



Impactées par la crise sanitaire de covid-19, les femmes et jeunes filles kinoises s'imposent...

BAYEDILA Esperance* et MUABILA Laetitia*

*Université des Sciences de l'Information et de la Communication, UNISIC en sigle (Ex IFASIC).

<https://doi.org/10.59937/VLVR4200>

Résumé

Du fait de la montée de cas de Covid-19, le concept de résilience fait l'objet d'une attention particulière à Kinshasa (RDC). Cette Pandémie a considérablement perturbé le travail des femmes, ce qui a entraîné une dégradation de la santé mentale et physique de nombreuses d'entre elles. Déjà confrontés au défi mondial de la sous-représentation et des inégalités, elles sont en première ligne de cette crise sanitaire mondiale dont les répercussions financières, économiques et sociales s'annoncent sans précédent. Citoyennes du monde, actrices importantes du changement, les femmes et les jeunes filles constituent la future génération de l'économie verte. Toute crise constitue pour elles, une occasion d'apprendre, de cultiver la compassion et d'accroître leur résilience tout en créant une communauté plus sûre et plus altruiste. Il convient toutefois, d'une part d'interroger la pertinence et la portée de la résilience de femmes au niveau microéconomique et d'autre part d'interroger les liens qui l'unissent à l'économie verte pendant la période de Covid-19. Le cadre conceptuel proposé articule le développement durable et l'analyse de l'économie verte, permettant de mettre en avant les capacités d'action face aux risques et de réaction face aux chocs. Il conduit à envisager la possibilité de faire de la résilience une finalité.

Mots clés : Femme, Système socio-économique, Covid-19, Communication verte

Abstract

With the rise in cases of Covid-19, the concept of resilience is receiving particular attention in Kinshasa (DRC). This Pandemic has considerably disrupted women's work, leading to a deterioration in the mental and physical health of many of them. Already facing the global challenge of under-representation and inequality, women are on the front line of this global health crisis, whose financial, economic and social repercussions promise to be unprecedented. As citizens of the world and key agents of change, women and girls are the future generation of the green economy. For them, any crisis is an opportunity to learn, cultivate compassion and build resilience, while creating a safer, more altruistic community. However, we need to question the relevance and scope of women's resilience at the microeconomic level, as well as its links to the green economy during the Covid-19 period. The conceptual framework proposed articulates sustainable development and the analysis of the green economy, enabling us to highlight capacities for action in the face of risks and reaction in the face of shocks. It leads to the possibility of making resilience a goal.

Keywords: Woman, Socio-economic system, Covid-19, Green communication

INTRODUCTION

La crise pandémique de la Covid-19 a perturbé les moyens de subsistance et l'économie mondiale en entraînant des prévisions de contraction de 5,2% du PIB mondial entre 2020 et 2021. Cette pandémie a ainsi impacté le monde, aggravant des dommages épidémiologiques, économiques et sociaux qui n'auraient dû exister si le monde avait été

correctement préparé. La République Démocratique du Congo (RDC) n'a pas été épargnée par cette pandémie qui a aggravé les problèmes structurels qui existaient avant la crise, soulignant davantage la nécessité d'agir d'urgence pour corriger la situation. En particulier, l'économie a été touchée, surtout celle des femmes qui est souvent dans l'informel.

Confinement, couvre-feu, mesures barrières à respecter et autres ont été imposés aux communs de mortel. Face à cette situation, ils sont obligés de réduire des inégalités, réorganiser des systèmes de santé, garantir de filets de sécurité sociale universels et renforcer la résilience au sein des chaînes de valeur ont été quelques-unes des leçons clés de cette pandémie. La crise a également exigé la capacité de réagir rapidement et de manière très verticale pour protéger les vies, les moyens de subsistance et les économies nationales. Des secteurs entiers ont été contraints d'adapter et de repenser leurs modèles, leurs chaînes d'approvisionnement ou leurs modalités de travail en quelques semaines. Cette capacité à se transformer et à s'adapter rapidement face à une crise sans précédent a été une source d'espoir alors que le monde entrait dans une décennie décisive pour l'action climatique et les objectifs de développement durable (ODD) (SMADI, A. et ABRICA, A., 2017).

Les transformations nécessaires pour atteindre les objectifs climatiques mondiaux et l'agenda 2030 semblent aujourd'hui plus nécessaires que jamais. Seule une relance verte, inclusive et résiliente peut créer les conditions d'une croissance économique durable, au changement climatique et à la dégradation de l'environnement.

De ce fait, les kinoises ont été contraint de respecter les mesures prises par le gouvernement congolais, celles de respecter strictement ces consignes en vue de se protéger et de protéger l'autre. Face à cette situation, beaucoup ont perdu leurs emplois, leurs petits commerces se sont éteints, les écoles et universités fermées ; la vie était devenue compliquée face à cette situation. Covid-19 non seulement qu'elle prenait des vies humaines mais a pris aussi le bonheur des ménages car, à Kinshasa voire dans tout le pays, la plupart des femmes sont des cerveaux moteurs des foyers. Ce sont elles qui nourrissent et prennent soin des membres de leurs familles.

Pour pallier cette situation, elles se sont lancées dans l'entrepreneuriat féminin s'appuyant sur le type d'activité en cause. L'entrepreneuriat féminin est défini comme l'ensemble des activités mises sur pied et gérées par les femmes elles-mêmes, indépendamment de la taille de l'entreprise (BROCHAND et LENDREVIE, 1997). Par

activités entrepreneuriales, on entend « toutes les activités effectuées en dehors du ménage, qui permettent à la femme de faire suffisamment de profits pour au moins maintenir son activité ». Ces activités sont classées de l'agriculture de subsistance aux multinationales, mais impliquent en général des activités à petite échelle, moyennant peu de capital et de technologie.

Par ailleurs, les kinoises ont toujours été engagées dans l'économie de leur pays, que ce soit sur le plan formel ou informel. Pour n'avoir pas été scolarisées d'une manière générale, elles sont généralement impliquées dans le petit commerce. C'est d'ailleurs l'occupation la plus répandue. Lorsqu'on parle de l'entrepreneuriat, on fait allusion à la couture au tissage à la vente des fruits et légumes, à la petite industrie de transformation, à la teinture, aux buvettes, à la coiffure, à la poterie, à la restauration, etc.

Découvert en décembre 2019 dans la province de Wuhan en Chine, le coronavirus SARS-CoV-2 était à l'origine de la Covid-19. Cette maladie infectieuse émergente est très contagieuse et se transmet par voie aérienne et tactile. Si la maladie peut être asymptomatique, elle peut également engendrer des effets variables, notamment de graves atteintes respiratoires pouvant mener au décès. Outre la vaccination, les gestes barrières sont essentiels pour limiter la transmission du virus. La Covid-19 n'a pas seulement surpris les Gouvernements du monde mais aussi la mise des femmes dans de situations très compliquées. Nous nous sommes interrogés sur deux questions que voici : *Comment les femmes font-elles face à la pandémie à Kinshasa ? Comment engager les femmes et jeunes filles dans la gestion de l'économie verte et dans la préparation de l'après crise à travers un développement durable.*

METHODOLOGIE

L'approche méthodologique utilisée dans notre recherche est celle d'étude de cas qui nous a permis de décrire l'utilisation des ressources humaines et économiques des femmes, de réorienter les démarches pendant et après covid-19 de relever les forces et faiblesses et évaluer l'efficacité de l'économie verte. A travers les récits recueillis auprès des femmes, cette approche va réorienter le développement durable, améliorer la qualité ou l'extension des services, de l'économie verte et de la résilience.

FEMME CONGOLAISE

Les congolaises comme toutes les femmes dans le monde ont un rôle important à jouer pour orienter leurs sociétés vers un développement durable, comme le mentionne le

principe 20 de la Déclaration de Rio. Principale actrice de la société, la femme joue un rôle central dans le développement de sa communauté et de ses membres. Elle transmet le savoir, la connaissance et participe à l'avenir ainsi qu'à la construction de la société. Elle se bat pour la survie de sa famille jusqu'à perdre parfois la vie.

Femme face aux stéréotypes, mythes et préjugés

La femme est prisonnière d'un statut et d'un ensemble de représentations qui constituent un handicap à toute possibilité de réalisation et d'épanouissement (HAMEL, J., 1997). La société étouffe sa personnalité, s'oppose à sa scolarisation. L'infériorisation de son statut de future femme constitue l'une des formes insidieuses de violences exercées sur celle-ci. Les facteurs d'aliénation et d'infériorisation de sa condition de femme lui sont tôt inculqués dès le bas âge, à travers l'éducation. Elle, par ailleurs, involontairement et inconsciemment contribue ainsi à les entretenir, participant ainsi à sa domination et à son asservissement par l'homme (WINKIN, Y., 2001). En effet, les traditions, Us et coutumes pèsent énormément sur les femmes.

Les femmes, piliers du développement durable

Les femmes, au même titre que les hommes se sont lancées massivement dans le monde des affaires. A ce jour, elles sont autonomes. Ce concept d'autonomie est perçu non pas comme plus de pouvoir, mais comme la possibilité de se prendre en charge en cas d'indisponibilité du conjoint, ce qui fait référence à une division complémentaire du travail qui existait dans la tradition (POTTER Deborah, 2021). Cette division du travail est "révolutionnaire" car, dans un contexte où les mutations ont remis en cause la distribution du pouvoir entre sexes dans la famille et la société, il faut faire accepter cette autonomie féminine sans froisser les maris. Cette mutation économique et sociale que traverse la RDC donne la preuve de la nécessité de libérer l'initiative féminine pour amorcer le développement économique et social du pays. Cela suppose que les femmes participent à l'économie comme entrepreneuses au même titre que les hommes et qu'aucune politique de développement durable ne se fasse à leur détriment. Mais, elle est butée à des contraintes suivantes (WEIL, P., 1990) :

- (1) Elle n'a pas accès à l'information ;
- (2) Elle n'est pas formée, pas d'accès à l'éducation ;
- (3) Elle n'est pas du tout libre pour pouvoir vaquer à ses occupations ;
- (4) Tous ses mouvements sont contrôlés et elle subit plusieurs restriction, interdits... ;

(5) Etc.

Femme résiliente et protectrice de son environnement

S'exprimant lors d'une table-ronde sur le leadership organisé par « le Earth Network » et la Fondation des Nations Unies, la Directrice exécutive adjointe d'ONU Femmes Lakshmi Puri a souligné que l'autonomisation des femmes, en tant que productrices et consommatrices, permettra de stimuler la croissance d'une économie verte (ONU FEMMES, 2012).

Avec toutes les conséquences que rapporte covid-19, les kinoises doivent être éduquées et formées à la résilience et à l'économie verte qui peuvent se définir successivement comme une mise en mouvement, une recherche perpétuelle d'équilibre dynamique entre des caractéristiques paradoxales et des processus contraires : court terme et long terme, échelle locale et mondialisation, redondance et efficacité, sur-mesure et prêt-à-porter, autonomie et dépendance et l'économie verte comme une activité qui entraîne l'amélioration du bien-être humain et la réduction des inégalités, tout en n'exposant pas les générations futures à des risques environnementaux significatifs et à la pénurie de ressources. Une économie verte cherche à apporter des bénéfices sociétaux à long terme aux activités à court-terme visant à atténuer les risques environnementaux.

De ce fait, il est très important dans ce cadre d'impliquer la femme et la jeune fille car, elles jouent un rôle capital dans la société, étant mères, éducatrices, elles vont relayer avec fidélité à la communauté ces notions.

Après le pillage de 1990 et 1991 en RDC, ex. Zaïre, les femmes ont pris la relève en s'autonomisant sur le plan économique et ont redynamisé l'économie du pays. Ce travail les a aidés à s'occuper de leur famille et du ménage. Et, à ce jour, Covid-19 vient encore perturber la situation de cette femme. Certes, elles sont battantes et productrices mais un peu en désordre, elles doivent faire face à cette pandémie et s'impliquer à la participation d'une « main-d'œuvre verte ».

Pour combler ce fossé, la formation de celles-ci sur ces nouveaux concepts s'avère nécessaire. Si elle entraîne des coûts, ses bénéfices sont nombreux. Au niveau de la production, les femmes formées dans les domaines de la recherche et du développement des produits écologiques peuvent contribuer aux desseins de la communauté, en renforçant le potentiel commercial et l'utilisation de tels produits. Cela influence enfin de compte les schémas de consommation durable.

Un rapport de 2008 couvrant 15 pays et réalisé par Goldman Sachs (BROCHAND et LENDREVIE, 1997) a indiqué que « l'augmentation des investissements dans l'éducation des femmes pourrait engendrer une « prime à la croissance » augmentant le PIB de 0,2 pourcent par an ». L'économie verte, comprise soit comme un objectif ou un processus d'ajustement structurel pour une industrialisation, une agriculture, un secteur des services et un développement scientifique et technologique plus vert, ne doit pas être vue comme une fin en soi, mais comme un moyen pour parvenir aux objectifs du développement durable, de l'éradication de la pauvreté et du bien-être de tous. En vue de pleinement capitaliser sur le potentiel des femmes dans une économie verte, les inégalités doivent être revues, les écarts des opportunités doivent être comblés, l'emploi rémunéré des femmes doit s'accroître, et davantage de femmes doivent occuper des postes de leadership dans la société (SFEZ, L., 1993). De ce fait, les autorités doivent :

- (1) Appliquer de politiques sensibles au genre, qui permettent aux femmes de bénéficier d'opportunités égales en vue de réaliser des avancées dans la communauté ;
- (2) Encourager les membres de communautés à promouvoir l'égalité pa
- (3) r le biais d'initiatives et de plaidoyers communautaires ;
- (4) Encourager l'évaluation et l'établissement de rapports sur les progrès de femmes. Ensemble, les communautés peuvent renforcer leur influence, montrer l'exemple et donner aux femmes les moyens économiques de stimuler une économie verte ;
- (5) Encourager les partenaires à jouer un rôle proactif pour aider les femmes à combler cette pénurie des compétences, en leur proposant des programmes de formation, et de développement professionnel.

En plus d'aider les femmes à occuper des emplois verts, le développement des carrières peut aider les femmes à traverser le plafond invisible.

La situation ainsi que les multiples conséquences qu'à apporter Covid-19, a permis aux kinoises d'aller fouiner dans les passés et dans son environnement. Chercher à comprendre comment les grands parents ont vécu ainsi que les villageois (es) vivent. Frontières fermées, les kinoises ont compris que les affaires apportent activement des opportunités aux femmes dans les domaines traditionnels.

De ce fait, elles se sont lancées dans l'agriculture, dans la fabrication des boissons (jus, vin, spiritueux) à base des fruits et légumes ; fabrication de détergents, du savon et autres produits de premières nécessités en recourant aux produits et techniques locaux qui ont permis

à celles-ci à s'imposer devant Covid-19, de résister et de surmonter les chocs que cette pandémie a causé sur le plan physique que mental. C'est ça la résilience, un mot qui fait le buzz aujourd'hui dans de nombreux domaines, pouvant même éclipser le développement durable.

La résilience pose aujourd'hui un certain nombre de problèmes, étant le plus souvent insuffisamment explicitée et peu opérationnelle, parfois redondante par rapport à d'autres notions (SCIBETTA, C. et al., 2009). De plus, alors même qu'elle propose de s'appuyer sur une gouvernance « durable » et de favoriser la créativité et l'innovation, la résilience n'est pas bien assimilée dans le contexte kinois, concept utilisé plus par des mouvements associatifs féminins est devenu un argument pour justifier, a priori comme a posteriori, des actions des femmes et parfois a une connotation négative. Pourtant elle pourrait permettre de redonner sa place au citoyen dans les processus de gouvernance, encourager une approche systémique et adaptée, et à ce titre apporter un renouveau dans les projets en termes de dynamique et de pratiques des activités des femmes (MOREL, P., 2002).

En termes d'économie verte, il est préférable d'impliquer tout le monde, vieux, adultes et jeunes. Il convient également d'investir dans les projets appartenant aux femmes qui ont recours à des pratiques durables tout au long de la chaîne de valorisation, capitalisent sur les occasions afin d'aider les femmes à développer leurs entreprises et faire simultanément progresser la croissance économique verte. Les politiques en matière d'achats qui allouent une proportion minimum des budgets en faveur des entreprises durables appartenant à des femmes sont un moyen concret et systématique de répondre aux objectifs de développement durable.

Lancées dans leur autonomisation grâce au développement de produits locaux, les entreprises de ces femmes ne peuvent prospérer qu'en observant et en respectant la chaîne de valorisation et des pratiques de marketing. Les bailleurs des fonds et différents partenaires bancaires doivent en particulier éliminer les obstacles tels que les entraves au crédit auxquelles sont confrontées les femmes, et promouvoir la croissance des entreprises de celles-ci, en identifiant des occasions d'affaires. Le fait d'appuyer des solutions sensibles au genre aux obstacles en matière de crédit et de prêt peuvent permettre d'autonomiser davantage les femmes kinoises.

Sans une bonne politique, les femmes ont une forte probabilité de manquer l'occasion de développer leurs affaires ; et leurs entreprises manquent une occasion d'élargir le réseau de leur chaîne d'approvisionnement durable au niveau mondial. Le développement et

l'accès aux technologies vertes doivent viser à combler les écarts au niveau de l'égalité des sexes, impliquer les femmes « utilisatrices finales » en tant que parties prenantes du processus de conception, et assurer l'égalité des chances aux femmes innovatrices et décideuses au niveau de leurs desseins et de leurs activités. Il convient dans le même temps d'assurer que les politiques publiques promeuvent une protection sociale sensible au genre pour les femmes, en particulier celles travaillant dans le secteur informel vers une économie verte.

Par ailleurs, ces femmes doivent avancer avec toute la communauté. Les autorités, les bailleurs et partenaires, les hommes ainsi que les femmes elles-mêmes doivent accompagner cette politique en subventionnant des méthodes durables de production en dynamisant ainsi l'emploi des femmes, tout en corrigeant les externalités environnementales. Des mesures juridiques doivent être mises en place pour protéger les droits pleins et égaux à la terre, à la propriété et à l'héritage à l'égard des femmes.

De ce fait, on a souvent dit que l'économie verte réunit les piliers économiques et environnementaux du développement durable. La participation des femmes à l'économie verte constitue un lien important du pilier social. Leurs contributions ne se trouvent donc pas seulement au cœur du développement durable dans ses dimensions, mais sont aussi un aspect-clé de l'intégration des trois piliers : environnemental, économique et social. Le temps est venu de nous assurer que les bonnes politiques et les actions sont en place pour transformer cela en réalité. L'accompagnement de tous dans ce processus, l'implication des communautés d'une manière collective et individuelle est obligatoire car, les femmes ne doivent pas avancer seules.

Gouvernance démocratique, responsabilité et solidarité

La recherche d'amélioration des capacités de résilience plaide pour une approche systémique, qui permette de dépasser les seuls objectifs de croissance et de développement économique auxquels sont souvent réduits le développement durable et l'économie verte. Pour une bonne gouvernance démocratique, tout le monde doit s'impliquer car, la question de l'environnement est très importante. Les élus, les entreprises, les organisations non gouvernementales, les associations, les populations, les communautés ainsi que les médias.

Les kinoises doivent prendre en compte tous les aspects dans lesquels elles interviennent car elles sont membres de la société : aspects politiques, sociaux, économiques, environnementaux, historiques, culturels, patrimoniaux, « l'ensemble des activités de la société ». La démarche de résilience peut être un moyen de ne plus penser les politiques

publiques à la place des citoyens, mais de les rendre co-responsables de leur production. La résilience peut également être perçue comme une opportunité de recréer des liens entre individus, liens qui préexistent naturellement selon certains. Elles s'appuient prioritairement sur la confiance, l'empathie et l'entraide, qui devraient être favorisées et développées.

Résilience et les kinoises

La dimension sociale de la résilience mérite d'être approfondie : en effet, les femmes sont aussi celles qui ont particulièrement besoin de développer des capacités de résilience. Elles n'ont pourtant pas les moyens de le faire comme les hommes. De plus, l'objectif de la résilience ne doit pas conduire à l'étude d'un système complexe assemblant des sous-systèmes techniques en omettant l'humain qui est très important dans le développement d'une communauté et de son environnement. En outre, la structure sociale et culturelle, les capacités d'apprentissage et de résilience de la société humaine ne peuvent donc être oubliées ou mises de côté. Il est essentiel de veiller à ce que la résilience ne conduise pas au « sacrifice » des plus faibles pour que la société se relève globalement, vers un état non décidé démocratiquement. Or, tel est le cas des kinoises qui sont parfois mises de côtés, oubliées car selon les stéréotypes et préjugés congolais, la femme est un être faible. La résilience conduit à traiter du *retour à la normale* et à la réduction de la vulnérabilité.

État congolais face à la COVID-19

La crise a montré qu'aucun pays ne peut revenir à la normale en matière de politiques publiques. La crise de la COVID-19 a montré les faiblesses des programmes et politiques publiques et de leurs dirigeants car l'économie doit être agile pour absorber les chocs futurs. Les gouvernements doivent adopter une vision véritablement holistique en équilibrant les stratégies économiques avec le développement social et la gestion durable des écosystèmes. Les programmes de relance doivent renforcer les systèmes et permettre de retourner à un rythme rapide.

À cet effet, toutes les analyses actuelles indiquent que la transition écologique, la lutte contre le changement climatique et la protection de l'environnement, y compris la protection de la biodiversité, seraient des accélérateurs et des catalyseurs d'un développement socio-économique durable. Le gouvernement congolais doit mettre en place un plan de relance verte, inclusive et résiliente afin que les entreprises, les industries et les communautés soient moins consommatrices en ressources et en énergie, mieux intégrées leur environnement et leurs communautés. La relation économique des femmes en est une illustration pertinente.

Devant Covid-19, le gouvernement congolais a tenté de se réorganiser tant aux faits réels qu'à sa communication car, cette pandémie l'a pris au dépourvu. Mais, le constat est qu'à travers sa communication, il n'y a eu que polyphonie et cacophonie dans les différents messages et dans les faits réels, il n'y a pas eu des solutions concrètes voire durables.

Implication des Kinois face à la COVID-19

Dans le cadre de cet article, une communauté des femmes résilientes est entendue comme un système ou une organisation en mouvement, capable de :

- Anticiper des perturbations brutales ou lentes, grâce à la veille et à la prospective, d'en minimiser les effets ;
- Se relever et rebondir grâce à l'apprentissage, l'adaptation et l'innovation ;
- Évoluer vers un nouvel état en équilibre dynamique préservant ses fonctionnalités. Cet état est décidé et construit démocratiquement.

En effet, elle interroge la place de la société et des individus, et encourage un rééquilibrage vers l'autonomie et la diversité. Au regard de tous, les kinoises sont et demeurent un point d'entrée pour une croissance durable et équilibrée car, elles se sont imposées face à cette crise (POTTER Deborah, 2021). Des bureaux climatisés aux laboratoires des fortunes, elles ont su maintenir et protéger leurs ménages contre ce fléau.

Covid-19, menace ou opportunité vers une économie verte des femmes en RDC.

Certes que Covid-19 est une menace contre l'humanité mais elle est aussi une opportunité dans le domaine des politiques publiques et une prise de conscience accrue qui peuvent servir la cause d'un nouveau modèle de croissance plus durable et résilient en République démocratique du Congo (RDC). Cette pandémie est considérée comme un éveil de conscience de la nécessité de s'engager dans des réformes favorables à l'environnement et au changement climatique dans un souci d'équité envers les femmes qui constituent l'une des couches les plus vulnérables. Elles ont un faible revenu en développement ; elles ont le moins contribué à la crise climatique en termes d'émissions, mais, ce sont elles qui sont généralement les plus touchées par les effets du changement climatique : les sécheresses, les vagues de chaleur, les inondations et autres catastrophes qui menacent de manière disproportionnée la vie et les moyens de subsistance de ces populations. De même, les conflits et les déplacements humains causés ou exacerbés par le changement climatique ainsi que les fléaux, les pandémies et épidémies les affectent avant tout.

En outre, les kinoises sont à l'avant-garde de la crise pandémique de Covid-19 sans oublier la fièvre hémorragique d'EBOLA qui a frappé l'Est de la RDC, en supportant l'impact le plus élevé de ses effets. Une relance durable ne peut donc être qu'inclusive. La relance post-COVID-19 incite à se mobiliser dans une action proactive gagnant-gagnant pour renforcer la résilience collective et la transformer en une nouvelle opportunité pour une croissance plus verte et inclusive. Une « économie verte » doit être une opportunité ancrée dans les priorités nationales. Les stratégies de croissance verte doivent faire partie intégrante de toutes les politiques publiques (dans les domaines de l'énergie, des transports, de l'agriculture, de l'industrie, etc.) pour promouvoir une économie neutre en carbone, économie, en ressources et socialement inclusive. Parallèlement, les programmes sectoriels doivent converger vers une vision et bonne politique du développement durable qui se traduit par un ensemble cohérent de plans et de processus.

En bref, il est impératif de recadrer les processus de développement national avec une vision de l'économie verte. Adopter une approche inclusive et mieux reconstruire. La pandémie a montré la centralité des secteurs tels que : éducation, santé, sécurité alimentaire et filets sociaux. Une économie verte, décarbonnée et résiliente doit répondre aux besoins des populations particulièrement des femmes dont les conditions sont aggravées par la pandémie et une cause de pertes d'emplois massives, de migrations et de détresse générale. Elles doivent s'approprier les nouvelles techniques de l'information et de la communication (NTIC). En outre, le gouvernement à travers les entités territoriales doit accélérer l'appropriation du numérique.

Covid-19 ne doit pas être vu du côté négatif. Certes, cette pandémie a causé tant de dégâts physiques, matériels, psychologiques que mental. Mais, il y a aussi le côté positif qui nous est opportun. Celui de récupérer, redémarrer et réinventer tout dans tous les domaines et secteurs de la vie d'une manière durable vers un développement plus vert.

Rendre les femmes autonomes et entreprenantes pendant et après Covid-19

Depuis la nuit de temps et pendant la période de Covid-19, les femmes vivent la pauvreté différemment. Les preuves sont de plus en plus nombreuses que les stratégies de développement sensibles au genre contribuent considérablement à la création de revenus et à la réalisation d'objectifs d'équité. Encourager le développement des activités économiques des femmes par le biais de la promotion entrepreneuriale a une incidence positive dans un certain nombre de domaines. En premier lieu, il contribue à la croissance économique et offre

des opportunités d'emploi. Il permet en outre d'améliorer le statut social, la formation et l'état de santé des femmes et de leurs familles. Le secteur de moyennes et petites entreprises joue un rôle prépondérant en termes de promotion de l'emploi et de croissance et permet ainsi aux femmes de participer au développement économique. En RDC, le taux de chômage des femmes est supérieur à celui des hommes.

Néanmoins, dans les familles les plus pauvres, une double source de revenus, celle de l'homme et celle de la femme, est nécessaire pour subvenir aux besoins élémentaires de la famille, tels que le logement, la nourriture, la scolarisation des enfants, etc. Lorsqu'il s'agit de ménages dirigés par des femmes (divorcées, célibataires ou veuves), la nécessité d'échapper au chômage devient cruciale pour assurer la subsistance de la famille. Par conséquent, la promotion de l'entrepreneuriat féminin constitue l'un des principaux aspects de l'autonomisation économique des femmes.

Action directe des femmes sur l'environnement

Encourager les productions de femmes et les accompagner car souvent, elles travaillent dans l'informel et en petite quantité. Cette production n'a pas assez d'impact sur l'environnement mais sont les plus touchées.

De ce fait, elles doivent :

- (1) Récupérer : des plans de relance sera de soutenir les activités des femmes dans les secteurs gravement touchés par la crise, tels que le tourisme, les transports, l'hôtellerie, l'événementiel, la restauration,
- (2) Redémarrer : s'attaquer à certaines des lacunes structurelles qui ont été révélées et exacerbées dans les systèmes de santé, d'agriculture, d'éducation et de logistique ;
- (3) Réinventer : une leçon fondamentale est d'intégrer des objectifs environnementaux et des alternatives durables dans les plans post Covid.

Examiner ce qui peut être fait et accélérer la transition avec une boîte à outils innovante. En termes de bien-être et de sécurité, les pays doivent examiner attentivement toutes les voies de transformation et les sauts technologiques, passant d'une approche sectorielle fragmentée de l'énergie, des transports, de la fabrication, de l'industrie, de l'agriculture, des déchets, etc., à une approche globale et intégrée.

L'amélioration des connaissances scientifiques est une condition nécessaire. Le travail féministe peut se définir comme une interaction entre discipline scientifique, mouvement social et volonté politique. Le manque d'information sur la situation des femmes a par

exemple longtemps constitué un obstacle pour que ce mouvement social reçoive une attention politique. Les importants travaux statistiques réalisés ces quelques dernières années sur ce qu'on a appelé la visibilité des femmes dans les statistiques permettent de faire état de la situation, ainsi que de définir et suivre des mesures pour améliorer leur statut.

Cette nécessité d'amélioration des connaissances scientifiques relatives à un thème pour qu'il soit pris en considération dans les décisions politiques est également une préoccupation majeure des personnes portant le projet d'un développement durable.

Défis à relever face à COVID-19 par les Kinois

La relance post-COVID est une opportunité de rassembler davantage de soutiens publics et privés afin de déployer à la fois des initiatives d'adaptation et d'atténuation climatiques orientées vers une économie verte résiliente. Si les politiques publiques volontaristes sont essentielles, il est important également de chercher à créer et à promouvoir des opportunités pour le secteur privé de s'engager de manière proactive à travers un éventail de programmes allant de l'efficacité énergétique, de la substitution d'énergie, de la réutilisation et du recyclage, de la numérisation des techniques industrielles, de la gestion des déchets et des processus de traitement, à l'utilisation accrue des énergies renouvelables. Il est également essentiel de renforcer l'implication et le soutien des citoyens, des politiques publiques à tous les niveaux.

La priorité est de « mieux reconstruire » après COVID-19. Il faut promouvoir la réduction des risques de pandémie, relance économique et résilience climatique. La pandémie a mis en évidence les faiblesses structurelles de la RDC dans les services de santé publique, l'accès aux soins des citoyens, l'assurance maladie, de l'agriculture, des NTIC ainsi que les systèmes de transport et les systèmes éducatifs. Pour répondre à ces défis, il faut améliorer les conditions de vie, de développer de nouveaux secteurs économiques et de construire des bases solides pour les générations futures.

Stratégies des femmes kinois

Les kinois s'imposent face à cette pandémie et préparent la période post-covid-19 de la manière suivante :

(1) Elles consacrent plus d'investissements à des milliers de petits projets à impact local tangible, tels que ceux promouvant des pratiques de transformation des produits locaux tels que les fruits et légumes, des tissus pagnes, en valorisant l'entrepreneuriat féminin, tout en assurant des revenus aux femmes ;

(2) Stratégie agricole pour construire la résilience, la nouvelle stratégie verte de Kinois est de développer une agriculture moderne à haute valeur ajoutée dans les communes urbano-rurales et augmenter les revenus agricoles dans les zones les plus vulnérables. A Mongata, Minkau, etc.;

(3) Renforcer les modèles d'agriculture coopérative, étendre les techniques de conservation des sols pour accroître la diversité, améliorer l'efficacité de l'eau et la terre ainsi promouvoir leur utilisation par des approches rationnelles pour une utilisation efficace ;

(4) Créer des fédérations féminines plus organisées, regroupant dans un système de réseautage, différentes catégories d'entrepreneures au niveau local établies comme potentielles, ce qui contribuera de façon certaine à une masse critique de femmes résilientes post-covid. (Coalition Benjing, réseau national des femmes rurales, RENAFER, MIFDA, FIED, etc.

(5) Doter les femmes d'aptitudes techniques, commerciales, managériales, et personnelles, renforcées dans leur pouvoir de négociation ;

(6) Développer la conscience collective, que les inégalités des sexes sont nuisibles à la société toute entière, aussi bien à l'homme qu'à la femme, et freinent le développement durable ;

(7) Enfin, impliquer les hommes dans ce combat en prônant la masculinité positive.

Information à la communication verte

Les espaces physiques et virtuelles (forums) ont été créés par et pour les femmes en vue d'échanger sur les différents problèmes les concernant pendant cette période de Covid-19 et d'en trouver des solutions qui doivent être durable et pérenne (*LIBAERT, T., 2007*). D'où, l'information et la communication s'avèrent important. L'Information, c'est la réponse à la question « Quoi de neuf ? » Il est alors évident qu'il s'agit des événements nouveaux. C'est le récit d'événements récents ou de nouvelles inédites. D'une manière générale, une « nouvelle » est une information qui intéresse largement le public visé ; nouvelle importante pour la population.

Par contre, il y a une nuance entre l'information et communication. Qui dit information dit message ou renseignement, une donnée ou processus qui aboutit à l'émission de ce message, ce qui suppose qu'il y a un émetteur et un récepteur. Dans cette logique, la communication apparaît comme un processus d'émission et d'échange de ces informations.

Parlant d'une économie verte, inclusive et résiliente, les kinoises doivent être informées, formées de la communication verte afin qu'elles soient transformées. La communication verte est utilisée par des particuliers comme par des organisations privées et publiques. Elle s'impose sur la communication institutionnelle, sur l'image et la notoriété.

Communication institutionnelle

Comme une forme de communication dans laquelle l'organisation parle d'elle-même. Quelque soient les publics internes ou externes auxquels elles s'adressent, elle a pour but de créer un courant de sympathie, de respect et de confiance vis-à-vis de l'organisation. Elle n'est pas conçue pour vendre les produits ou services. La communication institutionnelle est destinée à améliorer l'image d'une entreprise. Elle vise essentiellement le grand public mais peut s'adresser à des cibles particulières (B to B) ou s'intègre dans une démarche de lobbying. Elle doit dire ce qu'elle est, ce qu'elle veut faire, et ce qu'elle fait. Elle s'appuie aussi sur deux facteurs afin d'atteindre ses objectifs, à savoir : faire connaître et faire reconnaître l'entreprise en tant qu'institution.

(1) Faire connaître

C'est le fait de savoir faire aimer l'entreprise par son nom, son secteur d'activités et ses performances.

(2) Faire savoir

C'est le fait de démontrer les spécificités de l'entreprise en diffusant son image telle qu'elle a été définie dans le positionnement ou sous l'angle d'enjeux de communication.

Lorsqu'une organisation féminine compte faire connaître leurs marques, ou se faire connaître elles-mêmes, c'est la notoriété qui est visée. Si elle veut se faire une organisation ou marque préférée, c'est l'image qui est visée ici. A la différence du discours commercial qui vise essentiellement la vente du produit ou de service, elle est par contre non marchande.

Elle repose sur la cohérence et l'identité et joue ces principaux rôles :

(3) Nommer, identifier : C'est faire connaître et valoriser le nom de l'institution, exprimer celle-ci en un symbole (logo) ou verbale (signature) ;

(4) Situer : Déterminer l'identité et établir le positionnement de l'institution, les traits sous lesquels elle veut se donner à voir, en s'appuyant sur sa réalité et sur son image de manière à se démarquer de ses concurrents,

(5) Légitimer : Faciliter la compréhension de l'institution en le rendant plus claire ;

- (6) **Amplifier:** Donner aux actions conduites par l'institution, une résonnance externe et/ou interne susceptible de retenir favorablement son image.
- (7) **Mobiliser:** Donner aux agents de l'institution des raisons de confiance, de fierté, capables de les motiver et les dynamiser.
- (8) **Mettre en relation:** Susciter et coloniser des opportunités de faire appel à l'institution et à ses services.

Pour une large stratégie de relance, Elle diffuse des messages auprès :

- (1) *du grand public*, elle se fait par l'achat d'espaces dans les médias c'est-dire la publicité institutionnelle et la distribution des messages auprès des destinataires identifiés comme le bilan annuel, la plaquette institutionnelle, mailing List...
- (2) *l'établissement des relations durables* : c'est souvent avec les milieux qui influencent les décisions ayant de répercussion sur vie et le développement de l'entreprise, c'est-à-dire le lobbying avec les relais d'opinion, ou la presse écrite, qui crédibilisent les discours de l'entreprise auprès de l'opinion ;
- (3) *la création d'événements* : Il existe des événements ponctuels, c'est-à-dire les expositions ; les inaugurations à plus long terme, c'est mécénat, le sponsoring, etc.

D'une manière générale, il existe les moyens de communication publique ci-après : les médias, les hors médias.

Médias

C'est l'ensemble des communications empruntant la technologie des médias et qui vise à toucher un maximum de personnes indifférenciées (WINKIN, Y., 2001). Les principaux canaux sont alors :

- a. La télévision** : assure un bon impact aux messages. A travers les Journal télévisé, les différentes émissions et les spots publicitaires, l'on peut passer le message ;
- b. La radio** : permet d'accompagner les auditeurs et les touchers dans les conditions d'utilisations (la voiture, etc.). Il est efficace que si la répétition du message est très importante ;
- c. La presse** : est la diversité des supports qui présente l'avantage de toucher les cibles précises (les jeunes, les femmes, les actifs, les entreprises, etc.). Combinée avec un coupon-réponse, l'annonce permet de répondre aux objectifs de comportement. ;
- d. L'affichage** : touche un public large, il est intéressant à utiliser pour les campagnes visant à créer un choc.

Hors-médias

C'est l'ensemble des formes de communication qui ne passent pas par les six grands médias mais qui cherchent un contact directe avec l'intérieur ou l'extérieur. Leurs coûts varient avec la qualité de la présentation, ce qui permet l'adaptation au budget. Les principaux modes de communication hors médias sont :

- (1) **Les brochures, dépliants** permettent de répondre aux objectifs d'information ;
- (2) **Les relations publiques et les relations presse** sont un outil à privilégier. L'intérêt des actions entreprises doit être bien expliqué aux cibles relais d'information : journalistes, médecins, etc. ;
- (3) **Le mécénat** est le soutien, l'aide ou le concours qu'une personne privée (morale ou physique) apporte, volontairement, à une activité d'intérêt général (culture, éducation, solidarité, sport, etc.) dans laquelle elle n'est pas directement impliquée. Dans le cadre de cet article, on utilise le mécénat vert qui implique un grand public ;
- (4) **Le sponsoring ou le parrainage** est une opération de communication consistant à s'associer et à soutenir l'organisation d'une manifestation, financièrement ou au moyen d'une prestation service ;
- (5) **Les foires et salons** sont utilisés par administrations, les collectivités territoriales pour informer des publics larges ou des publics difficiles à contacter par ailleurs.

Image

L'image est un concept qui est lié à la réception de la communication. Ici, l'image saisit la façon dont le public décode l'ensemble des signes qui proviennent des produits, des services des publicités, de mécénat... autrement dit, l'image est un résultat par rapport à l'identité qui est un concept d'émission.

BROCHAND et LENDREVIE (1997) établissent trois catégories d'images qui sont :

- (1) *L'image transmise* : c'est la traduction de l'image voulue à travers les techniques de communications utilisées. A ce niveau, l'entreprise communique de telle sorte à faire passer le message à la cible ;
- (2) *L'image perçue* : qui est considérée comme la plus usuelle. L'image perçue est fondamentale pour le spécialiste du marketing ou de communication. C'est l'image que les cibles se font après avoir reçue les techniques de communications utilisées par l'entreprise. Elle prend en compte la perception, l'analyse et la compréhension du message

par la cible. En d'autres termes, c'est le résultat de l'action de communication. La perception de l'image a tendance à transmettre ou à communiquer une autre couleur d'image.

- (3) *Image voulue* : elle renvoie au positionnement de l'institution ou organisme. C'est ce que l'entreprise souhaite transmettre à ses différentes cibles grâce aux techniques de communications. Il est question du positionnement souhaité par l'entreprise.

Spécificité de la communication verte

Les organisations féminines doivent intégrer le concept de la communication verte pour vulgariser et le rendre accessible à tous les types d'activités des femmes, impliquer hommes et femmes afin de renforcer les actions sur le terrain. Harmoniser les relations entre l'Etat et les administrés afin d'éviter les conflits et promouvoir les activités des femmes. De ce fait, elles doivent (LIBAERT, T., 2007). :

- (1) Intégrer la gestion et la communication ;
- (2) Privilégier les initiatives locales ;
- (3) Planifier les rencontres ;
- (4) Créer des événements porteurs ;
- (5) Construire des argumentaires,
- (6) Evaluer des actions.

Pour cela, plusieurs clefs semblent se retrouver à travers les démarches observées : associer la population à la définition d'un nouveau projet, assumer l'héritage culturel tout en apprenant à le dépasser, prendre en compte, reconnaître d'où l'on vient sans pour autant s'y enfermer et que cela censure des futurs possibles.

Cela n'est envisageable qu'en mobilisant la confiance, entre acteurs, avec la population, confiance dans le futur également. L'expérience montre l'intérêt de favoriser les processus participatifs qui, s'ils peuvent être difficiles à mettre en œuvre, apportent de la richesse. La transversalité conduit souvent à un « réagencement » des acteurs qui ne doit pas constituer un frein, par peur de perdre légitimité ou prérogatives. Cela nécessite également d'articuler les temporalités, les échelles spatiales, les réponses réparatrices avec les projets de femmes.

Même si la démarche de résilience ne résout pas toutes les difficultés générées par la crise, et doit être clarifiée pour éviter des récupérations dangereuses, elle peut constituer un terreau fertile à d'autres trajectoires, à d'autres modèles, et ouvrir des possibles.

CONCLUSION

En Conclusion, pour que la relance post Covid-19 soit durable et pérenne, il faut mettre en place une politique efficace telle que :

- (1) Mettre en place un système d'information sur l'économie verte et la résilience en langues locales ;
- (2) Organiser des fortes campagnes de sensibilisation, de vulgarisation et de mobilisation sur l'économie verte et la résilience à travers plusieurs supports médiatiques ;
- (3) Mener des actions de plaidoyer et Lobbying ;
- (4) Informer, former, dialoguer et échanger sur ces concepts et les opérationnaliser ;
- (5) Renforcer la capacité des kinoises sur l'entrepreneuriat féminin et les NTIC ;
- (6) Créer des forums et cadres pour faciliter les échanges au niveau local, provincial et national.

REFERENCES BIBLIOGRAPHIQUES

BROCHAND et LENDREVIE (1997). *Publicitor*. Paris : Dalloz.

HAMEL, J. (1997). *Étude de cas et sciences sociales*. Paris : L'Harmattan.

LIBAERT, T. et WESTRPHALEN, M.-H. (2012). *Communicator. Toute la communication d'entreprise*, 6ème édition. Paris : Dunod.

LIBAERT, T. (2007). *La Communication Verte, l'écologie au service de l'entreprise*. Paris : Edition Liaisons.

MOREL, P. (2002). *Communication d'entreprise*. Paris : Vuibert.

ONU FEMMES (2012). « Accélérer le leadership des femmes dans l'économie verte », Mardi 19 juin 2012, téléchargé le 27 avril 2021. URL : <https://www.unwomen.org/fr/news/stories/2012/6/fast-forwarding-women-s-leadership-in-the-green-economy>

POTTER Deborah (2021). *Guide du journalisme indépendant*, téléchargé le 27 avril 2021. URL : <http://usinfo.state.gov/2006>

SCIBETTA, C., KEMPF, A., et ALVES, C. (2009). *Projets de communication conduit et vente*. Paris : Armand Colin.

SFEZ, L. (1993). *Dictionnaire critique de la communication*, Tome 2. Paris : PUF.

SMADI, A. et ABRICA, A. (2017). « Dynamiques féminines résilientes et développement territorial : quels liens avec la vulnérabilité et l'informalité », n° 48, vol. A,

téléchargé le 27 avril
2021.URL : <http://revue.umc.edu.dz/index.php/h/article/view/2667>.

WEIL, P. (1990). *Communication Oblige !*. Paris : Éditions d'organisation.

WINKIN, Y. (2001). *Anthropologie de la communication : De la théorie au terrain*. Paris :
Seuil.