

Femmes entrepreneures et délaissement gouvernemental face à la Covid-19

résilience des cadets sociaux par l'innovation commerciale en ligne

ESTELLE VÉRINE SALLA BEZANGA 

Université de Yaoundé II
estelleverine.salla@yahoo.fr

Résumé

L'une des transformations sociales majeures portées par la Covid-19 au Cameroun avec l'outil internet est le développement des activités commerciales d'e-shop. Au centre de cette mouvance se situent les femmes dont les profils socioéconomiques montrent qu'elles sont en situation de vulnérabilité financière. Les domaines d'intervention commerciales de ces femmes vont de l'industrie de l'habillement à l'industrie agro-alimentaire, en passant par la cosmétique, la restauration ou les produits naturels de santé. Si leurs motivations s'inscrivent dans une dynamique de développement personnel qui est liée à leurs parcours, la plupart de ces femmes font des plateformes numériques des espaces de rentabilité économique pour une sortie de leur état de précarité. S'appuyant sur un réseau de fournisseurs grossistes basé en Chine, en Turquie ou dans les grands centres commerciaux des villes de Yaoundé et de Douala, les vendeuses participent à la dématérialisation des espaces de vente pour leur numérisation. Cela s'explique par des nombreux avantages qu'offre le phénomène : le paiement du loyer qui se substitue en paiement de forfait internet pour les diverses transactions. Cette forme d'accumulation utilitariste du capital numérique renseigne non seulement sur la transformation socio-économique du Cameroun par des cadets sociaux mais aussi sur le sens des rapports entre ces vendeuses en ligne, leur clientèle et leurs fournisseurs et la structure patriarcale du système social.

Le présent travail a pour objectif de comprendre au-delà d'un environnement précaire, la capacité des femmes entrepreneures dans le secteur d'économie non structurée, à surmonter les changements induits par la Covid-19. Pour ce faire, la démarche analytique est structuraliste, elle s'appuie à la fois sur un réseau de relations symboliques qui rendrait possible l'analyse politique de, la position des femmes au Cameroun, la situation de crise et leur autonomisation.

Mots-clés : Femmes entrepreneures, gouvernement, résilience, cadets sociaux.

DOI: <https://doi.org/10.36615/k1szav40>

Le 17 mars 2020, sur instructions du Président de la République, les mesures de restrictions ont été prises par le Premier ministre Chef du gouvernement, dans le cadre de la mise en œuvre du Plan de riposte contre le coronavirus. Par ailleurs le confinement et ses conséquences ont mis à jour les liens entre la pandémie et les inégalités sociales (Liotard, 2020). Au Cameroun, les travailleurs salariés femmes sont estimés à 16% en 2019. Les mesures gouvernementales ont créé de nouvelles inégalités dues à leur inadéquation (Ondoua Biwolé, 2021) avec le vécu des femmes entrepreneures dans l'informel. La situation de confinement a produit des effets variables sur des

secteurs d'activité animés par ces femmes. En effet, cette informalité exacerbe les effets immédiats de la pandémie de Covid-19 sur la perte d'emploi, la diminution des revenus et les difficultés des individus à subvenir à leurs besoins essentiels. En ce sens que la mesure où l'imposition du confinement vient renforcer leur état de précarité économique. Cette décision gouvernementale impose aux femmes entrepreneures en situation de vulnérabilité économique de se réajuster et trouver des mesures alternatives pour subvenir à leurs besoins économiques les plus essentiels le temps du confinement et même après. Autrement, plusieurs femmes entrepreneures, vont se replier vers l'outil internet pour résister à l'incertitude du nouvel environnement. Si l'application de ces mesures tend à réduire considérablement ou relativement les interactions entre les individus, l'enfermement va accentuer la situation économique non reluisante des femmes. D'abord, il s'agit pour elles, d'une réception des mesures de confinement qui impliquent un isolement de l'environnement où se déroulent leurs activités commerciales ensuite réduire de manière significative voire cesser toutes les interactions rapprochées avec la clientèle. D'autre part, les mesures de distanciation sociale ont pour corollaire immédiat, l'éloignement de la clientèle, leur principale source de gain. Face à cette situation, les femmes engagées dans ces interactions commerciales, se retrouvent alors dans la même précarité voire aggravée qui les a rendues actives dans ce secteur. Une façon de réagir à l'insécurité, au malaise et à l'indignation causés par les dures conséquences de la crise est de tenter de comprendre les diverses représentations dont elles en font (Avdela, 2015); comment les mesures gouvernementales modifient leur mode de pensée, selon les positions qu'elles occupent dans le champ économique. Elles se replient vers les plateformes numériques pour optimiser la vente de leurs produits au détriment d'un encadrement institutionnel. Ainsi, le phénomène des boutiques en ligne connaîtra un nouvel essor depuis la crise sanitaire, en marge d'une régulation étatique.

De ces constats, les plateformes numériques se présentent aux femmes comme des espaces alternatifs de résistance à la crise. Elles leur permettent d'innover en termes de production d'un réseau complexe de relations organisé ou non et inscrit dans une dynamique de sortie de la dépendance financière. En outre, les plateformes numériques de s'inscrire dans un temps long à une dynamique de sécurisation au travers des transactions numériques dans un contexte qui aggrave les inégalités structurelles entre les hommes et les femmes (Pigeyre, 2022). Les usages qu'elles font de ces plateformes sont pluriels. Par elles, les femmes adoptent des stratégies et actions qui tiennent compte du contexte (Meyer-Waarden et Trinquecoste, 2020). Les répercussions de la crise les amènent les femmes entrepreneures dans le secteur de la vente à adopter des mécanismes numériques pour éviter la défaillance et s'adapter plus ou moins d'agilité à la situation (Dianoux, Siadou-Martin, 2020). Le choix d'une conversion des espaces de vente physiques en espace de vente numériques est un moyen pour elles de réduire considérablement leurs charges financières et de fidéliser la clientèle à distance. Parallèlement, les plateformes numériques en l'occurrence Facebook, Instagram et Whatsapp dont les plus utilisées par les vendeuses en ligne se présentent sous forme de dispositifs d'apprentissage, d'innovation et de création de nouvelles idées de vente (Perrot, 2018). En ce sens que les espaces numériques de vente permettent de disposer d'un identifiant numérique de se connecter et d'effectuer des démarches administratives et financières en ligne. En retour, ces interactions numériques rendent plus complexe le processus de décision politique en matière de prélèvement fiscal sur les produits vendus en ligne. Les plateformes sont ainsi devenues des entreprises familières pour ces femmes ; qui luttent contre la précarité salariale (Baratier, cité par Nakara, 2020, pp.160-177) en entreprise par des opportunités d'être elles-mêmes leurs patrons. Cette précarité s'est traduite par une baisse continue des femmes salariées du fait des inégalités de genre préexistantes accentuées en situation de crise. L'innovation commerciale entamée par celles-ci par le biais des plateformes numériques dévoile ainsi des mécanismes féminins de résilience financière dans un champ économique contrôlé par les hommes (Bourdieu, 1997).

Les travaux portant sur l'étude de la résilience oscillent entre deux pôles de positions théoriques. Un premier pôle s'inscrit dans les temporalités de la résilience. Il insiste sur une analyse des trajectoires (Buccheit et Al, 2011). Cela revient à accorder une importance à l'histoire personnelle de ces femmes. Il peut s'agir d'une histoire longue (Quensière et al, 2018) ou privilégier une histoire récente (Archambaud, Gonrard-Delcroix, 2018). Ce pôle retrace l'histoire personnelle de l'individu avant et après le choc de la crise qui amène les personnes résilientes à affronter les perturbations au sein de leur environnement (Rosolofu, et Droy, 2018). Il permet d'enregistrer des situations qui se produisent économiques dans les ménages des femmes en temps opportun pouvant légitimer une attitude résiliente. Cette approche consacre une large place à l'histoire et la capacité de résister aux perturbations de l'environnement. Par contre, elle réduit les parcours des femmes dans une reconstitution de son histoire et sa capacité à s'adapter aux contraintes nouvelles imposées par leur environnement (Hervé, Rivière, 2014). Le deuxième pôle se situe à l'opposé du premier. Il s'intéresse aux trajectoires de résilience par l'autonomisation des femmes (Patton Salinas, Fusulier, 2011). Il soutient que la situation de précarité des femmes dans la production des richesses soit liée à un manque de ressources mais aussi d'un problème de capacité, c'est-à-dire d'une capacité à convertir les ressources en des fonctionnements effectifs qui permettent de mener une vie digne librement choisie (Sen, 2003). Ce pôle axé sur une dimension économique de la résilience qui privilégie la finalité de l'action d'autonomisation des femmes au détriment des conditions dans lesquelles elle se produit. Il a la faiblesse de ne pas établir clairement la structuration des rapports de force et d'influence au sein des relations d'interdépendances dans l'espace social. Cette littérature se focalise sur l'existence d'un fait déclencheur qui conduit à un état de résilience. Pourtant une entrée la féminisation de la résilience, permet d'interroger les stratégies d'autonomisation par les cadets sociaux (Bayart, 2018) qui prend en compte tous les niveaux d'intervention des inégalités dans le système social. Elle met aussi en visibilité les potentiels de transformation de la société par des femmes. Les femmes en tant que cadets sociaux restent bien souvent cantonnées dans des positions subalternes. La retraduction dans le champ politique et économique de la problématique de la résilience remet à l'ordre du jour les discussions sur l'autonomisation financière des femmes dans un contexte d'incertitude où les cadets sociaux sont subordonnés à la domination de leurs aînés sociaux.

Cette étude entend combler l'analyse de la résilience financière renvoie par la prise en compte de rapports de subordination sociale organisés sur de rapports de séniorité permettant la reproduction du système politique (Bayart, 2018). Dans cette perspective d'analyse verticale du champ politique, les interactions de résilience (développement des boutiques par les femmes entrepreneures dans le secteur informel) seraient davantage éprouvantes avec un gouvernement qui peine à les accompagner. Pourtant, il est un promoteur des mesures de déstructuration même si elles visaient la crise. Le gouvernement par effet indirect, a accentué la précarisation des femmes qui en retour ne se laissent pas dominées en restant dans cette condition de marginalisation. À contre coup, la dimension horizontale du champ politique montre les e-boutiques subissent aussi la concurrence des boutiques réelles puisque leur adoption suppose un travail sur la culture commerciale et donc de consommation (les individus peinent à adopter modèle commerciale pour plusieurs raisons : la distance, la confiance, etc.).

Sortie de ce débat sur les dynamiques de résilience financière des femmes, l'objectif de la présente recherche est de saisir, comment les femmes affrontent leurs situations financières par la création des points de vente virtuels. En d'autres termes, il est question d'analyser comment elles acquièrent un capital d'autonomisation par l'usage stratégique des plateformes numériques.

I. Les femmes entrepreneures face au désintéressement de l'État en situation de crise

La réflexion nous amène à éclairer les logiques du manque de suivi des femmes entrepreneures au sommet de l'État et ses conséquences. La comparaison des propriétés sociales des femmes de notre échantillon selon le critère selon l'approche sociohistorique, offre 02 ensembles de résultats. D'un côté, le contexte de mise en œuvre des programmes d'ajustements structurels et leurs effets sur la reproduction d'un schéma culturel dominant par l'administration coloniale (Saussey, 2013). D'un autre côté, la reproduction des inégalités sociales de sexe dans la sphère privée.

I.1 Contexte sociopolitique de production des inégalités

L'État rompt progressivement son intervention dans les secteurs liés à l'économie locale depuis la fin de la guerre froide qui consacre la mondialisation libérale, les politiques d'ajustement structurel et culturel (Nyemb-Wisman, 2011). Une tendance qui renforce davantage la marginalisation des femmes entrepreneures (Amougou, 2021). En effet, leur position de subalterne dans le champ économique pendant les moments de crise est aussi le fait de leur insertion dans un système d'hierarchisation sociale à la domination patriarcal (Bayart, 1985) qui, redoutant la constitution d'un secteur privé « non contrôlé », accorde la priorité aux entreprises publiques (Nkolo Asse, 2015). Cette volonté s'est traduite par la privatisation des entreprises publiques et parapubliques dans les années 2000. De plus, sur plus 8000 créations d'entreprises comptabilisées au courant du 1^{er} semestre 2017, plus 1800 ont à leur tête des femmes (Amougou, 2021). Dans ce contexte, l'État retire son pouvoir souverain de protecteur, d'employeur, de développeur (Nyemb-Wisman, 2011) au profit d'un essor du secteur informel, où les femmes font partie intégrante des catégories qui excellent dans ce domaine.

L'engagement dans les activités « de débrouillardise » tel le gardiennage des enfants, la vente à la sauvette, la photocopie de rue, le ménage comble les offres de demande d'emplois raréfiées par l'adoption des mesures d'ajustement. De même, le gel du recrutement dans la fonction publique, à la faveur du programme d'ajustement structurel, a laissé sans emploi des milliers de diplômés. Deux décennies plus tard, les résultats de la mise en œuvre des politiques d'ajustement structurel dans un contexte de subordination de l'économie à la bureaucratie, vont renforcer la précarisation sociale (Amougou, 2021). L'expression du durcissement des conditions de vie, constitue entre autres, une rupture dans la représentation des femmes en Afrique comme au Cameroun en mettant en cause l'image des femmes associées à la tradition et en mettant en lumière leur rôle productif (Saussey, 2013). Celle-ci implique une modification des rapports sociaux de sexe en plaçant les femmes au cœur des stratégies de survie des ménages. L'enquête menée ne permet pas de conclure à l'existence d'une discrimination contre les femmes sur le marché du travail. Néanmoins, une série de transformations a en effet affecté pendant ce moment l'entrepreneuriat féminin. Dans la mesure où les compétences dont disposent les femmes pour mettre en marche leurs entreprises sont comparativement à celles des hommes (Assoumou Menye, Guetsop Sateu, 2017), médiocres. Néanmoins, la circulation des capitaux monétaires et marchands, elles ont acquis un poids important dans les stratégies familiales et professionnelles (Sadio Ba Gning, 2013). Un environnement qui conditionne fortement leurs trajectoires (Nkolo Asse, 2015) économiques dont l'impact est visible autant dans la sphère privée.

I.2 Les implications dans la sphère privée

L'intériorisation des normes sociales pèse sur la dynamique du pouvoir au sein des ménages en situation de crise. La dimension genrée de la conjoncture d'incertitude et d'insécurité prend des formes différentes suivant leur localisation et selon les groupes sociaux et culturels (Avdela, 2015). En effet, l'analyse des déterminants de l'accès à une activité économique au Cameroun

révèle l'existence de 05 facteurs explicatifs, à savoir le milieu de résidence et le niveau de vie du ménage, l'âge, le niveau d'instruction et le statut matrimonial de l'individu quel que soit le sexe (Fopa Diesse, 2011). Durant la crise, la précarité est plus marquante chez les femmes n'ayant pas un emploi fixe ou une activité génératrice de revenus. Cela signifie que malgré l'existence d'une crise économique profonde, il y'a une différenciation de perceptions et de représentations entre les sexes. Les femmes, catégorie fragilisée, paient le plus lourd tribut. Au-delà de l'insuffisance de revenus, de ressources, qu'elle engendre, la crise économique crée un manque en termes de capacités, c'est-à-dire « en termes de libertés substantielles qui permettent à un individu de mener le genre de vie qu'il a raison de souhaiter » (Sen, 1999). Cette dimension de la crise permet d'articuler la question de la crise autour de la prise en charge des cadets sociaux notamment les droits des femmes et leurs capacités relevant des différentes dimensions de la vie (Ngo Nyemb-Wisman, 2011).

Dans cette conjoncture de survie et d'exclusion des femmes dans le marché du travail, le secteur informel assure aux femmes un nouvel environnement d'inclusion. C'est en cela que, les réseaux sociaux se positionnent comme un espace d'ouverture du marché et d'expression libre pour les femmes. L'internet commercial (Beuscart, et al, 2019) est perçu comme opportunité d'améliorer les conditions de sorties des femmes de l'incertitude financière tant à l'échelle familial que macro.

II. Construction d'un capital d'autonomisation par l'innovation commerciale

La construction d'un capital d'autonomisation s'opère à travers le renouvellement d'un usage marchand de l'outil internet pendant la crise. En effet, les transactions commerciales par les plateformes numériques exacerbent depuis le début de la pandémie Covid-19. Il s'agit pour les femmes en situation d'incertitude financière de se familiariser aux méthodes qu'offrent les réseaux sociaux pour les activités commerciales. Ensuite de transformer cet acquis en capital économique.

III.1. L'utilisation des plateformes numériques comme opportunité d'autonomisation financière

Conscientes de leur position dans la société, les femmes entrepreneures vont se projeter pendant à la crise en tant qu'agents rationnels qui vont agir dans un espace où le volume du capital qu'elles disposent va déterminer leur niveau de contrôle du jeu économique. La maîtrise de l'outil internet en tant que manière incorporée est une condition nécessaire à l'analyse des divergences de trajectoires (Arnaud, 2015) des vendeuses en ligne en temps de crise. Cette posture renseigne sur les usages des plateformes numériques dans la production économique à domicile (Leamer, Storper, 2005) et elles participent de ce fait à aider les femmes à surmonter les chocs financiers de la crise.

Les plateformes numériques sont utilisées indifféremment pour décrire des formes très variées de systèmes techniques et d'acteurs économiques, depuis les médias sociaux jusqu'aux systèmes d'exploitation, en passant par les magasins d'applications et les places de marchés (Beuscart, Flichy, 2018). Il est intéressant de voir comment cet outil transforme les femmes en acteurs clés d'une économie informelle en ce sens qu'il désigne alors, de façon très large, le lieu de la mise en relation technique entre une multitude hétérogène. Cette notion s'est progressivement colorée de teintes plus inquiètes et critiques, à mesure que l'attention s'est portée sur le pouvoir de ces acteurs, notamment sur leur capacité à structurer l'activité des personnes, à transformer, des marchés du travail en en contournant les régulations, à opérer des formes massives de collectes de données sur les activités qu'elles organisent. De fait, l'éclosion des nouveaux médias sociaux au cours de la crise va raviver bien que tardivement le secteur du commerce en ligne dans notre contexte.

Conversion des boutiques matérielles en boutiques virtuelles

La crise sanitaire participe largement à la dématérialisation des espaces de ventes en espaces de vente numérique à travers les réseaux sociaux. Il s'agit d'un retour aux activités de vente par le biais d'internet en adoptant une démarche par laquelle elles développent leurs « marchés » (Debenedetti, Gombault, 2014). C'est un choix stratégique de vente et de promotion des produits pour pallier aux perturbations économiques liées à la crise. Bien que ce choix soit fondé sur la période d'incertitude, sa réception par la femme se heurte à la concurrence persistante du champ économique. Elles voient en cette dématérialisation des visées financières plus rentables comme le traduisent les propos de cette vendeuse en ligne :

« L'intérêt pour le e-commerce est qu'on gagne en temps, on gagne en énergie mais également on capitalise d'une manière ou d'une autre la dépense relative à l'achat de connexion internet ».

Cette perception de l'activité par notre enquêtée traduit un comportement intéressé qui minorise les coûts et optimise les gains dans les diverses transactions effectuées. Mais au-delà il faut analyser ici la structuration de cette lutte pour le gain. C'est de savoir les motivations qui conduisent à faire le choix de ce mode de commerce. Elles sont liées aux déterminants sociaux et économiques des goûts (Bourdieu, 1979a). Ce qui se rapporte à cette raison avancée par la vendeuse susmentionnée :

« Je mise sur le fait d'être toujours bien vêtue, pour quelqu'un qui m'a rencontrée deux ou trois fois, lorsque je présente mes vêtements il est beaucoup plus facile pour lui qu'il veuille prendre au moins parce qu'il m'a déjà vue avec quelque chose de semblable et il a été convaincu. ».

La démarche de séduction de clientèle n'est toutefois pas nouvelle dans le sillage du marketing. Des années plus tôt, deux parmi les vendeuses de notre échantillon occupaient déjà des postes de téléconseillère dans un centre d'appel de la ville de Yaoundé. Elles y ont appris les métiers au marketing numérique.

II.2 De classification socio-biographique des profils de vendeuses en ligne à la légitimation de leur statut

Sans prétention analytique et encore moins interprétative, il s'agit d'une brève description des parcours singuliers de cinq figures vendeuses en ligne à partir des récits narratifs recueillis sur le terrain. L'objectif est de présenter quelques traces objectives et subjectives permettant de fixer un regard global sur les parcours biographiés. Des éléments objectifs présents nous conduisent à proposer un échantillon de vendeuse aux compétences acquises et spontanées.

Profils des vendeuses	Laure	Laurence	Laure 2	Yvonne	Christelle
Age	35	39	36	32	32
Statut matrimonial	Marié	Célibataire vivant en concubinage	Célibataire Vivant en concubinage	Mariée	Célibataire
Rang au sein de la famille	4 ^{ème} enfant d'une fratrie 5 enfants	5 ^{ème} enfant d'une De 7 enfants	Pas de réponse	3 ^{ème} d'une fratrie de 6 enfants	Pas de réponse
Nombre d'enfants	1	1	2	5	0

Profils des vendeuses	Laure	Laurence	Laure 2	Yvonne	Christelle
Années d'expérience dans la vente en ligne	12ans (Téléconseillère pendant 10ans et 2ans de vente en ligne via les réseaux sociaux)	4ans	5ans	2ans	10ans (Téléconseillère pendant)
Les raisons d'agir	Faillite de son entreprise de téléconseil pendant la Covid	Sans emploi depuis la fin de sa formation en santé vétérinaire	Covid 19	En attente d'intégration à la fonction publique après sa formation d'administrateur de poste et télécommunications, Covid 19	Covid-19

Tableau récapitulatif des profils

De téléconseillère à vendeuse en ligne. Fabrication d'une expérience en vente dans un centre d'appel

L'idée est de mettre en avant les différentes positions occupées par les vendeuses dans le champ social et de ses consommations et pratiques d'autre part (Moingeon, 1993). Le passage dans un centre d'appel en tant que téléconseillères constituent pour ces jeunes femmes un cadre de socialisation aux métiers de vendeuses en ligne. Entre 2010 et 2016, elle nous raconte comment s'est déroulé son apprentissage dans les centres d'appel de Vipp Interstis à LMT en passant par Orange Cameroun :

« A l'entrée on te fait une formation entre deux à trois à trois semaines en fonction de ton adaptation. Tu suis une formation sur les techniques de persuasion, la relation client, capacité à rester patient face à l'inconnu. J'ai beaucoup appris dans la vente en ligne surtout comment gérer un client ».

L'expérience de la télévente au travers de divers centre d'appel se constitue *in fine* en capital culturel chez ces jeunes femmes. Au fil des années l'intériorisation de l'habitus commercial devient convertible en capital culturel et économique et procure à ces femmes une légitimité dans le secteur de la vente en ligne.

En outre, cet héritage féminin des modes de production est un vecteur de la reproduction de la hiérarchie sociale (Jourdain, Naulin, 2011). En ce sens que, l'héritage économique ici, fait l'objet des stratégies visant au maintien et à l'amélioration de la position sociale des femmes investies dans e-commerce. En plein engagement dans cet emploi transitoire dans les centres d'appel, elles sont animées par l'idée d'une autonomisation financière. A l'observation, nous découvrons que la plupart de ces jeunes femmes commencent à exercer de la vente en ligne dans les sites des centres d'appel puis créent des comptes personnels sur les plateformes numériques Facebook, Whatsapp, Snapchat et Instagram pour des fins de visibilité accrue. Il se forme entre elles, un réseau de vente qui les socialise assez rapidement à cet environnement du commerce. Elles se spécialisent davantage dans le secteur de la cosmétique, de l'habillement et de l'agroalimentaire. Dans la plupart des cas, confie Gertrude, le télétravail cause des troubles de santé notamment des problèmes d'audition et des maladies liées aux nerfs.

La légitimation de la qualité des produits mis en vente est largement tributaire de la publicité qui les précède comme le témoigne Laurence :

« La publicité des produits mis en vente sur les plateformes numériques offre des opportunités de vente, quel que soit le budget ».

Elle est organisée autour d'une stratégie de visibilité qui varie en fonction des profils des vendeuses et de la clientèle ciblée. Pour l'une d'elles, la tactique s'articule d'un rôle de mannequin incarnée par elle :

« Je suis mon propre mannequin, je consomme mes propres produits et généralement je les vends sur moi et je maximise sur la régularité de mes statuts car je me dis que tout le monde ne les regarde pas au même alors il faut poster encore et encore ».

En filigrane il y'a une volonté de fidéliser la clientèle dans un marché où la compétition semble légitime. Pour le cas de Laurence, elle met en visibilité les photos des modèles dont elle publie les vêtements sur son statut WhatsApp en activant le partage du statut par tous ses contacts. Il s'agit en fait des actions de marketing destinées à la séduction d'une clientèle imaginaire (Dacheux, 2001) par ajustement de l'offre à la demande. Cette démarche qui se veut persuasive, réduit la communication des entreprises numériques à une dimension instrumentale.

Conclusion

Si la résilience des femmes, en particulier celle par l'économie numérique, est indéniable, elle ne s'accompagne pas d'une transformation radicale ou même d'une « ouverture » de la composition patriarcale du système social. Les effets de la féminisation de la résilience financière ne perturbent ni ne remettent en cause les modes de production et de reproduction des élites économiques. L'impression générale qui se dégage est plutôt celle d'une « reproduction dans la révolution » (Dulong, 2003 :431), comme l'illustre la division sexuelle du travail et l'occupation par les femmes des positions sociales les plus secondaires ou dominées, de même que les métiers relevant d'une économie numérique non structurée se rattachant aux domaines considérés comme féminins (vente des vêtements en ligne, restaurants en ligne, la cosmétique, vente en ligne des produits agroalimentaire, etc.).

Les résultats de l'enquête auprès de 05 femmes entrepreneures dans le commerce en ligne, invitent montrent que les programmes institutionnels en direction de la prise en charge de la crise, privilégient les secteurs d'activités encadrées. En revanche, le e-commerce constitue un des secteurs les moins régulés qui nécessite à notre sens une prise en compte non négligeable. Alors que le phénomène des e-boutique est fortement associé aux problèmes relatifs à la régulation, à la fiscalité des plateformes usuelles et aspects sociaux (Perrot, 2018). Les femmes entrepreneures dans ce secteur font face aux contraintes structurelles d'entraves au développement qui pèse sur l'État.

La comparaison de la pandémie Covid-19 et les politiques d'ajustement structurel, puis ses effets sur le processus d'autonomisation de la femme, montrent ainsi le rôle particulièrement décisif de la structure patriarcal du champ politique hérité de la colonisation.

Bibliographie

- Amougou, Gérard. « Les entrepreneurs camerounais face aux pouvoirs publics. Querelles autour de « l'émergence » », *Anthropologie & développement*, vol.52, 2021, pp.51-68. <https://doi.org/10.4000/anthropodev.1537>
- Archambaud, Lise et Gonrad-Delcroix Claire. « Organisations locales et résiliences collectives. Trois terrains africains en situation de crise prolongée », *Revue Internationales des Études du développement*, vol.3, n°235, 2018. <https://doi.org/10.3917/ried.235.0061>
- Arnaud, Pierre. « Réussite scolaire, barrière économique. Des boursiers et leur famille face aux frais de scolarité des grandes écoles de commerce », *Sociologie*, vol. 6, n° 3, 2015, pp. 225-240.
- Avdela, Efi. « Le genre dans la crise, ou ce qui arrive aux « femmes » dans les temps difficiles », *Nouvelles Questions Féministes*, vol. 34, n° 2, 2015, pp. 22-40. <https://doi.org/10.3917/nqf.342.0022>
- Bayart, Jean-François. *L'État au Cameroun*, Presses de Sciences Po, 1985. <https://doi.org/10.3917/scpo.bayar.1985.01>
- Beuscart, Jean.-Samuel et Flichy Patrice. « Plateformes numériques », *Réseaux*, vol. 212, n°6, 2018, pp. 9-22. <https://doi.org/10.3917/res.212.0009>
- Bourdieu, Pierre. « Le champ économique », *Actes de la Recherche en Sciences Sociales*, 1997, pp.48-66. <https://doi.org/10.3917/arss.p1997.119n1.0048>
- Bourreau, Marc et Perrot Anne. « Plateformes numériques : réguler avant qu'il ne soit trop tard », *Notes du conseil d'analyse économique*, vol. 60, n° 6, 2020, pp. 1-12. <https://doi.org/10.3917/ncae.060.0001>
- Bozeman, Barry. *Public Values and Public Interest : Counterbalancing Economic Individualism*, Washington, DC : Georgetown University Press, 2007. <https://doi.org/10.1353/book13027>
- Buchheit, Pauline., D'aquino Patrick et Ducourtieux Olivier. (2016), « Cadres théoriques mobilisant les concepts de résilience et de vulnérabilité », *Vertigo - la revue électronique en sciences de l'environnement*, vol 16, n°1. pp. 1-75. <https://doi.org/10.4000/vertigo.17131>
- Chikhi, Kamel. « L'impact de la crise sanitaire du Covid-19 sur le comportement de consommation des Algériens ». *Revue d'Études en Management et Finance d'Organisation*, vol. 6, n°1, feb. 2021.
- Culot, Henri, Strowel Alain et Enguerrand Marique. « La régulation des plateformes digitales : propos introductifs », *Revue internationale de droit économique*, vol. xxxiii, n°3, 2019, pp. 271-274. <https://doi.org/10.3917/ride.333.0271>
- Dacheux, Éric. « Étudier le marketing à la lumière de la communication », *L'Année sociologique*, vol. 51, n° 2, 2001, pp. 411-427. <https://doi.org/10.3917/anso.012.0412>
- Debenedetti, Stéphane et Gombault Anne. « Le marketing stratégique des organisations culturelle », *Dominique Bourgeon-Renault et al., Marketing de l'Art et de la Culture*, 2014, pp.37-75. <https://doi.org/10.3917/dunod.bourg.2014.01.0037>
- Desmarais, Céline et Giauque David. « Politique publique et management public, de nouvelles frontières ? », *Gestion et management public*, vol.4, n°4, 2016, pp. 1-7. <https://doi.org/10.3917/gmp.044.0001>
- Dominique, Hervé et Riviere Mylène. « Résilience, adaptation, changement : l'interdisciplinarité questionnée », *Natures Sciences Sociétés*, vol. 22, n° 3, 2014, pp. 247-253. <https://doi.org/10.1051/nss/2014043>
- Droy, Isabelle et Rasolofo Patrick. « Crise du lait et trajectoires de résilience des petits producteurs à Madagascar », *Revue Internationales des Études du développement*, vol.3, n°235, 2018. <https://doi.org/10.3917/ried.235.0091>
- Eglen, Elisabeth. (2017), « Représentations du corps et réseaux sociaux : réflexion sur l'expérience esthétique contemporaine », *Sociétés*, 2017, vol. 138, n° 4, 2017, pp. 99-110. <https://doi.org/10.3917/soc.138.0099>
- Fusulier, Bernard, et Francesca Sirna. « Contrer les inégalités du "pouvoir d'agir", augmenter les capacités », *Les Politiques Sociales*, vol. 3-4, n° 2, 2010, pp. 33-38. <https://doi.org/10.3917/lps.103.0033>
- Gning, Sadio Ba. « Les femmes dans le secteur informel aujourd'hui », *Travail et genre dans le monde. L'état des savoirs, (sous dir) Magaret Maruani*, La Découverte, 2013, pp.336-344. <https://doi.org/10.3917/dec.marua.2013.01.0336>
- Jourdain, Anne et Naulin Sidonie. « Héritage et transmission dans la sociologie de Pierre Bourdieu », *Idées économiques et sociales*, vol. 166, n° 4, 2011, pp. 6-14. <https://doi.org/10.3917/idee.166.0006>

- Le Breton, David. « D'une tyrannie de l'apparence : corps de femmes sous contrôle », *Éthique de la mode féminine*, 2010, pp.3-26.
- Leamer, Edward E, et Michael Storper. « La géographie économique à l'ère d'Internet », *Géographie, économie, société*, vol. 7, n°. 4, 2005, pp. 381-404. <https://doi.org/10.3166/ges.7.381-404>
- Liotard, Philippe. « Vulnérabilités des corps méprisés. Les travailleuses et travailleurs du sexe au temps du COVID-19 », *Revue internationale et stratégique*, vol. 119, no. 3, 2020, pp. 129-138. <https://doi.org/10.3917/ris.119.0129>
- Moingeon, Bertrand. « La sociologie de Pierre Bourdieu et son apport au marketing », *Recherche et Applications en Marketing*, 1993, vol.8, n°2, pp.105-123. <https://doi.org/10.1177/076737019300800206>
- Perrot, Anne. « Les plateformes numériques. Les enjeux de la transformation de l'économie pour les politiques publiques », *Idées économiques et sociales*, vol. 194, n°. 4, 2018, pp. 8-15. <https://doi.org/10.3917/idee.194.0008>
- Ondoua Biwolé, Viviane. « Impact de la Covid-19 sur l'emploi au Cameroun. Résultats d'une étude empirique », *Mondes en développement*, vol.4, n°196, 2021, pp. 27-47. <https://doi.org/10.3917/med.196.0031>
- Pigeyre, Frédérique. « L'égalité femmes-hommes au défi de la crise sanitaire », *Crise de la connaissance et connaissance de la crise*, 2022, pp.381-388. <https://doi.org/10.3917/ems.cappe.2022.01.0381>
- Quensiere, Jacques et Samba Bocary Tounkara et Alioune Kane. « La résilience perdue des pêcheries du Delta Central du Niger. Une illustration de la nature systémique complexe de la résilience », *Revue Internationales des Études du développement*, vol.3, n°235, 2018. <https://doi.org/10.3917/ried.235.0029>
- Salinas, Yvanna Salinas et Fusulier Bernard. « Femme, précarités, résilience. Présentation », *Les Politiques Sociales*, vol. 1-2, n°. 1, 2011, pp. 11-17. <https://doi.org/10.3917/lps.111.0011>
- Balde, Racky, Boly Mohamed et Avenyo Elvis. « Effets de la Covid-19 sur le marché du travail en Afrique subsaharienne : analyse sous le prisme de l'informalité au Burkina Faso, Mali et Sénégal », *Revue d'économie du développement*, 2021, vo.29, n°1-2, pp.84. <https://doi.org/10.3917/edd.351.0043>
- Nyemb-Wisman, Martine. « Crise de l'État et stratégies de survie des Bayam-Sellam au Cameroun ». *Les Politiques Sociales*, n°1-2, 2011, pp. 68-84. <https://doi.org/10.3917/lps.111.0068>
- Nkolo Asse, Ginette Patience. *Les femmes entrepreneures dans la société politique camerounaise*, Thèse de Doctorat en Sciences politiques, université de Bordeaux, 2015, 498p.
- Saussey, Magalie. « Développement ». *Dictionnaire. Genre et science politique*. Cathérine Achin et Laure Berini (dir.). Paris, SciencesPo. Les Presses, 2013, pp. 154-166. <https://doi.org/10.3917/scpo.achi.2013.01.0154>