

Femme et boucherie : Les vendeuses de *tchandi-tchandi* à Niamey (Niger)

[Woman and butcher's shop: The sellers of *tchandi-tchandi* in Niamey (Niger)]

Haoua BOUBACAR AKALI

Doctorante au département de Géographie, Université Abdou Moumouni de Niamey,
LASHS, Faculté des Lettres et Sciences Humaines, BP: 418, Niamey, Niger

Copyright © 2018 ISSR Journals. This is an open access article distributed under the **Creative Commons Attribution License**, which permits unrestricted use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original work is properly cited.

ABSTRACT: The present article treats with sellers of *tchandi-tchandi* and aim at determining the part of the woman in the job by butcher's shop in Niamey. This work was realized thanks to a survey made with a sample of 400 sellers of prepared meats. She took place in the streets of 19 districts situated between 2nd and 3rd districts of Niamey. The results (profits) show that the sale of *tchandi-tchandi* is an activity dominated by the women. During decades, the hard living conditions favored the insertion of the woman in certain modern and traditional jobs. In spite of these efforts, the women occupy the small shops of street. Today, the phenomenon of urbanization generated a strong consumption of meats prepared in cities as Niamey, capital of Niger, where lives about 40 % of the urban of Niger. The fast population growth of the city, came along with a high demand in meat in a context where an important fringe of the population is poor. The access to the quality meat has them difficult because too expensive. That is why, the women filtered in on the preparation and the sale of *tchandi-tchandi*, a meat poor quality but accessible to everybody. So, they developed this new activity in which, they are usually excluded in particular in the field of the sale of meat.

KEYWORDS: butcher's shop, woman, meat, trade, Niamey.

RÉSUMÉ: Le présent article traite des vendeuses de *tchandi-tchandi* et vise à déterminer la part de la femme dans le métier de boucherie à Niamey. Ce travail a été réalisé grâce à une enquête effectuée auprès d'un échantillon de 400 vendeurs de viandes préparées. Elle s'est déroulée dans les rues de 19 quartiers situés entre le 2ème et 3ème arrondissements de Niamey. Les résultats montrent que la vente de *tchandi-tchandi* est une activité dominée par les femmes. Pendant des décennies, les dures conditions de vie ont favorisé l'insertion de la femme dans certains métiers modernes et traditionnels. Malgré ces efforts, les femmes occupent les petits commerces de rue. Aujourd'hui, le phénomène d'urbanisation a généré une forte consommation de viandes préparées dans les villes comme Niamey, capitale du Niger, où vit près de 40% des urbains du Niger. La rapide croissance démographique de la ville, s'est accompagnée d'une forte demande en viande dans un contexte où une frange importante de la population est pauvre. L'accès à la viande de qualité leur ait difficile parce que trop chère. C'est pourquoi, les femmes se sont rabattues sur la préparation et la vente de *tchandi-tchandi*, une viande de mauvaise qualité mais accessible à tout le monde. Ainsi, elles ont développé cette activité nouvelle dans laquelle, elles sont d'habitude exclues notamment dans le domaine de la vente de viande.

MOTS-CLEFS: Boucherie, femme, viande, commerce, Niamey.

1 INTRODUCTION

Le commerce de la viande constitue une large part de l'économie urbaine. C'est une activité qui, pendant longtemps, est dominée par une classe marchande traditionnelle dénommée « boucher ». Aujourd'hui, le développement de la vente de

viandes prêtes à être consommées, le grand nombre de pauvres et les dures conditions de vie des femmes sont autant des facteurs qui ont contribué à la féminisation de l'activité.

Dans les études les plus anciennes, la boucherie a été considérée comme un métier de caste et hérité. Le boucher est celui qui abat, prépare et vend la viande. Il est aussi considéré comme un esclave dans beaucoup de sociétés. Des considérations de ce genre ont été relatées en Afrique du nord et au Sahara [1], au Mali [2] et au Niger ([3] ; [4]). C'est aussi un métier qui a pendant longtemps exclu les femmes. La vente et l'achat de la viande cuite est une activité principalement masculine qui exclut généralement la femme ([5] ; [6]). Ces derniers ont cependant mis en évidence les femmes bouchères d'Australie qui occupent uniquement les magasins de vente de viande. Ce rejet s'explique par les représentations que la société a fait, celles de l'assimilation du métier à la pudeur, à la force physique, au carnage, à la chirurgie et à l'assassinat.

En outre, il a fallu attendre les années 1980 pour que les recherches scientifiques prennent en considération le rôle important de la femme dans la petite restauration marchande de rue en général dans les grandes villes africaines ([7], [8], [9]). Malgré les efforts entrepris pour encourager l'insertion de la femme dans certains secteurs d'activité non traditionnelle, la boucherie et particulièrement "la femme boucher" a été ignorée et reste encore dans beaucoup de sociétés africaines, une catégorie culturelle inconcevable [6] parce qu'elle est encore perçue comme une activité masculine et de part le rôle que la société a assigné à la femme, celui exclusivement du foyer. Cette réflexion paraît aujourd'hui paradoxale d'autant plus qu'en ville, les caractéristiques sociales et culturelles sont en train de se transformer. Aujourd'hui, dans les villes, les gens sont coupés de la tradition jetant l'image négative de certaines activités traditionnelles de types corporatives comme la boucherie, la forge, le tissage, etc.

Une étude sur les femmes bouchères à Niamey constitue un bon terrain d'interrogation sur l'insertion de la femme dans le métier de viande. Malgré, le rejet de cette activité dans les sociétés traditionnelles, en ville, ces femmes ont la possibilité de contourner certaines contraintes traditionnelles et sociales pour gagner une autonomie dans le commerce en général et la vente de viandes préparées en particulier. En effet, les femmes se sont spécialisées dans la vente des rebuts de viande appelés *tchandi-tchandi*¹ à Niamey. Pour mieux comprendre cette activité, un certain nombre de questions ont été posées : Quelles sont les causes de la prolifération de *tchandi-tchandi* à Niamey ? Qu'est-ce qui guide l'implantation des vendeuses de *tchandi-tchandi* dans les rues de Niamey ? Qui sont ces vendeuses ? Quels sont les revenus tirés de cette activité ? Cet article se construit autour des hypothèses suivantes : l'urbanisation est une des causes de la prolifération de la vente de *tchandi-tchandi* à Niamey, qui est une activité essentiellement féminine. Les vendeuses de *tchandi-tchandi* sont d'origine diverse. La vente de *tchandi-tchandi* est une activité lucrative pour les femmes.

Ainsi, ce travail est articulé autour de trois points. Il s'agit d'abord de présenter la zone d'étude, les causes de la prolifération de la vente de *tchandi-tchandi* et la pratique du métier, ensuite, d'expliquer les caractéristiques d'usage de la rue par ses vendeuses et enfin, d'analyser leur profil sociodémographique, leur cadre de vie, leur provenance et leur revenu.

2 MATÉRIELS ET MÉTHODES

L'enquête a été réalisée auprès de 400 vendeurs de viandes préparées en 2014. Parmi les 400 personnes enquêtées, 78 femmes vendent de la viande préparée dont 63 vendeuses de « tiré-tombé » ou *tchandi-tchandi*. L'échantillonnage est issu d'un sondage aléatoire représentatif des vendeurs de viandes préparées. L'enquête s'est effectuée dans les rues de 19 quartiers de Niamey situés entre les arrondissements communaux Niamey II et III. Le choix de ces quartiers tient compte du contenu social et économique et aussi de la fonction résidentielle. L'enquête a été complétée par des entretiens semi-directifs qui ont été menés auprès des différents acteurs intéressés par notre sujet.

3 PRÉSENTATION DE LA ZONE D'ÉTUDE : LA VILLE DE NIAMEY

Grande ville étalée sur plus de 25 000 hectares, Niamey s'étend de part et d'autre du fleuve Niger et son site est globalement très favorable au développement urbain, à l'agriculture, à l'élevage et à la prolifération de nombreuses activités dont la petite restauration marchande de rue. Niamey enregistre au dernier recensement, une population de plus d'un million habitants en 2012 et un croît démographique annuel de plus de 4% [10]. L'indice synthétique de fécondité est estimé à 5,3 enfants/femme et le taux d'accroissement naturel à 2,9% en 2012 [10]. La population jeune représente environ 44% de la

¹ *Tchandi-tchandi* en zarma ou *tantani* en hausa ou « tiré-tombé » est un tissu collagène issu des animaux de boucherie que les femmes font cuire pour les vendre aux petit gens de la ville de Niamey.

population et les femmes sont au nombre de 500 000 en 2012 ([10], [11]). À cela s'ajoute un exode massif des populations rurales vers les villes, et principalement vers Niamey. Cette croissance démographique entraîne une forte demande en viande.

Le Niger, comme la plupart des États africains, a connu une succession des ajustements structurels qui ont affaibli les États et accentué la baisse du pouvoir d'achat de la population pendant trois décennies. Le Niger est classé parmi les pays à faible revenu. Le revenu annuel varie entre 275 et 370 dollars [10]. À Niamey, la pauvreté monétaire touche 27,8 personnes et la pauvreté sévère 3,9% soit environ 333 600 personnes pour le 1^{er} cas en 2012 et 46 800 personnes extrêmement pauvres en 2014.

La croissance démographique et les difficultés économiques du pays se sont traduites par la prolifération des petites activités génératrices de revenu dont la vente de *tchandi-tchandi* par les femmes à Niamey.

4 ORIGINE ET PRATIQUE DU TCHANDI-TCHANDI

La vente de *tchandi-tchandi* est née au début des années 1960² au quartier Lazaret³ par un homme du nom d'Anaoura Baba Tanda qui faisait des brochettes avec ce type de viande. Mais le *tchandi-tchandi*, activité essentiellement féminine aujourd'hui, a commencé avec Hari, une femme de Dioundou (Région de Dosso). Elle s'est poursuivie avec Ladi originaire de Karakara (Dosso) qui préparait les bouillons de *tchandi-tchandi* (*ya dahu*). La friture (*soye*) a été initiée en 1965 par Ouwa Sisi, originaire de Konni (Région de Tahoua).

Aujourd'hui, le *tchandi-tchandi* est une viande préparée et vendue par des hommes et des femmes dans la rue. Le *tchandi-tchandi* (photo 1) était à l'origine de l'aponévrose d'animaux abattus. Elle est une viande difficile à couper et à mâcher parce qu'elle n'est pas tendre. Aujourd'hui, l'aponévrose n'est plus le seul constituant de ce type de viande, on y retrouve tous les rebuts comme les tendons, l'œsophage, le placenta; le sexe, les oreilles, le nez, etc. Bref, tout ce qui devrait être rejetés et considérées d'immangeable et dégoûtant pour les hommes à cause de sa texture mais aussi des représentations que les sociétés en ont. Pour beaucoup d'hommes, ce type de viandes autrefois réservés uniquement aux animaux domestiques, est aujourd'hui destiné à la consommation humaine et investi par les femmes.



Photo 1 : Aponévrose ou tchandi-tchandi cru
(Prise de vue : BOUBACAR AKALI Haoua, 2016)

² Entretien avec Abdoulaye Dodo, 70 ans, habitant de Niamey, le 27 janvier 2016 au quartier Lazaret

³ Lazaret : quartier périphérique situé au nord de la ville

La distribution du *tchandi-tchandi* est fixe. Elle se fait dans la rue et essentiellement les après-midis et les soirs. La préparation est difficile, parce qu'il faut bouillir la viande, puis la découper en petits morceaux avant de la frire. La préparation se fait à l'air libre et rarement sous un hangar. L'équipement est constitué d'un foyer en fer ou formé de trois briques, d'une grande casserole en fonte remplie d'huile et de petits sachets transparents ou des papiers de récupération servant d'emballage. À l'aide d'une écumoire, les vendeuses remuent de temps en temps les petits morceaux de viande. Ses clients sont en général des enfants et des femmes comme l'illustre la photo 2. Les petits morceaux cuits (photo 3) sont vendus entre 5 et 10 FCFA l'unité.



Photo 2 : Une vendeuse de *tchandi-tchandi*
(Prise de vue : BOUBACAR AKALI Haoua, 2016)



Photo 3 : Le *tchandi-tchandi* cuit
(Prise de vue : BOUBACAR AKALI Haoua, 2016)

Les vendeuses de *tchandi-tchandi* de rue à Niamey constituent cette population qui en dehors de leur tâche ménagère font du petit commerce pour subvenir à leur besoin. Le mode de préparation combiné aux activités domestiques rend la tâche de plus en plus difficile pour ces femmes car la préparation demande beaucoup de temps. C'est pourquoi la vente se fait essentiellement les après-midis ou les soirs.

C'est une activité développée par les femmes et dont la cible est constituée de petits gens notamment les enfants et les femmes pauvres. Donc, elles sont des entrepreneures qui ont tout à fait du succès avec une innovation sur le marché de la consommation urbaine. Sa diffusion dans les quartiers pauvres de la ville est justifiée par le nombre important de clients. Ceci présente un avantage pour les clients démunis que pour les femmes-vendeuses.

Les clients sont attirés par le goût salé du *tchandi-tchandi* et la friture car l'assaisonnement se fait avec du piment et de l'arôme Maggi. Par ailleurs, la viande est dure et elle n'est pas de qualité, donc expose les clients pauvres aux risques sanitaires.

5 LOCALISATION ET OCCUPATION DES RUES PAR LES VENDEUSES DE *TCHANDI-TCHANDI*

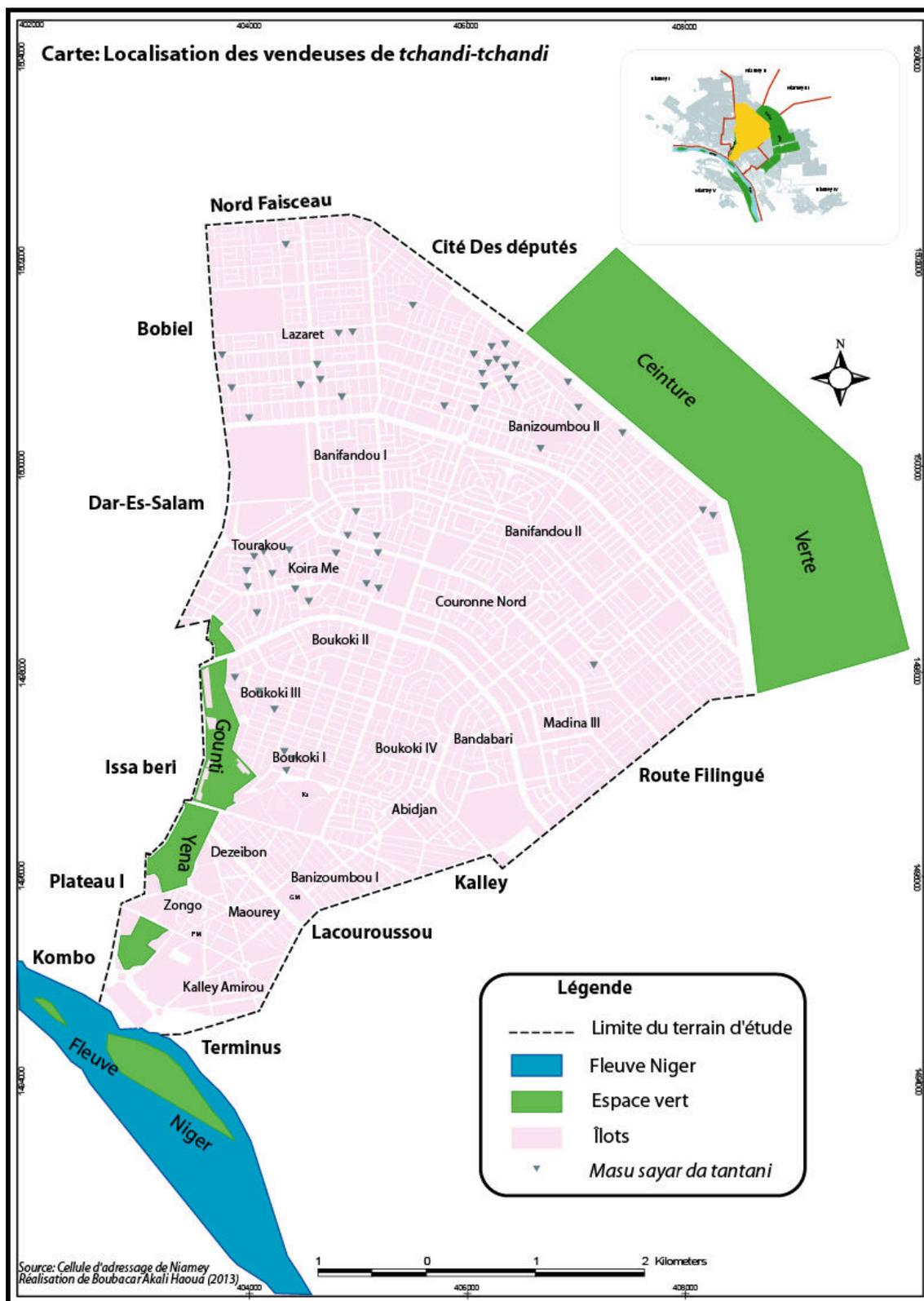
Les vendeuses de *tchandi-tchandi* exercent le plus souvent dans leur quartier de résidence, à la devanture de leur domicile et dans la rue. Les quartiers les plus envahis par ces vendeuses sont ceux situés dans la zone péricentrale notamment à Boukoki avec 14,3% et la zone intermédiaire (Koirra Mé, Lazaret et Banizoumbou II) avec 85,7% comme l'illustre la carte ci-dessous. La plupart de ces quartiers sont en partie composés d'une population jeune de condition de vie pauvre qui se lie à travers la nature de leur habitat et le niveau d'équipement. Par exemple à Boukoki, Lazaret et Koirra Mé, l'habitat de cours en banco ou en semi-dur domine très largement. Dans les quartiers Lazaret et Banizoumbou II, l'habitat est mixte (banco/dur). Le même constat a été relaté par [12] en 2012 dans sa thèse sur la mobilité résidentielle et le processus d'étalement urbain à Niamey. En plus, on retrouve à la périphérie de ces quartiers, des cases en paillote qui squattent les parcelles vides et la ceinture verte.

Les vendeuses de *tchandi-tchandi* ne respectent pas les textes réglementant l'occupation des rues. Elles ne disposent pas d'un registre de commerce, ni d'un numéro d'identification fiscale à fortiori d'une immatriculation à la caisse de sécurité sociale. Bref, elles opèrent dans le secteur informel et occupent illégalement la rue car, elles ne disposent d'aucune autorisation d'exercice de leur activité dans la rue. Et pourtant, elles opèrent à la devanture de leur maison. C'est le cas de 60% des vendeuses de notre échantillon. Pour celles qui n'opèrent pas à la devanture de leur domicile, l'autorisation d'installation vient généralement d'un riverain (28,8%) ou d'un voisin de commerce (11%). En effet, ces femmes exercent une activité circonscrite

à l'échelle du quartier dans les après-midis. Elles ne sont pas non plus capables de travailler pendant toute la journée comme chez les hommes bouchers. La durée d'occupation moyenne de la rue dans la journée est de deux heures et la durée d'installation dans la rue se situe pour l'essentielle entre 0 et 5 ans pour près de 75% des femmes et entre 5 et 10 ans pour 16%. Cela montre que la prolifération de la vente de *tchandi-tchandi* à Niamey est très récente.

Ces formes d'occupation de la rue par les vendeurs informels sont également mises en évidences dans les villes africaines [13]. Ainsi, indique-t-elle que les femmes sont les plus nombreuses dans la vente des aliments de rue et un nombre important travaillent à la devanture de leur domicile. D'autres études menées à Konni et à Maradi ont abouti à la même conclusion ([14], [15]). Cette occupation de rues se justifie par la présence de clientèle car, toute activité marchande se doit d'être rapprochée au plus près de sa clientèle potentielle [16].

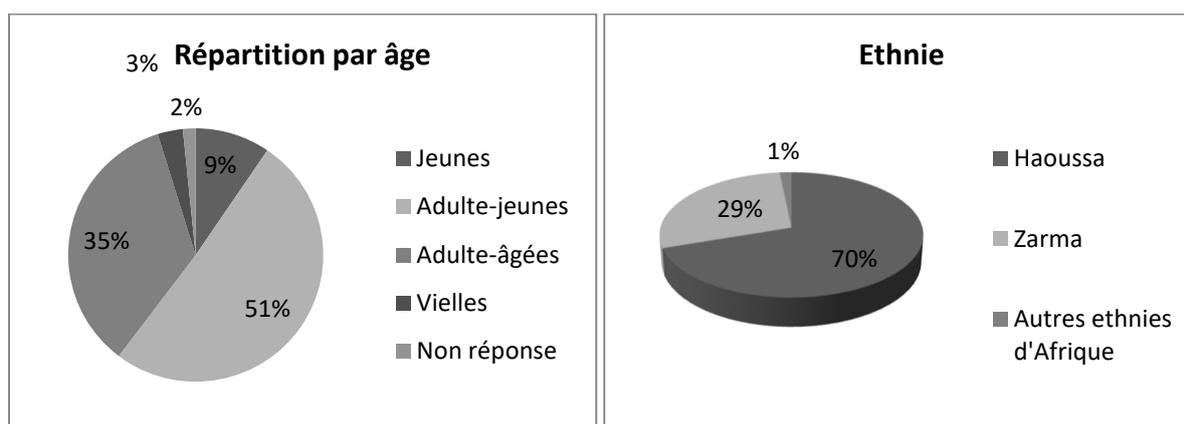
Le *tchandi-tchandi*, activité marginale, se déroulant dans les rues internes des quartiers populaires, est source de conflits comme le confirme 41% des vendeuses de notre échantillon. Les principaux conflits enregistrés sont : conflits de cohabitation et conflits d'incivisme. Ce dernier est le plus tendu car il représente environ les trois quart de l'échantillon. Cette absence de civisme se manifeste par la remise par les clients de pièces usées, le vol à l'arraché par les adolescents, le refus de paiement après la consommation ou le non remboursement des crédits. Les autres conflits moins tendus sont la cohabitation et l'approvisionnement : ces conflits comptent pour 9% de notre échantillon. En effet, ces femmes sont victimes de la jalousie des autres vendeuses d'aliments de rue devant l'afflux de la clientèle. Le prêt d'argent ou d'un ustensile qui tarde à être rendu et des commérages sont aussi des formes de conflits enregistrés auprès des vendeuses de viandes préparées.



6 PROFIL SOCIODÉMOGRAPHIQUE DES VENDEUSES DE *TCHANDI-TCHANDI*

La répartition par âge des vendeuses de *tchandi-tchandi* illustrée par le graphique 1 montre une population d'adultes-jeunes (51%). L'âge médian est de 30 ans mais on y trouve de jeunes femmes : 9% d'entre elles sont âgées d'une quinzaine d'années et seulement 2% représente la population vieille. Les adultes âgées constituent un tiers de notre échantillon (35%). Les vendeuses de *tchandi-tchandi* sont pour la plupart mariées : 73% des vendeuses ont ce statut matrimonial. Le reste de

l'échantillon compte des divorcées et des célibataires qui sont les plus instruites de notre échantillon. Les mariées et les divorcées sont donc les moins instruites. Globalement, la majorité de vendeuses (81%) n'ont aucun niveau d'instruction. Les femmes ayant fréquentées l'école représentent près de 1/5 de notre échantillon dont 11% a fréquenté l'école primaire uniquement et 7,9%, un établissement secondaire. Les jeunes sont celles qui ont atteint le niveau secondaire. Ces femmes appartiennent majoritairement à l'ethnie hausa (70%), puis viennent les Zarma-Songhai (Près de 1/3 de l'échantillon) et enfin les autres ethnies de l'Afrique de l'Ouest (1% seulement) comme le montre le graphique 2. Une étude réalisée sur la vente des aliments de rue dans la ville de Parakou a montré que la vente de viandes préparées en général est une activité dominée par les hausa du Nigéria et du Niger [17]. C'est pourquoi, les vendeuses appartenant à l'ethnie hausa sont les plus nombreuses dans notre échantillon.



Graphique 1 : Répartition par âge Graphique 2 : Répartition par ethnie
(Source : Enquête de terrain, 2014)

7 CADRE DE VIE ET PROVENANCE DES VENDEUSES DE TCHANDI-TCHANDI

L'entrée de ces femmes dans cette activité ne date pas de longtemps car la durée moyenne d'exercice de ce métier est de cinq ans donc dans les années 2010. Ceci s'explique par le fait que la mise en valeur de *tchandi-tchandi* est récente et est devenue une source de revenu pour ces femmes majoritairement non instruites dont 13% sont des filles et/ou des femmes des bouchers, c'est-à-dire qu'elles ont hérité le métier de boucherie. 1/5 de ces vendeuses appartiennent à des ménages constitués de sept personnes en moyenne, les 3/4 logent dans les quartiers intermédiaires et périphériques de Niamey notamment à Lazaret (25,4%) et Banizoumbou II (38,1%) ; à Dan Zama (3,2%), à la Cité des députés (4,8%) et au Nord Faisceau (1,6%). Les autres femmes sont réparties dans la zone péri-centrale notamment à Boukoki (15,9%). En se basant sur le type d'habitat et le niveau de confort de leur résidence, on constate qu'elles ont un faible niveau de vie : aucune d'entre elle ne vit dans une villa ; elles résident dans l'habitat en paillote (soit 38% de l'échantillon), l'habitat de cour en banco (24%) et l'habitat de cour en dur et/ou semi-dur (32%). Les 65% des femmes de notre échantillon n'ont aucun confort ; l'eau et l'électricité sont absentes dans leur domicile dont 1/3 est locataire. Les femmes qui squattent les parcelles vides ou la ceinture verte représentent 20,6% de notre échantillon. Celles qui sont propriétaires sont étonnamment nombreuses: 16% de notre échantillon. En effet, ces femmes sont des épouses des propriétaires de maison. Les logées « gratuit » ou vivant dans des maisons familiales représente près de 1/3 de l'échantillon.

La majorité des vendeuses de *tchandi-tchandi* proviennent du milieu rural. Elles se sont installées à Niamey pour des raisons sociales et économiques. Plus de 60% des femmes de notre échantillon sont installées à Niamey depuis plus de 10 ans et 1/5 a une durée de séjour qui se situe dans la fourchette de 20 à 25 ans. Elles proviennent principalement de six régions du Niger (Tillabéry, Dosso, Agadez, Zinder et Tahoua) ; une seule femme vient de l'étranger notamment du Mali. Elles sont arrivées à Niamey pour la plupart par les liens du mariage. Plus leur lieu de naissance est éloigné de la capitale moins elles sont nombreuses et inversement : les migrantes de l'hinterland de Niamey sont les plus nombreuses alors que celle venant de Zinder et Agadez situés à près de 1000 km de la capitale sont moins nombreuses (Tableau 1). Les migrantes récemment installées à Niamey ont migré par contrainte : les moyens de subsistance que le conjoint installé à Niamey envoie étant insuffisant pour nourrir enfants et femmes ; ces dernières sont obligées de migrer à leur tour à Niamey pour y travailler. On note dans cette population un nombre significatif de vendeuses de *tchandi-tchandi*. 40% de ces vendeuses sont nées à Niamey.

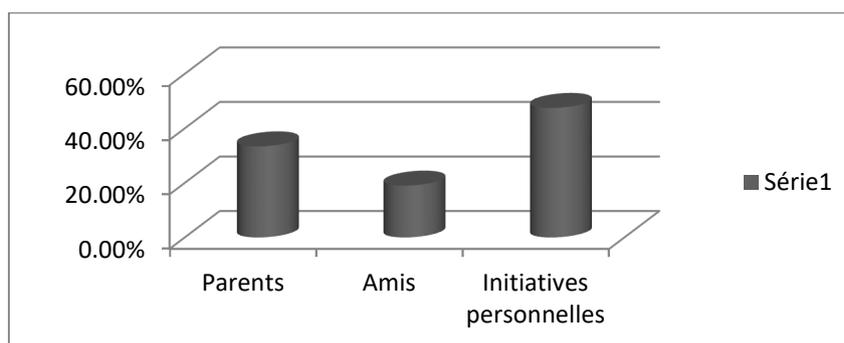
Tableau 1. Répartition selon le lieu de provenance des femmes

Villes	Niamey	Tillabéry	Dosso	Agadez	Zinder	Tahoua	Autres	Total
Nombres	39,7%	28,6%	14,3%	3,2%	1,6%	11%	1,6%	100%

Parmi les enquêtées, 9% des femmes ont vécu dans d'autres villes du Niger ou de la sous-région ouest-africaine avant de s'installer à Niamey. Les principales localités citées sont par ordre d'importance Dosso et Agadez et les pays où elles ont séjournées sont le Nigéria et le Bénin. Lors de leur migration, ces femmes pratiquent généralement des petites activités génératrices de revenu. Au-delà de la description du profil des vendeuses de *tchandi-tchandi*, il est opportun d'analyser les caractéristiques commerciales.

8 APPRENTISSAGE DU MÉTIER DE TCHANDI-TCHANDI ET LIEUX D'APPROVISIONNEMENT

L'enquête montre aussi que les femmes appartenant à la classe « boucher » sont les moins représentatives de l'échantillon (12,8%). Bien souvent, elles apprennent l'activité auprès de leurs parents biologiques (33%) comme l'illustre le graphique 3, auprès d'une amie ou d'une voisine plus douée (19%), mieux informée qui les guide et qui les conseille dans leurs achats. 47,5% des femmes se sont auto-construites parce qu'elles ont fait preuve d'une initiative personnelle c'est-à-dire, elles ont appris le métier seules. En général, ce métier n'exige pas un savoir-faire important et est à la portée de toute femme qui sait cuisiner. Ces observations confirment celles rapportées sur les vendeuses d'aliments de rue en Afrique [13]. En effet, la majorité des femmes choisissent un secteur où elles sont traditionnellement compétentes (préparation des aliments) et qui présente certains avantages non négligeables, comme ceux de nécessiter peu d'investissement (elles utilisent les équipements déjà disponibles dans leur « cuisine »), de leur permettre de concilier leurs travaux domestiques avec l'artisanat marchand [13].



Graphique 3 : Répartition selon l'apprentissage du métier
(Source : Enquête de terrain, 2014)

Les principaux lieux d'approvisionnement des femmes sont le marché Katako (63,5%) et les marchés de quartier (15,9%). Ces lieux sont situés à proximité de leur lieu de résidence. Les rebuts bovins sont les plus achetés par les femmes (95,2%) même si certaines mélangent avec un peu de viande d'ovins, de camelins ou de caprins.

9 ORIGINE DU CAPITAL DE DÉMARRAGE DE L'ACTIVITÉ ET GAIN

Le capital d'investissement des vendeuses est relativement faible comme le montre le tableau 2. Il se situe dans la fourchette de moins 5 000 FCFA à 10 000 FCFA (82%). Celles qui ont bénéficié de la subvention représentent près de 1/10 de notre échantillon. Mais, les principaux bailleurs de fonds des bouchères sont : les membres de leur famille (31,7%), l'autofinancement (23,8%), les époux (20,6%) et le prêt (12,7%). Le prêt peut être en nature c'est-à-dire qu'elles prennent la viande à crédit auprès d'un boucher grossiste. Lorsqu'elles écoulent le *tchandi-tchandi*, elles remboursent l'emprunt et reprennent à nouveau ainsi de suite jusqu'à ce qu'elles se constituent un capital lui permettant l'achat de la viande. Pour le prêt en espèce, il s'agit d'emprunter de l'argent auprès d'une autre personne pour démarrer l'activité.

Tableau 2. Capital de départ (Source : Enquête de terrain, 2014)

Capital de départ	Fréquence
Crédit	3,2%
Subvention	9,5%
Moins de 5 000 FCFA	58,7%
5 000 et 10 000 FCFA	23,8%
Plus de 10 000 FCFA	4,8%

Globalement, ces femmes dépensent en moyenne 5 000 FCFA par jour (minimum 2000 et maximum 20 000 FCFA). Les bénéficiaires journaliers réalisés par les vendeuses de *tchandi-tchandi* illustré par le tableau 3 montre que près de 62% gagnent moins de 5 000 FCFA par jour. Seulement 3% réalise des bénéfices importants dans la journée ; entre 10 000 et 15 000 FCFA. Le bénéfice moyen est de 3 500 FCFA soit un minimum de 1 000 FCFA et un maximum de 15 000 FCFA. Cette activité se caractérise aussi par l'absence de comptabilité. Moins de 10% de l'échantillon ne situe pas leur bénéfice tandis que près de 16% ne compte pas.

Tableau 3. Le gain journalier (Source : Enquête de terrain, 2014)

Gain journalier	Fréquence
Dépend des moments	7,9%
Ne compte pas	15,9%
Moins de 5 000 FCFA	61,9%
5 000 et 10 000 FCFA	11,1%
Plus de 10 000 FCFA	3,2%

Leur clientèle est en majorité constituée des enfants tous sexes confondus mais aussi des adultes constitués des femmes ménagères, des revendeurs. Le service est destiné à la consommation sur place ou à emporter pour 92% des femmes. La vente se fait au comptant ou à crédit.

10 LA VENTE DE *TCHANDI-TCHANDI*, ACTIVITÉ LUCRATIVE POUR LES FEMMES

Le rôle des vendeuses de *tchandi-tchandi* dans des activités économiques est important dans la ville de Niamey. Mais ces femmes, malgré les difficultés qu'elles rencontrent dans la pratique du métier continuent toujours à satisfaire les populations. Dans la vente de viandes préparées, seul le *tchandi-tchandi* s'obtient à un petit prix : entre 5 ou 10 FCFA l'unité. L'investissement moyen journalier (environ 5 000 FCFA) montre combien ce petit commerce peut être relativement rémunérateur. Le revenu mensuel peut être évalué entre 30 000 et 90 000 FCFA pour celles qui gagnent entre 1 000 FCFA et 3 000 FCFA. Les grandes restauratrices gagnent plus de 300 000 FCFA par mois. Ce qui montre que la vente de *tchandi-tchandi* est une activité qui rapporte et qui permet aux femmes de satisfaire leur besoin et d'améliorer leur condition de vie.

X (15 ans), jeune collégienne, fait le commerce de *tchandi-tchandi* à la devanture de leur domicile au quartier Lazaret. Sa maman ménagère et son père "tablier" dont le revenu mensuel est modeste, lui a donné le capital de départ pour faire, elle aussi le petit commerce. Le matin, sa maman part au marché acheter les rebuts de la viande. Les après-midi, comme il n'y a pas classe dans l'enseignement secondaire, elle pratique son commerce où elle gagne en moyenne 3 000 FCFA par jour. Le bénéfice de X s'élève à environ 90 000 FCFA par mois. Cette activité lui permet de compléter les ressources familiales mais aussi de faire face à ses dépenses (transport, uniforme de mariage, frais de récréation, achats d'articles et pommade etc.).

Ainsi, à la question de savoir si la vente de *tchandi-tchandi* est rentable, plus de la moitié des femmes de notre échantillon ont répondu oui contre 43% qui l'ont trouvée peu rentable. 6,3% ont trouvée l'activité très rentable. Il faut ajouter aussi que le fait que c'est une activité qui nécessite peu de temps pour la vente et qui se fait essentiellement les après-midis, permet aux femmes de concilier leurs travaux domestiques et leurs commerces.

11 CONCLUSION

Au vu de tout ce qui précède, la présente étude révèle que le *tchandi-tchandi*, aujourd'hui activité en pleine expansion à Niamey est dominée par les femmes. Chaque jour, chaque après-midi les femmes proposent le *tchandi-tchandi* dans le quartier de leur habitation, à une clientèle du quartier ou de passage.

Ces néo-citadines en majorité mariées, ont besoin de se faire une vie en ville malgré leur faible possibilité de s'insérer dans le marché de travail faute d'instruction et de moyens. Mais, elles satisfont aussi une demande, celle d'une population qui n'a pas facilement accès à la consommation de viande de bonne qualité (femmes et enfants de ménages pauvres).

En effet, elles se montrent innovantes, en identifiant une activité qui n'est pas servie. Ces femmes tentent une émancipation discrète avec une activité qui n'a pas de prestige, mais qui leur permet néanmoins de gagner une certaine indépendance. La vente de *tchandi-tchandi* est une activité rentable pour les femmes car, elle leur permet d'améliorer leur cadre de vie et de se hisser dans la hiérarchie sociale.

REFERENCES

- [1] PAQUES V, 1959, « Caractères sociaux et mythiques du boucher dans le Nord-Ouest africain », *Journal de la Société des Africanistes*, Volume 29 Numéro 2 pp. 217-228
- [2] SISSOKO B et DE NORAY M-L, 1995, « Syndicat et coopérative des bouchers de Bamako », FPH; Centre Djoliba, juillet 1996. [Online] <http://base.d-p-h.info/es/fiches/premierdph/fiche-premierdph-3098.html> (September 10, 2015)
- [3] GUY N, 1975, « Dynamique sociale et appréhension du monde au sein de la société hausa », Paris, Institut d'ethnologie, 661 p.
- [4] GARBA M, 1992, « *La musique des Hawsa du Niger* », Thèse de doctorat, Université de Strasbourg, 478 p.
- [5] RAYNAUT C, 1978, « Aspects socio-économique de la préparation et de la circulation de la nourriture en pays haoussa », pp 569-597. In : *Cahiers d'Etudes Africaines*, 68 vol XVII, 4
- [6] PRINGLE R et COLLINGS S, 1996, « Les femmes en boucherie, quelques tabous culturels », In *les Cahiers du GRIF*, Volume 1, pp. 15-32.
- [7] DIOUF M B, 1979, « Les restauratrices de la zone industrielle de Dakar ou la guerre des marmites », pp.237-250 In: *CAHIERS D'ETUDES AFRICAINES. Villes africaines au microscope. XXI (1-3)*, 81-83, Vol. 21, 1981, p. 624
- [8] BAHUCHET S et IOVEVA-BAILLON K, 1998, « Le rôle de la restauration de rue dans l'approvisionnement des villes en viande sauvage : le cas de Yaoundé (Cameroun) » pp 171-182. In : BLEY D et al. *Villes du sud et environnement*. Ed. Bergier, Travaux de la société d'écologie humaine.
- [9] CANET C et N'DIAYE C, 1996, « L'alimentation de rue en Afrique », pp 4-13. In: *FNA/ANA 17/18* [Online], <ftp://ftp.fao.org/docrep/fao/W3699t/W3699t01.pdf>; (December 19, 2011)
- [10] REPUBLIQUE DU NIGER. MINISTERES DES FINANCES. INSTITUT NATIONALE DE LA STATISTIQUE, 2013, « *Annuaire statistique 2008-2012* », 241p.
- [11] REPUBLIQUE DU NIGER. MINISTERE DES FINANCES. INSTITUT NATIONALE DE LA STATISTIQUE. MINISTERE DES FINANCES, 2012, « *Enquête Démographique et de Santé et à Indicateurs Multiples (EDSN-MICS IV)* », 460 p.
- [12] ADAMO A, 2012, « Mobilité résidentielle et processus d'étalement de la ville de Niamey (Niger), Thèse de doctorat. Université Abdou Moumouni de Niamey, 302 p.
- [13] FAO, 1997, « L'alimentation de rue en Afrique. Collection d'ouvrage vol.2 *"Aliments dans les villes"*, CURAD-AMIS et FAO, 12 p.
- [14] DILLE B, 2000, « Frontière et développement régional : impact économique et social de la frontière Niger-Nigéria sur le développement de la région de Konni », Thèse de doctorat, Université de Lumière Lyon 2, 302 p.
- [15] BOUBACAR AKALI H, 2007, « La petite restauration marchande dans la commune III de Maradi », Mémoire de maîtrise, UAM, 112 p.
- [16] STECK J-F, 2006, « La rue africaine, territoire de l'informel ? », pp 73-86. In: *Flux 4/2006 (n° 66-67)*. « *La rue, entre réseaux et territoire* ». [Online]. Disponible sur www.cairn.info/revue-flux-2006-4-page-73.htm. (June 20, 2012).
- [17] ABDOULAYE M G S, 2016, « Environnement de préparation et de vente des aliments de rue et santé des populations dans la ville de Parakou. Thèse de Doctorat, Université d'Abomey-Calavi, 184 p.
- [18] BREDELOUP S, 2012, « Mobilités spatiales des commerçantes africaines : Une voie vers l'émancipation », *Autrepart* (61), 2012, pp. 23-40. [Online], www.cairn.info (September 18, 2015)
- [19] MINISTERE DES FINANCES ET DU PLAN. NATIONS UNIS, 1994, « Enquête sur le budget et la consommation des ménages du Niger, phase urbaine », 1989-1990 volet B : alimentation et état nutritionnel de la population, 114 p.
- [20] RAYNAUT C, 1992, « Se nourrir en ville : stratégies économiques et pratiques sociales (le cas de Maradi, Niger) », in BLANC-PAMARD Chantal (éd.), *La santé en société. Regards et remèdes*, Collection Colloques et Séminaires. Paris : ORSTOM, pp. 141-198.
- [21] REPUBLIQUE DU NIGER. MINISTERE DE L'ECONOMIE ET DES FINANCES. INSTITUT NATIONALE DE LA STATISTIQUE, 2009, « Enquête nationale sur le budget et la consommation des ménages (ENBC III) », 2007/2008, rapport sur les indicateurs sociaux, mars 2009, 129 p.