



Available online at <http://www.ifgdg.org>

Int. J. Biol. Chem. Sci. 16(2): 753-771, April 2022

ISSN 1997-342X (Online), ISSN 1991-8631 (Print)

**International Journal
of Biological and
Chemical Sciences**

Original Paper

<http://ajol.info/index.php/ijbcs>

<http://indexmedicus.afro.who.int>

Commerce alimentaire de proximité dans les rues de la ville de Douala: cas de la banane plantain mûre braisée vendue par les femmes

Denis Pompidou FOLEFACK^{1*} et Abdoulay NSANGO NJANKOUO²

¹Unité de Recherche, Système d'Information Economique et Mesure de l'Impact des Innovations (SIEMI),
Centre Africain de Recherches sur Bananiers et Plantains (CARBAP), Njombé, Cameroun,
B.P. 832 Douala, Cameroun.

²Département Prospective et d'Analyse Socio-Economique, Institut de Recherche Agricole pour le
Développement (IRAD), B.P : 44 Dschang, Cameroun.

*Auteur correspondant ; E-mail: dfolefack@yahoo.fr; Tel. : +237 699 88 33 59

Received: 06-01-2022

Accepted: 20-04-2022

Published: 30-04-2022

RESUME

Cette étude analyse les logiques commerciales des femmes vendant la banane plantain mûre braisée dans de la ville de Douala. Des enquêtes structurées ont été réalisées auprès de 80 vendeurs. Des résultats montrent que l'activité est exercée par les femmes, dont l'âge moyen est 46 ans. Ces femmes sont mariées dans la majorité, ont un niveau d'instruction d'au moins le primaire. Dans les marchés, les femmes braisent plus le plantain demi mûr, soit près de 76%, contre seulement 21% de plantain mûr et enfin 10% de plantain non mûr. L'activité étant informelle les femmes vendent à 91% en bordure de rue. Le plantain braisé est vendu en doigt (97,5%) sous différentes tailles et les prix de vente connaissent des fortes fluctuations et variations saisonnières. L'activité est génératrice de revenus pour les femmes, ce qui contribue à leur autonomisation. Les femmes font face à des contraintes majeures à l'instar de : cherté du plantain dans les marchés, l'instabilité des prix, le manque d'un bon emplacement, etc. Une amélioration des conditions de travail, avec la modernisation des outils pourrait captiver les jeunes filles en chômage. Pour cela des jeunes startupeuses sont interpellées à se pencher sur la question.

© 2022 International Formulae Group. All rights reserved.

Mots clés : Banane plantain, mûre, braisée, commerce, femmes, Douala.

Local food trade in the streets of the city of Douala: the case of ripe plantains roasted by women

ABSTRACT

This study analyzes the business logic of women selling ripe roasted plantains in the streets of the city of Douala. Structured surveys were carried out with 80 sellers. Results show that the activity is mainly carried out by relatively elderly women, whose average age is 46 years. The majority of these women are married with at least primary school education. In the markets, contrary to popular belief, women roast more of semi-ripe plantain, almost 76%, against only 21% ripe plantain and finally 10% unripe plantain. As the activity is informal, 91% of women are found on the pavement, compared to only 9% in the markets. Roasted plantain are sold in

© 2022 International Formulae Group. All rights reserved.

9040-IJBACS

DOI: <https://dx.doi.org/10.4314/ijbcs.v16i2.20>

fingers (97.5%) of different sizes and the selling prices are subject to strong fluctuations and seasonal variations. The activity generates income for women. This contributes to their empowerment. Women face major constraints such as: high price of plantain in markets, price instability, lack of a good location, etc. An improvement in working conditions, with the modernization of tools could captivate young unemployed girls, for this young startappers are called on to look into the question.

© 2022 *International Formulae Group. All rights reserved.*

Keywords: Plantain, ripe, roasted, trade, women, Douala.

INTRODUCTION

Le bananier plantain est l'une des cultures vivrières les plus importantes au Cameroun. Son rôle est essentiel dans l'alimentation quotidienne. Économiquement de nombreux petits producteurs en dépendent et la banane plantain occupe la troisième place dans l'échelle des féculents après le riz et le manioc (Houngbo, 2014; Kwa et Temple, 2019). L'essor du marché du plantain au Cameroun se structure principalement autour de deux pôles urbains à savoir : Douala, capitale économique ayant le port principal et Yaoundé la capitale politique. Ces deux pôles de consommation sont relativement indépendants l'un de l'autre de leurs zones d'approvisionnement. L'on note que la demande de la banane plantain est en pleine croissance à Douala suite à la pression démographique, l'accroissement de la population urbaine et du fait de ses diverses formes de consommation de la banane plantain : mûres, cuites, séchées, braisées ou frites, transformées en farine, etc. (Bikoï et al., 2004; Nkendah et al., 2007; Nkendah et al., 2011; Bikoï et al., 2012; Pane, 2015; Wandji, 2015).

Cette forte demande a entraîné une dynamique au niveau des marchés urbains de la ville. Les prix connaissent de fortes fluctuations régulières et saisonnières à l'intérieur d'une même année. Elles peuvent être liées à des variations climatiques ou à des événements périodiques : fêtes religieuses, nationales et les festivités de fin d'année.

La transformation de la banane plantain est créatrice de valeur ajoutée importante pour les acteurs. Cependant, le développement agro-industriel de la transformation des plantains est embryonnaire. Les principaux produits de la transformation actuellement connus sont :

chips, aliments pour nourrissons, cossettes, farines à partir de pulpes vertes (farine non sucrée) et de pulpes mûres (farine sucrée), frites standardisées, plantain mûr braisé, pulpes mûres séchées, pulpes surgelées. Ils concernent aussi de petites et moyennes entreprises artisanales spécialisées sur des produits de reconstitution pour des mets locaux (ntouba, foutou, etc.), des crêpes à partir de la farine de plantain, la fabrication du pain, des gâteaux, des beignets et différents produits de boulangerie entièrement ou en partie formulés à partir de la farine de plantain (Newilah et al., 2005; Bikoï et al., 2012).

Parmi ces produits transformés, les produits plus rencontrés sur les marchés camerounais restent les chips, les frites, les plantains braisés et vendus dans les rues des grandes agglomérations (Fongang et al., 2016; Folefack et al., 2017). Ces produits sont consommés à longueur de journée comme des casse-croûtes ou de coupe-faim par des populations. Bien que l'activité occupe beaucoup de femmes dans la quête de la survie familiale, elle attire moins les jeunes filles pourtant elles font face au chômage chronique. L'on gagnerait à mieux faire connaître cette activité qui a pourtant un avenir devant elle et peut occuper des jeunes filles en quête d'emploi et contribuer à la lutte contre la pauvreté et la prostitution.

C'est dans ce sillage que le constat qui a été fait montre que, malgré l'importance socioéconomique de l'activité, elle semble très peu connue des potentiels acteurs cibles. En effet, peu des recherches ont été conduites sur la transformation et la mise en marché des bananes plantains mûres braisées. Des informations pertinentes sur cette activité sont très rares voire indisponibles, alors qu'elle occupe une frange partie des femmes dans nos

grandes villes. L'objectif de cette étude était d'analyser les logiques commerciales des femmes vendant la banane plantain mûre braisée, en vue de fournir aux décideurs et aux acteurs de développement des informations fiables et actualisées susceptibles d'orienter les actions de développement et de lutte contre la pauvreté en analysant la rentabilité économique de cette activité des femmes dans la ville de Douala.

MATÉRIEL ET MÉTHODES

Milieu d'étude

L'étude a été réalisée au Cameroun, dans la région du Littoral et principalement dans la ville de Douala capital économique. Cette ville a été choisie du fait de l'importance de l'activité de commercialisation des produits transformés dont fait partie le plantain mûr braisé le long des rues de la capitale économique. En effet, Douala est la capitale économique et le principal centre d'affaires du Cameroun, en Afrique centrale. Peuplée de 3,7 millions d'habitants, elle est l'une des deux plus grandes villes du pays avec la capitale politique Yaoundé. La ville se développe à partir de son port de commerce sur l'estuaire du fleuve Wouri ouvert sur le golfe de Guinée. Chef-lieu de la région du Littoral et du département du Wouri, elle a le statut de communauté urbaine constituée de six communes d'arrondissement.

Site portuaire situé en bordure de l'océan Atlantique, au fond du golfe de Guinée, à l'embouchure du fleuve Wouri, Douala a le plus grand port du pays, et l'un des plus importants d'Afrique centrale. La ville s'étend sur les deux rives du fleuve. Depuis octobre 2017, un second pont s'étend sur le fleuve pour en relier les deux rives.

Le climat de Douala est de type équatorial : il se caractérise par une température à peu près constante, autour de 26°, et des précipitations très abondantes, particulièrement pendant la saison des pluies, de juin à octobre. L'air est presque constamment saturé d'humidité : 99% d'humidité relative en saison des pluies, mais 80% en saison sèche, saison sèche « relative », d'octobre à mai.

La ville de Douala a depuis 1987, le statut de Communauté urbaine. Ce régime dérogatoire supprime la fonction de maire au profit d'un délégué du gouvernement nommé par la présidence. La loi constitutionnelle du 18 janvier 1996 modifie le régime de la communauté urbaine, qui reste dirigée par un délégué du gouvernement, mais qui crée également cinq communautés urbaines d'arrondissement (Douala I, II, III, IV et V) dotées de conseils municipaux élus. Depuis 2020, le Maire de la Ville de Douala est élu par les conseillers municipaux des six communes d'arrondissement (Figure 1).

Avec 1,9 million d'habitants en 2005, Douala est la plus grande ville du Cameroun et parmi les 25 plus importantes agglomérations d'Afrique. La ville tire son nom de l'ethnie qui l'a fondée, les Doualas. Néanmoins, Douala est aujourd'hui une mosaïque des différentes ethnies qui composent le Cameroun, la ville devant sa croissance récente à l'exode rural qui a poussé des centaines de milliers de camerounais à quitter leurs campagnes pour s'installer dans les villes.

Collecte des données

Les données ont été collectées à travers une enquête structurée auprès des femmes commercialisant la banane plantain mûre braisée dans les rues de la ville de Douala. Le choix de l'échantillon s'est fait de façon raisonnée, les femmes disponibles à répondre aux questions de l'enquête, étaient systématiquement retenues. Un échantillon de 80 femmes a été enquêté dans les différents arrondissements de la ville de Douala. Au préalable, une prospection a été faite dans les rues et grands carrefours de la ville afin de repérer les vendeuses de plantain braisé. À partir d'une vendeuse et des marchands ambulants, l'on pouvait nous identifier la situation d'une autre vendeuse. La structure du questionnaire était focalisée sur : caractéristiques socioéconomiques ; approvisionnement, prix d'achat du plantain et de vente, quantités achetées et vendues, unités de vente ; conditions de travail ; perception des acteurs ; contraintes et suggestions. Des observations directes couplées aux prises de

photos ont été également réalisées. Les principaux outils de collecte sont : le questionnaire d'enquête, les smartphones. La collecte des données primaires a eu lieu pendant les périodes de janvier et février 2021, de même une analyse documentaire a été faite (Tableau 1).

Analyse des données

Enfin, les données secondaires et celles issues des causeries libres ont fait l'objet d'une

analyse de contenu. Cependant, les données primaires issues des entretiens individuels ont été saisies sur un fichier Excel 2013. Le traitement des données a consisté à la vérification de la conformité des données saisies par rapport aux fiches d'enquête et par la suite, les données ont été analysées dans le logiciel SPSS 20. Des statistiques descriptives (fréquence, moyenne, écart type) ont été effectuées pour obtenir des résultats.

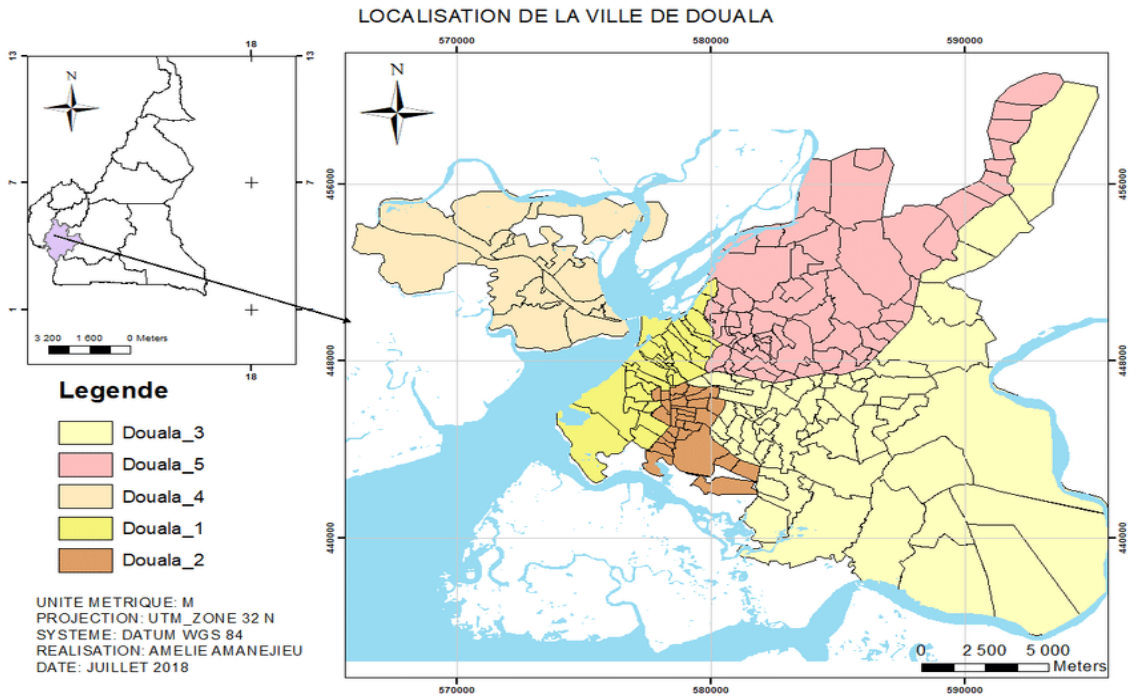


Figure 1 : Localisation des zones d'études (arrondissements) dans la ville de Douala.
Source : Amanejieu, 2019.

Tableau 1 : Répartition des enquêtés par arrondissement dans la ville de Douala.

N°	Arrondissements	Nombre enquêté	Pourcentage (%)
1	Douala 1 ^{er}	16	20
2	Douala 2 ^{ème}	11	14
3	Douala 3 ^{ème}	9	11
4	Douala 4 ^{ème}	13	16
5	Douala 5 ^{ème}	31	39
	Total	80	100

RÉSULTATS

Profil des femmes commercialisant la banane plantain mûre braisée

La commercialisation de la banane plantain mûre braisée dans les rues de la ville de Douala reste dominée par les femmes à 100%. L'absence des hommes dans cette activité s'explique par les rôles sociaux assignés par la société à travers le processus de socialisation et la différenciation des activités selon le genre.

Dans cette activité, l'on rencontre plus les femmes âgées entre 31 et 60 ans, avec une moyenne d'âge de 46 ans. Une proportion marginale (7%) de jeunes filles exercent l'activité de façon permanente. Cependant, pendant les vacances scolaires (juin – septembre) l'on peut rencontrer de nombreuses jeunes filles dans les carrefours en train de braiser et vendre : maïs frais, plantains mûrs, prunes, arachides bouillies etc.

Les femmes rencontrées sont majoritairement mariées (60%) avec comme niveau de scolarisation le primaire (48,7%) et le secondaire (46,1%). La religion dominante des dites est femmes le christianisme, avec plus de 50% de catholiques et près de 44% de protestantes. Dans cette activité, presque toutes les ethnies du Cameroun sont représentées, avec une dominance des ressortissants de la région de l'Ouest-Cameroun (Tableau 2).

Le nombre d'années d'expérience moyen est de 8 ans. Cependant, ceux ayant moins de 5 ans (46%) sont les plus nombreux contre 36% pour ceux ayant 6 à 10 ans. Les plus de 10 ans ne sont pas négligeables. Ce résultat montre que du fait peut-être de la pénibilité de l'activité, il y a beaucoup d'instabilité dans l'activité, beaucoup des femmes commencent et après abandonnent pour d'autres activités moins pénibles et plus rentables. L'activité est pénible selon certaines femmes du fait non seulement du feu de la braise, mais aussi de la chaleur de la ville de Douala. Certains disent abandonner l'activité à cause des maladies car le fait qu'elles s'exposent pendant longtemps devant le feu de la braise et du soleil, elles finissent par contracter des maladies.

Logiques commerciales des femmes

Marchés et fréquence d'approvisionnement

La banane plantain mûre braisée par les femmes dans les différents coins provient essentiellement des marchés de la ville de Douala. Les marchés d'approvisionnement sont choisis en fonction du lieu de résidence et du point de vente. Les marchés urbains les plus cités sont : Cité, Dakar, Deido, Double ball, Grand Hangar, Mabanda, Marché central, Marché plantain, Makepé, Misoké, Ndokoti, Pk 8 et 14 et Rail. Cependant, parmi ces marchés, le marché central est plus fréquenté par les femmes, soit 45,1%, dont elles déclarent que les prix sont abordables et les plantains toujours disponibles, suivi des marchés de Deido, Grand Hangar et Ndokoti. La Figure 2 montre les principaux marchés d'approvisionnement en banane plantain des femmes de la ville de Douala.

En outre, du fait de la périssabilité des produits et du manque d'infrastructures de stockage et du capital, les approvisionnements en banane plantain dans ces marchés se font généralement tous les jours (97,3%), une proportion très marginale fait des achats par semaine pour stocker et utiliser au fur et à mesure.

Prix d'achat de la banane plantain très variables dans les marchés

La banane plantain est vendue en détail sous plusieurs formes, notamment, les régimes, les tas et les colis. L'étude montre que les femmes achètent soit en tas ou en régimes ou les deux à la fois. Un régime est composé de doigts consommables et d'une hampe (10% du poids total) sans valeur marchande, un « tas de doigts » n'a que des fruits (doigts). L'étude montre que les femmes achètent plus le plantain en régime, (72,5%), suivi des achats en tas (43,8%). Aucun n'achète le plantain en colis (ensemble de deux ou trois régimes réunis et attachés). La proportion des unités d'achat de la banane plantain dans les marchés est illustrée à la Figure 3.

Pour ce qui est des prix et en fonction des unités, les prix sont fixés en fonction, de la variété du plantain, de la taille du régime, la

grosseur des doigts, la qualité et la nature (mûr, non mûr ou demi mûr). Selon Kwa et Temple (2019), l'unité « régime » et « tas » n'est pas homogène : il existe des petits, moyens et gros dans les marchés. À partir de l'étude, il y a eu l'obtention moyenne d'un prix moyen de ces unités. Ainsi, le prix moyen d'achat du régime est de 3 625 FCFA, avec un prix minimum de 2 000 FCFA et un maximum de 8 000 FCFA (Tableau 3).

Pour les achats en tas, le prix moyen est de 479 FCFA, et variant entre 200 et 1 000 FCFA. Selon les femmes, le Marché Central, du fait de l'offre très forte, a des prix très abordables. Comme affirment Kwa et temple (2019), bien que le prix de l'unité « tas » est différent selon la catégorie (petit, moyen, gros), cela ne correspond pas toujours à une question de poids, mais à une différenciation qualitative. Le « petit tas » peut avoir le même poids que le « moyen tas », mais il est fréquemment constitué de bananes mûres voire abimées.

Par ailleurs, il est à signaler qu'il y a une forte fluctuation des prix dans les marchés de Douala. On observe une hausse des prix de vente de banane plantain pouvant atteindre 33% en période de rareté. La saisonnalité de la production de la banane plantain contribue en partie à cette instabilité dans une certaine mesure. Selon les acteurs de la filière, d'autres facteurs expliquent le phénomène observé dans les marchés. En effet, le problème de la cherté actuelle vient de l'état des routes, de la forte présence d'étrangers (Equato-guinéens, Gabonais) dans la filière (selon les commerçants, la présence des Gabonais et Equato-Guinéens entraîne l'augmentation du prix du fait qu'ils achètent de grandes quantités et lorsqu'ils arrivent dans les marchés de Douala, ils achètent plus cher et paient aussi cash. De ce fait, les vendeurs ont tendance à préférer les vendre, ils font les bonnes affaires au détriment des consommateurs), mais aussi de violentes pluies qui constitue des menaces pour les cultures (chute de banane plantain), et des changements climatiques ou à des événements périodiques : fêtes de fin d'année

et religieuses, nationales (Folefack et al., 2017).

Prédominance de la banane plantain demi mûre dans les achats

Dans les marchés, les femmes achètent la banane plantain sur plusieurs qualités (mûres, demi-mûres et non mûres). Les résultats de l'étude révèlent que contrairement à ce que l'on pense, les femmes braisent plus le plantain demi mûr, soit près de 76%, contre seulement 21% de mur et enfin 10% de non mur. Selon ces dernières, plusieurs raisons sont évoquées pour justifier le choix, notamment, la demande et les préférences de consommateurs (63%) qui achètent le demi mûr, qui d'après eux a un bon goût. Certaines actrices affirment que le demi mûr ne se gâte pas vite (19%) et se braise plus facilement (11%) par rapport au plantain mûr (qui se brule souvent au feu) et enfin, il est moins cher que le mur très sollicité par les ménages et les restaurants. La typologie des plantains braisés est présentée à la Figure 4.

En outre, en cas d'achat du plantain non mûr, pour faciliter et accélérer le murissement, les femmes emballent les doigts ou régimes des plantains dans les plastiques étanches. Aucune femme selon les enquêtes n'utilise les produits chimiques (par mode de transport) pour le murissement artificiel de la banane plantain, une technique très répandue chez les collecteurs, grossistes et même chez les détaillants. La demande du plantain mûr et demi mûr étant très importante dans les marchés et les prix très intéressants, certains vendeurs utilisent des produits chimiques (par exemple Ethrel, utilisé habituellement sur les ananas) pour accélérer le murissement de banane plantain pour se faire de l'argent en vendant rapidement.

Diversité des moyens de transport de la banane plantain des marchés au lieu de stockage ou de braise

Le mode de transport utilisé dépend de la destination, de la quantité de plantain acheté et de la proximité du marché. Selon l'étude, plus de la moitié des femmes (52,5%) utilisent les motos taxis pour le transport des produits achetés. Dans la ville de Douala, depuis une

décennie, ce mode de transport est le plus dominant et le plus utilisé, puisque les femmes achètent généralement un ou deux régimes, car cela ne semble pas compliqué pour elle d'utiliser ce mode de transport, surtout si les distances ne sont pas longues.

L'utilisation des taxis vient en deuxième position, avec 27,5% et il est utilisé aussi en fonction de la destination, de la distance et des produits à transporter et de la perception vis-à-vis des autres modes de transport. En effet, le taxi est considéré comme le mode de transport le plus sécurisant et confortable, à cause des nombreux accidents enregistrés sur des motos. Ensuite, l'on note une utilisation non négligeable de la tête³ des femmes pour le transport des plantains lorsque le point de vente est très proche du lieu d'achat par 17,5% des femmes. Ce mode de transport est tout de même utilisé lorsque les femmes sont dans des situations de fortes pressions financières dans les ménages. Enfin, une utilisation marginale des pousse-pousse (porte tout) pour le transport des produits dans les cas de proximité.

Le coût du transport représente entre 5 et 7% du prix de vente des produits dans les marchés de Douala. L'étude a permis de constater que les coûts de transport moyen sont d'environ 360 FCFA en aller et retour, soit 100 FCFA à l'aller avec le "bachement" (2 passagers sur une même moto plus le conducteur) et au retour 150 FCFA seul avec le conducteur sur la moto et le sac attaché à l'arrière. Ce coût de transport varie de 200 FCFA à 800 FCFA en fonction de la distance et de la quantité des plantains à transporter. Les moyens de transport des produits vers les points de vente sont présentés par la Figure 5.

Lieu et espace de braise de la banane plantain très exigüé

Les femmes braiseuses de la banane plantain dans la ville de Douala sont rencontrées à 91% en bordure de route, contre seulement 9% dans les marchés. Ces femmes affirment que c'est en bordure de rue qu'il y a plus de clients, raisons pour lesquelles elles préfèrent se trouver un espace de vente en

bordure de rue. Puisqu'elles restent en bordure de rue, elles ne sont guères stables, car perturbées tous les temps par les agents de mairie et souvent difficiles de trouver un bon emplacement spacieux pour exercer leurs activités.

Les femmes dans les rues de Douala vendent à l'air libre et disposent des espaces très exigus pour leurs activités et très souvent coincés entre les autres vendeuses de rue. Comme elles sont en bordure de rue très souvent dans les trottoirs, il est interdit de construire et certaines d'entre elles préfèrent parfois acheter des parasoleils ou parapluies pour se protéger contre les rayonnements du soleil et les pluies. Dans cet espace d'à peine un mètre carré, les femmes épluchent, braisent et vendent la banane plantain sur place. Quelques fois, l'on peut trouver un endroit réservé pour la clientèle.

Dans cet espace, le matériel de travail est généralement constitué : d'un four traditionnel (pour le charbon), d'un grillage noirci par la fumée (pour braiser le plantain), d'un épouvantail (pour attiser le feu de braises), d'un couteau (pour éplucher la banane plantain), d'un tabouret ou chaise pour la braiseuse, quelques anciens cahiers d'élèves non utilisés ou papiers journaux qui servent d'emballage et d'un parasol ou parapluie (pour la protection contre les intempéries, soleil et pluie). L'on peut aussi retrouver quelques plats pour le service, des assiettes pour l'eau, et un sac pour le charbon du jour. Quelques rares cas où l'on peut trouver des chaises ou bancs pour l'accueil des clients qui veulent consommer sur place. Dans les cas contraires, les clients lorsqu'ils achètent leur plantain braisé avec ou sans un complément, il est emballé et ils l'emportent pour déguster en marchant dans la rue, dans les taxis, les voitures ou leurs lieux de vente s'ils sont commerçants ou dans leurs bureaux s'ils sont à proximité (Figure 6).

Longues journées de travail des femmes dans la braise et vente du plantain

Dans leurs activités, les horaires de travail sont variables, l'activité débute généralement entre 7 et 15 heures. Une proportion importante des femmes commence

dans la matinée (81,3%), avec près de 43,8% entre 10 et 12 heures et environ 37,5% entre 7 et 9 heures. L'on note une proportion non négligeable qui préfère commencer dans l'après-midi entre 13 et 15 heures. Ces heures de début sont fortement influencées par les heures d'affluence dans les carrefours. En effet, comme la plupart des femmes sont mariées, elles doivent d'abord faire des achats de la banane plantain à braiser en matinée, faire les achats pour les repas quotidiens pour la famille, et en même temps effectuer des tâches ménagères (cuissons, vaisselles, entretien de la maison, etc.) avant de se rendre au point de vente pour le début de l'activité.

Après des longues heures d'activités, les heures d'arrêt et retour dépendent fortement de la situation géographique de l'emplacement (carrefours, rues d'ambiance, proximités des bars ou snack, zones de sécurité, etc.), de la zone de résidence, de la distance entre le domicile et le point de vente, de la quantité de plantain à braiser. Les femmes arrêtent l'activité la plupart du temps entre 16 et 22 heures. L'on voit tout de même que presque la moitié des femmes le fassent entre 18 et 20 heures, soit 53,8 %. Un cinquième rentrent très tôt, probablement, celles qui ont débuté tôt dans la matinée. Celles qui vendent dans les rues ambiantes ou l'on trouve des rôti-seurs des porcs, poulets, viandes de bœufs, avec beaucoup de bars et des snacks où des carrefours animés rentrent entre 21 et 22 heures. C'est à ces heures qu'il y a parfois affluence dans ces coins et plus de clients.

À partir de ces résultats, nous constatons des journées de travail des femmes longues et intenses (entre 8 et 11 heures). La braise et vente de la banane plantain en bordure des routes fait partie des activités les plus pénibles, car, elles sont confrontées à des intempéries (pluies récurrentes à Douala en saison de pluie, de fortes chaleurs en saison sèche due au soleil, de la poussière et des nuisances sonores, notamment les bruits des véhicules et des motos). La Figure 7 présente les horaires de début et de fin de l'activité journalière.

Commercialisation et consommation de la banane plantain dans les rues de la ville de douala

Banane plantain plus vendue en doigts par les femmes et prix

Dans la ville de Douala, la banane plantain braisée est vendue essentiellement en doigt (97,5%) sous différentes tailles : petit doigt, moyen doigt et gros doigt. Une proportion très marginale de femmes (2,5%) vend en demi-doigt, on le divise en deux lorsque le doigt est très gros pour faciliter la vente (Figure 8).

Dans la ville de Douala, dans les points de vente, les prix de vente des doigts de banane plantain braisée sont fonction : de la taille du doigt de plantain, de la personnalité du client, de la saison (période de rareté ou d'abondance). Ainsi, l'étude montre, qu'en période d'abondance de la banane plantain sur le marché en saison sèche, le prix moyen du doigt de banane plantain braisé varie de 88 à 174 FCFA le doigt, avec le petit doigt est vendu à 88 FCFA, le moyen doigt à 128 FCFA et le gros doigt à 174 FCFA. L'écart de prix entre le petit, moyen et gros doigt est respectivement de 40 et 46 FCFA.

Par contre, en saison de pluie, période de rareté de la banane plantain dans les marchés, cela entraîne une cherté du prix des régimes. Dans cette période, les prix des doigts connaissent une hausse et l'on vend le petit doigt à 120 FCFA, le moyen doigt à 171 FCFA et le gros doigt à 215 FCFA. Les écarts de prix entre le petit, moyen et gros doigt peuvent être respectivement de 51 et 44 FCFA.

Les variations de prix de la banane plantain sont principalement liées aux variations saisonnières de l'offre. On observe une hausse des prix du doigt de la banane plantain en saison de pluie (période de rareté) pouvant atteindre jusqu'à 36% entre les deux saisons. Les hausses enregistrées en saison de pluie sont dues à plusieurs facteurs :

- Difficultés d'approvisionnement, provoquant une insuffisance de l'offre disponible sur le marché par rapport à la demande ;
- Réduction de l'offre dans les marchés ruraux en zone de grandes productions.

La Figure 9 montre les différents prix d'achat des doigts de la banane plantain selon les périodes.

Consommation de la banane plantain dans les rues de la ville de Douala

Dans la ville de Douala, la banane plantain mûre braisée est consommée par les populations sans distinction de genre, de statut social, d'âge, d'ethnie, etc. À longueur de journée, des citoyens de la capitale économique achètent et consomment ce produit. Il n'est pas rare d'apercevoir des personnes sans se gêner en train de manger le plantain braisé en marchant, comme casse-croûte ou coupe-faim.

La banane plantain braisée est généralement accompagnée d'autres produits agricoles. Ces accompagnements utilisés dépendent des us et coutumes et de son lieu de socialisation des consommateurs. Ceux qui ont grandi dans leurs villages d'origine auront tendance à perpétuer leurs traditions alimentaires et disent «j'aime manger du plantain braisé avec tels produits», comme dans mon village. Il ressort de l'étude que le plantain braisé s'accompagne le plus souvent avec les safous ou prunes (*Dacryodes Edulis*), lorsqu'ils sont disponibles surtout entre mai et octobre par environ 86,3% des consommateurs. On note aussi qu'environ 40% des consommateurs préfèrent le manger avec les avocats (*Persea Americana*) en provenance de l'Ouest-Cameroun. L'huile de palme rouge bien qu'ayant les risques de salir ou tacher l'habit des clients, est utilisée par environ 10% des clients, qui préfèrent le faire comme au village autour du feu de cuisine. Enfin, de plus en plus, les mets de pistaches, la viande, les macabos sont utilisés, mais de façon marginale. La Figure 10 illustre quelques produits d'accompagnement de la banane plantain mûre braisée.

Activité génératrice des revenus pour l'autonomisation des femmes défavorisées

Selon les femmes, les principales motivations pour exercer l'activité de braise et vente de la banane plantain en bordure des rues sont entre autres : le manque d'activités alternatives, le chômage, les problèmes

financiers à résoudre et la pauvreté. Comme l'activité n'exige pas trop d'investissements pour commencer, beaucoup se lancent au départ sans conviction pour s'en occuper en espérant trouver mieux dans les jours à venir.

Ainsi, une analyse financière permet d'évaluer la rentabilité de cette activité et de démontrer aux sceptiques que «l'activité peut nourrir son homme». Le début de l'activité ne nécessite pas des gros investissements. Ainsi, les investissements nécessaires sont constitués principalement de matériel suivant : un four traditionnel, un grillage, un épouvantail, un couteau, un tabouret, un parasol ou parapluie, un ou deux plats, sac pour le charbon et un banc.

Le compte d'exploitation journalier de l'activité a été réalisé avec les données collectées auprès des femmes. Les coûts variables sont constitués principalement des achats de la banane plantain à braiser, l'achat du charbon, du coût de transport et des droits de place (taxe).

Comme le montre dans le Tableau 4, les dépenses moyennes journalières estimées pour les femmes à partir de la désagrégation des prix (frais d'achat du produit, de transport, de place au marché...) sont évaluées à 4 182 FCFA et les recettes journalières sont estimées à 9 000 FCFA. On obtient un profit brut journalier de 4 818 FCFA. Une estimation permet d'obtenir un chiffre d'affaires moyen mensuel estimé à 115 632 FCFA. En absence des informations sur le coût des investissements effectués par les femmes au départ, il semble difficile d'évaluer le profit net de l'activité.

De cette étude, l'on note que l'activité permet aux femmes défavorisées d'avoir une autonomie financière et participer aux charges de ménages. C'est la raison pour laquelle que, près de 85% de ces femmes affirment être satisfait de leur activité.

Fortes contraintes des femmes dans leur activité

Les femmes dans l'activité de braise et vente de la banane plantain rencontrent plusieurs difficultés. L'étude montre que la contrainte majeure évoquée reste la cherté du

plantain dans les marchés. En effet, du fait de la forte demande de la banane plantain pour différentes modes de consommation dans les grandes agglomérations et la présence des acheteurs étrangers (Gabonais, Guinée équatoriale), on observe au cours de ces dernières années une inflation constante du prix du plantain dans les marchés. Le prix élevé du plantain à l'achat se répercute sur le prix de la vente du plantain braisé. Ce qui entraîne un impact négatif sur l'activité, notamment : difficulté d'écoulement d'une grande quantité de plantain par jour ; réduction des bénéfices engrangés et la consommation (les clients se plaignent régulièrement de la cherté du plantain braisé).

Bien plus, la deuxième contrainte est la périssabilité des produits. Du fait du manque des infrastructures de stockage, les femmes sont obligées, pour la plupart, de faire des achats de plantain tous les jours dans les marchés, au lieu de faire des achats par exemple par semaine, ce qui aurait réduit les coûts de transports et aussi consacré plus de temps aux autres charges du ménage ou passer plus de temps au point de vente.

Ensuite, une autre contrainte est celle de l'instabilité du prix durant l'année. Le prix du plantain connaît une fluctuation permanente et saisonnière dans les marchés, cette situation ne facilite pas les prévisions de ventes et des marges bénéficiaires ou de revenus, car lorsque les prix sont élevés, la consommation est affectée.

Une autre contrainte non moins importante est le manque d'un bon

emplacement stable. En effet, du fait que la vente se fait généralement en bordure de rue, il est difficile d'avoir une place stable et sûre, car, les agents de la mairie sont constamment en train de déloger les occupants des trottoirs. L'on note parfois des disputes de place entre les vendeurs. Douala étant la capitale économique avec l'accroissement des activités informelles dans les rues, la demande des places est forte dans certains endroits par les commerçants et trouver une place dans ces endroits est un parcours de combattant.

Par la suite, l'on note le manque des prunes ou safous en saison sèche (12,5%). En effet, les prunes principales aliments d'accompagnement des plantains braisés ont une production saisonnière. En saison sèche, elles sont rares voir introuvables sur les marchés. Comme ce produit très périssable, il n'existe pas encore des techniques de conservation de ce produit pour faciliter la consommation tout au long de l'année. Le manque des prunes entraîne une réduction de la consommation du plantain braisé par certains consommateurs.

Enfin, environ 10% des femmes sont affectés par les fortes chaleurs des braises de feu du charbon. Le fait d'être près du feu tous les temps et à longueur des journées a des conséquences sur la santé de certaines femmes et elles sont parfois obligés de réduire le nombre de jours de vente par semaine. Cela réduit aussi inéluctablement les revenus générés. La Figure 11 illustre les contraintes majeures rencontrées par les femmes dans leur activité.

Tableau 2 : Identification des acteurs.

Variables	Modalités	Effectifs	Pourcentage (%)
Genre	Femme	80	100
	Homme	0	0
Tranche d'âge	20 - 30 ans	5	7
	31 -40 ans	21	28
	41 - 50 ans	24	32
	51 - 60 ans	20	26

	Sup - 60 ans	6	8
Situation matrimoniale	Marié (e)	47	60,3
	Célibataire	14	17,9
	Veuf (ve)	11	14,1
	Divorcé	6	7,7
Niveau d'instruction	Pas été à l'école	4	5,3
	Niveau primaire	37	48,7
	Niveau secondaire	35	46,1
	Niveau supérieur	0	0,0
Religion	Musulmane	3	4,8
	Catholique	32	50,8
	Protestante	28	44,4
Expérience	1 - 5 ans	37	46,3
	6 - 10 ans	29	36,3
	11 - 15 ans	5	6,3
	16 - 20 ans	3	3,8
	Sup 20 ans	6	7,5

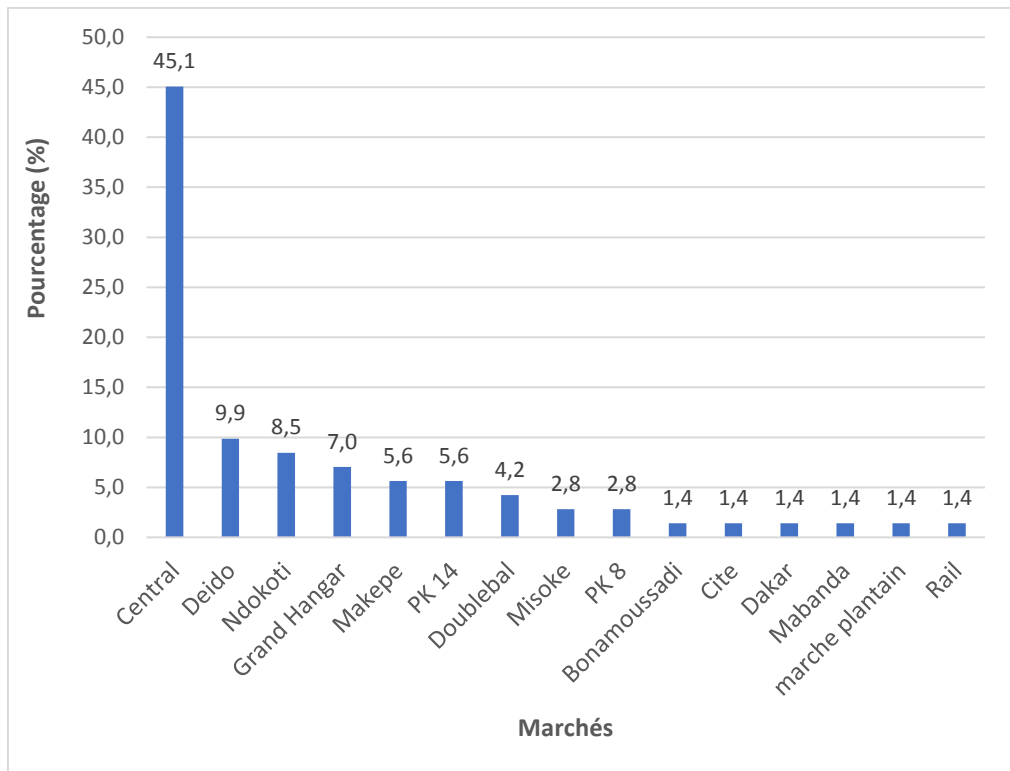


Figure 2 : Marchés d'approvisionnement des femmes braiseuses de la banane plantain de Douala.

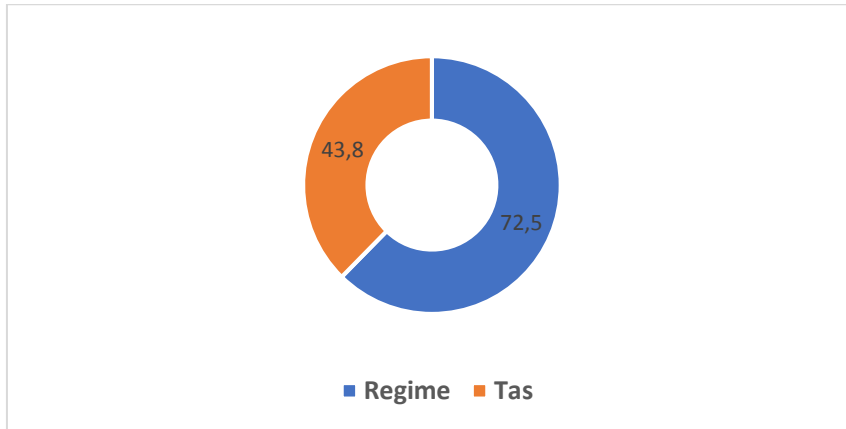


Figure 3 : Unités d’achat de la banane plantain dans les marchés.

Tableau 3 : Prix moyen (FCFA) d’achat de la banane plantain par unité d’achat.

Unité	Moyenne	Écart type	Minimum	Maximum	N
FCFA					
Régime	3 625	1 317	2 000	8 000	60
Tas	479	156	200	1 000	33

Tableau 4 : Compte d’exploitation journalière de l’activité.

Rubrique	Unité	Quantité	Coût unitaire (FCFA)	Coût total (FCFA)
Dépenses				
Achat plantain	Régime	1	3 625	3 625
Transport	Forfait	1	357	357
Frais d’occupation temporaire de voie publique	Mois	1	100	100
Balayage	Forfait	1	100	100
Total dépense				4 182
Recettes				
Vente du plantain braisé	Doigt	60	150	9 000
Total recette				9 000
Profit brut journalier				4 818

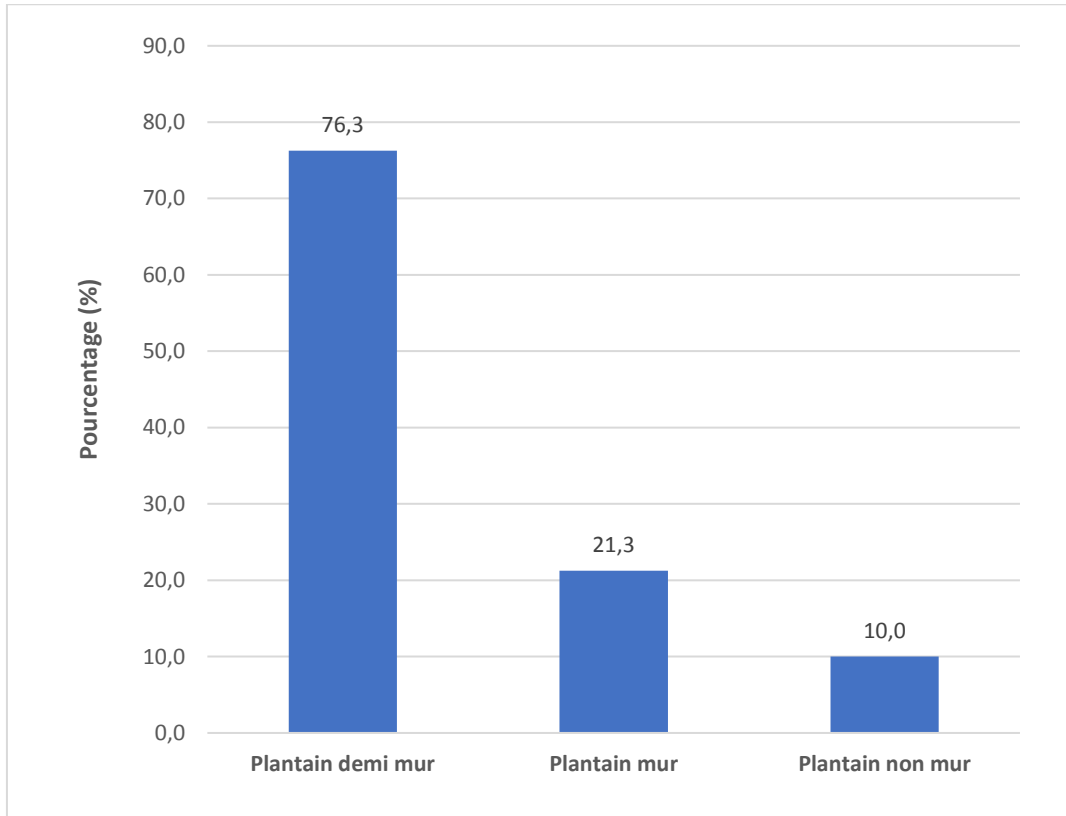


Figure 4 : Typologie de la banane plantain achetée par les femmes pour la braise.

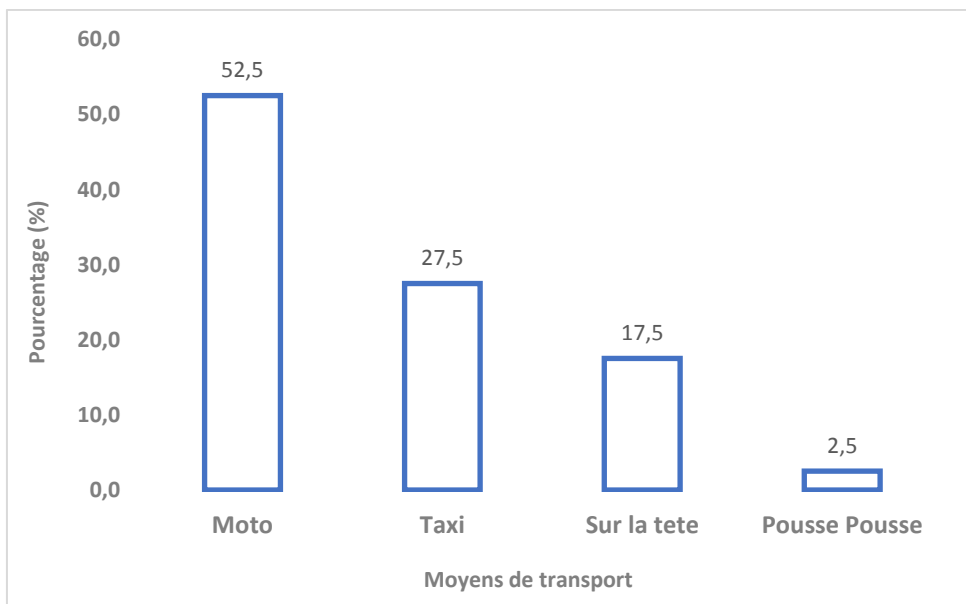


Figure 5 : Moyens de transport des produits vers les points de vente.



Figure 6 : Une femme dans son espace de vente en bordure de route à Douala.

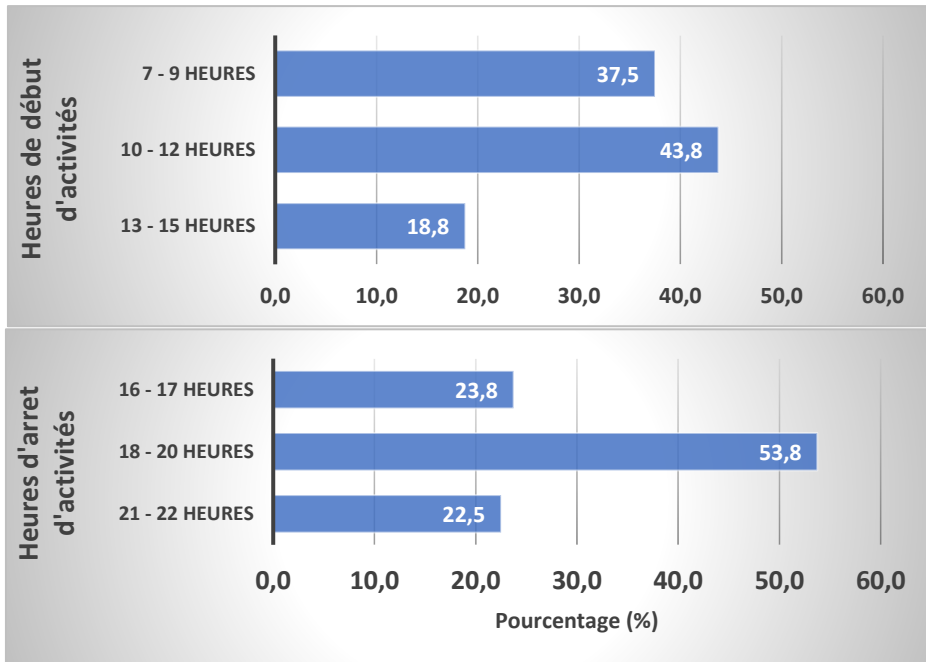


Figure 7 : Longues journées de travail des femmes dans la braise et vente du plantain.



Figure 8 : Doigts de plantains vendus par une femme dans la rue de Douala.

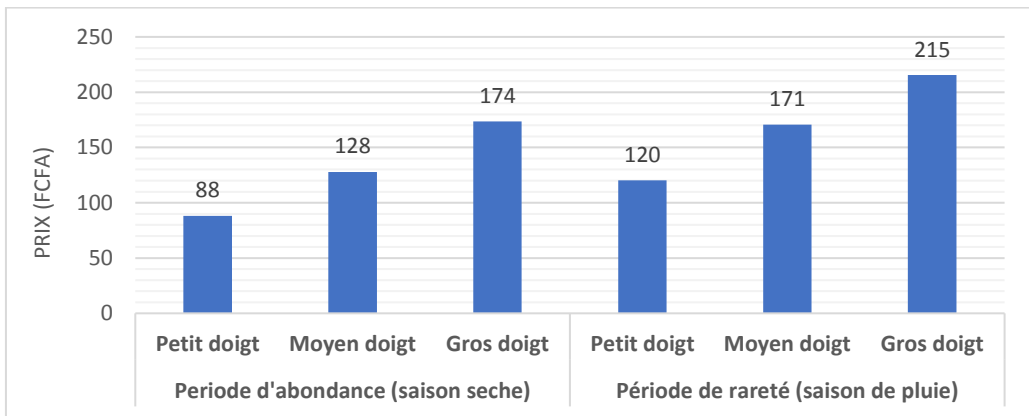


Figure 9 : Prix moyen de vente des doigts de banane plantain braisée dans la ville de Douala.



Figure 10 : Plantain braisé et aliments d'accompagnement.

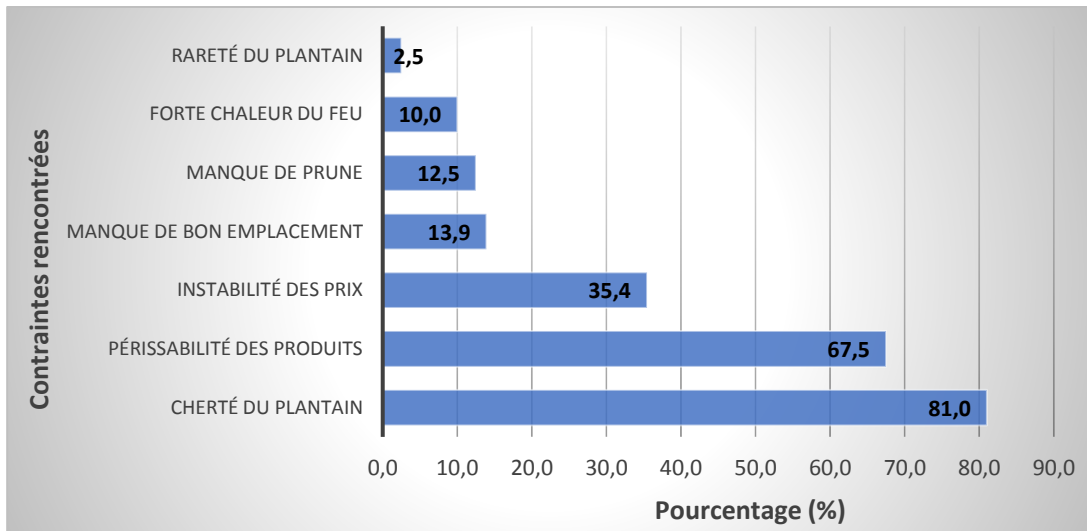


Figure 11 : Contraintes rencontrées par les femmes vendant la banane plantain braisée.

DISCUSSION

Cette étude analyse les logiques commerciales des femmes vendant la banane plantain mûre braisée dans de la ville de Douala. Une analyse du profil des acteurs a permis de montrer que la commercialisation de la banane plantain mûre braisée dans les rues de la ville de Douala reste dominée par les femmes à 100%. L'absence des hommes dans cette activité s'explique par les rôles sociaux assignés par la société à travers le processus de socialisation et la différenciation des activités selon le genre. Ce résultat est conforme à des nombreuses études réalisées sur la filière banane plantain et qui montraient que l'activité de commercialisation de la banane plantain fraîche ou transformée est une activité essentiellement féminine. Ainsi, Fongang et al. (2019), montrent que bien que la production de la banane plantain dans la région de l'Ouest-Cameroun reste dominée par les hommes à 75,8%. En ce qui concerne les collecteurs, la majorité est de sexe féminin soit 84%, 32% ont un âge compris entre 30 et 49 ans. Dans la vente en gros et détail, les femmes sont également plus présentes que les hommes. Les femmes grossistes et détaillantes impliquées dans la vente de plantain représentent

respectivement 88% et 75% de l'ensemble des commerçantes présentes dans les marchés visités. Bien plus, la commercialisation d'un des produits phares de la transformation de la banane plantain, les chips sont commercialisées par les femmes (Fongang et al., 2016).

Dans la ville de Douala, la banane plantain mûre braisée est consommée par les populations de sans distinction de genre, de statut social, d'âge, d'ethnie, etc. À longueur de journée, des citoyens de la capitale économique achètent et consomment ce produit. Il n'est pas rare d'apercevoir des personnes sans se gêner en train de manger le plantain braisé en marchant, comme casse-croute ou coupe-faim. Ainsi, la banane plantain, à l'instar des autres produits agricoles transformés et vendus en bordure de route connaît une forte consommation des populations sans distinction. La forte consommation vient du changement de régime alimentaire qui accompagnerait l'urbanisation. En plus, il faut reconnaître que la banane plantain joue un rôle important dans la sécurité alimentaire du Cameroun. Il faut relever que la demande de banane plantain est également forte du fait de ses diverses formes de consommation. La

banane plantain est un produit de base de grande consommation au Cameroun, aussi bien dans les campagnes que dans les villes. Comme le fait remarquer Newilah (2005) et Mbarga (2013), la banane plantain constitue un produit de base consommé sous plus d'une vingtaine de formes sur le plan national en fonction des régions et des ethnies.

Pour ce qui est de la rentabilité, une analyse financière a permis d'évaluer la rentabilité de cette activité et de démontrer aux sceptiques que «l'activité peut nourrir son homme». Le début de l'activité ne nécessite pas des gros investissements. Le compte d'exploitation journalier de l'activité a été réalisé avec les données collectées auprès des femmes. Comme, le montre les résultats, les dépenses moyennes journalières des femmes estimées femmes à partir de la désagrégation des prix (frais d'achat du produit, de transport, de place au marché...) sont évaluées à 4 182 FCFA et les recettes journalières sont estimées à 9 000 FCFA. On obtient un profit brut journalier de 4 818 FCFA. Une estimation permet d'obtenir un chiffre d'affaires moyen mensuel estimé à 115 632 FCFA. En absence des informations sur le coût des investissements effectués par les femmes au départ, il semble difficile d'évaluer le profit net de l'activité. Les résultats encourageant permettent de montrer que l'activité est porteuse d'espoir pour ces femmes car ce résultat montre que la transformation de la banane plantain créait de la valeur ajoutée. L'étude menée par Fongang et al. (2016) montrait la rentabilité de la transformation d'un autre produit de la banane plantain, à l'instar des chips de banane plantain. L'analyse des comptes d'exploitation mensuels moyens montrent que la transformation de la banane en chips est une activité rentable dans les différentes villes. L'activité est plus rentable dans les villes abritant des postes de péages routiers car, dans ces villes, il y a une forte demande du fait des voyageurs de l'axe Douala-Yaoundé. Comme Newilah et al. (2005), le montrait déjà plusieurs années bien

avant que la préparation de chips et de plantain mûr braisé ou rôti est principalement effectuée par des femmes et de jeunes garçons en bordure des routes; elle permet de diversifier les sources de revenu. Ces diverses transformations et utilisations des bananes et des plantains contribuent aussi bien à la réduction des pertes après récolte qu'à la valorisation de ces produits alimentaires périssables.

Un autre résultat marquant de cette étude réside dans les contraintes rencontrées, en effet, comme l'activité reste dominée par les femmes, ces dernières font face à des difficultés majeures, notamment : la cherté des produits, 81%; la périssabilité des produits, 67,5%; l'instabilité des prix du plantain, 35,4%; le manque d'un bon emplacement pour la vente, 13,9%; le manque des produits d'accompagnement principal (prunes). Parmi les contraintes soulignées, d'autres sont similaires à ceux trouvés par Chadji et al. (2018), qui montrait que les femmes qui commercialisent la banane plantain dans la ville de Douala font face à de fortes contraintes, notamment : les vols et l'insécurité ; la cherté des coûts de transport ; le manque d'information ; les tracasseries routières et policières ; les difficultés liées au stockage ; la pression fiscale et la cherté de la banane plantain.

Conclusion

Cette étude a permis d'analyser les logiques commerciales des femmes vendant la banane plantain mûre braisée dans les rues de la ville de Douala. Des enquêtes structurées ont été réalisées auprès de 80 femmes vendeuses de la banane plantain mûre braisée. Le commerce de la banane plantain mûre braisée est une activité essentiellement des femmes (100%), dont l'âge moyen est d'environ 46 ans. Ces femmes ont plus le niveau primaire et secondaire, avec respectivement 48,7 et 46,1%. Elles sont pour la plupart mariées, 60,3%. Bien que toutes les ethnies soient représentées parmi les vendeuses, le grand nombre sont des

originaires de l'Ouest du Cameroun. Le nombre d'années d'expérience est de 7,59 ans, avec une grande proportion de ceux de moins de 5 ans. L'on note que le marché central est le lieu d'approvisionnement par excellence des femmes, soit 45,1% et elles estiment que les prix sont abordables et les plantains toujours disponibles. Dans ces marchés, les prix d'achat du plantain sont fonction des unités, de la taille du régime, de la grosseur des doigts et de la nature. Le prix moyen d'achat du régime est de 3 625 FCFA. Pour les achats en tas, le prix moyen est de 479 FCFA, et variant entre 200 et 1 000 FCFA. Il est à signaler qu'il y a une forte fluctuation saisonnière des prix dans les marchés de Douala. La banane plantain braisé est consommée par toutes les populations de la ville de Douala sans distinction de genre, de statut social. L'analyse financière montre que l'activité est génératrice de revenus et contribue de façon importante à l'autonomisation des femmes défavorisées. Elle est rentable et génère les profits bruts journaliers moyens d'environ 4 818 FCFA qui ne sont pas négligeables. Elles rencontrent des difficultés dans leurs activités malgré la rentabilité de cette dernière. Pour une dynamique de l'activité, des mesures fortes doivent être prises, notamment : Une amélioration des conditions de travail, avec la modernisation des fours de braise pourra attirer des jeunes filles en chômage, pour cela nous interpelons des jeunes startupeuses à se pencher sur la question. L'adoption de la culture de contre saison de plantain est l'une voie idoine pour avoir une offre suffisante dans les marchés, ce qui pourra stabiliser le prix d'achat du plantain.

CONFLITS D'INTERETS

Les auteurs déclarent ne pas avoir de conflit d'intérêts dans la publication de cet article.

CONTRIBUTIONS DES AUTEURS

DPF a conçu l'étude, mené l'étude sur le terrain, supervisé toute l'étude, collecté,

analysé, interprété les données. ANN a participé à la conception et correction du manuscrit.

REMERCIEMENTS

Au terme de cette étude, nos remerciements sincères vont à l'endroit du Directeur du CARBAP, Dr WOIN Noé, pour l'appui financier donné pour la collecte des données dans la ville de Douala. Nous n'oublions pas Mme Virginie TAFEULEFACK et Mlle NTSAKENG Mily pour les enquêtes effectuées et aussi toutes les femmes qui ont accepté de contribuer à la réalisation de cette étude et de se rendre disponibles pour les enquêtes.

REFERENCES

- Folefack DP, Fongang FHG, Mohamadou AK, Ebongue JP, Bikoi A, Noupadja P. 2017. Analysis of the plantain supply system of markets in the city of Douala. *Journal of Economics and Sustainable Development*, **8**(6): 151-153. DOI: 10.4314/ijbcs.v10i3.23
- Fongang F, Folefack DP, Pane PZ, Bikoi A, Noupadja P. 2016. Transformation et commercialisation des chips de banane plantain au Cameroun : une activité artisanale à forte valeur ajoutée. *Int. J. Biol. Chem. Sci.*, **10**(3): 1184-1198. DOI : 10.4314/ijbcs.v10i2.28
- Newilah GN, Tchango Tchango J, Fokou E, Etoa F-X. 2005. Transformations et utilisations alimentaires des bananes et des plantains au Cameroun. *Fruits*, **60**(4): 245-253.
- Fongang F, Bikoi A, Folefack DP, Tieche I, Noupadja P. 2019. Analyse socioéconomique du système de commercialisation de la banane plantain dans la région de l'Ouest Cameroun. *Int. J. Biol. Chem. Sci.*, **13**(4): 2259-2274.
- Kwa M, Temple L. 2019. *Le Bananier Plantain : Enjeux Socio-Economiques et Techniques, Expériences en Afrique Intertropicale*. Editions Quae-CTA ;

- Versailles. DOI: 10.35690/978-2-7592-2680-1
- Mbarga TN. 2013. Changements alimentaires autour de la banane plantain au Cameroun : parcours du village de Koumou à la ville de Yaoundé. *Anthropologie et Sociétés*, **37**(2): 155–171. DOI: <https://doi.org/10.7202/1017910ar>
- Nkendah R, Ako E, Tamokwe B, Nzouessin C, Njoupouognigni M, Melingui E, Azeufouet A. 2011. Cameroun. Le commerce transfrontalier informel des produits agricoles et horticoles. *Économie Rurale*. **324**(6): 34-49. DOI: 10.4000/economierurale.3083
- Nkendah R, Nzouessin CB, Temple L. 2007. Economic analysis of the spatial integration of plantain markets in Cameroon. *African Journal of Economic Policy*, **14**(1): 57–82.
- Rosine C, Folefack DP. 2018. Dur labeur des femmes Bayam-Sellam dans l’approvisionnement des marchés de la ville de Douala (Cameroun) en banane plantain. *E.S.J.*, **14**(32): 115. DOI: 10.19044/esj.2018.v14n32p115
- Bikoï A, Nkapnang D, Ndemba B, Ziki E, Keleke S, Ebongue JP. 2012. Analyse des circuits de commercialisation du plantain dans les plateformes transfrontalières Ntem, Oubangui et Congo. *Planta Innovation*, **21**: 91-94.
- Bikoï A, Nyoungou S, Ngoma MB. 2004. Analyse de la filière d’approvisionnement en plantain de la ville de Douala. Mémoire d’Ingénieur Agronome, Faculté d’Agronomie et des Sciences Agricoles (FASA), Université de Dschang, Cameroun.
- Houngbo E. 2014. Étude régionale sur la commercialisation de la banane plantain en Afrique de l’Ouest. CORAF/WECARD, Rapport final.
- Newilah GB. 2005. Utilisation alimentaire, caractérisation physicochimique et biochimique des fruits de quelques cultivars et hybridées de bananiers et plantains produits au Cameroun. Thèse de Doctorat, Département de Biochimie, Université de Yaoundé I, Yaoundé, Cameroun, 131 p.
- Pane PZ. 2015. Diagnostic socio-économique du système de production et de commercialisation des chips dans les régions du Littoral et du Centre au Cameroun. Mémoire de Master, Faculté d’Agronomie et des Sciences Agricoles (FASA), Université de Dschang.
- Wandji AA. 2015. Dynamique des marchés transfrontaliers de la banane plantain de la vallée du Ntem (Sud Cameroun). Mémoire de Master, ESSEC, Université de Douala, 103 p.