, s'inspirer de nouvelles idées et rester informées sur les tendances du marché.

En outre, les plateformes de médias sociaux ont facilité la promotion d'offres spéciales, de promotions ou d'événements locaux, permettant aux femmes commerçantes de M'saken d'attirer un public plus large et de générer un intérêt accru pour leurs produits.

Cette utilisation stratégique des réseaux sociaux témoigne de l'adaptabilité des femmes commerçantes de M'saken face aux évolutions modernes, renforçant ainsi leur position sur le marché et contribuant à la croissance de leurs activités.

1.3.4. Un commerce pour consolider les liens sociaux

Outre les relations commerciales avec des fournisseurs Tunisiens, Algériens et Libyens, plusieurs femmes commerçantes à M'saken profitent du grand nombre des Msakéniens résidents en France pour tisser des échanges commerciaux.

B.F. 60 ans

« Ça fait maintenant plus de vingt-cinq ans que j'exerce ce métier. J'ai développé progressivement mon commerce avec l'aide de mes proches, en particulier de mon frère que j'aime profondément. Il réside en France depuis plusieurs années et ne ménage aucun effort pour me soutenir financièrement. À son retour à M'saken lors des vacances, il n'hésite pas à m'envoyer de l'argent et à apporter avec lui des vêtements et des produits cosmétiques que je vends ici au Souk. Cette initiative bienveillante de sa part joue un rôle crucial en me permettant de surmonter certaines difficultés financières. »

L'exportation de divers produits vestimentaires et autres entre proches établit souvent des liens économiques et culturels significatifs. Cette pratique peut revêtir différentes formes. Lors de leur retour à M'saken pendant l'été, les femmes apportent à leurs proches une variété de produits tels que des vêtements et des articles cosmétiques, participant ainsi à des collaborations commerciales informelles.

Cela contribue à renforcer les liens familiaux et de voisinage tout en stimulant le commerce dans la ville de M'saken. Cette dynamique

soutient également les femmes commerçantes, favorise des relations gagnant-gagnant à travers les stratégies de vente échangées au sein de la famille et de la communauté commerciale.

Ces échanges favorisent non seulement la préservation des traditions commerciales familiales, mais également la consolidation d'un capital de confiance.

1.4 Les femmes de M'saken : vers une autonomisation économique

Dans un tissu socio-économique comme celui de la ville de M'saken, les femmes commerçantes occupent une place de premier plan, jouant un rôle indéniable dans la dynamique économique locale et la structuration sociale de la communauté. Leur présence diversifiée dans un éventail de secteurs commerciaux, qui inclut les marchés traditionnels, les petites boutiques et les activités de vente ambulante, témoigne de leur participation active à la vie économique de la ville.

Une analyse sociologique approfondie de leur situation révèle leur impact sur la dynamique sociale de la ville, notamment en ce qui concerne les interactions au sein des réseaux économiques et leur contribution à la cohésion communautaire.



1.4.1. Emancipation et autonomie économique

La quasi-totalité des femmes commerçantes de M'saken ont hérité une culture de travail qui leur permet d'arracher une place symbolique marquant leur présence indéniable dans une communauté traditionnelle

R. F. 45 ans

Je vis dans de bonnes conditions économiques et financières ; néanmoins, j'aime travailler et sortir de la maison, car cela me permet d'établir des liens avec mes voisines et mes clientes. Mon mari est toujours à mes côtés, et il m'encourage souvent à travailler. Il se déplace avec moi pour rencontrer les fournisseurs et ramener des articles commerciaux

Les femmes à M'saken sont devenues des entrepreneuses indépendantes qui gèrent leurs propres affaires.

Elles contribuent ainsi à leur propre subsistance ainsi qu'à celle de leur famille, ce qui renforce leur autonomie économique et leur pouvoir de décision.

En effet, l'émancipation des femmes commerçantes à M'saken est un état d'esprit chez la plupart des femmes.

Ces dernières se présentent même dans les groupes de discussions comme étant des femmes autonomes dans leur activité commerciale. Elles aspirent à jouer un rôle actif dans la prise de décision économique, à accéder à des opportunités équitables et à affirmer leur indépendance financière.

J, F, 50 ans

Je cherche toujours à élargir mes ambitions dans la sphère commerciale. Je cherche à créer des réseaux d'entraide et de solidarité avec mes proches qui ont l'expérience de commerce pour favoriser la collaboration et le partage d'expériences et pour dépasser les crises financières.

L'indépendance économique des femmes à M'saken constitue un processus dynamique au sein duquel ces entrepreneuses cherchent à se libérer des contraintes sociales, économiques et culturelles qui peuvent entraver leur épanouissement professionnel.

Cet élan vers l'émancipation implique souvent la remise en question de la simple réussite financière ; il touche également au changement socioculturel qui reconnaît et valorise pleinement leur contribution à l'économie locale.

1.4.2. Pouvoir de décision : la femme commerçante a son mot à dire

La femme commerçante à M'saken détient un pouvoir de décision significatif dans les affaires locales de la communauté, marquant ainsi une évolution positive vers une plus grande égalité des genres dans le domaine commercial. Sa capacité à prendre des décisions clés, que ce soit dans le choix des produits à commercialiser, la gestion des stocks des produits, ou la stratégie d'importation, démontre une compétence entrepreneuriale indéniable.

De plus en plus, les femmes commerçantes s'affirment en tant que leaders, apportant une diversité de perspectives et d'approches dans le processus décisionnel.

Leur implication active dans les choix commerciaux contribue non seulement à la réussite de leurs petites entreprises, mais renforce également leur autonomie financière. Cette évolution vers un pouvoir de décision accru pour les femmes commerçantes témoigne d'un changement sociétal important, où la reconnaissance de leurs compétences et de leur expertise devient un élément essentiel du paysage économique. Les hommes rencontrés lors du focus-group affirment que les femmes à M'saken jouent un rôle significatif dans la gestion quotidienne de vie, que ce soit au sein du foyer, dans leurs activités professionnelles, ou au sein de la communauté. Les décisions importantes, qui concernent la famille, les finances, ou les aspirations personnelles, sont souvent prises après mûre réflexion et en tenant compte des valeurs culturelles ancrées dans la communauté.

H. H. 63 ans, professeur et activiste au Scout

Les femmes de M'saken ont la capacité de s'impliquer activement dans la prise de décision, que ce soit au niveau domestique ou professionnel. La culture locale de la région contexte culturel et social de la région façonne cette dynamique, mettant en avant la résilience et la détermination des femmes à exercer leur influence dans les sphères qui les touchent directement

En accordant à la femme commerçante son mot à dire, la société bénéficie d'une dynamique plus inclusive et équitable dans l'espace social où elles vivent. Son engagement économique lui permet d'instaurer une culture d'entrepreneuriat s'inscrivant dans un processus d'égalité de genre.

1.4.3. Une autonomisation économique flexible et résiliente

À M'saken et d'après les entretiens avec les femmes commerçantes, nous avons constaté que ces dernières font preuve d'une grande flexibilité et de résilience face aux défis économiques et sociaux.

Elles sont souvent confrontées à des obstacles tels que la concurrence accrue, les fluctuations des prix des produits et les difficultés d'accès aux fournisseurs, mais elles parviennent à s'adapter et à trouver des solutions pour maintenir leurs activités commerciales tout en sachant que leurs conjoints montrent une grande complicité à l'égard de l'activité commerciale de leurs femmes.

Malgré ces épreuves, les femmes démontrent une adaptabilité exceptionnelle et une capacité à trouver des solutions novatrices pour pérenniser leurs activités. La majorité des femmes commerçantes rencontrées pensent que pour garder cette flexibilité et cette résilience face aux défis qui s'imposent, il faut varier le produit, suivre les nouvelles tendances, explorer des nouveaux fournisseurs et enfin réussir à instaurer un équilibre familial.

Sur le plan culturel, ces femmes commerçantes véhiculent souvent des valeurs traditionnelles telles que le sens du travail acharné, la persévérance et le sens de la famille.

Leur rôle en tant que pourvoyeuses de ressources économiques pour leur foyer renforce souvent leur position au sein de la famille et de la communauté.

1.4.4. Une autonomie économique soutenue par un réseau de soutien

Les femmes commerçantes à M'saken bénéficient souvent d'un réseau de soutien solide, tant au sein de leur famille que de leur communauté.

Elles partagent souvent des connaissances et des ressources avec d'autres commerçantes, ce qui favorise la collaboration et le développement économique local. Au niveau familial, ces femmes trouvent souvent un encouragement inestimable de la part de leurs proches, qui reconnaissent et valorisent leur rôle actif dans la dynamique économique locale. Les membres de la famille, qu'il s'agisse de conjoints, de parents ou d'enfants, jouent un rôle crucial en fournissant un soutien émotionnel, logistique et parfois financier. Cela peut se traduire par des contributions directes au commerce, des conseils avisés ou tout simplement un environnement familial qui favorise l'épanouissement professionnel des femmes commerçantes. Le tissu social de M'saken se transforme ainsi en un écosystème de soutien, où les femmes commerçantes ne se contentent pas de prospérer individuellement, mais contribuent également activement au bien-être économique de leur communauté.

Cette synergie entre le réseau familial et la solidarité communautaire crée un environnement favorable à la croissance économique locale, où l'autonomisation des femmes commerçantes s'inscrit dans une dynamique plus large de développement social et économique.

1.4.5. Les femmes commerçantes de M'saken : agents de changement local dans un contexte globalisé

Dans un monde de plus en plus globalisé, où les échanges commerciaux transcendent les frontières nationales, les femmes commerçantes de M'saken se positionnent comme des acteurs clés de ce processus de changement local. Tout d'abord, ces femmes apportent une contribution significative à l'économie locale en dynamisant les marchés, en créant de l'emploi et en stimulant l'activité commerciale. Leurs entreprises, bien que souvent de petite taille, et à risque contribuent à la vitalité économique de la région et participent à la création d'une économie locale plus résiliente et diversifiée.

En outre, ces femmes sont des agents de changement social, contribuant à l'autonomisation des femmes et à la promotion de l'égalité des sexes dans la société locale. Leur participation active au marché du travail et leur rôle en tant qu'entrepreneures démontrent que les femmes peuvent jouer un rôle central dans l'économie et la prise de décision, défiant ainsi les normes de genre prévalant dans de nombreuses sociétés.

En effet, dans un contexte globalisé, les femmes commerçantes de M'saken sont également confrontées à de nouveaux défis et opportunités. Elles doivent faire face à une concurrence accrue, à l'évolution des tendances du marché et aux défis posés par la numérisation de l'économie.

Cependant, malgré leur contribution économique significative, ces femmes commerçantes peuvent également faire face à des défis sociaux et économiques, tels que la discrimination de genre, les inégalités d'accès aux ressources et aux opportunités, ainsi que les pressions sociales pour concilier leur rôle professionnel avec leurs responsabilités familiales. En effet, c'est la conciliation entre les demandes professionnelles et les engagements familiaux qui a permis aux femmes commerçantes à M'saken de progresser vers une plus grande autonomie.

1.4.6. Des entreprises de petite taille : le commerce du risque

L'analyse des réponses des enquêtées a permis d'apporter un éclairage sur la question de la perception du risque par les femmes à M'saken qui se révèle être un défi majeur, exacerbé par les circonstances inhérentes au contexte économique local.

Le tissu commercial de M'saken est constamment soumis à des incertitudes, principalement en raison de son ancrage dans l'économie informelle. Cette réalité expose les femmes commerçantes à une précarité notable, car leur activité exercée au Souk dépend largement de facteurs socioéconomiques.

Les conditions de travail observés lors de nos observations sociologiques permettent de constater que les conditions de travail des femmes commerçantes au souk de M'saken révèlent un tableau complexe, influencé par divers facteurs économiques et sociaux.

Tout d'abord, le contexte d'économie informelle dans lequel opère le souk crée des conditions de travail souvent précaires. Les femmes commerçantes, en particulier, sont confrontées à des défis liés à une mauvaise infrastructure, à l'absence de sécurité sociale et à la vulnérabilité inhérente à leurs activités.

A, F, 53

L'incertitude quant à notre avenir économique crée un sentiment de peur et d'inquiétude chez la plupart des femmes malgré nos efforts fournis pour exporter les produits et les déplacements successifs. Le manque des équipements et la fragilité financière peuvent générer un stress supplémentaire et limiter les ambitions des femmes commerçantes à M'saken. Il est temps de prendre en compte ces réalités spécifiques afin de d'améliorer les conditions de vente ».

Toutefois, la nature informelle du commerce au souk peut entraîner des horaires de travail irréguliers et des revenus instables, ce qui rend difficile la vente des produits.

De plus, l'accès limité aux avantages sociaux tels que la protection sociale, crée un environnement professionnel précaire. Les femmes commerçantes sont souvent contraintes de jongler entre leurs responsabilités professionnelles et familiales, ce qui peut accroître la pression sur leur bien-être global.

De plus, lorsqu'on analyse la situation des femmes commerçantes au souk de M'saken face aux conditions météorologiques difficiles, notamment la chaleur intense pendant l'été surtout et les risques des pluies pendant l'hiver et d'autres éléments qui méritent d'être pris en considération tels que l'absence des stands et des vestiaires pour les femmes.

J. F, 45 ans

Tout d'abord, la chaleur excessive pendant l'été peut représenter un défi significatif pour nous les femmes travaillant au souk. Les températures élevées peuvent rendre l'environnement de travail inconfortable, affectant notre bien-être physique et notre capacité à exercer nos activités de manière optimale. Les produits cosmétiques peuvent également être vulnérables à la chaleur, nécessitant des mesures spécifiques de gestion et de préservation

M. F, 50 ans

Les conditions météorologiques imprévisibles, y compris les pluies soudaines, peuvent créer des difficultés logistiques pour nous les femmes. Les stands peuvent être exposés aux intempéries, entraînant des pertes potentielles et compliquant la gestion de la vente. Les infrastructures précaires du souk freinent beaucoup d'activités...espérant bien trouver des solutions avec les autorités locales

De plus, d'autres facteurs de risque tels que le manque de sécurité peuvent également impacter la sécurité des femmes commerçantes et de leurs biens.

Dans ce contexte, des solutions et des adaptations spécifiques sont nécessaires pour renforcer la résilience des femmes commerçantes au souk de M'saken face aux conditions météorologiques difficiles.

Cela pourrait inclure des infrastructures améliorées adaptées aux conditions locales, et éventuellement un soutien de la part de la société civile à savoir le Skout que son siège social est situé à proximité du Souk des femmes et du Souk Sidi Chatti.

L'intégration de mesures d'adaptation aux changements climatiques dans le développement du souk pourrait contribuer à créer un environnement plus durable et sécurisé pour les femmes commerçantes.

1.5 Les femmes commerçantes à M'saken : Plus d'autonomie moins de violence

L'autonomisation des femmes commerçantes à M'saken, qui se traduit par une réduction des violences à leur égard, peut être analysée à travers plusieurs perspectives sociologiques. Il est important de prendre en compte les facteurs culturels, économiques et sociaux qui contribuent à cette autonomisation et à la diminution des violences.

Par ailleurs, cette autonomisation peut jouer un rôle crucial. Lorsque les femmes ont un accès équitable aux opportunités économiques, elles peuvent prendre des décisions indépendantes et contribuer financièrement à leur foyer. Cela peut réduire leur dépendance économique à l'égard d'autres membres de la famille, ce qui pourrait réduire le potentiel de violence. Cette autonomisation économique peut être liée également à une évolution des normes de genre au sein de la société locale.

Si les attitudes traditionnelles évoluent vers une acceptation plus large des femmes en tant qu'entrepreneuses et décisionnaires, cela peut réduire les pressions sociales qui peuvent mener à la violence.

1.5.1. Indépendance financière

Lorsque les femmes ont un accès équitable aux opportunités économiques, elles deviennent financièrement indépendantes. Cette indépendance réduit leur dépendance économique envers d'autres membres de la famille, notam-

ment les partenaires ou les conjoints, diminuant ainsi la probabilité de subir des violences liées à des pressions financières.

B.F. 43 ans

Pour moi, l'indépendance financière va bien au-delà de la simple stabilité économique. C'est un pouvoir qui me permet de contribuer activement à la gestion de ma famille. En tant que femme, je trouve essentiel de travailler à mon propre compte. Mes revenus me permettent de me donner confiance en moi pour prendre des décisions financières de la vie familiale. La gestion de la famille n'est pas seulement une question de budget, mais aussi de choix et de priorités. En ayant ma propre indépendance financière, je peux contribuer aux décisions cruciales qui façonnent notre quotidien, que ce soit dans l'éducation des enfants, la planification des vacances, ou la construction d'un avenir stable

1.5.2. Renforcement de la confiance en soi

Il ressort de nos constations du terrain que l'autonomie économique peut contribuer au renforcement de la confiance en soi des femmes commerçantes à M'saken.

S. F. 27 ans

En tant que femme commerçante dans l'artisanat, je dois constamment naviguer dans un environnement dynamique et parfois exigeant. Cependant, c'est ma confiance en mes compétences, en mes produits artisanaux, et en ma capacité à influencer positivement le marché à M'saken et à Sousse qui me propulse en avant. Chaque jour, je fais face à des défis, mais la confiance en soi me permet de relever ces défis avec détermination et résilience. Savoir que ma voix et mes actions ont un impact dans le Souk de la Médina ancienne renforce ma confiance, à innover dans mon projet. La confiance en soi n'est pas seulement un atout personnel, mais elle contribue également à créer un environnement de commerce dynamique où les femmes, y compris moi-même, sont reconnues et respectées pour leurs compétences et leur contribution à l'économie locale

En occupant des positions économiquement importantes à l'échelle locale, les femmes peuvent développer un sentiment de valeur personnelle et d'estime de soi, ce qui peut les rendre plus résilientes face à la violence et aux pressions.

1.5.3. Changement des normes sociales

En effet, lorsque les femmes occupent des rôles économiques importants, cela peut contribuer à un changement des normes sociales. La société est plus encline à accepter l'égalité des sexes et à condamner la violence contre les femmes lorsque celles-ci sont actives sur le plan économique. Lorsque les femmes participent activement à la force de travail et gagnent leur propre revenu, elles acquièrent une plus grande autonomie économique. Cela réduit leur dépendance vis-à-vis des hommes, changeant ainsi la dynamique traditionnelle de domination. Dans la région de M'saken, les femmes peuvent ainsi contribuer de manière significative à remettre en question les stéréotypes de genre qui sous-estiment leurs capacités.

D'après les données collectées, on assiste à une redéfinition des rôles de genre ; les anciennes générations à M'saken ont transmis le savoir-faire et les métiers artisanaux à leurs filles, cela remet en question les normes traditionnelles de genre.

Les femmes qui réussissent dans des domaines de commerce autrefois dominés par les hommes inspirent d'autres femmes à poursuivre des carrières similaires, créant ainsi une communauté de femmes professionnellement engagées.

S. F. 53 ans

En travaillant ensemble au Souk Sidi Chatti, une solidarité se développe naturellement. On partage nos expériences pour créer un réseau qui renforce la communauté féminine. Cela contribue à créer un environnement où les femmes peuvent se sentir soutenues et comprises. Cette solidarité féminine nous a offert une identité, d'ailleurs, les hommes auparavant ne peuvent pas accéder au Souk et n'ont pas une place parmi nous

L. F. 43 ans

La présence des femmes sur le marché du travail peut contribuer à changer le regard de la société locale. Les activités commerciales que nous exerçons au Souk avec les déplacements et le carnet d'adresse que nous devons préserver représentent des modèles de réussite féminine, contribuant ainsi à modifier la perception générale de la place des femmes dans la ville de M'saken

1.5.4. Réduction de la vulnérabilité économique

Par conséquent, le constat le plus important qui se dégage de l'analyse des données qualitatives est que les femmes économiquement autonomes sont moins vulnérables aux abus économiques, tels que le vol de leurs biens ou l'exploitation financière. Cela peut réduire leur exposition à des situations potentiellement violentes.

En somme, l'autonomisation économique des femmes agit comme un catalyseur pour la réduction de la violence en renforçant leur indépendance financière, leur confiance en soi, et en modifiant les dynamiques de pouvoir au sein des relations et de la société. Elle contribue à créer un environnement propice à des relations égalitaires et à la prévention des formes de violence liées à l'oppression économique.

1.6 Défis et opportunités

Bien que les femmes commerçantes contribuent de manière significative à l'économie locale, elles font également face à des défis tels que les inégalités de genre, et les obstacles bureaucratiques. Cependant, elles n'ont pas également accès à des opportunités de développement, notamment à travers des programmes de formation professionnelle et des

initiatives visant à renforcer leurs compétences en gestion d'entreprise. En résumé, les femmes commerçantes de M'saken jouent un rôle essentiel dans la dynamique économique de la ville. Leur contribution à l'économie locale, leur autonomie économique et leur résilience face aux défis font d'elles des actrices incontournables du développement économique et social.

Une analyse sociologique de la culture des petites femmes commerçantes à M'saken révèle plusieurs aspects intéressants. Tout d'abord, ces femmes commerçantes font partie intégrante du tissu social et économique de leur communauté. Leur présence dans le monde des affaires reflète souvent leur capacité à naviguer dans un environnement commercial souvent traversé par des obstacles, démontrant ainsi leur résilience et leur détermination à réussir malgré les difficultés rencontrées.

Cependant, leur culture entrepreneuriale peut également être influencée par des facteurs locaux tels que les réseaux sociaux et familiaux, les traditions commerciales locales et les dynamiques économiques spécifiques à leur région. Ces facteurs peuvent façonner leur approche des affaires, leur style de gestion et leur relation avec la clientèle.

A ce niveau d'analyse, il est important de reconnaître que la culture des petites femmes commerçantes à M'saken est dynamique et en constante évolution, influencée par des forces sociales, économiques et culturelles changeantes. Cette culture entrepreneuriale s'inscrit dans une sphère économique dominée par l'informel risquant ainsi la durabilité des activités commerciales féminines à M'saken. Afin de surmonter ces défis liés à la complexité des tâches des femmes commerçantes, nous proposons les recommandations suivantes pour élaborer une vision et des interventions efficaces visant à soutenir l'essor économique et l'autonomisation des femmes à M'saken.

2. Présentation des résultats de l'enquête quantitative

Cette deuxième partie du rapport de l'étude à visée quantitative est basée sur ce que les réponses recueillies auprès de toutes les femmes commerçantes du Souk Sidi Chatti ont révélé suite au traitement et à l'analyse dont le but recherché était d'avoir une image la plus représentative de ces femmes, de leurs besoins, de leurs usages et de leurs attentes.

Tout au long de la rédaction de cette partie du rapport, et au vu de la taille relativement réduite de la population enquêtée, nous avons tenu compte, d'une part du fait que la recherche de précision dans la mesure des réponses recueillies ne doit pas nous faire tomber dans une illusoire fascination du pourcentage à la deuxième décimale près, et d'autre part par l'interprétation et les commentaires doivent rester mesurés et nuancés.

2.1 Trajectoires professionnelles et situations personnelles

Comme précité en haut, une des spécificités de la présente enquête est que la population cible est constituée uniquement de femmes, répondant aux différents objectifs du programme femmedina, malgré que l'activité du commerce informel semble être beaucoup plus une activité masculine.

À travers des questions relatives à la trajectoire professionnelle et des indicateurs sociodémographiques, ce premier volet de la présentation des résultats de l'enquête vise à apporter des éléments de connaissance sur les femmes commerçantes du Souk Sidi Chatti de M'Saken et à mieux appréhender les parcours professionnels, personnels et familiaux de ces commerçantes.

Ces informations pourraient aider à situer le contexte socioéconomique dans lequel vit les enquêtées, et d'étudier les éventuels impacts

sur les conditions de travail des femmes dans le Souk, leurs choix et leurs décisions. Plus particulièrement, nous avons cherché à savoir : Qui sont ces femmes commerçantes ? Depuis quand sont-elles installées dans cet espace public ? Pourquoi entreprendre ? Comment concilient-elles vie familiale et vie professionnelle ? Comment utilisent-elles leurs relations et leurs réseaux pour mettre en place leurs activités économiques ? Entrent-elles en conflit avec le pouvoir public pour négocier l'espace public de travail au quotidien ? etc.

2.1.1. Trajectoires professionnelles

L'analyse des données collectées a permis d'identifier différents types de trajectoires professionnelles chez les commerçantes du Souk, en fonction de leurs expériences professionnelles passées, de la variété des raisons qui les ont conduits au monde de la micro-entreprise, de leur âge, de leur volume de capital scolaire, de la composition de leur ménage, etc. Cependant, le statut social des femmes du Souk est assez homogène.

Comme premier constat, on note que la majorité des commerçantes du Souk habite la ville de M'Saken (89,7%), plus des trois quarts (79,5%) étaient en chômage avant de s'engager dans l'activité commerciale, une minorité de l'ordre de 15,4% en emploi et seulement 5,1% d'entre elles étaient en étude.

Dans cet itinéraire, une question consistait à déterminer l'ancienneté professionnelle au Souk de chaque femme commerçante enquêtée dans l'activité économique de commerce : la grande majorité des enquêtées, soit 87,2%, ont déclaré avoir occupé ce type d'emploi depuis plus de 5 ans, 5,1% avaient une ancienneté professionnelle au Souk de 2 à 5 ans, et 7,7% d'entre elles se sont installées dans l'espace de Sidi Chatti en tant que commerçante depuis moins de 2 ans.

Ainsi, ces dernières statistiques prouvent une asymétrie évidente de la distribution de l'ancienneté dans l'emploi informel au Souk. Or, la

durée plus ou moins longue de l'ancienneté dans un emploi permet aux travailleurs d'acquérir un grand nombre de connaissances implicites et spécifiques à leur lieu de travail.

Ceci peut largement justifier **l'appropriation collective des commerçantes de l'espace public** marchand qui est le Souk Sidi Chatti.

Cette appropriation collective est un signe d'intégration sociale des commerçantes du Souk, et que leur droit à occuper un espace public de vente n'est pas menacé : elles se sentent donc en sécurité contrairement à celles qui vendent dans la rue.

Par ailleurs, ces mêmes statistiques de la variable ancienneté professionnelle au Souk prouvent que la majorité des femmes n'a pas connu de mobilité professionnelle au cours des cinq dernières années, probablement cela est dû au fait que la place des femmes sur le marché du travail et les contraintes de la vie personnelle sont actuellement peu propices à la mobilité professionnelle.

La situation des femmes enquêtées au regard de l'emploi au moment de l'inscription dans un processus entrepreneurial s'avère contrastée : 79,5% parmi elles étaient en chômage, 15,4% en emploi dont la majorité était des salariées permanentes, et 5,1% en étude. Une telle répartition constitue une particularité de la population des femmes du Souk par rapport à la population globale des femmes créatrices de micro-entreprises en Tunisie.

Sachant que la périodicité d'ouverture du Souk Sidi Chatti est hebdomadaire, et face à la multiplicité des Souks dans la région qui s'affirme comme une plaque tournante du commerce du textile et de l'habillement, il ressort des données collectées que le Souk Sidi Chatti s'est spécialisé dans les échanges marchands de produits de textile et d'habillement.

En effet, les commerçantes, dont 84,6% d'entre elles disposent d'une autorisation d'occupation temporaire de l'espace public, déclarent à 76,9% exercer des échanges marchands de produits de textile et d'habillement contre une

proportion de 12,8% d'entre elles qui vendent des ustensiles de cuisine, et seulement 10,3% des enquêtées dont leur commerce se restreint aux biens semi-courants (mode et accessoires traditionnels de beauté, mercerie, etc.).

Il est à noter que cette dernière proportion des commerçantes se sont installées à l'intérieur du sanctuaire Sidi Chatti essayant de garder l'histoire de la fréquentation et la culture de cet espace qui constitue un bâtiment du patrimoine de la ville de M'Saken, mais qui n'ont en revanche pas été en mesure d'empêcher la juxtaposition d'un nouvel espace de vente supplémentaire.

Comme la liberté et la volonté d'entreprendre sont les fondements des activités commerciales et artisanales, les données de l'enquête montrent que presque les trois quarts des commerçantes (74,4%) sont des entrepreneures individuelles contre une proportion de l'ordre de 25,6% des enquêtées qui exercent l'activité commerciale au Souk dans le cadre d'une exploitation familiale.

Par ailleurs, du fait que la majorité des commerçantes est dans l'activité des échanges marchands de produits de textile et d'habillement, interrogées sur leurs circuits d'approvisionnement, elles ont déclaré acheter leurs marchandises dans les villes de proximité, et principalement des grossistes du Souk de Ksar Hellal (48,6%), réputés pour offrir, aux couches sociales moyennes et démunies, des biens de textile et d'habillement à des prix abordables, des grossistes des deux Souks : « Souk de dimanche » (20,9%) et du grand Souk « Ter fer » (8,6%) de M'Saken.

Ainsi, la présence de plusieurs sources d'approvisionnement constitue la cause de l'impossibilité de fixer un prix unique pour un même type de produit, ce qui peut créer de la concurrence et des conflits entre les commerçantes du marché Sidi Chatti.

Lorsque les répondantes à l'enquête ont été questionnées directement sur les principales motivations qui l'ont poussé à s'installer dans l'espace de Sidi Chatti, 43,6% d'entre elles ont déclaré que c'est la spécificité particulière de

« Ter fer » : Une expression dialectale tunisienne qui désigne la pauvreté extrême.

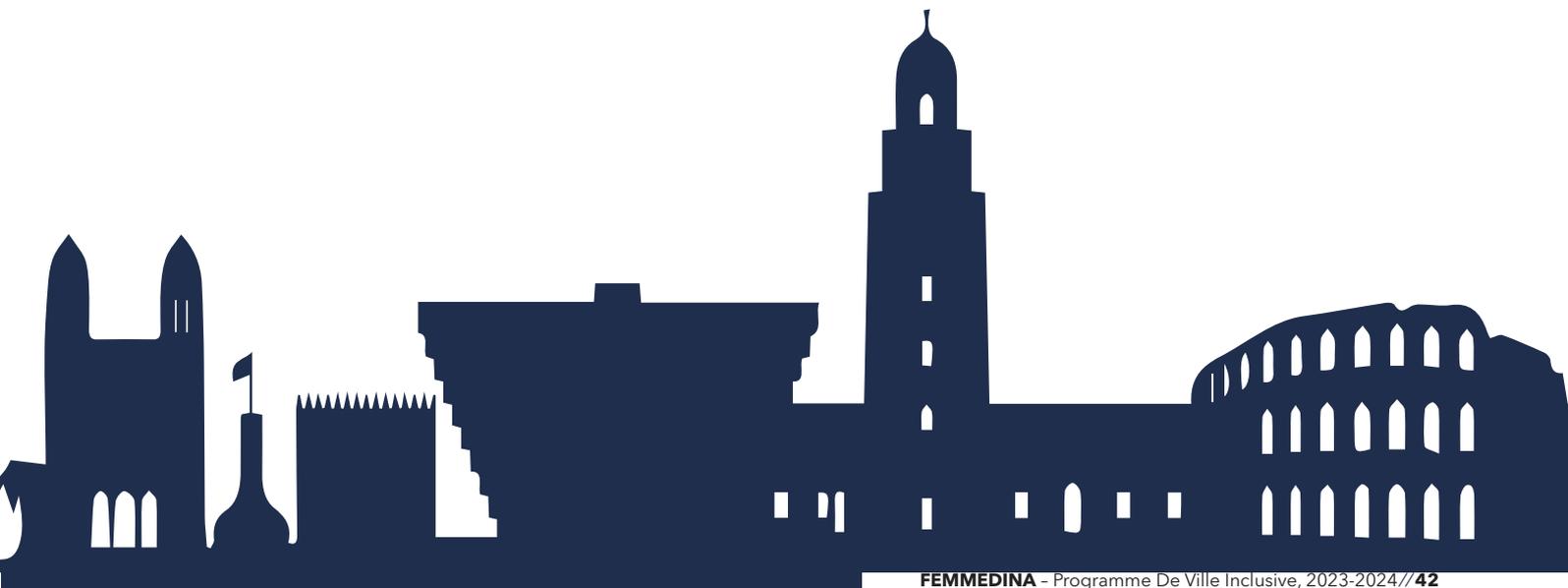
cet espace public marchand : « ce Souk est dédié seulement aux femmes commerçantes ») conjuguée avec des raisons économiques, suivi par l'emplacement du Souk par rapport à leur domicile (41%), puis deux autres motivations : « héritage des parents / tradition familiale » et « manque de moyens de transport / restriction de choix » qui se sont exprimées avec seulement une proportion de l'ordre de 7,7%.

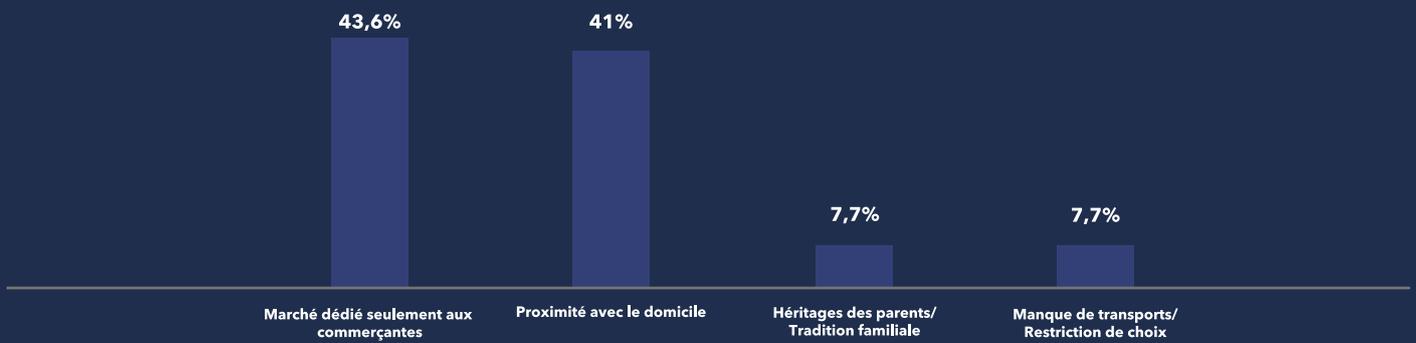
Ainsi la manière dont l'espace public est organisé et son emplacement ont prédominé sur les motivations des commerçantes de choix de cet espace public, et sur la manière dont elles vont s'en saisir.

En effet, malgré le fait qu'une activité de petit commerce soit souvent considérée comme un travail de subsistance, on la choisit parce qu'elle procure de l'autonomie dans l'emploi.

Cela permet aux marchandes de concilier la vie professionnelle et la vie de famille.

Une telle activité professionnelle intéresse bien les femmes en milieu urbain qui cherchent à avoir le temps de s'occuper des enfants et des travaux ménagers.



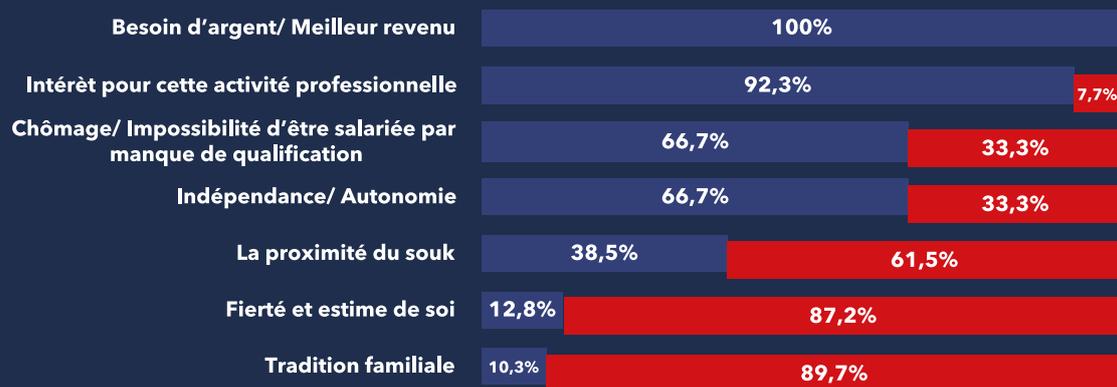


4. Les motivations d'installation au Souk Sidi Chatti

La féminisation de l'activité commerciale en Tunisie n'est pas récente, et il s'avère qu'elle est en croissance continue. De ce fait, nous avons cherché, dans le cadre de notre enquête, à savoir comment une femme devient-elle responsable d'une micro-unité de commerce ? Est-ce une initiation familiale ? une occasion saisie ? une volonté d'affirmer ses capacités mal reconnues ? etc. C'est pour répondre à cet en-

semble d'interrogations que nous avons questionné les commerçantes sur les raisons qui les ont poussées à exercer l'activité commerciale au Souk Sidi Chatti.

Les résultats de cette investigation sont résumés dans la Figure 5 suivante.



5. Les raisons d'installation au Souk Sidi Chatti

Globalement, les interrogées ont affirmé que la connaissance du métier, la qualification professionnelle acquise durant la vie active et la recherche d'un meilleur profit ont été les raisons principales du choix de l'activité économique exercée au Souk.

Dans le détail, comme première raison exprimée, et justifiant l'idée à développer une activité commerciale et à choisir de s'installer au Souk Sidi Chatti pour la totalité des répondantes est le « besoin d'argent et d'une recherche d'amélioration de revenu ». « L'intérêt pour une telle activité professionnelle » constitue un élément déclencheur pour une majorité des femmes (92,3%).

« Le chômage, l'impossibilité d'accéder à un poste de salariée » ou « l'indépendance et l'autonomie économique » représentent aussi des

facteurs principaux d'incitation au passage de l'exercice d'activité des échanges marchands au Souk Sidi Chatti pour les deux tiers des répondantes (66,7%). « La proximité » du Souk et son emplacement stratégique et central (38,5%), « la fierté et l'estime de soi » (12,8%) et presque également « la tradition familiale » (10,3%) ont été exprimées par les répondantes mais avec des proportions moindres. Toutes ces raisons avec leurs statistiques montrent que la vulnérabilité sociale des femmes travaillant dans l'économie informelle est ancrée dans des contextes sociaux et politiques dominés par des phénomènes tels que le chômage, les inégalités socio-économiques et le ralentissement économique. En général, ces phénomènes affectent les catégories les plus vulnérables de la société, touchant en particulier les femmes.

2.1.2. Situations personnelles

2.1.2.1. Âge et situation matrimoniale

Diagnostiquer le phénomène de l'insertion sociale au niveau communautaire est une tâche d'autant plus ardue que nulle définition ne paraît incontestable. C'est la raison pour laquelle l'analyse de l'insertion sociale doit tenir compte de plusieurs indicateurs et éviter l'hypothèse d'une trajectoire d'insertion unique et d'un parcours modèle d'entrée dans la vie active. Ceci explique l'intérêt de cette section qui cherche à examiner les deux aspects âge et état matrimonial de la population de l'enquête.

Contrairement à ce l'on pouvait s'y attendre, à savoir que plus les femmes sont âgées, moins elles participent au marché du travail, les données de la figure 3 ci-dessous donne la répartition des enquêtées par tranches d'âge, et fait ressortir que la catégorie d'âge modale de notre population est celle des 50-62 ans et regroupe 35,9% de l'effectif total.

Ainsi, la population des femmes commerçantes du Souk Sidi Chatti est assez vieille. Dans le détail, presque les deux tiers des femmes commerçantes (61,5%) sont des femmes âgées de plus de 50 ans, et plus du quart des femmes commerçantes, soit 25,6%, ont pour âge supérieur à 62 ans. Comme nous l'avons déjà mentionné auparavant, ces statistiques peuvent bien se justifier par les principales raisons et motivations exprimées par les enquêtées qui les ont incitées à s'installer dans cet espace.

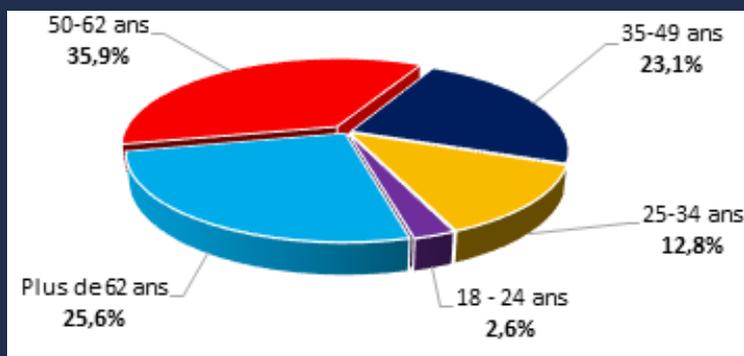
Par ailleurs, les données font sortir qu'un peu moins d'un quart d'entre elles (23,1%) sont âgés entre 35 et 49 ans.

Une explication possible de ce constat est que ce presque quart des commerçantes de Sidi Chatti ont été influencée par la plus ou moins longue durée du chômage et donc elles ont opté pour le choix de l'activité de commerce informel.

Enfin, on doit noter des proportions relativement assez faibles (respectivement 12,8% et 2,6%) des femmes commerçantes dont les tranches d'âge sont de 25-34 ans et entre 18-24 ans. Ces deux derniers constats peuvent se justifier par les faits que les effets et les expériences de la pauvreté, des divorces hâtifs et de veuvage ne sont pas les mêmes parmi les hommes et parmi les femmes.

En effet, lorsque la pauvreté s'installe ou bien lorsque le veuvage ou le divorce survient, les attitudes de recherche de revenu supplémentaire caractérisent plus les femmes veuves que les femmes mariées, et beaucoup plus les veuves que les veufs.





6. Répartition des commerçantes par tranches d'âge

En Tunisie, l'infériorité numérique des femmes déclarées commerçantes peut également être nuancée par l'importance du taux de nuptialité des entrepreneurs.

L'observation des comportements matrimoniaux permet en effet de constater l'importance de la structure conjugale chez les femmes commerçantes du Souk Sidi Chatti : les mariées prédominent avec 66,7%, majoritairement en couple ou en situation de monoparentalité ayant peu d'enfants en bas âge ou majeurs, contre 12,8% de célibataires.

Nous remarquons aussi que presque la moitié des mariées (41,1%) sont âgées de 50 ans et plus, et ce d'après les données du tableau 1 ci-dessous. Par contre, on observe la plus faible proportion, soit 5,1%, des femmes commerçantes chez les divorcées.

Ce taux faible de divorcée renseigne sur **l'importance de la préservation du foyer famil-**

ial comme valeur sociale incarnée chez les commerçantes de Sidi Chatti.

Les femmes commerçantes isolées (célibataire, divorcée et veuve), représentant le tiers restant de la population sont globalement âgées (avec une proportion de l'ordre de 76,9%). Comme toutes les femmes, les commerçantes sont aussi potentiellement vulnérables aux lois coutumières discriminatoires en matière d'héritage. De ce fait, les données recueillies font ressortir que 15,4% des enquêtées sont veuves et sont toutes âgées de 50 ans et plus.

Près d'une commerçante sur huit, soit 12,8% est célibataire, et la majorité des célibataires est adulte (60,2%) ou relativement jeune (2,6%).

Situation matrimoniale

Tranches d'âge	Mariée	Célibataire	Divorcée	Veuve	Total
18-24 ans		2,6%			2,6%
25-34 ans	7,7%	2,6%	2,6%		12,8%
35-49 ans	18,0%	5,1%			23,1%
50-62 ans	30,8%	2,6%		2,6%	35,9%
Plus de 62 ans	10,3%		2,6%	12,8%	25,6%
Total	66,7%	12,8%	5,1%	15,4%	100,0%

1. Tableau croisé des deux aspects âge et situation matrimoniale

2.1.2.3. Composition du foyer

D'après les données de la figure 7 ci-dessous, il ressort qu'une majorité de quatre cinquièmes des femmes interrogées (82%) sont des personnes avec enfants, qu'elles soient en couple ou non.

Ce taux est considéré très élevé et confirme le changement social que connaît la famille tunisienne en matière de migration vers le modèle simple et diminution de niveau de prise en charge des membres de la grande famille. Les familles monoparentales sont généralement composées d'une femme seule avec au moins un enfant : leur part représente 17,9%. Enfin, les personnes seules et les couples sans enfant représentent seulement 7,7%, et celles qui vivent avec leurs parents sont représentées avec une proportion de l'ordre de 10,3%.

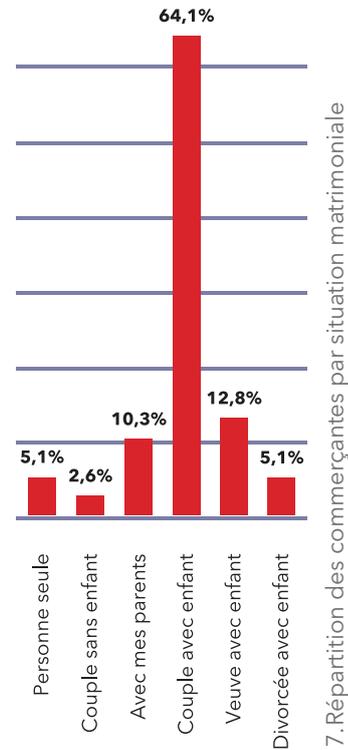
2.1.2.2. Niveau de scolarisation

L'éducation est un atout majeur pour les femmes, car elle leur procure toute une série d'avantages, dont une meilleure connaissance de leurs droits, une participation accrue à la prise de décision et l'accès à de meilleures possibilités d'emploi.

Ainsi, en se penchant sur l'une des procurations classiques pour l'autonomisation des femmes, à savoir l'éducation, les résultats de l'enquête font sortir que sur l'ensemble des enquêtées, 92,3% des femmes commerçantes ont déjà fait des études.

Une des conséquences de cette forte proportion de celles qui sont passées par l'école est le principe de l'obligation de l'instruction imposé en Tunisie au lendemain de l'indépendance et exigeant que tous les enfants âgés de six ans bénéficient de l'arme de l'apprentissage et de l'éducation. Néanmoins, ce diagnostic positif doit être nuancé.

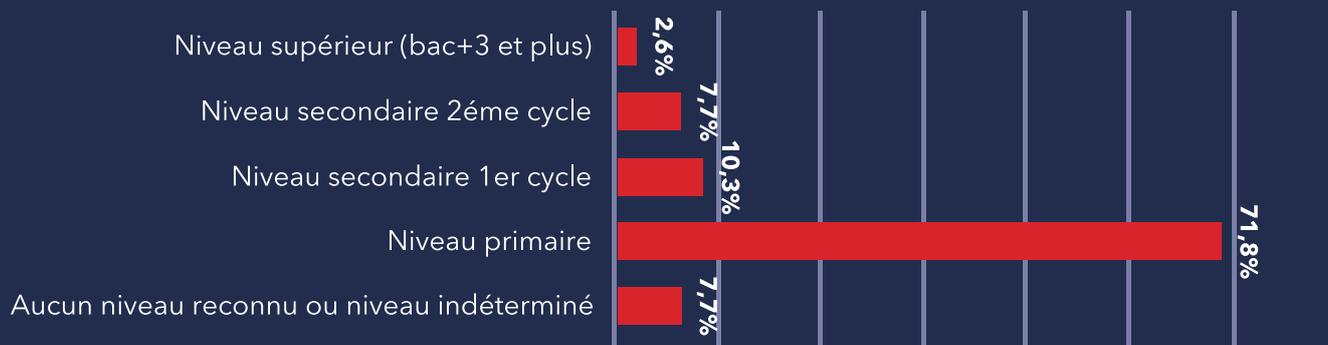
Le taux de scolarisation primaire est de 71,8% laissant supposer que l'échec scolaire et le désintérêt pour le savoir et la culture ne vient plus seulement de la société, mais aussi de l'école elle-même, victime des tribulations répétées des réformes successives entreprises



par les différents gouvernements qui se sont relayés depuis plus de deux décennies. Enfin nous remarquons que le taux d'analphabétisme est de l'ordre 7,7%.

En conclusion, nous pensons que le choix de travailler dans le petit commerce informel est justifié entre autres par le manque de compétences et du niveau d'instruction.

Toutefois, chez les commerçantes de Sidi Chat-ti, l'image noble du sacrifice est omniprésente, et la mobilité sociale ascendante se traduit par une rupture au regard du faible niveau d'instruction des commerçantes, qui est lié au rapport différent aux études selon le genre..



8. Répartition des commerçantes par niveau d'instruction

Le tableau 3 ci-dessous donne les résultats d'une analyse statistique croisée entre les aspects niveau d'instruction et l'âge fait ressortir que le taux net de scolarisation au primaire (71,8%) : 89,3% des enquêtées ayant pour âge 35 ans et plus et 10,7% ont pour âge entre 25 et 34 ans. De plus, cette analyse statistique croisée montre une relation significative entre l'âge et le niveau d'instruction : les commerçantes de niveau d'instruction supérieur représentées dans la population avec une proportion faible et de l'ordre de 2,6% sont essentiellement entre 25 et 34 ans, expliqués par un taux de chômage élevé en Tunisie auprès des diplômés de l'enseignement supérieur (il atteint l'ordre

de 23,7% en 2023).

Par contre, en l'absence de tout niveau d'instruction ou un niveau de deuxième cycle du secondaire, le taux est presque le triple de ce dernier (7,7%). Seulement le cinquième (19,97%) des commerçantes âgées de 25 à 34 ans ont un niveau d'instruction du supérieur.

Tranches d'âge	Niveau d'instruction					Total
	Supérieur	Secondaire (2ème cycle)	Secondaire (1er cycle)	Primaire	Aucun niveau reconnu	
18-24 ans		2,56%				2,56%
25-34 ans	2,56%		2,56%	7,69%		12,8%
35-49 ans		2,56%	7,69%	12,8%		23,08%
50-62 ans		2,56%		30,77%	2,56%	35,9%
Plus de 62 ans	10,3%			20,51%	5,13%	25,6%
Total	2,56%	7,69%	10,26%	71,79%	7,69%	100,0%

2. Tableau croisé des deux aspects âge et niveau d'instruction

2.2 Autonomisation des femmes commerçantes

Le renforcement de la position économique, sociale, culturelle et politique des femmes est essentiel pour l'égalité du genre, l'inclusion sociale, la croissance économique et le développement inclusif et durable, ainsi que pour la productivité des entreprises, la compétitivité et la création de valeur. De plus, ce renforcement fait le lien avec le cinquième Objectif de Développement Durable dont le but est de parvenir à l'égalité des sexes et l'autonomisation de toutes les femmes et les filles.

Par ailleurs, la participation de la femme au marché de travail n'offre pas seulement la possibilité d'assurer ses moyens de subsistance, mais elle permet aussi de se prendre en charge, de préserver sa dignité, de créer du capital social et d'augmenter la confiance en soi.

Ainsi, l'autonomisation de la femme avec ces différents déterminants économique, socio-culturelle, familiale et politique constitue un facteur de protection qui diminue le risque de l'exclusion et de violence à l'égard des femmes. Toutefois, la femme urbaine continue pour autant d'être confrontée à des obstacles importants qui

font entrave à ses opportunités économique, sociale et culturelle et l'empêchent de réaliser pleinement son potentiel et booster ainsi son autonomisation.

Par ailleurs, nous rappelons que notre étude est ancrée dans une approche compréhensive qui s'attache à rendre compte du point de vue des femmes commerçantes interrogées, de leurs représentations, de leurs croyances et perceptions de leurs satisfactions des conditions de vie et de leur vécu.

Ainsi, à travers la collecte et l'analyse des réponses recueillies aux questions relatives au concept complexe de l'autonomisation des femmes, et au regard du fait que la population des femmes enquêtées est relativement vieillissante, ce deuxième volet de la présentation des résultats de l'enquête vise à analyser en particulier la dimension du processus d'autonomisation économique et sociale des commerçantes du Souk Sidi Chatti et les rôles de cette autonomie dans la prise de pouvoir ainsi que les défis et les dynamiques d'autonomisation des femmes.

2.2.1. L'entrepreneuriat : levier pour l'autonomisation financière

La dimension « vulnérabilité des femmes urbaines de la Médina » utilisée par le projet Femmedina comme approche est bien appropriée pour atteindre les objectifs du projet.

En effet, la population ciblée par l'enquête quantitative constitue bien une catégorie sociale bien relativement vulnérable aux conditions sévères de la vie comme le manque de revenu, les fonds de roulement de leurs activités commerciales et les obligations familiales et sociales. En effet, il ressort de l'analyse des données collectées que presque huit femmes sur dix (79,5%) des interrogées étaient d'accord pour reconnaître qu'elles sont le principal soutien de leur ménage et que les revenus générés par leurs activités commerciales constituent des revenus principaux de leurs ménages.

Ceci prouve donc qu'en majorité, les com-

merçantes dépendent uniquement des activités marchandes au Souk, et qu'elles peuvent certainement être vulnérables aux chocs sur les revenus (fluctuation des prix d'achats des marchandises, l'animation au Souk, les mauvaises conditions météorologiques, etc.).

En soutenant le développement de sources alternatives de revenus, en particulier celles qui n'impliquent pas le commerce au Souk, les ménages des femmes enquêtées auront accès à des revenus tout au long de l'année, et cela peut améliorer leur résistance face à des chocs inattendus.

Enfin, les résultats de l'enquête reflètent des niveaux très élevés de pouvoir de décision dans des activités commerciales au sein des femmes interrogées

2.2.2. Perceptions de l'autonomisation des femmes

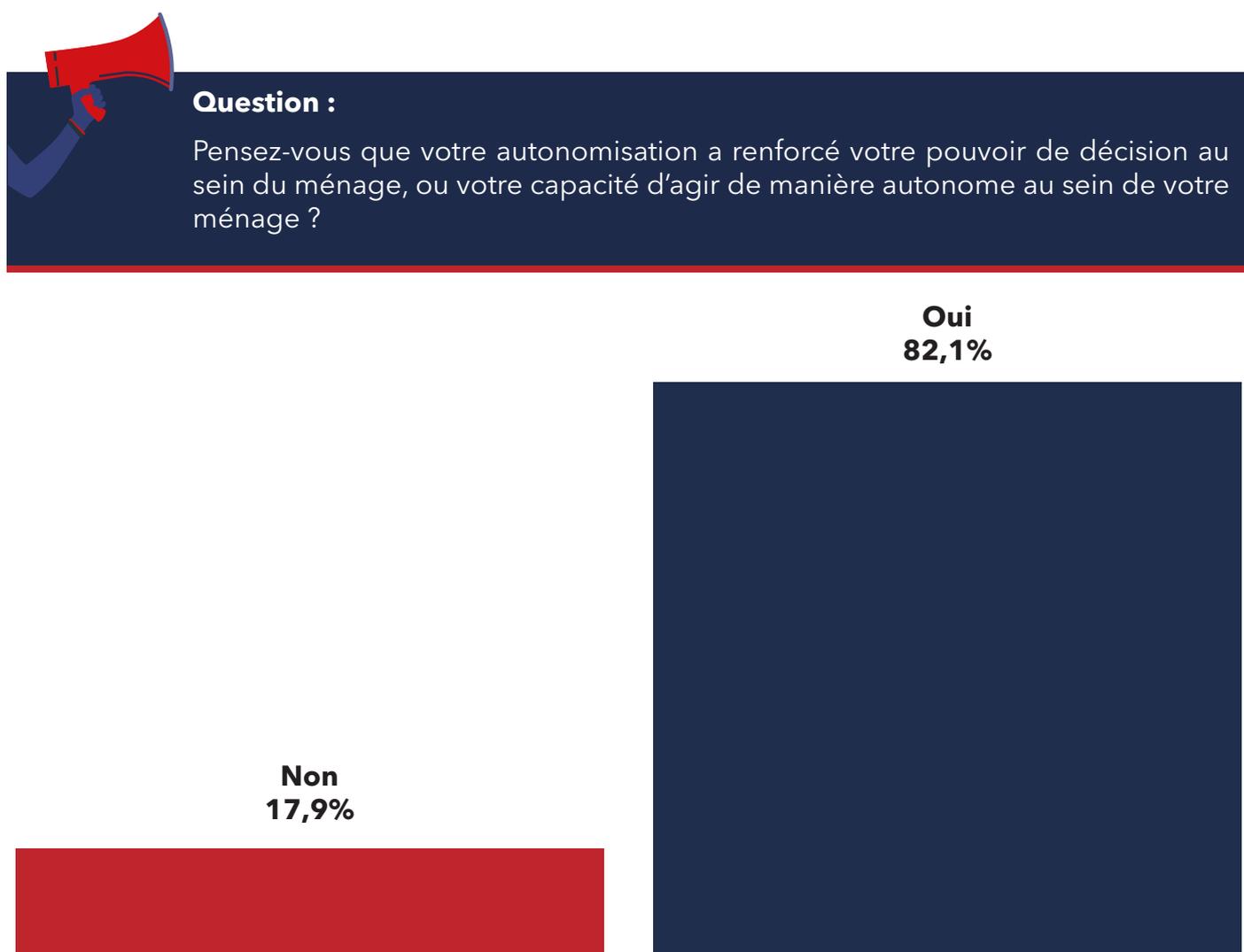
L'analyse ou la promotion de l'autonomisation des femmes se focalise en général sur l'autonomisation économique. Cela induit l'étude des variables indirectes comme le niveau d'éducation, l'emploi ou encore le revenu.

La variable niveau d'éducation a été déjà étudiée ci-haut, et nous allons voir de près dans la suite les deux autres variables emploi et revenu. Toutefois, la littérature académique et la conduite d'études ont élargi le concept complexe de l'autonomisation, et son analyse avec ces trois dernières variables a été considérée comme restrictive.

Ainsi, l'introduction de la dimension subjective à l'autonomisation, comme le pouvoir de décision au sein du ménage, le pouvoir de négociation, ou encore la liberté de choix ont été jugés appropriés de les étudier.

Malgré que ces concepts soient relativement abstraits et difficiles à comprendre de la part d'une population peu instruite et pauvre, nous avons jugé intéressant de collecter la perception des enquêtées sur ce sujet à travers une question prenant en compte la dimension subjective à l'autonomisation des femmes.

L'analyse des données a abouti aux résultats résumés dans la Figure 9 ci-dessous



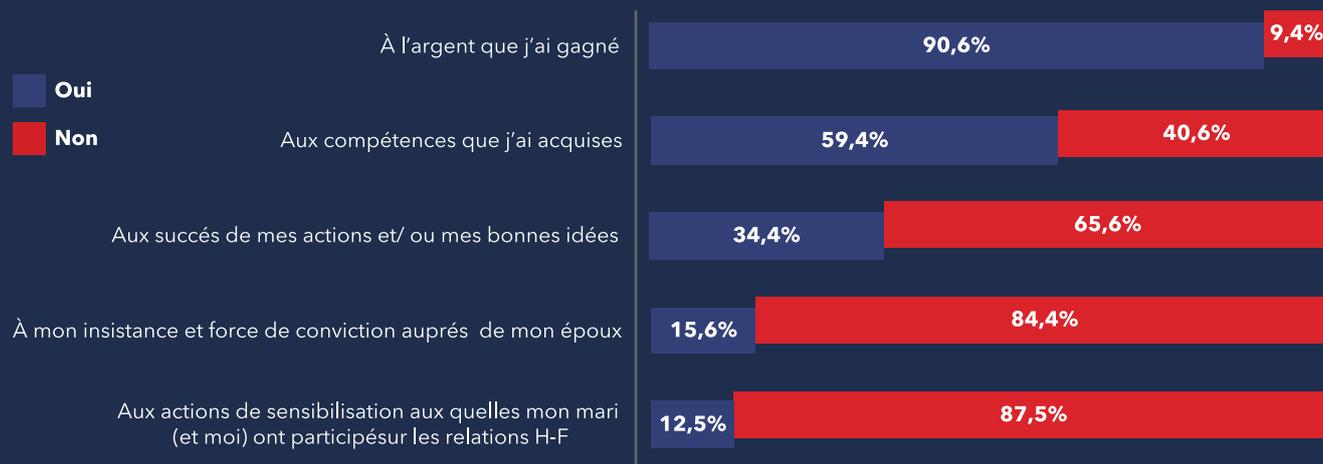
9. Perception des commerçantes de l'autonomisation des femmes

Ces résultats prouvent que la plupart des commerçantes du Souk Sidi Chatti disposent d'une certaine flexibilité dans la prise de décision pour elles-mêmes, qui ont leur mot à dire dans les prises de décisions au sein du ménage, ou qui disposent d'une relative indépendance financière.

De tels résultats prouvent donc que la situation actuelle de la plupart des commerçantes enquêtées ne constitue pas un obstacle majeur à leur promotion socioéconomique.

À la question « Si Oui, Comment/Pourquoi ? » administrées aux femmes qui estiment que l'autonomisation des femmes a renforcé leur pouvoir de décision ou leur capacité à agir de manière autonome au sein du ménage, les répondantes ont présenté une variété de facteurs, objectifs ou conséquences relatives à l'autonomisation, ou ont exposé les qualités d'une femme dite autonome.

Cela est consigné dans la Figure 10 suivante.



10. Perception des commerçantes de l'autonomisation des femmes

Des données de la Figure 10 ci-dessus, il ressort que pour la quasi-totalité des commerçantes interviewées, l'autonomisation des femmes a trait avec le renforcement des moyens économiques avant tout (90,6%).

Une femme autonome est d'abord une femme qui travaille et donc qui apporte un revenu au foyer.

C'est donc une femme qui contribue à « lutter contre la pauvreté et à répondre aux besoins de base du ménage » ou encore à « développer sa famille ». Plus de la moitié des femmes commerçantes (59,4%) ajoutent à cela la notion de renforcement des capacités des femmes en vue d'exercer leur propre activité économique.

Avec une proportion moindre d'un tiers, soit 34,4%, les enquêtées ont exposé le facteur subjectif des succès des actions accomplies et des bonnes idées conçues. Ainsi, l'autonomie financière des femmes a été mis en avant par la plupart des répondantes.

Cela est surtout synonyme d'autosuffisance ou de prise en charge de leurs besoins ou des besoins de la famille par les femmes commerçantes.

2.2.3.Équilibre vie prof-vie perso : levier d'autonomisation des femmes

L'équilibre entre la vie professionnelle et la vie personnelle est un compromis idéal pour les femmes et fait référence à la capacité de gérer efficacement les exigences et les responsabilités du travail tout en maintenant des relations saines avec la famille.

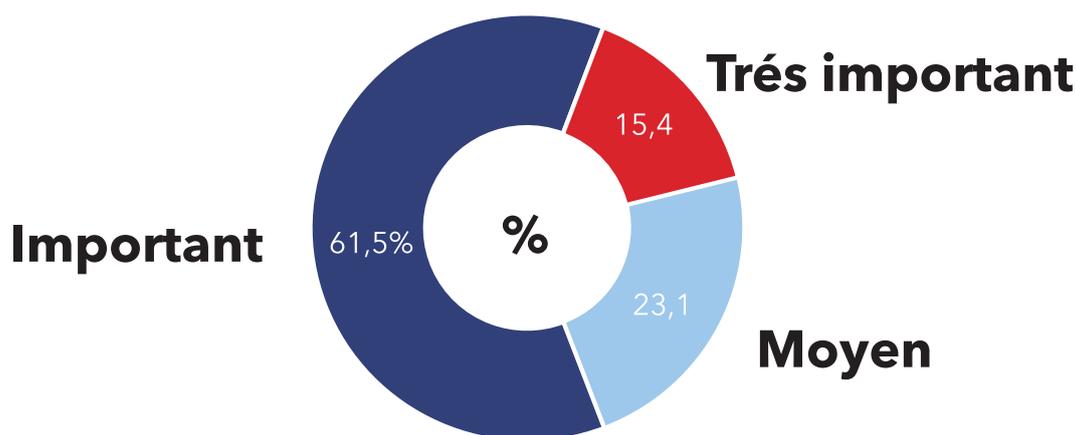
De plus, cet équilibre constitue un levier pour l'autonomisation des femmes et la promotion de l'égalité de genre.

Questionnées sur cet aspect, plus des trois quarts des commerçantes (76,9%) perçoivent de l'importance de la conjugaison entre la vie professionnelle et la vie personnelle. De ce constat, on peut tirer le fait que les femmes commerçantes de Sidi Chatti restent globalement plus confrontées à cette problématique d'ajuster les exigences liées à leurs activités commerciales à celles de leurs responsabilités familiales.

Ceci justifie bien le choix de s'installer à Sidi Chatti du moment que c'est un marché hebdomadaire qui offre une forme d'emploi flexible et un moyen approprié et équilibré de gérer le parcours professionnel et les exigences familiales.

En outre, les résultats ont révélé que les commerçantes de la tranche d'âge 35-49 ans ont, en totalité, accordé la mention « **très important** » à l'équilibre entre la vie professionnelle et la vie familiale.

En effet, cette tranche d'âge est considérée pour les femmes comme « l'âge sous pression » car à cet âge elles ont des activités intenses : mener une vie professionnelle, construire une carrière, se consacrer à un projet familial, etc.



11. Perception des commerçantes de l'équilibre Travail-Vie familiale

2.2.4. Aspirations professionnelles des commerçantes

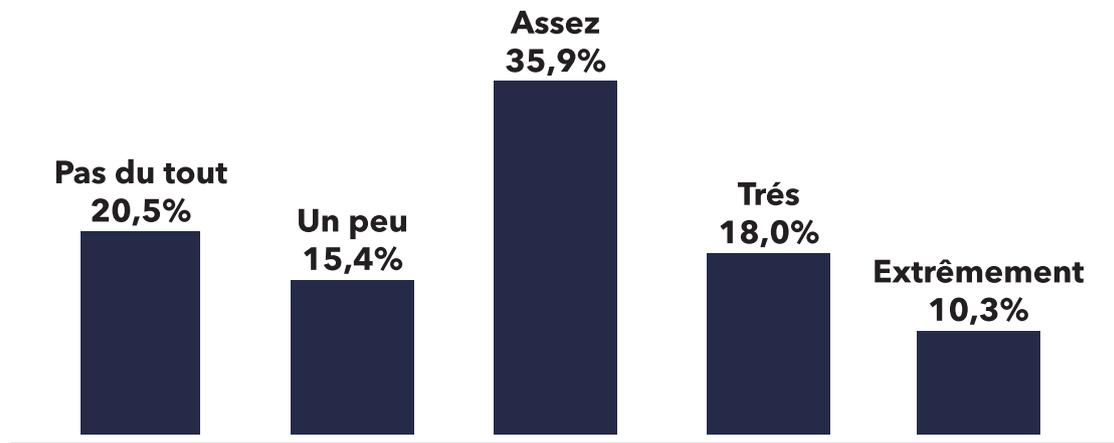
Les aspirations professionnelles correspondent à la vision de l'avenir.

Elles représentent ce qu'une personne espère atteindre dans sa vie professionnelle au cours des années à venir.

Ainsi, sur la base d'une échelle de mesure du sentiment d'accomplissement qui est important pour les femmes commerçantes du Souk Sidi Chatti, nous avons cherché à mesurer le niveau de la satisfaction des commerçantes liée à la réalisation de tâches significatives, à l'atteinte d'objectifs personnels, à la contribution à des

résultats concrets et la certitude qu'elles ont donné la meilleure version d'elles-mêmes. Pour l'appréciation portée sur l'activité commerciale, presque les deux tiers (64,2%) affirment avoir le sentiment d'accomplir et de concrétiser leurs aspirations professionnelles à des niveaux de satisfaction différents allant de « assez » (35,9%) à « extrêmement » (10,3%).

Par contre, elles sont 35,5% à déclarer qu'à ce jour, elles n'ont presque pas le sentiment d'avoir concrétisé leurs aspirations professionnelles.



12.: Le sentiment d'avoir concrétisé les aspirations professionnelles

2.2.5. Défis et obstacles : quelle résilience pour l'espace urbain marchand ?

Les commerçantes du Souk ont tout à gagner du développement du secteur du commerce de proximité. Toutefois, une forte concurrence et/ou une transformation de la demande par les consommateurs et notamment la dégradation des conditions de travail peuvent constituer des obstacles et des défis auxquels sont confrontées les commerçantes de l'espace urbain marchand qui les empêchent ou entravent leur accès aux nouvelles opportunités.

Ainsi, des modifications du système marchand et du système urbain peuvent s'additionner pour complexifier la résilience d'un espace commercial d'une ville dans sa globalité.

Il est ainsi intéressant d'identifier les obstacles liés aux conditions de travail dans l'espace urbain marchand de la Medina de M'Saken que les commerçantes rencontrent dans leurs activités marchandes, ainsi que les défis et comment les surmonter pour favoriser, d'une part la résilience et la croissance de leurs micro-entreprises, et d'autre part la résilience d'un espace commercial d'une ville.

En réponse à la question ouverte « Quel est votre plus grand défi/obstacle pour votre activité commerciale à l'avenir ? », 25,6% des répondantes étaient convaincues que le principal obstacle rencontré est le faible fonds de roulement ou l'accès aux capitaux qui représente les ressources disponibles pour régler les charges de fonctionnement de l'activité commerciale avant de percevoir le paiement des fournisseurs de marchandises.

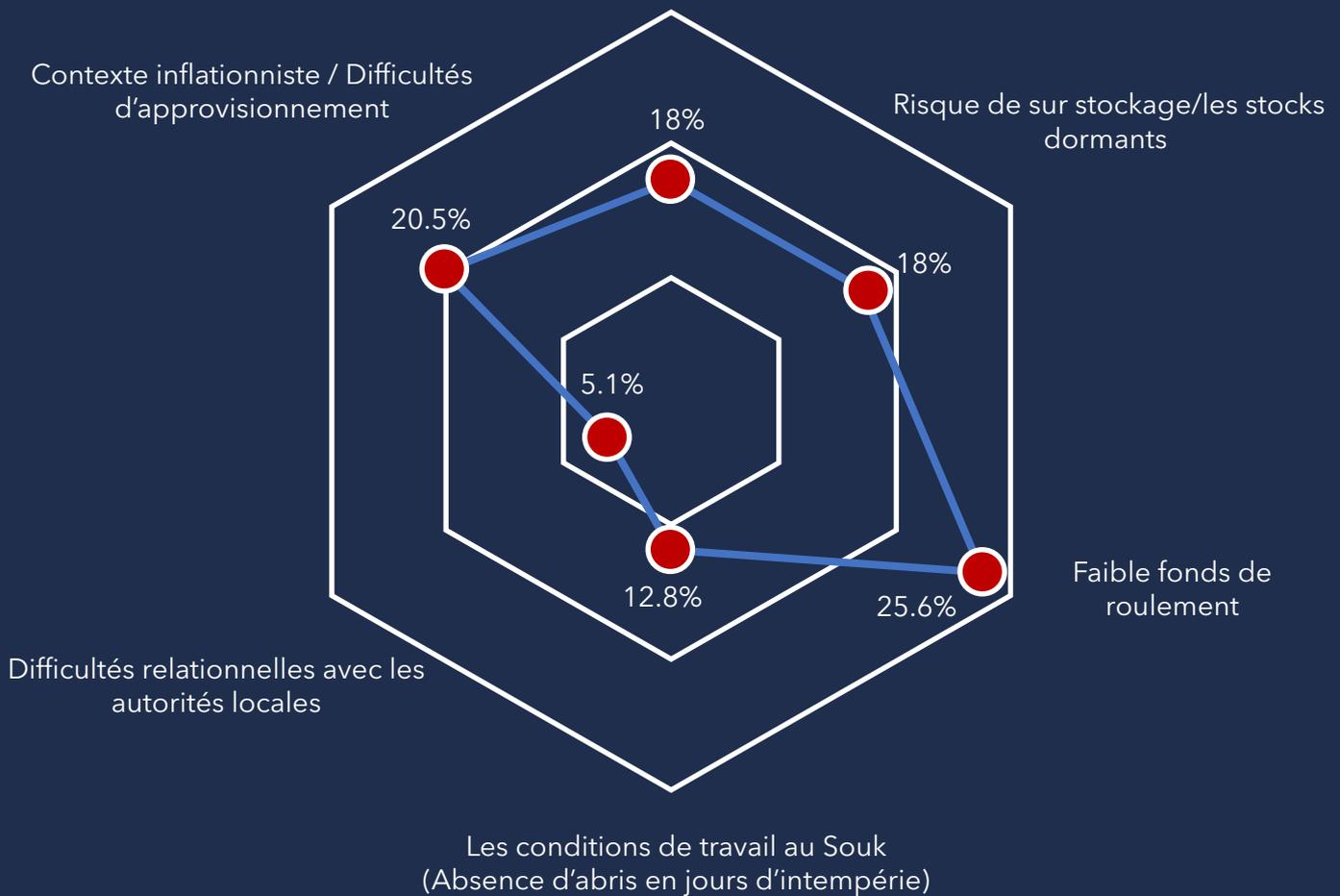
La difficulté d'accès aux capitaux propres constitue ainsi un obstacle majeur à l'autonomisation des femmes commerçantes.

Le contexte inflationniste actuel et les difficultés d'approvisionnement en marchandises constituent, pour un peu plus d'une commerçante sur cinq (20,5%), un obstacle majeur pour assurer la continuité de l'activité commerciale.

Vient ensuite dans des proportions moindres de l'ordre de 18% et 12,8%, les deux obstacles, à savoir le risque de sur stockage / les stocks dormants et le manque de mobilier urbain dans le Souk, cités par les commerçantes.

Enfin, l'analyse des données révèle qu'environ une enquêtée sur vingt (5,1%) cite les difficultés relationnelles avec les autorités locales, estime qu'elles constituent un obstacle et une entrave à son activité marchande au Souk Sidi Chatti.

Mobilier urbain répondant aux besoins des commerçantes



13. Les défis/obstacles à l'avenir pour l'activité commerciale des enquêtées

L'analyse des réponses à cette dernière question n'a pas présenté de disparités significatives entre les tranches d'âge des commerçantes.

2.3 Environnement et interactions dans le Souk

À défaut de pouvoir l'appréhender dans sa complexité, le lieu marchand urbain constitue un espace public ou même un territoire d'activités marchandes où des interactions et des échanges, de l'intersubjectivité, de la représentation et de la projection sociétale et culturelle sont réunies.

On propose dans cette section du présent rapport une restitution synthétique des témoi-

2.3.1. Le Souk comme espace de vie

L'enquête s'est intéressée, entre autres aspects et thèmes, à la nature du lien social qui prévaut dans un marché public comme celui du Souk Sidi Chatti.

Dans une acception générale, le lien social pourrait être défini comme un ensemble de forces analysant des rapports ou de caractéristiques décrivant des traits ou de mécanismes étudiant les interactions qui permettent d'appréhender les rapports que les individus entretiennent entre eux et, simultanément, leur rattachement à la collectivité ou le regroupement ainsi que leurs perceptions quant aux perspectives de l'espace public marchand.

Il est en effet admis que les relations définissent un aspect essentiel de l'être social pour un individu donné. L'analyse de la dynamique des liens sociaux dans certains espaces territoriaux traditionnels, comme les espaces urbains marchands, participe d'une approche critique dans la manière d'appréhender et de concevoir le lien social dans de tels environnements.

À travers ce volet de notre questionnaire, nous allons pouvoir identifier les types de relations que les commerçantes du Souk Sidi Chatti entretiennent avec elles-mêmes et avec les riverains du quartier et déterminer ce qui constitue le noyau autour duquel se tissent les relations, ainsi que les lieux qui environnent les échanges sociaux.

Ceci nous permet d'identifier les liens entre les réseaux de sociabilité des commerçantes du Souk Sidi Chatti et les caractéristiques propres à des catégories sociales.

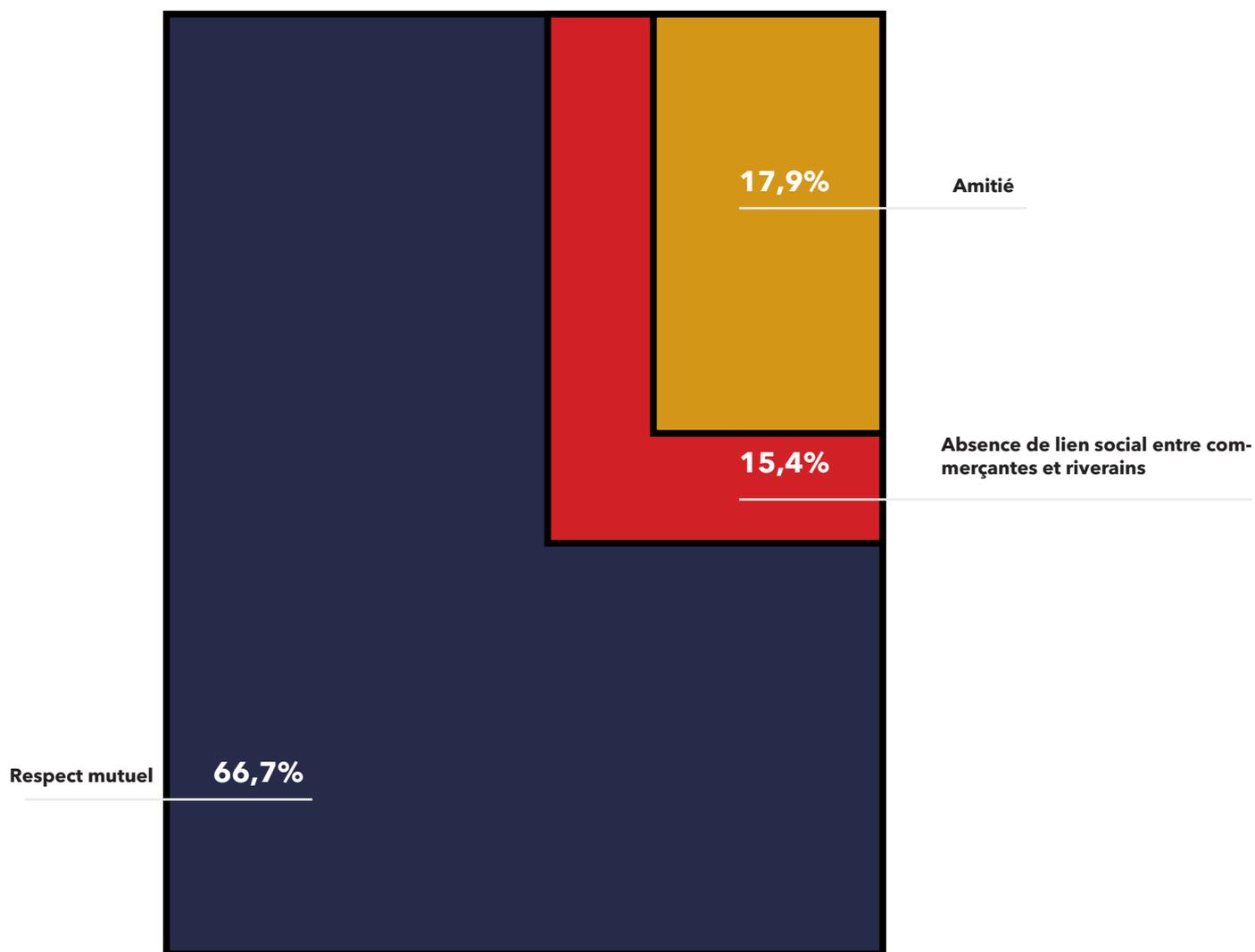
gnages recueillis auprès des commerçantes du Souk afin d'avoir une idée sur l'articulation des relations entre les commerçantes et l'espace public urbain et marchand au regard de la singularité du Souk Sidi Chatti qui revient plutôt à sa forme sociale et spatiale relativement inédite issues d'une culture locale.

Perceptions des enquêtées à l'égard de la relation avec les riverains du Souk:

La vie au Souk Sidi Chatti fait partie d'un rituel évident qui rend difficiles les opinions nuancées des commerçantes du Souk sur cet espace public marchand. En réponse à la question ouverte « Quelle est votre relation avec les riverains du Souk Sidi Chatti ? », les deux tiers des commerçantes déclarent que dans chaque échange avec les riverains du Souk, nous pouvions sentir un respect mutuel.

Cette proportion majoritaire justifie que les différences d'opinion sont accueillies sans jugement préalable et les conflits éventuels sont gérés de manière constructive, permettant à toutes les parties de se sentir entendues et valorisées. Ainsi, le respect mutuel encourage un environnement de travail prospère et positif. L'expression « Amitié » se manifeste chez les enquêtées avec une proportion de 17,9%.

Cette perception d'une relation d'amitié avec les riverains du Souk Sidi Chatti peut répondre à différents besoins : que ce soit pour l'entraide, les confidences, le partage d'activités, etc. Avec près de 15,4%, l'expression « Absence de lien social entre commerçantes et riverains » est la moins fréquente. Cette faible part tendrait à justifier que le lien social se fait sentir par son absence selon deux modalités : le refus a posteriori ou celui manquant a priori. C'est donc la résultante d'une contrainte ou un choix, le réel faisant toujours état d'un entre-deux.



14. Perceptions des enquêtées à l'égard de la relation avec les riverains

Cette dernière analyse prouve que l'absence de nuisances relationnelles entre les commerçantes et les riverains du Souk n'engendre pas une nécessité de repenser le marché puisque les relations existantes entre les deux parties ne sont pas tendues et les conditions d'un vivre-ensemble semblent appuyées.

Le marché de Sidi Chatti est de fait favorisé par la configuration même de son quartier de la Medina de la ville de M'Saken.

Perceptions des relations et affinités entre les commerçantes:

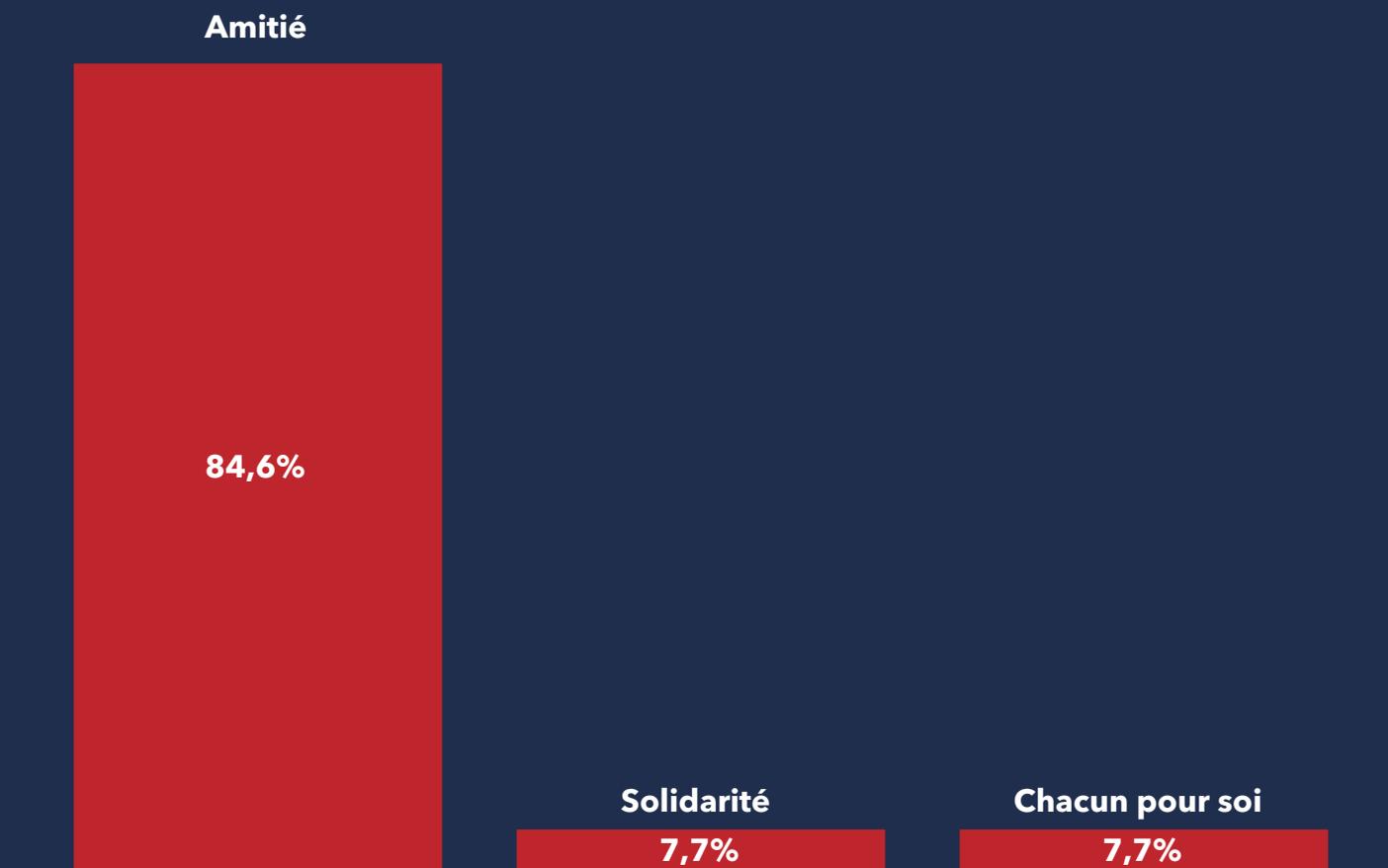
Dans la même optique, il importe d'avoir une image claire des types de relations que les commerçantes du Souk Sidi Chatti entretiennent avec elles-mêmes et déterminer ce qui constitue le noyau autour duquel se tissent les relations, ainsi que les lieux qui environnent les échanges sociaux. Ceci nous permet d'identifier

les liens de sociabilité entre les commerçantes et les caractéristiques propres à cette catégorie socioéconomique.

En effet, l'analyse des données recueillies montre que les enquêtées témoignent d'une affinité presque régulière avec elles-mêmes (84,6%).

Cette affinité relativement régulière s'est développée et a pris un caractère amical pour renforcer et maintenir un environnement de travail prospère et positif.

De plus, cette dernière analyse a aussi fait ressortir avec des proportions égales mais faibles (7,7%), d'une part des perceptions de solidarité sociale dans le cadre du marché représentant une relation d'aide entre les commerçantes partageant les mêmes intérêts afin de poursuivre leurs objectifs, et d'autre part des sensations produisant une synthèse que chacune des commerçantes travaille pour soi.



15. Perceptions des commerçantes à l'égard de la relation avec elles-mêmes

2.3.2. Solidarité et entraide entre les commerçantes

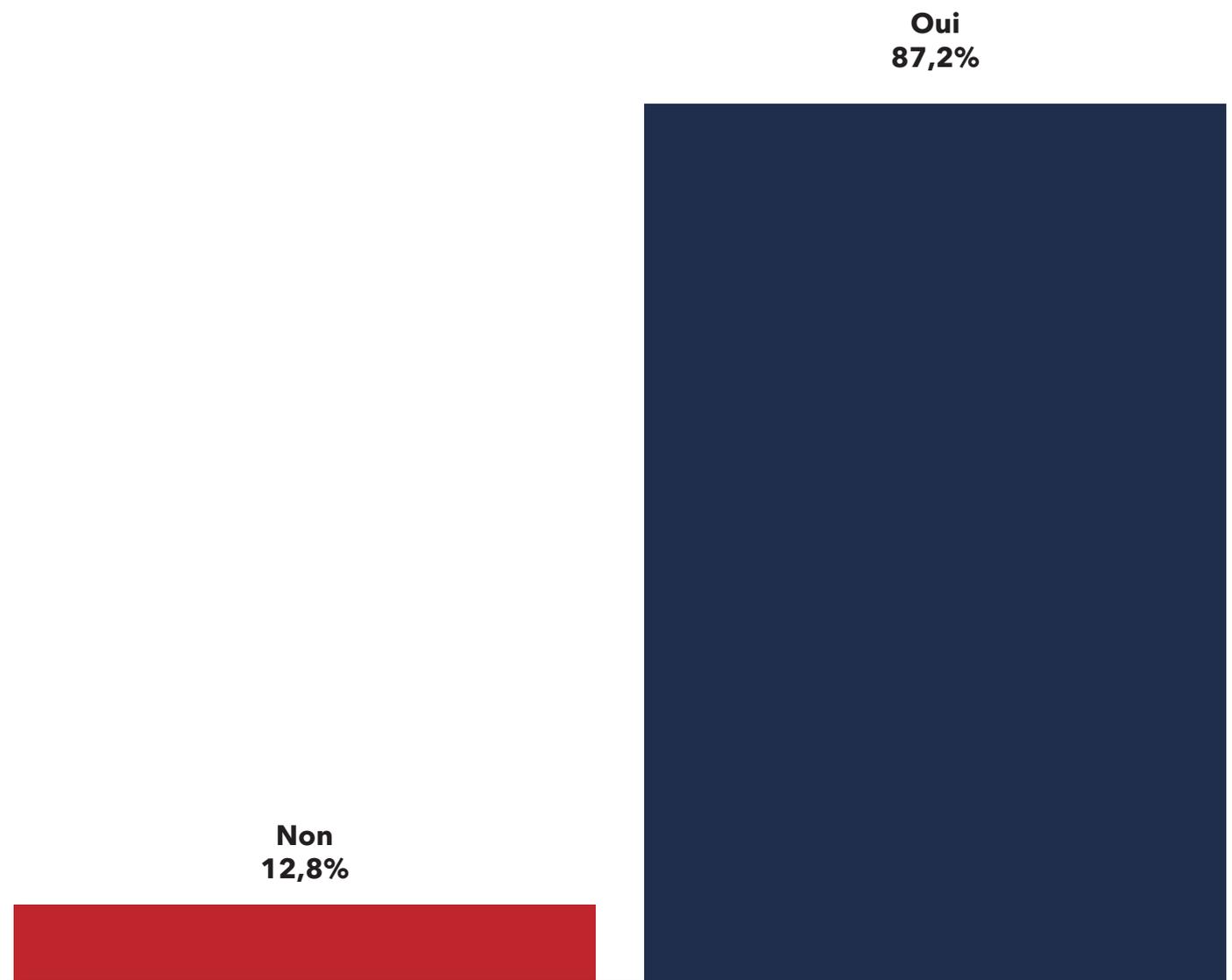
En même temps, et en dépit de ces affinités et amitiés relativement régulières et continues qui se sont tissées dans les rapports entre les commerçantes du marché Sidi Chatti, ces dernières demeurent appuyées par une forte solidarité entre les individus : près de neuf personnes sur dix (87,2%) qui déclarent trouver qu'il y a de la solidarité entre les commerçantes du marché.

mécanismes universels de protection comme la solidarité, il peut plus facilement se libérer des contraintes et des exigences liées aux formes de protection plus traditionnelles, comme la famille, et du coup une intégration sociale facile dans les groupes auxquels il appartient et participe.

Ce constat justifie qu'au fur et à mesure que l'individu voit son existence encadrée par des



Question :
Vous trouvez qu'il y a de la solidarité entre les commerçantes du Souk ?



16. Perceptions de la solidarité entre les commerçantes

2.3.3.Éléments perçus comme manquants dans le Souk

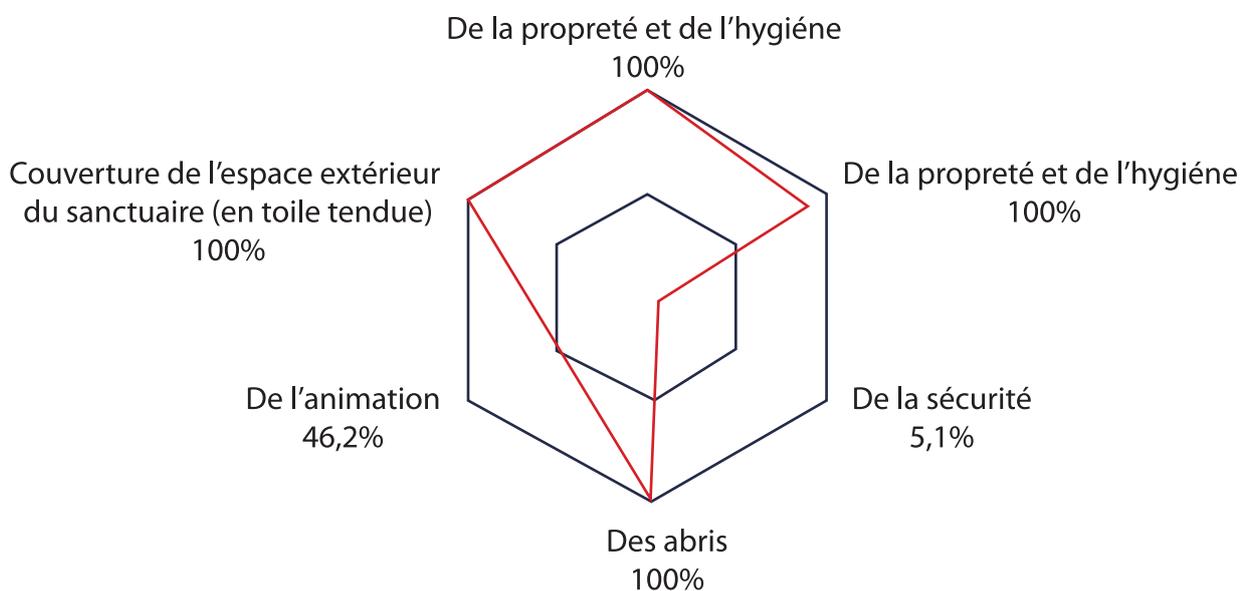
Questionnées sur les principaux éléments manquants et qui semblent indispensables afin de rendre le marché de Sidi Chatti plus animé, les commerçantes ont offert une variété de réponses témoignant de l'état actuel du marché.

À la lecture des données de la Figure 15 ci-dessous, il ressort que les éléments perçus comme manquants les plus exprimés par l'ensemble des enquêtées sont : la propreté et l'hygiène, et l'installation des abris avec la couverture de l'espace extérieur du sanctuaire en toile tendue, postulés de la part de la totalité des commerçantes.

De plus, une part importante des enquêtées estime aussi que l'implantation des toilettes

publiques (89,7%) et la mise en œuvre de dispositifs dans le but de création de l'animation commerciale (46,2%) constituent bien des éléments manquants de l'espace urbain marchand du Souk Sidi Chatti. Quant à l'objet social qui est la sécurité dans le marché, cet élément a été soulevé seulement de la part de 5,1% des répondantes.

La proportion faible de cet élément d'aspect social, jugé manquant de la part des commerçantes du Souk, semble ne pas justifier l'existence de lien direct entre le sentiment d'insécurité et la probabilité de victimisation des femmes au Souk.



17. Les éléments manquants et perçus indispensables à l'animation du Souk

2.3.4. Souhaits d'amélioration des conditions de travail au Souk

Dans le même ordre d'idées d'investigation, globalement et presque la totalité des répondantes (95%) a exprimé un souhait d'amélioration des conditions de vie au Souk. Selon les répondantes à l'enquête, les éléments qui pourraient être améliorés sont les suivants et concernent principalement les installations et le mobilier urbain.

- Il ressort l'attrait pour une salle de prière dans l'espace public marchand comme un premier souhait d'amélioration sur le Souk (28,1%) de l'ensemble des réponses. Cette demande est plus marquée chez les femmes commerçantes relativement âgées.
- La dégradation des infrastructures du marché, et par conséquent les souhaits de donner une attention particulière à cet espace public marchand de la part des responsables du conseil de la commune de M'Saken grâce au terrassement de l'espace du marché, le mobilier urbain dont en particulier l'éclairage public du Souk et l'implantation d'une toilette publique fera le bonheur de 18% des commerçantes.
- L'implantation d'un point d'eau potable dans le marché est souhaitée de la part d'une proportion de l'ordre de 7,7% des enquêtées.
- Vient enfin les deux souhaits, à savoir un nouvel agencement du Souk prévoyant de nouveaux stands et l'assainissement, la collecte de déchets et la propreté et l'hygiène de l'espace du Souk qui sont exprimés par une proportion de 5,1% des commerçantes.

	Proportion de citation
Salle de prière	28,1%
Terrassement des deux places du souk	18%
Accès à l'eau potable	7,7%
Éclairage public de l'espace du Souk	18%
Implantation d'une toilette publique dans le Souk	18%
Un nouvel agencement du Souk prévoyant de nouveaux stands	5,1%
Assainissement, collecte de déchets, propreté et hygiène du souk	5,1%

3. Liste des souhaits d'amélioration sur le Souk exprimés par les enquêtées

2.3.5. Satisfaction des commerçantes du cadre de vie au Souk

Les gestionnaires publics s'accordent à vouloir faire de l'écoute et connaître la satisfaction des usagers le centre des préoccupations du service public.

Ainsi, le degré de satisfaction des usagers d'un espace public par rapport à l'usage peut constituer une mesure de la performance des actions publiques qu'elles soient au niveau national ou local.

En parallèle, conscientes de l'importance que jouent les espaces publics marchands de qualité dont l'aspect du confort qui est lié au sentiment de sécurité au regard de l'aménagement du lieu qui fait que les commerçantes se sentent bien et en sécurité, presque huit personnes sur dix (79,5%) sont satisfaites (« très satisfaites » et « assez satisfaites », respectivement à 33,3% et 46,2%). Par contre, 15,4% des enquêtées ne sont pas satisfaites puisque

qu'elles trouvent que le confort au Souk lié au sentiment de sécurité n'est pas adapté à leurs activités marchandes et devrait l'être davantage.

Les données de la Figure 18 ci-dessous indiquent que les femmes ont majoritairement une opinion défavorable sur l'attractivité et l'ambiance du Souk puisque les aménagements ne donnent pas envie de se rendre au Souk et faire des achats. En effet, 56,4% des enquêtées ne sont pas satisfaites contre seulement 18% qui estiment que l'attractivité et l'ambiance du Souk donnent envie aux gens de visiter le Souk et de faire des achats.

Par rapport à l'opinion sur des questions plus factuelles concernant l'aménagement du site comme le stationnement et l'accessibilité de la clientèle au Souk et sur les livraisons des marchandises, 46,2% des enquêtées estiment que le Souk Sidi Chatti ne répond pas aux exigences de l'accessibilité autant sur les parties extérieures que sur les parties intérieures du Souk, et réclament les autorités locales de pencher vers la résolution d'un tel problème au niveau du quartier du Souk (18% insatisfaites et 28,2% sont peu satisfaites). Seulement 38,5% des femmes sont assez satisfaites sur ce dernier aspect.

Il ressort des données de la Figure 18 ci-dessous que majoritairement (89,7%) des commerçantes ont manifesté une insatisfaction envers la quantité et la diversité du mobilier urbain du Souk : 33,3% des enquêtées ne sont pas du tout satisfaites et 56,4% sont peu satisfaites. En revanche, seulement 10,3% des enquêtées ont plutôt des opinions mitigées, non tranchées sur la quantité et la qualité du mobilier urbain du Souk.

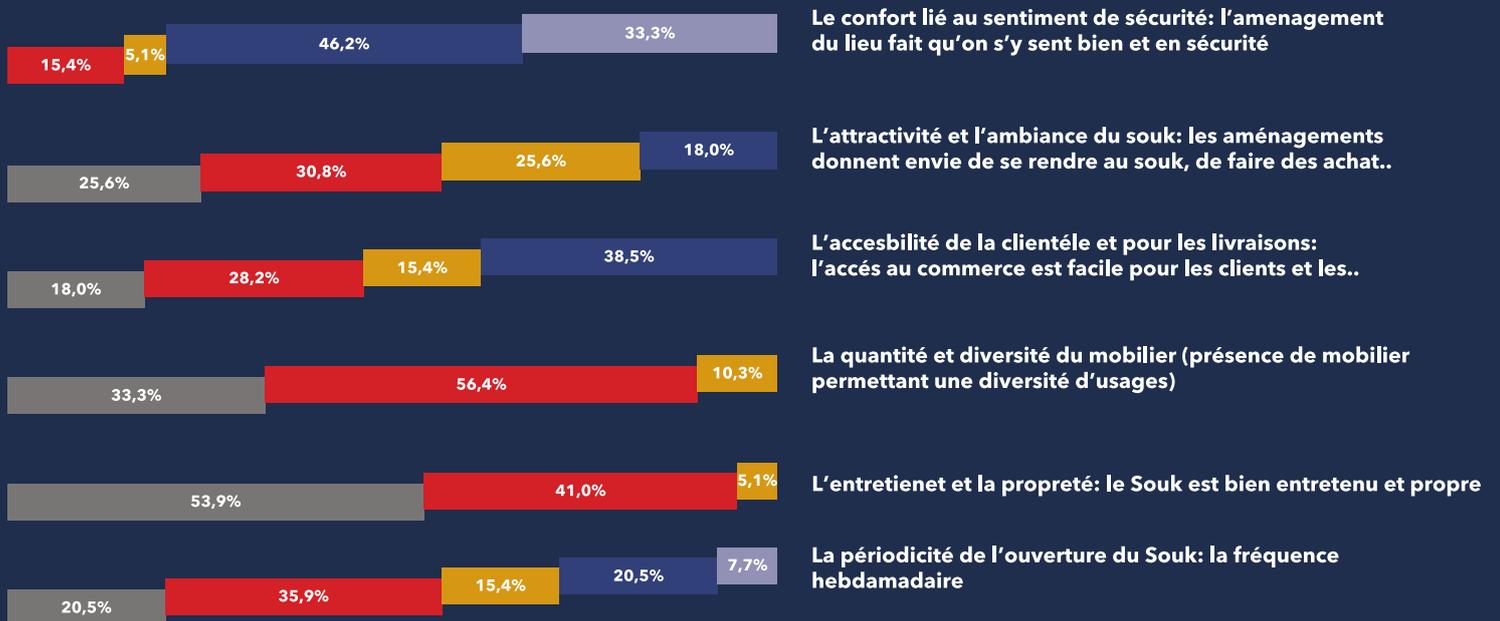
Dans le même temps et avec des ordres de pondérations très élevés, des inquiétudes majeures sont manifestées par les commerçantes à l'égard de l'entretien et la propreté : 94,9% des enquêtées se soucient de l'entretien et la propreté de l'espace public Souk Sidi Chatti (elles sont « Pas du tout satisfaites » et « Peu satisfaites », respectivement à 53,9% et 41%). Ainsi, la propreté, l'hygiène et l'entretien du Souk constituent aujourd'hui des préoccupations majeures soulevées par presque la totalité des enquêtées.

Enfin, un peu plus de la moitié des enquêtées (56,4%) ont une opinion défavorable quant à la périodicité des jours d'ouverture du Souk. En effet, ces enquêtées trouvent l'ouverture du Souk pendant seulement le Vendredi de chaque semaine n'est pas bénéfique pour leurs activités commerciales, et réclament les autorités locales de repenser la périodicité d'ouverture du marché en tenant compte des temps sociaux dans les pratiques des usagers (les fêtes religieuses, le mois de Ramadhan, etc.). Selon les résultats de l'enquête, un seul jour d'ouverture du Souk semble « adapté » pour 20,5% des commerçantes, et cette proportion de femmes est assez satisfaite de cette périodicité d'ouverture du Souk, et « très satisfaite » pour 7,7% des enquêtés.

À noter que 15,4% des interrogées sont indifférentes à l'égard de la périodicité d'ouverture du marché.

A titre de conclusion pour cette sous-section du rapport, l'expression majoritaire d'insatisfactions et de critiques des commerçantes du Souk Sidi Chatti envers les conditions de vie actuelles au Souk doivent faire agir les responsables de la commune de M'Saken afin d'avoir la volonté de faire participer les commerçantes du Souk et les engager dans des processus de planification et de choix possibles de résolution des problèmes précités dans le but de construire un processus de gouvernance qui assure la mission sociale et économique d'un lieu public marchand.

Pas du tout satisfaite
 Peu satisfaite
 Indifférente
 Très satisfaite
 Assez satisfaite



18. Niveaux de satisfaction des commerçantes du cadre de vie au Souk

2.3.6. Suggestions d'actions pour l'amélioration de la qualité de vie au Souk

Dans le cadre d'une approche participative, l'enquête a interpellé les femmes commerçantes du Souk à travers la question : « Parmi les thèmes suivants, quels sont ceux auxquels la commune de la ville de M'Saken doit attacher une importance particulière ? » afin d'identifier les actions prioritaires de l'équipe municipale pour l'espace urbain marchand Sidi Chatti. L'analyse des contributions des femmes commerçantes du Souk permettra de mieux les impliquer dans le processus d'appropriation et d'usage du Souk Sidi Chatti, d'intégrer leurs réflexions dans la mise en œuvre du programme Femmedina et de prendre en compte leurs préoccupations majeures.

C'est à travers ces éléments, et principalement l'appropriation et l'usage de l'espace urbain marchand que les commerçantes du Souk existent, s'expriment, s'imposent, se démarquent et se construisent.

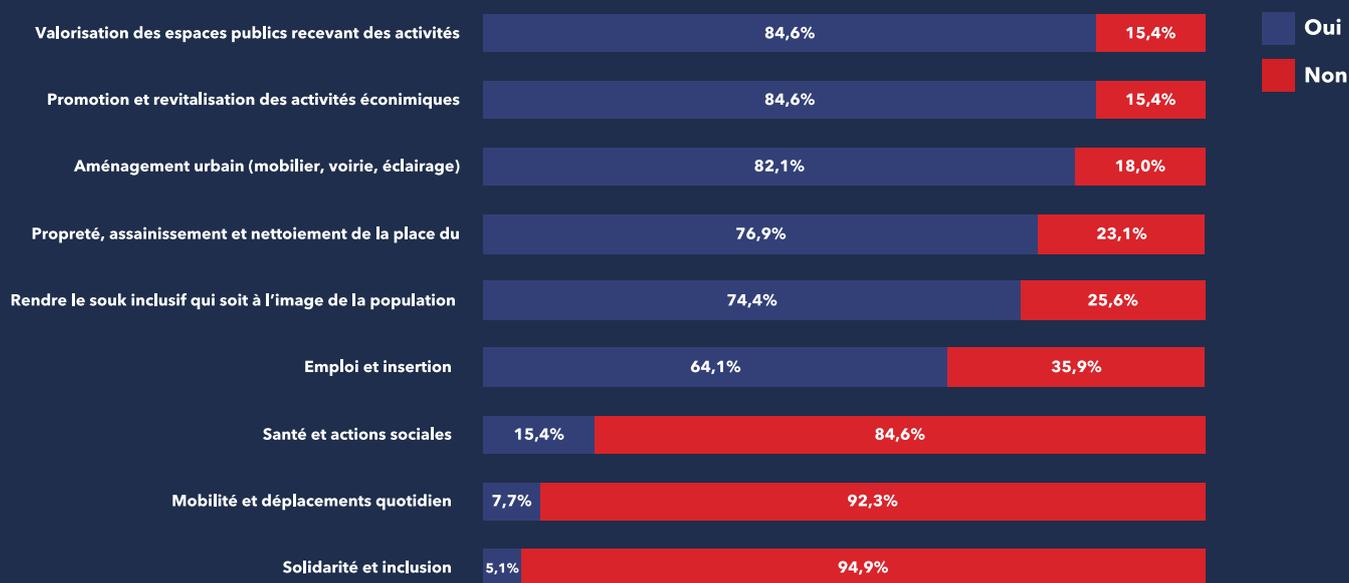
L'analyse des réponses des enquêtées nous a permis d'apporter un éclairage sur la question de l'appropriation et de l'usage de l'espace urbain marchand en tant qu'espace public à travers les propositions d'actions d'amélioration de cet espace urbain, et fait ressortir les deux demandes « Valorisation des espaces publics recevant des activités commerciales et artisanales ou ayant des fins sociales, économiques et culturelles dédiés aux femmes » et « Promotion et revitalisation des activités économiques, commerciales et artisanales », intimement liées aux notions de cohésion sociale et développement économique communautaire axées sur les femmes, au cœur des revendications exprimées par les enquêtées (84,6%). Ce constat témoigne de l'importance des politiques et processus par lesquels l'on accroît l'engagement et l'inclusion des femmes dans les décisions qui affectent leur qualité de vie. Vient ensuite en deuxième position le thème de « l'aménagement urbain » avec un taux de réponses affirmatives de 82,1% pour l'ensemble des enquêtées.

Parmi les propositions d'actions exprimées par les commerçantes du Souk, les deux thèmes « Propreté, assainissement et nettoyage de la

place du Souk » et « Rendre le Souk Sidi Chatti inclusif qui soit à l'image de la population de la ville de M'Saken » sont notés positivement respectivement avec des proportions de plus de trois personnes sur quatre (76,9% et 74,4%). Parallèlement, on prélève la proposition d'action « Emploi et insertion » qui est avancée avec une proportion plus faible de l'ordre de 64,1% chez l'ensemble des enquêtées qui estiment la nécessité de consolider et de développer l'insertion par l'activité économique en tant qu'initiative de solidarité active permettant de coordonner au plan local les efforts de tous en faveur de la lutte pour l'insertion et la cohésion sociale.

En effet, le sujet d'absence d'emploi, notamment lorsqu'elle concerne, en particulier les femmes et les filles, et lorsqu'elle est de longue durée, ne peut être appréhendée par rapport à ses seules conséquences professionnelles ou financières : son impact subjectif déstabilise les équilibres sociaux, professionnels et familiaux. Elle bouleverse les identités sociales, engendre des attitudes de retrait vis-à-vis de nombreuses composantes de la vie sociale.

La Figure 19 ci-dessous résume toutes les informations en ce qui concerne les principales propositions d'actions exprimées par les suffrages auxquelles la commune de M'Saken doit attacher une importance particulière.



19. Propositions d'actions pour améliorer la qualité de vie au Souk

2.3.7. Les modes de déplacement

Les données recueillies sur les modes de déplacement ont indiqué que les répondantes favorisent largement la mobilité douce. Ces dernières se déplacent principalement à pied (76,9%). De plus, on prélève que l'utilisation de la voiture se manifeste auprès d'une minorité de l'ordre d'un sixième des commerçantes (15,4%).

Ce constat peut être associé à l'autonomie des femmes, à leur statut professionnel et leur activité marchande.

Le bon fonctionnement des transports urbains constitue un vecteur majeur pour faire progresser la situation des femmes au regard de l'emploi et de l'intégration sociale.

Pour cette raison, on a souhaité comparer l'offre des transports urbains dans la ville de M'Saken

2.4 Égalité du genre et inclusion sociale

Lorsqu'une femme urbaine est exposée au risque de pauvreté et/ou d'exclusion sociale, elle devient ainsi inhabile à participer à la vie économique, sociale et culturelle, et de jouir d'un niveau de vie décent.

L'accès au marché de l'emploi du secteur commerce informel pourra éventuellement lui permettre de parvenir à être résiliente aux chocs sociaux dans ce sens qu'elle évolue vers son autonomisation à travers la création de revenus et de richesses.

Elle parvient donc à sortir de son état de précarité par la création de revenus et de richesses pour soutenir et améliorer les conditions de vie de la famille.

Par conséquent, elle peut élargir les choix qui s'offrent à elle, améliorer ses moyens d'existence, soutenir la famille, mais aussi, parvient à se tailler une place dans la société et faire enfin progresser l'égalité entre les hommes et les femmes.

Dans cette section de la partie présentation des résultats de l'enquête, on propose une restitution synthétique des témoignages recueillis auprès des femmes commerçantes du Souk Sidi Chatti sur certains aspects de leur inclusion

avec la perception qu'en ont les commerçantes du Souk.

A travers les questions « Est-ce que le quartier du Souk est bien desservi par les transports publics ? » et « Si oui, est-ce que ce service correspond aux besoins des usagers ? », on prélève que majoritairement (87,2%) les femmes commerçantes soulignent que le quartier du marché est bien desservi par les transports publics et que ce service correspond bien aux besoins des usagers.

sociale et de comprendre ce qui les motive et les freine dans les affaires.

A ce titre, les propos et commentaires qui seront développés doivent être placés dans le contexte inhérent à l'étude, son approche méthodologique et notamment à la lumière des caractéristiques de la population enquêtée.

2.4.1. Rôles du Souk dans l'inclusion sociale des commerçantes

L'espace public est un réel lieu de création de liens sociaux. On projette sur lui de nombreuses attentes : qu'il permette les rencontres et les interactions entre les individus tout en favorisant une mixité générationnelle, sociale ou de genre, sans exclure qui que ce soit.

Dans ce cadre, nous avons exploré à travers l'enquête les perceptions à l'égard des rôles joués par le Souk afin d'identifier les barrières à l'inclusion sociale des femmes du marché qui sont, probablement, rejetées au bas de l'échelle sociale urbaine.

Ainsi, la manière de percevoir les enjeux de l'inclusion sociale des commerçantes du Souk a été évoquée en premier lieu à travers la question « Selon vous, quel rôle a joué le Souk Sidi Chatti ? ». En demandant aux femmes du Souk quels rôles joués par cet espace public marchand parmi une liste de propositions liées à l'aspect social, elles ont évoqué, en premier lieu et avec des taux élevés respectivement de l'ordre de 97,4% et 94,9%, le moyen qui a facilité de marquer leur présence dans la société ainsi que le fait que le Souk a constitué un lieu de rencontres entre les femmes de toutes les catégories sociales et de tout âge. Ces deux rôles joués par le Souk sont au cœur des moyens pour

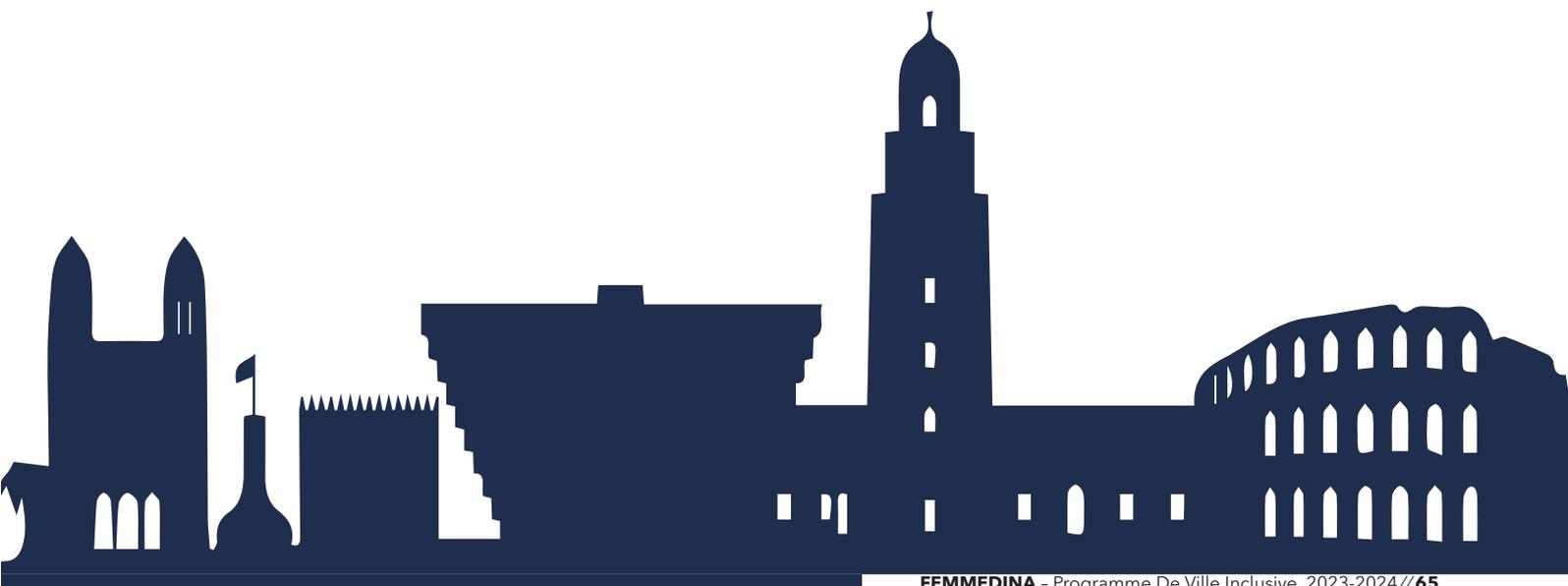
surmonter les obstacles qu'une femme peut rencontrer dans son processus d'intégration dans la société. Un tel constat met donc en évidence le rôle important que peut jouer un espace public marchand et dédié seulement aux femmes pour lutter efficacement contre l'exclusion sociale.

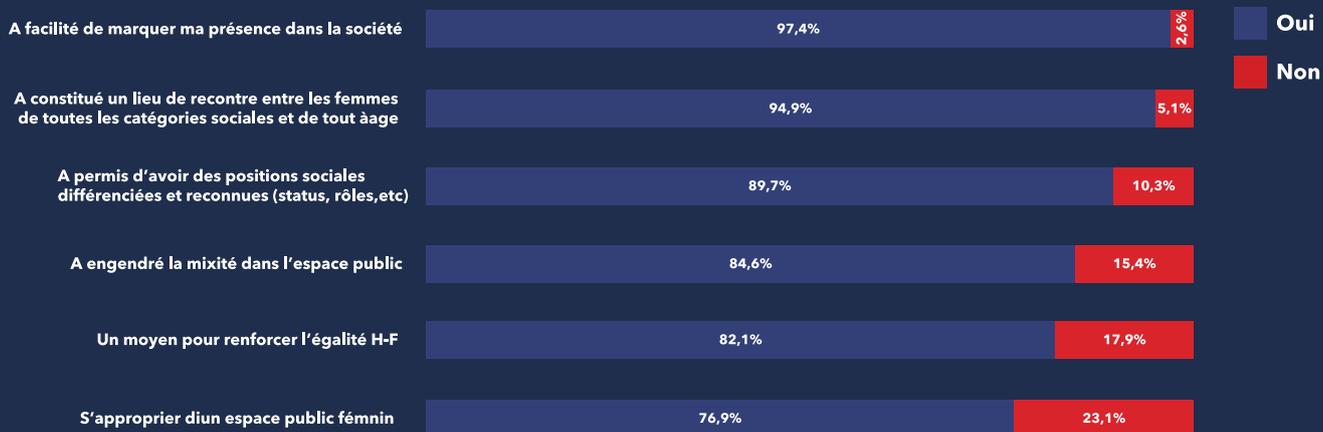
Dans le même ordre d'idées, et avec presque les mêmes ordres de pondérations que les précédents, les répondantes ont estimé que le Souk leur a permis d'avoir des positions sociales différenciées et reconnues en termes de statut, de rôles à jouer dans la société, d'indépendance et d'autonomie, etc.

(89,7%), qu'il a facilité d'engendrer la mixité dans l'espace public urbain (84,6%) et la contribution à renforcer l'égalité entre hommes et femmes (82,1%).

Enfin, avec une proportion relativement forte (76,9%), plus de trois enquêtées sur quatre déclarent que le fait de s'approprier d'un espace public urbain leur a permis de prouver leur existence et par suite leur intégration dans la société.

La Figure 20 ci-dessous fournit toutes les informations précitées.





20. Rôles joués par le Souk dans l'inclusion sociale des commerçantes

2.4.2. Obstacles perçus à l'égalité du genre et l'inclusion sociale

L'approche féministe utilisée dans le cadre du programme Femmedina nous menée à nous intéresser davantage aux concepts d'égalité du genre et l'inclusion sociale.

Ainsi, l'enquête quantitative a exploré les obstacles perçus de la part des commerçantes du Souk à l'égalité de genre et l'inclusion sociale. Bien que l'égalité de genre et l'inclusion sociale sont deux concepts distincts, mais ils sont bien interdépendants.

Le concept de l'égalité de genre utilise les rôles et les normes de genre comme point de départ pour comprendre les inégalités, tandis que le concept de l'inclusion sociale reconnaît la vulnérabilité des personnes en raison de leurs identités sociales, quel que soit leur genre.

Pour ce faire, il a été demandé aux participantes de l'enquête de se prononcer sur la valeur de vérité d'un ensemble d'affirmations qui leur étaient proposées (cf. annexe, questionnaire). Il ressort des données recueillies les constatations suivantes.

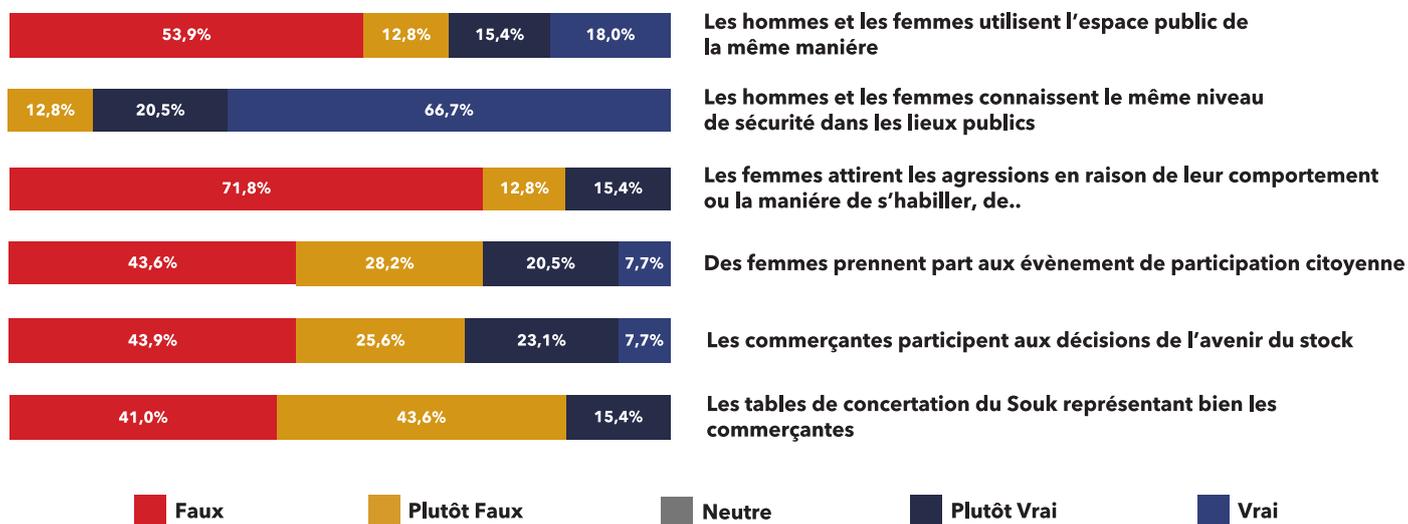
- « Les hommes et les femmes utilisent l'espace public de la même manière ». La plupart des commerçantes s'accordent à rejeter cette affirmation : 66,7% des répondantes ont déclaré un désaccord contre un tiers qui ont jugé qu'il y a bien égalité de genre dans l'utilisation d'un espace public.
- « Les hommes et les femmes connaissent le même niveau de sécurité dans le lieu public ». Pour une telle affirmation, presque neuf répondantes sur dix (87,2%) sont en accord contre seulement un peu plus du dixième des commerçantes (12,8%) qui estiment le contraire. Ce constat peut facilement se justifier par le fait que la majorité des femmes du Souk se sentent bien en sécurité.
- « Les femmes attirent les agressions en raison de leur comportement ou la manière de s'habiller, de marchander, etc. ». La violence envers les femmes est l'un des principaux obstacles à la réalisation de l'égalité des genres. Dans la société tunisienne, des considérations culturelles à propos des comportements ou des manières de s'habiller des femmes peuvent produire de la violence à leur encontre. Ainsi, à propos des réactions des commerçantes face aux raisons évoquées des agressions subies par les femmes, 84,6% des interrogées contestent ces raisons contre seulement 15,4% qui approuvent. Le fait que certaine catégorie de femmes, telle celle qui compose la majorité des commerçantes du Souk Sidi Chatti, jouissent d'une certaine émancipation active, de par leurs fonctions sociale et économique, peut largement expliquer ce taux élevé de rejet de l'affirmation proposée.
- « Des femmes prennent part aux événements de participation citoyenne ». Le renforcement des pratiques de participation citoyenne à l'échelle locale et nationale en insistant sur le besoin de la parité peut constituer un levier pour la promotion des femmes dans l'espace politique que l'on sait discriminatoire. Ce point de vue est partagé par presque les trois quarts des interrogées (71,8%) contre 28,2% des suffrages qui conviennent qu'il existe une différence dans la participation des femmes aux postes de représentation citoyenne.
- Les espaces féminins étaient essentiellement les espaces domestiques de la maison traditionnelle où la femme régnait sur les activités et le groupe domestique. Les espaces publics urbains étaient des espaces masculins. Suite à une évolution de la condition de la femme, nous assistons actuellement à une relation plus étroite entre l'espace urbain et la population féminine. Qu'en est-il alors de la prise de décisions concernant l'avenir d'un espace urbain dédié aux femmes comme c'est le cas du Souk Sidi Chatti. À travers les réponses à la question « Les commerçantes participent aux décisions de l'avenir du Souk », l'enquête a révélé que plus des deux tiers des participantes (69,5%) perçoivent

qu'elles ne peuvent codécider de l'avenir du Souk d'une manière démocratique afin de soutenir l'appropriation de ce lieu par les commerçantes, maintenir son existence, booster son animation et prendre part aux dispositifs de sa gestion.

- L'espace public dans ses dimensions sociale, économique, culturelle, politique et urbaine est un sujet central dans la fabrique d'une ville. La réflexion sur les enjeux d'un espace urbain marchand dédié aux femmes nécessite la concertation. Mieux comprendre les obstacles au bon fonctionnement du Souk

Sidi Chatti et les attentes des commerçantes de ce lieu public urbain marchand permet de tirer des conjectures sur l'avenir. Dans ce cadre de réflexion, les commerçantes du Souk ont été invitées à donner leur avis sur l'affirmation formulée par « Les tables de concertation du Souk représentent bien les commerçantes ». Le recueil des réponses des interrogées révèlent qu'une proportion de l'ordre de 84,6% des commerçantes étaient en désaccord avec ce propos. Un tel constat explique largement que les femmes du Souk se trouvent actuellement exclues des décisions concernant l'avenir du Souk.

La Figure 21 ci-dessous fournit toutes les informations précitées ainsi que d'autres qui confirment le sentiment de la majorité des commerçantes du Souk que plusieurs obstacles persistent devant l'égalité du genre et la cohésion sociale que ces dernières le considèrent comme un sujet majeur.



21. Obstacles perçus à l'égalité du genre et l'inclusion sociale

2.4.3. Abus, violation des droits humains et VBG

En général, l'espace public suscite moins de crainte chez les hommes que chez les femmes, mais les deux placent la menace des violences faites aux femmes en haut de l'échelle.

Les femmes qualifient souvent l'espace public de dangereux, mélangé, incertain, non sécurisant, etc.

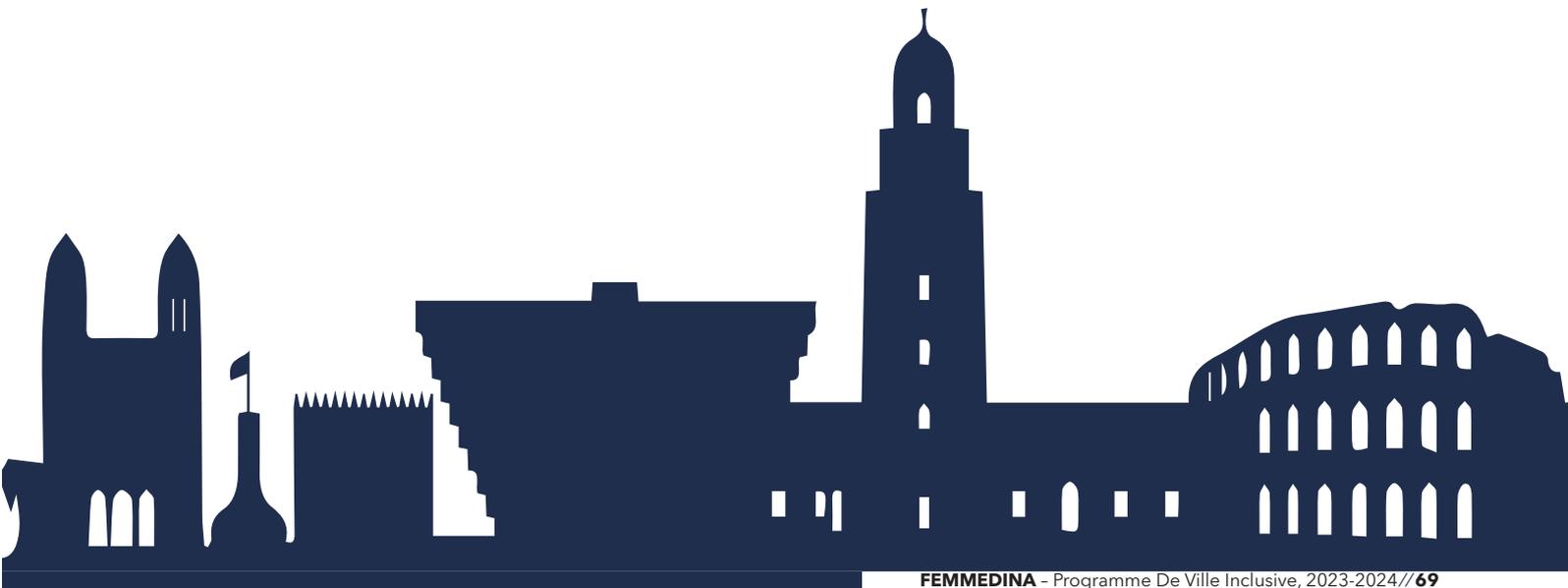
L'analyse des réponses des enquêtées aux questions précédentes, la question de la sécurité dans le Souk et celle connexe des agressions et des violences envers les femmes ont émergé d'elles-mêmes, très rapidement, comme si elles faisaient partie intrinsèque de l'expérience que font les femmes des espaces publics.

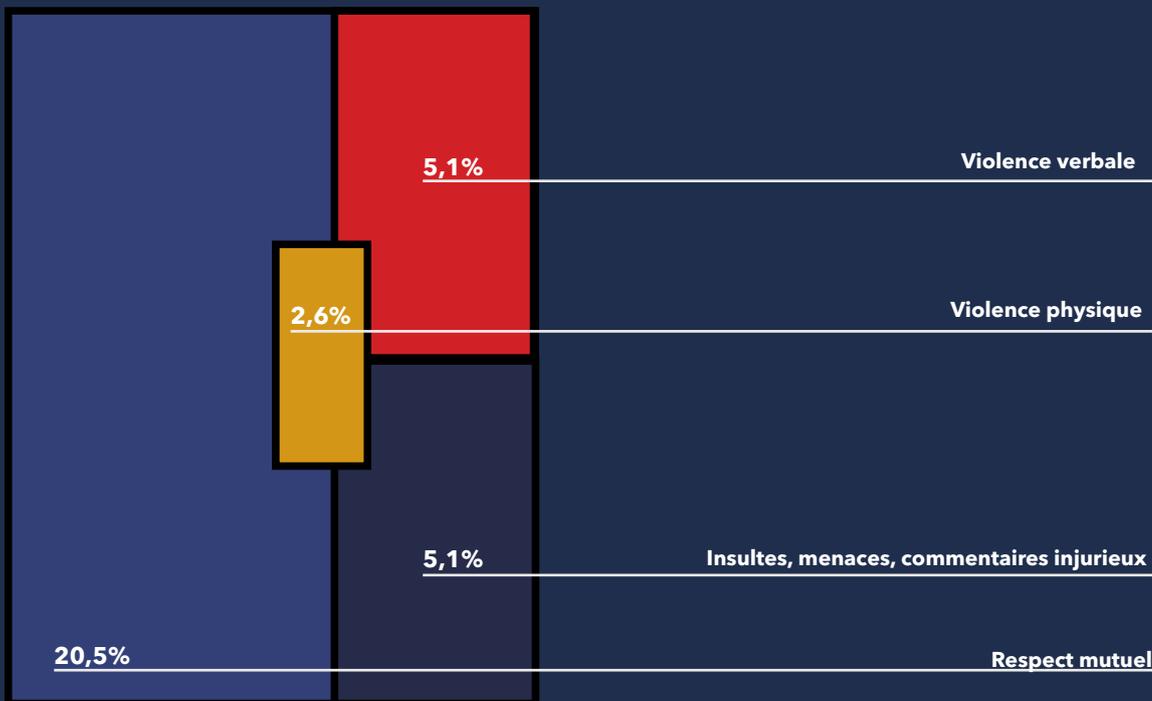
Alors que la définition ambiguë des espaces publics renvoie avant tout à des représentations et au sentiment de ne pas être en sécurité. Cette association entre féminité, espace public marchand et danger est également renforcée par des expériences d'insultes, de menaces, de vol, d'agressions et des actes effectifs qui viennent rappeler aux femmes qu'elles se doivent de négocier leur présence et leur légitimité lorsqu'elles déambulent dans les espaces publics ou, particulièrement pour nos enquêtées,

lorsqu'elles occupent ces espaces publics pour créer des revenus et de richesses afin de soutenir et améliorer les conditions de vie de la famille.

Cependant, à travers les réponses aux questions du cinquième volet du questionnaire de l'enquête, les différentes femmes interrogées n'ont pas témoigné d'entraves qu'elles rencontrent et des violences dont elles sont la cible. Plus exactement, lorsqu'on a demandé aux commerçantes du Souk « Au cours des cinq dernières années, étiez-vous victime des faits suivants dans le Souk ? », la réponse de la majorité d'entre elles était négative : près d'une femme sur cinq (20,5%) a cité la « perte de biens matériels ».

« Les insultes, les menaces et les commentaires injurieux » ont capitalisé seulement 5,1% des réponses, « la violence verbale » (5,1%) et la violence physique (2,6%) sont les trois principaux et derniers types de violence mentionnés qui suivent. Quant à « le harcèlement sexuel avec attouchement », « l'incitation à la prostitution » et « le viol », comme prévalence de types de violence, n'ont été cités en aucun cas.





22. Violence contre les commerçantes au Souk

Le profil des auteurs des violences et/ou des agressions reste une interrogation importante.

Dans la présente enquête, les préjugés relatifs au nombre et à l'âge des auteurs se dissipent au bénéfice d'une description plus précise, en fonction des cas.

Les auteurs ne sont pas, de manière significative, plus souvent seuls qu'en groupe, leur profil renvoie plutôt à des hommes jeunes (15 - 34 ans avec une proportion de l'ordre de 70%), en ce qui concerne les phénomènes d'harcèlement verbal et physique, et à des hommes plus âgés, concernant les insultes, menaces et commentaires injurieux.

Par ordre de proportion, les principaux auteurs de ces agressions sont respectivement des ha-

bitants du quartier, des visiteurs du Souk et des membres masculins de la famille.

Enfin, le croisement entre ces aspects de violence faites aux femmes du quartier avec la variable âge a prouvé que cette violence touche beaucoup plus les commerçantes les moins âgées.

Bien que l'espace public Souk Sidi Chatti présente quelques caractéristiques négatives, les participantes à l'enquête considèrent que ce lieu se distingue par des caractéristiques positives telles que son milieu communautaire, les attributs de son territoire et son environnement socioéconomique et ses usagers

2.4.4. Actions pour lutter contre les abus, la violation des droits humains et VBG

Les femmes interrogées ont validé une série de mesures ou actions, qu'elles jugent appropriées pour contrer les abus, la violation des droits humains ainsi que les violences basées sur le genre.

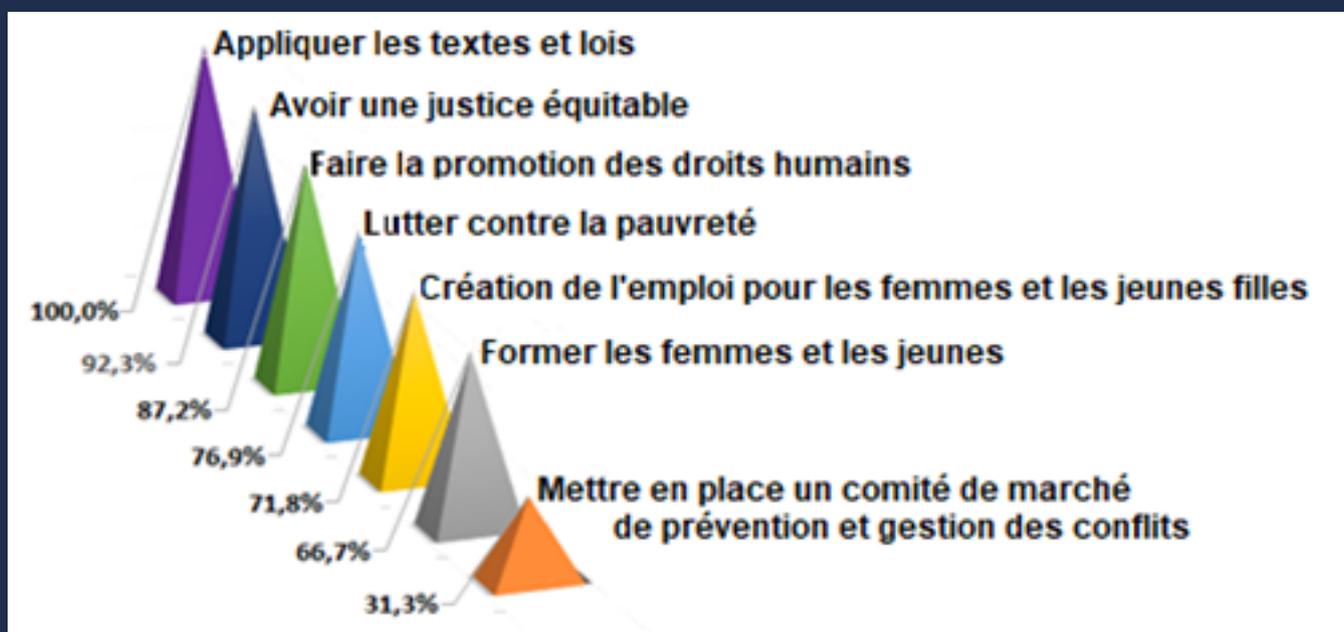
Ainsi, comme le montre l'analyse des données recueillies à la question

« Quelles suggestions et recommandations faites-vous, pour la lutte contre les abus, la violation des droits humains et les violences basées sur le genre (VBG) ? »

présentée par la Figure 23 ci-dessous, à leurs yeux, l'application des textes et des lois (100%), avoir une justice équitable (92,3%),

la promotion des droits humains (87,2%), la lutte contre la pauvreté (76,9%) et la création de l'emploi pour les femmes et les jeunes (71,8%) constituent des leviers majeurs sur lesquels il y a lieu d'agir prioritairement.

A un second niveau de priorité, la formation des femmes et les jeunes (66,7%) et la mise en place d'un comité de marché de prévention et gestion des conflits (31,3%) constituent également des domaines particulièrement importants dans cette perspective.



23. Mesures et actions pour lutter contre les abus, violation des DH et VBG

Le fait de réclamer très fort que les textes et lois soient concrètement appliqués, la sensibilisation en cas d'abus, de la violation des droits humains et les violences basées sur le genre (VBG) (66,7%), l'objection émise par les deux tiers des commerçantes pour la mise en place d'un comité de marché de prévention et gestion des conflits soulignent de nouveau le constat relevé plus haut d'un manque de confiance et d'une méfiance par rapport à l'intervention de l'autorité publique locale dans la régulation ou l'organisation de la vie sociale dans le Souk. C'est incontestablement l'un des messages clés qui ressortent de l'enquête.

Des efforts doivent être déployés par les pouvoirs publics, en coordination avec les partenaires sociaux ou organisations impliquées dans ce type de problématique, afin qu'ils soient associés comme acteurs incontournables et reconstruire un crédit de confiance auprès des commerçantes du Souk.

2.5 Travail-Emploi-Revenu

Le commerce informel, à fort contenu en emplois, constitue la branche phare du secteur informel (la définition de ce concept est donnée ci-après) du fait qu'il vise à satisfaire les besoins essentiels et crée des emplois à moindres coûts.

En général, ces deux phénomènes affectent les catégories les plus vulnérables de la société, touchant en particulier les femmes.

En effet, la vulnérabilité sociale des femmes travaillant dans le commerce informel est ancrée dans des contextes sociaux, économiques et politiques dominés par des phénomènes tels que le chômage, les inégalités socio-économiques, la pauvreté et le ralentissement économique.

2.5.1. Critères d'informalité et raisons d'installation dans l'informel

Plusieurs définitions ont été proposées dans la littérature pour mieux saisir la réalité du secteur informel. On rappelle ici celle donnée par le Bureau International du Travail qui considère le secteur informel comme relevant de « toute activité non enregistrée et/ou dépourvue de comptabilité formelle, écrite, exercée à titre d'emploi principal ou secondaire par une personne en tant que patron à son propre compte. Cette personne active ou occupée est alors considérée comme chef d'unité de production informelle ».

Au regard des réponses recueillies aux deux questions « L'entité dans laquelle vous travaillez a-t-elle une patente ? » et « Êtes-vous affiliée à un régime de sécurité sociale ? », la totalité des UPIC sont des micro-unités dont 89,7% ne sont pas enregistrées à la patente et réparties selon le statut de la personne qui s'en occupe comme suit : 97,4% de ces micro-unités sont dirigées par des femmes indépendantes (ou travailleuses pour leur propre compte) et 2,6% d'entre elles sont dirigées par des gérantes. Plus de 90% de celles qui n'ont pas de patente, n'ont pas essayé d'en avoir, car elles jugent que leurs activités ne nécessitent pas une patente (59,6%) ou qu'elles ne peuvent pas payer les impôts (16,7%).

C'est dans ce cadre que l'enquête quantitative s'est intéressée, entre autres aspects et thèmes, à la nature du travail, à l'emploi et aux revenus générés par l'activité commerciale des femmes du Souk.

L'analyse des réponses recueillies pour ce volet de l'enquête s'est focalisée sur la présentation des principales caractéristiques économiques des micro-entreprises (dénommés dans ce rapport : unités de production informelles commerciales (UPIC)) et des entrepreneures (les commerçantes du Souk) et aussi celles de l'emploi, des revenus générés dans ce secteur d'activités commerciales.

En outre, 92,3% des commerçantes ne sont pas affiliées au régime de la sécurité sociale. Cette forte proportion de non-affiliées au système de couverture sociale constitue l'un des principaux obstacles à la formalité : la méconnaissance totale des droits et obligation vis-à-vis du système de couverture sociale qui a été créé depuis la fin des années 50, c'est-à-dire au lendemain de l'indépendance ou bien le refus d'affiliation à cause du montant de la cotisation jugé trop élevé pour 97% des commerçantes.

Ainsi, les résultats de l'enquête signalent une très forte prépondérance des commerçantes travaillant dans le secteur du commerce informel et constituent ainsi des personnes occupées en tant que chefs d'unités de commerce informel.

De ce fait, la grande majorité de ces micro-unités commerciales reste inconnue des autorités publiques et les seuls enregistrements sont relatifs à la patente et à l'affiliation à la CNSS. Par conséquent, le constat le plus important qui se dégage de l'analyse de ces données est la précarité des conditions de travail des commerçantes du Souk Sidi Chatti puisque la totalité des UPIC des femmes ne disposent pas d'un local fonctionnel spécifique dans le cadre

Le Bureau International du Travail (BIT) est le secrétariat permanent de l'Organisation Internationale du Travail (OIT).

de l'exercice de leur activité, justifié certainement par le manque de moyen pour la location ou l'achat d'un local.

Enfin, les principales raisons invoquées par les interrogées et chefs des UPIC pour la création de l'activité commerciale dans le secteur informel et pour s'être mis à leur compte dans l'espace public marchand sont principalement pour être indépendantes, obtenir un meilleur revenu ou encore parce qu'elles ne sont pas

parvenues à trouver un emploi de salarié dans le secteur formel ou informel.

De plus, le travail informel, qui occupe presque la totalité des commerçantes interrogées, constitue pour les femmes jeunes et moins jeunes et exclues du marché du travail formel une « bouée de sauvetage » sociale, dans la mesure où les activités commerciales informelles génératrices de revenus permettent aussi aux femmes de construire du lien, de nourrir des relations et de développer un réseau social.

2.5.2. Niveau de rémunération de l'activité commerciale informelle

Peu d'investissement de départ:

L'entrée dans l'activité commerciale informelle pourrait s'expliquer par le fait que le statut d'indépendant informel ne requiert généralement ni formation préalable, ni moyens matériels et financiers importants. C'est donc l'une des raisons explicatives qui ont poussé les femmes du Souk Sidi Chatti à s'y installer et à mener des activités commerciales informelles.

Les activités étant en totalité commerciales, il s'agit souvent pour les femmes commerçantes de réunir l'argent pour acheter le stock de marchandises. Nous avons interrogé les commerçantes sur le montant et les modalités de leurs investissements de départ, et si elles étaient obligées d'avoir un crédit pour se lancer dans l'activité commerciale au Souk. L'analyse des résultats de l'enquête a révélé les informations suivantes : deux tiers des interrogées ont démarré leur activité grâce uniquement à leurs fonds propres contre un tiers qui a bénéficié d'un prêt d'amis, d'un crédit bancaire ou une aide ou un emprunt familial pour une telle action : les fournisseurs constituent un premier pourvoyeur de crédit (76,9%), crédit bancaire (15,4%), et emprunt familial (7,7%).

Il est à noter que l'acquisition du capital par le financement des microcrédits est inexistante. Ce constat conforte bien l'hypothèse selon laquelle le statut d'indépendant informel ne requiert généralement pas de moyens matériels et financiers importants.

Revenu moyen mensuel :

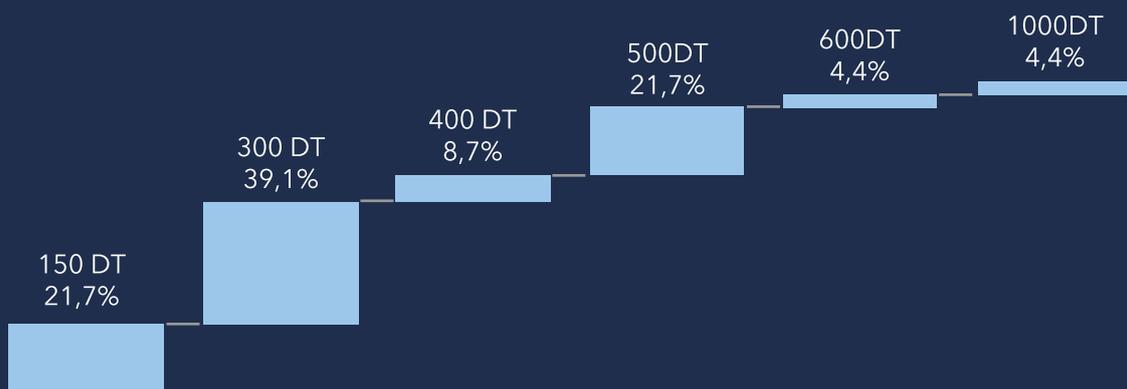
L'intérêt d'étudier une telle variable réside dans le fait que la possession de ressources économiques propres qu'une femme gagne constitue une des premières conditions d'accès à son autonomie.

Par ailleurs, nous signalons au départ que seulement 59% des participantes à l'enquête ont répondu à la question « À combien estimez-vous le revenu moyen généré par votre activité professionnelle ? ».

L'analyse des données montre que le rythme des rentrées d'argent provenant des activités commerciales des commerçantes du Souk varie en fonction de nombreux facteurs (l'activité, le moment de l'année, la périodicité de l'ouverture du Souk, etc.).

Le graphique 24 ci-dessous donne le revenu moyen mensuel d'une commerçante pour l'année 2023. Il est à remarquer que presque deux personnes sur 3 (60,8%) disposent d'un revenu mensuel moyen entre 150 et 300 Dinars. En revanche, en moyenne seulement 8,8% des femmes ont un revenu moyen mensuel entre 600 et 1 000 Dinars. Enfin, presque le quart (21,7%) des répondantes a un revenu mensuel moyen de l'ordre de 500 Dinars.

Quant au revenu mensuel moyen médian (le revenu mensuel moyen qui partage la population en deux groupes de même effectif) est de l'ordre de 258,6 Dinars, largement au-dessous du salaire mensuel minimum interprofessionnel garanti (SMIG) qui est de 459,2 Dinars depuis octobre 2022.



24. Revenu mensuel moyen des commerçantes du Souk pour l'année 2023

2.5.3. Précarité des commerçantes du Souk

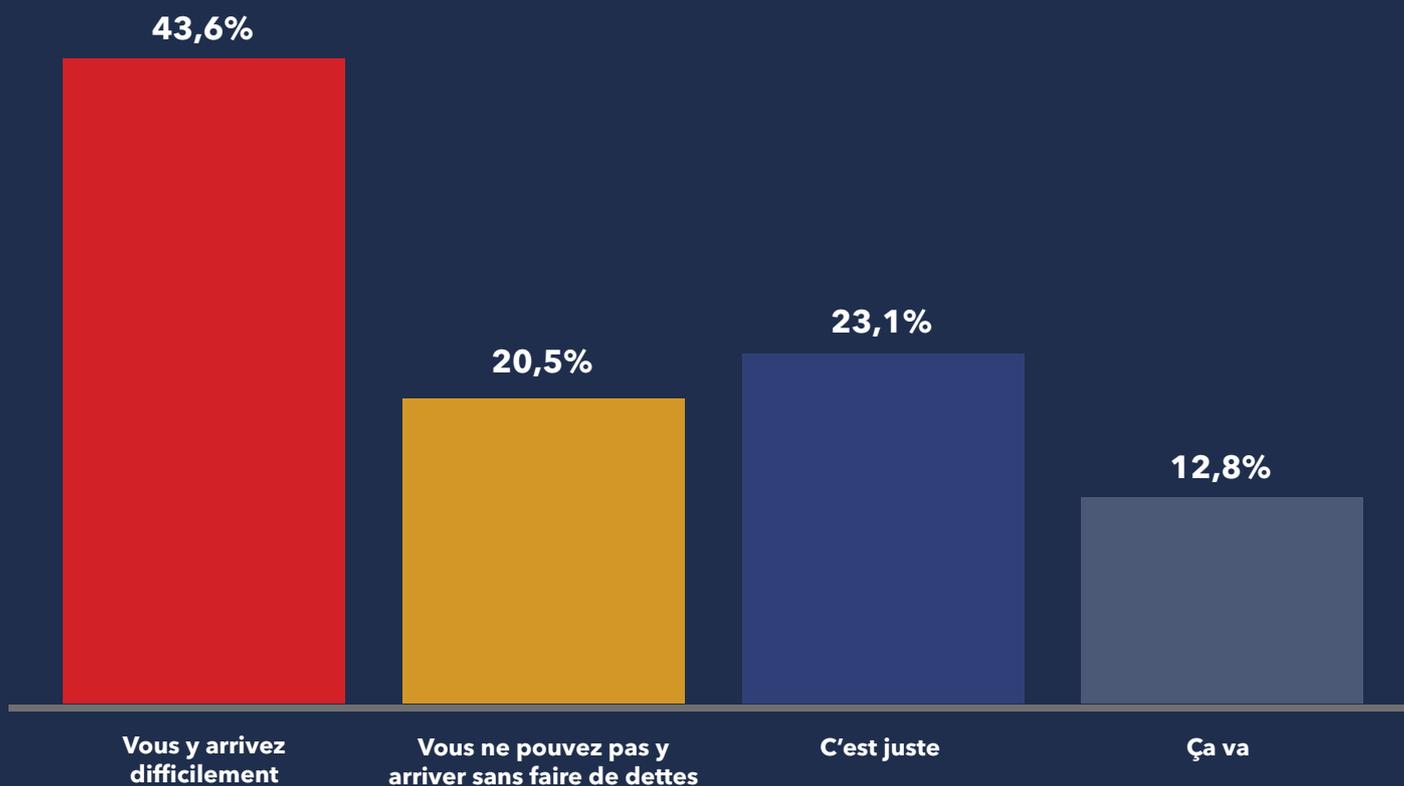
L'enquête quantitative auprès des commerçantes du Souk Sidi Chatti a essayé d'identifier la précarité des femmes au travers de la perception des interrogées sur les ressources financières de leurs ménages.

Interrogées sur cet aspect par le biais de la question : « Actuellement, diriez-vous qu'au sein de votre foyer, financièrement : », la plus grande partie des réponses des enquêtés souligne qu'elle arrive difficilement (43,6%), et si elle arrive alors c'est seulement grâce aux emprunts (20,5%).

Ainsi, la part des commerçantes déclarant rencontrer des difficultés financières au sein de leurs ménages dépasse largement la moitié (64,1%).

Par contre, 23,1% des commerçantes évoquent que « c'est juste », et seulement 12,8% des femmes qui déclarent qu'elles sont en situation financière relativement confortable.

Cette fragilité relativement élevée des revenus des ménages des commerçantes témoigne de la précarité des femmes du Souk.



25. Perceptions sur les ressources financières des ménages

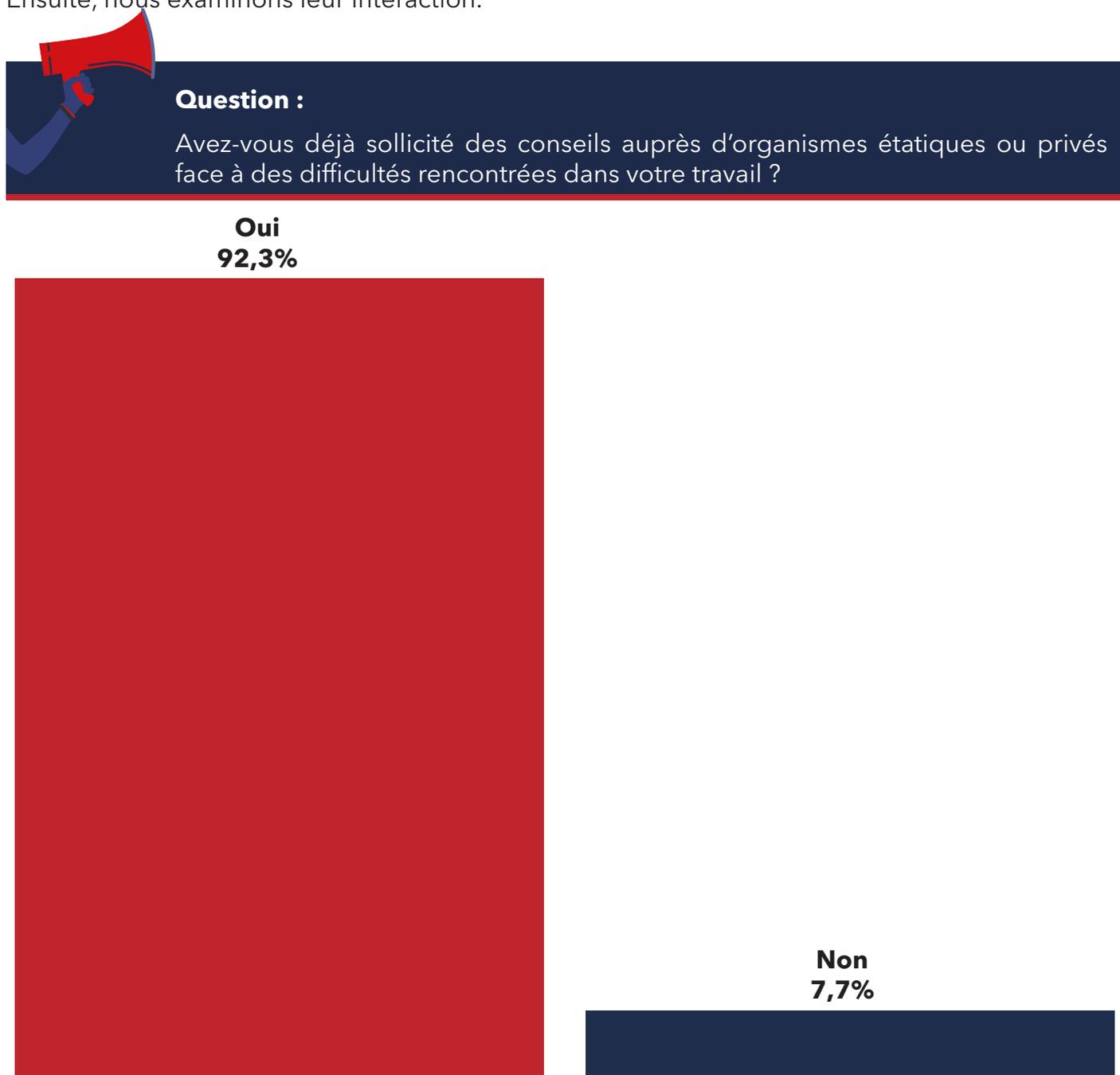
2.5.4. Perceptions vis-à-vis des structures officielles

Les structures officielles sont-elles connues des commerçantes du Souk ? Et leur fait-elle confiance ? Être connu et être digne de confiance sont deux conditions préalables avant de pouvoir envisager sérieusement une coopération. Les deux questions sont liées car le niveau de connaissance peut être un facteur déterminant du niveau de confiance dans une organisation.

Nous présentons les résultats concernant la connaissance des structures officielles avant d'examiner la confiance dont elles bénéficient. Ensuite, nous examinons leur interaction.

Pour établir le niveau de connaissance, nous avons posé la première question suivante : « Avez-vous déjà sollicité des conseils auprès d'organismes étatiques ou privés face à des difficultés rencontrées dans votre travail ? ». Les résultats sont présentés dans la Figure 26 ci-dessous.

Plus de neuf personnes sur dix (92,3%) ont déclaré n'avoir jamais sollicité d'organismes étatiques ou privés face à des difficultés rencontrées au travail.



26. Connaissance d'organismes étatiques ou privés

Cette proportion élevée prouve une méconnaissance particulière des activités de la société civile qui peut représenter un obstacle à l'adhésion des commerçantes informelles à des associations.

Celles qui déclarent avoir entendu le nom mais ne pas en savoir plus représentent 50% des répondantes.

2.6 Questions générales

2.6.1. Degré de confiance dans les institutions locales

Dans un contexte marqué par des inquiétudes récurrentes quant à l'avenir de la démocratie et de l'État de droit en Tunisie, la confiance des citoyens dans les institutions locales est un enjeu majeur. Interrogés sur l'aide possible des autorités locales, les commerçantes du Souk ont exprimé une vraisemblance éventuelle

Il est à rappeler que nous interrogeons une population composée d'un groupe socio-structurellement éloigné des associations et des organismes étatiques et privés, et l'on s'attendre à un tel niveau de méconnaissance élevé ou d'ignorance ou de désintérêt.

avec une approbation de l'ordre de 46,2%. Il ressort aussi des données de l'enquête que plus d'une femme sur quatre (25,6%) estime que les autorités locales ne peuvent venir à son secours contre une femme commerçante sur vingt (5,1%).

2.6.2. Participation citoyenne, politique et civique

Les résultats de l'enquête reflètent bien la prévalence chez les femmes du Souk Sidi Chatti d'une attitude négative à l'égard de la politique et, dans une moindre mesure, de l'engagement associatif.

L'enquête révèle que le taux de participation des commerçantes dans les organisations de la société civile atteint 20,5% et que la totalité ne s'intéresse pas à la politique ou ne lui accorde aucune importance.

Les principales raisons à cette situation sont liées à la détérioration des conditions socio-économiques des femmes vulnérables, au sentiment d'exclusion et de manque de reconnaissance de leur rôle et capacités ainsi qu'au manque de confiance des femmes à l'égard de toute forme de participation for-

melle et institutionnelle. Pour dire que, en alternative à toute forme de régulation imposée ou jugée intrusive, les individus orientent leurs actions et se créent implicitement un schéma de régulation propre ou un contrat social tacite aux relations de la vie quotidienne.

Dans les paragraphes précédents, nous avons signalé un mélange de défiance et méfiance par rapport à l'autorité locale, au point que les femmes interrogées ne voient pas l'utilité de s'organiser à travers un comité de Souk par exemple.

C'est ainsi que les commerçantes ont tendance à prendre leur distance par rapport aux événements de participation citoyenne et ne s'impliquent activement dans les décisions concernant l'avenir du Souk.

Toutes les photos © Cities Alliance

Sauf indication contraire.

Toutes les illustrations correspondent à celles de freepik.



Schweizerische Eidgenossenschaft
Confédération Suisse
Confederazione Svizzera
Confederaziun svizra

Direction du développement
et de la coopération DDC



Cities Alliance
UN House
Boulevard du Régent 37
1000 Brussels, Belgium

Cities Alliance Tunisie
Immeuble Saray B6
Rue du Lac Huron
1053 Les berges du lac , Tunis

 www.citiesalliance.org

 @Cities Alliance

 @CitiesAlliance