

# Communication en Question

www.comenquestion.com

n° 14, Novembre / Décembre 2021

ISSN : 2306 - 5184

---

## **Les « métiers d'homme » pour l'autonomisation de la femme en Côte d'Ivoire : contribution de la communication pour le développement.**

132

*« Men's jobs » for women empowerment in Côte d'Ivoire, a contribution of development communication.*

---

**ALLANGBA Yéboué**

Enseignant-chercheur

Université Félix Houphouët-Boigny (Côte d'Ivoire)

Email : [dr.allangba.yeboue@gmail.com](mailto:dr.allangba.yeboue@gmail.com)

**KOUAKOU Kan Samuel**

Enseignant-chercheur

Université Félix Houphouët-Boigny (Côte d'Ivoire)

Email : [kouakouksamuel@gmail.com](mailto:kouakouksamuel@gmail.com)

## **Résumé**

La généralisation de l'extrême pauvreté en Côte d'Ivoire a entraîné la migration des femmes vers les métiers dits d'hommes notamment dans le secteur informel. Cet article présente une analyse de ce phénomène du point de vue de la communication. L'objectif est d'étudier la communication des acteurs en lien avec la perception et le comportement de tous, hommes et femmes, à l'égard des « métiers d'hommes ». A l'aide de théories essentiellement issues de la communication pour le développement et d'une méthodologie éminemment qualitative, on découvre d'abord que les actions de communication des autorités (à travers par exemple le ministère de la femme, de la famille et de l'enfant) n'ont donné les résultats escomptés. Ensuite, la communication interpersonnelle de la société ivoirienne, en général et singulièrement celle des proches des femmes n'est pas de nature à favoriser la migration de ces dernières dans les métiers d'hommes. Enfin, on remarque une communication quasi-inexistante des médias ivoiriens sur la question. Il convient donc de repenser une communication institutionnelle efficace incluant les médias capables de « conduire » davantage de femmes aux métiers d'hommes.

**Mots-clés :** Genre; Femme; Métiers d'hommes; Communication publique; Médias.

## **Abstract**

The expansion of extreme poverty in Cote d'Ivoire has caused women to get involved in so-called men's professions especially in the informal sector. This article analyzes this phenomenon from a communication standpoint. It aims at studying the communication of the stakeholders related to the perception and behavior of everyone, men and women, towards "men's professions". On the basis of development communication theories and a highly qualitative methodology, it is first discovered that official communication actions (for example, through the Ministry of Women, Family and Children) have not reached targeted results. In addition, interpersonal communication in the Ivorian society, generally and particularly that of the relatives of women, do not favor the involvement of those women in men's professions. Finally, there is almost no communication from Ivorian media. It is therefore necessary to define an effective institutional communication including the media that can take more women to men's professions.

**Keywords :** Gender; Woman; Men's professions; Public communication; Media.

## Introduction

La Côte d'Ivoire, à l'instar de nombreux autres pays africains en développement, est confrontée à la pauvreté généralisée (INS<sup>1</sup>, 2015). La pauvreté est perceptible autant chez les hommes que chez les femmes. Mais, « suivant les caractéristiques sociodémographiques, il apparaît que le taux d'extrême pauvreté est plus élevé chez les femmes (34,68%) » (INS, 2015, p 10). Afin de résoudre définitivement ce problème de pauvreté féminine, l'État ivoirien a mis en place de nombreuses structures dédiées à la lutte contre le sous-emploi et le chômage des femmes. Le principal cheval de bataille de toutes ces structures est l'autonomisation de la femme par des métiers et emplois rémunérateurs et non pénibles. Cependant, le constat est que malgré l'existence d'une communication institutionnelle, les disparités dans l'accès aux opportunités économiques persistent en Côte d'Ivoire (Banque mondiale, 2013, p. 16) où et les métiers restent frappés du sceau du genre (Yao, 2018). Par exemple, la coiffure, la couture pour femme et enfants sont exercées majoritairement par les femmes<sup>2</sup>, tandis que la mécanique auto, la maçonnerie et la conduite d'automobile de transport en commun sont l'apanage exclusif des hommes.

En effet, depuis de nombreuses années, en France par exemple, les métiers étaient « sexués » et les métiers d'hommes s'opposent aux métiers à forte dominante féminine où les femmes restent cantonnées à certains types de métiers (Thomasset et Bizel-Bizellot, 2013). Il y a donc des « métiers d'homme » et des « métiers de femme ». Les métiers d'homme se définissent et se caractérisent par leur virilité (Le Grand Robert, 2017). Aujourd'hui, ce n'est plus le cas, car on assiste à une migration des sexes d'un métier vers un autre comme c'est le cas en France (Grozier et Labourie-Racape, 1983). La communication sociale a-t-elle contribué au changement

<sup>1</sup> Institut National de la Statistique, Organisme central du système national de la statistique en Côte d'Ivoire

<sup>2</sup> Espoir 2000, un groupe musical ivoirien, a intitulé un de ses titres « la série C » ; pour stigmatiser les jeunes filles qui choisissent exclusivement l'apprentissage des métiers de couturière, de coiffeuse ... qualifiés de « métiers de femmes », lorsqu'elles n'ont pas pu continuer leurs études pour diverses raisons.

de comportement des Ivoiriennes dans leur migration vers les « métiers d'homme » ? Les médias ont-ils joué un rôle dans la quête de mobilisation de la gent féminine en faveur des métiers dits d'hommes. Quelle place donner aux messages dans un tel processus ?

Le chômage grandissant et l'extrême pauvreté sont une menace pour la femme qui se réfugie dans les « métiers d'hommes » qui constituent une source inestimable d'emplois pour de nombreuses femmes (Gavoille, Lebègue, et Parnaudeau, 2014). Mais pour que ces dernières adhèrent et les pratiquent, il a été indispensable de lever les préjugés et les stéréotypes négatifs liés aux métiers « sexués » qui ont cours chez les femmes. L'objectif général de ce travail est d'étudier la communication des acteurs en lien avec la perception et le comportement des hommes et femmes à l'égard des « métiers d'hommes ».

Deux théories ont été convoquées dans le cadre cette recherche : la théorie de Communication pour le Changement Social de Comportement (CCSC) et la théorie de l'apprentissage social qui reconnaît « l'interaction entre une personne et son environnement. La première est citée dans une approche socio-écologique du changement (Renaud et Lafontaine, 2018). Ici, le changement de comportement d'un individu s'appréhende comme le fait pour celui-ci de passer d'un état à un autre ; il est « caractérisé par la modification d'une action et d'une façon de se comporter » (Boudreau, 2002, p.2). Cela s'inscrit également dans une perspective socioconstructiviste et systémique puisque l'individu vit dans un environnement dynamique où il est nécessairement influencé (Absil, Vandoorne et Demarteau 2012). En définitive, le changement de comportement de la gent féminine souhaitée par les structures étatiques et internationales en vue de son autonomisation, dépend « du changement de comportement de toute la société [ivoirienne], de ses normes, de ses croyances et de ses comportements ». (JHCCP<sup>3</sup>, 2015, p.18).

Pour Bourdieu (1998), tout est dans notre *habitus*, c'est-à-dire ce que nous avons connu et vécu dans le champ social caractérisé par des rapports de domination symbolique que le champ soit culturel ou économique. Dans un tel contexte, les activités et

---

<sup>3</sup> Johns Hopkins Center for Communication Programs

stratégies de communication sont susceptibles de favoriser des habitudes de comportement chez des agents sociaux. On pourrait en déduire que l'adoption par les femmes des métiers d'homme, elle-même née de l'ensemble des relations sociales, est le fruit d'interprétation du monde social.

Deuxièmement, on opte pour la théorie de l'apprentissage social qui reconnaît « l'interaction entre une personne et son environnement. » (JHCCP, 2015, p.26). Son usage s'avère indispensable dans la conduite de projets d'autonomisation de la femme par les « métiers d'homme ». En effet, « l'environnement extérieur est l'endroit où une personne peut observer une action, en comprendre les conséquences et trouver la motivation de la reproduire et de l'adopter » (JHCCP, 2015, p.26). En outre, le « comportement est influencé par des facteurs structurels, comme la disponibilité du service et surtout la volonté politique de lutter contre la pauvreté de l'Etat, ainsi que par des facteurs sociaux, comme les normes sociales et l'influence des pairs » (JHCCP 2015, p.27). En définitive, l'effet sur les individus « peut être fait à travers des personnes modèles qui popularisent les comportements souhaités en les pratiquant et en montrant les avantages qui en résultent. Les personnes modèles peuvent être des personnes réelles ou des personnages fictifs, représentés par différents canaux médiatiques par exemple (JHCCP, 2015, p.29) ».

En un mot, la communication constitue une alternative pour motiver la gent féminine dans l'optique de migrer vers les emplois dits-réservés aux hommes. C'est pourquoi, pour JHUCCP, (2015), les femmes évoluant généralement dans un environnement social fait de préjugés et de stéréotypes défavorables ont besoin d'être rassurées par la communication et par des informations adéquates. Afin de mener à bien ce travail, nous avons adopté le cadre méthodologique que nous présentons dans les lignes suivantes.

## **1.- Matériels et méthodes**

Pour mener à bien cette recherche, l'étude documentaire et l'enquête par guide d'entretien ont été privilégiés. Concernant l'étude documentaire, d'emblée, un ensemble de structures intervenant dans le domaine de la lutte contre la pauvreté des femmes au plan local comme au plan international ont été

identifiées. Sur le plan local, il s'agit de la direction générale de l'Emploi du Ministère de l'Emploi et de la Protection Sociale (MEPS), la direction du « Programme d'Autonomisation de la Femme » au Ministère en charge de la Famille de la Femme et de l'Enfant (MFFE), l'Agence d'Etude et de Promotion de l'Emploi (AGEPE), le Ministère chargé de la Promotion de l'Emploi des Jeunes (MPEJ) et la direction des Petites et Moyennes Entreprises (PME) au Ministère de l'Industrie et des PME (MIPME), le Ministère de l'Enseignement Technique, de la Formation Professionnelle et de l'Apprentissage et enfin l'Institut National de la Statistique. Sur le plan international, la Banque Africaine pour le développement et la Banque Mondiale ont servi de cadre d'étude. Au total, toutes ces structures ont permis de réunir un corpus de quinze documents administratifs traitant à la fois des thématiques relatives à l'état de pauvreté ou de chômage des femmes tout comme des questions de stratégies de lutte contre la pauvreté ou le chômage des femmes.

Concernant l'enquête par guide d'entretien, trois guides d'entretien semi-directifs ont permis de recueillir des informations. Ainsi, le premier a permis de recueillir les actions des principaux acteurs de l'emploi au plan étatique. Ce sont le directeur général de l'Emploi au Ministère de l'Emploi et de la Protection Sociale (MEPS), la directrice du « Programme d'Autonomisation de la Femme » au Ministère en charge de la Famille de la Femme et de l'Enfant (MFFE), le chargé de communication de l'Agence d'Etude et de Promotion de l'Emploi (AGEPE), un conseiller technique du Ministère chargé de la Promotion de l'Emploi des Jeunes (MPEJ) et le directeur des Petites et Moyennes Entreprises (PME) au Ministère de l'Industrie et des PME (MIPME). Le second a été mené auprès de cinq femmes exerçant les « métiers d'hommes » afin de faire ressortir leurs avis et opinions sur le métier qu'elles exercent. Le troisième a permis d'interviewer dix autres individus, à raison de cinq femmes et cinq hommes. Ces derniers ont été sélectionnés par hasard afin d'avoir l'opinion de la société sur la question.

L'étude a été conduite dans la capitale économique ivoirienne Abidjan. Cette agglomération contribue à elle seule pour 9,3% à la pauvreté et l'extrême pauvreté du pays (INS. 2015). Toutes les couches de la population abidjanaise sont touchées par la pauvreté. On y retrouve tous les corps de métiers d'homme. Ainsi, à Abidjan, après trois mois de recherche dans le secteur informel, retiendra-t-

on, cinq corps de métier d'homme où, au moins, une femme y exerce. Ce sont : la mécanique-auto, la conduite de minibus « Gbaka »<sup>4</sup>, la maçonnerie, la sécurité (vigile) et la coiffure pour homme. Les interviews ont eu lieu sur le site de travail des enquêtées situés dans trois communes du district d'Abidjan : Abobo, Yopougon et Port-Bouet.

En effet, cinq femmes, dont l'âge varie de 17 à 23 ans, exerçant dans chacun des corps de « métiers d'homme » cités ont accepté de se prêter à nos questions. Nous appellerons ces femmes respectivement par leurs initiales : A K, conductrice de minibus ; BD, maçonne ; PF, agent de sécurité (vigile) ; CM, coiffeuse d'homme ; G B, mécanicienne auto. De même, cinq autorités administratives et politiques en charge des problèmes de l'emploi et la réduction de la pauvreté ont été interviewées. Ce sont : le directeur général de l'Emploi au Ministère de l'Emploi et de la Protection Sociale (MEPS), la directrice du « Programme d'Autonomisation de la Femme » au Ministère en charge de la Famille de la Femme et de l'Enfant (MFFE), le chargé de communication de l'Agence d'Etude et de Promotion de l'Emploi (AGEPE), un conseiller technique du Ministère chargé de la Promotion de l'Emploi des Jeunes (MPEJ) et le directeur des Petites et Moyennes Entreprises (PME) au Ministère de l'Industrie et des PME (MIPME). Parallèlement, les 10 autres individus ont été interviewés.

## **2.- Présentation des résultats**

### **2.1.- Une situation de communication limitée**

#### **2.1.1.- Une communication timide des autorités ivoiriennes**

Tout d'abord, on assiste à une divergence des statistiques concernant la situation de l'emploi en Côte d'Ivoire d'une institution à l'autre. Ainsi, selon un rapport de la Banque Africaine de Développement, 2016, p. 16), dans la plupart des jeunes, seuls « 10 % et 15 % des jeunes occupent un emploi rémunéré, tandis que 30 % à 50 % occupent des emplois précaires ». Mais pour l'État de

<sup>4</sup> Appellation commune de mini bus inter- communal transportant au moins 16 passagers, approprié essentiellement par des hommes

Côte d'Ivoire : «il ressort que le taux de chômage élargi est de 9,4% pour l'ensemble de la population ». Le taux de chômage des jeunes de 14-24 ans est de 13,8% et celui des jeunes de 14-35 ans est de 12,2% » (Gouv.ci, 2018). Quoiqu'il en soit, l'évidence du chômage est une réalité en Côte d'Ivoire. Le chômage sévit et il est plus accentué chez les femmes (Banque Mondiale, 2019).

On notera donc ensuite la méconnaissance des politiques et actions des structures officielles par des femmes ivoiriennes. En la matière, le Ministère ivoirien en charge de la femme, dans sa politique du genre, consacre à la femme un programme d'autonomisation économique en partant du principe que « promouvoir l'autonomisation économique des femmes, c'est avant tout promouvoir la participation pleine et entière des femmes au devenir de leur société ... pour favoriser le développement durable » (Vallée, 2011, p.2). Or, l'étude montre que, du fait des stéréotypes, au moment du choix d'orientation vers la formation technique, certains métiers sont "interdits" aux femmes par la tradition aux motifs qu'ils ont une image plus virile ; donc réservés aux hommes. Il manque donc une stratégie efficace pour communiquer cette vision aux populations, notamment aux femmes. Et on se contente de constater: « malheureusement, on ne comprend pas pourquoi les femmes ne choisissent pas les « métiers d'homme », lorsque les concours de recrutement dans les centres techniques et professionnels sont lancés » regrette le Conseiller technique du MPEJ. « C'est parce qu'il n'y a pas de communication spécifiquement adressée à la femme, pour l'inciter à s'orienter dans les métiers d'homme » répond la Directrice du « programme d'autonomisation de la femme » au MFFE.

Enfin, il y a un manque de suivi dans la politique d'apprentissage des structures en charge de lutter contre la pauvreté des femmes. « Quand bien même que, quelques rares femmes choisissent et reçoivent la formation technique et professionnelle dans les « métiers d'homme », à la fin, elles disparaissent du paysage de l'emploi. Que deviennent-elles ? » Constate et s'interroge le Chargé de communication de l'AGEPE.

En dépit de tout, des solutions sont envisagées : « les PME sont le creuset de la formation des femmes aux métiers d'homme, car l'apprentissage se fait à la carte, en plus il y a une proximité parentale entre le formateur et la formée, ce qui fait que la barrière

linguistique saute ou est atténuée » fait remarquer le Conseiller technique du MPEJ. « En plus du lien parental qui les unit ; il y a une forte probabilité de protection de la femme des stéréotypes et autres préjugés subis par le formateur » affirme le Chargé de communication de l'AGEPE.

Ce sont donc moins les actions qui constituent le problème. Mais bien plus, on note une insuffisance de la communication institutionnelle de la part des différentes structures étatiques. La communication publique est loin d'avoir constitué un atout pour accompagner les actions entreprises par l'Etat ivoirien dans son intention transmettre aux jeunes femmes l'adoption des métiers dits d'hommes.

### **2.1.2.- Une communication interpersonnelle de la société consacrant les métiers sexués**

La tradition anthropologique de la société ivoirienne met en évidence, comme le rappelle par ailleurs Bourdieu (1998) décrivant les modalités culturelles de la construction sociale des corps, avec une structure très sexuée de la division du travail. En effet, dans ses composantes, toute la société intègre à souhait cette division du travail. Pour Couppié et Epiphane (2006, p. 12), « la progression spectaculaire des scolarités féminines n'a pas ébranlé les lois de la reproduction sociale, puisque les filles continuent, grosso modo, à s'orienter vers les mêmes filières que les générations précédentes ».

Ainsi, la Côte d'Ivoire n'échappe pas à la réalité de la culture qui demeure encore un frein pour tous. La majorité des ivoiriennes exercent encore dans les métiers étiquetés de « femme » tels que : la coiffure pour dames, la couture, le commerce de produits vivriers, etc. À ce sujet, les témoignages de nos enquêtées sont plus que révélateurs de beaucoup de difficultés. Les difficultés ou obstacles franchis par ces « femmes-hommes » sont nombreux. Ils ont été déjà rapportés par le journaliste-reporter Yao (2018) et corroborés par cette étude. En effet, les « femmes-garçons » sont victimes de railleries, de refus de recourir à leur service et compétence. Le même constat : « certains me disent de retourner dans la cuisine, car c'est là la place de la femme » affirment en chœur la conductrice de minibus et la vigile. Selon la coiffeuse d'homme, « au début, des hommes refusaient que je les coiffe ». La mécanicienne et la

maçonne ont été aussi confrontées ces préjugés et railleries. « Des conducteurs ou propriétaires de véhicules en panne, interpellèrent sèchement mon patron quand ils me voyaient entrain de dépanner leur voiture » affirme G B, la mécanicienne auto. Quand à A K, conductrice du minibus : « au début les gens montaient dans mon minibus, mais lorsqu'ils s'aperçoivent que le conducteur est une femme ; certains redescendaient rapidement avant que je ne démarre ».

Quant aux cinq (5) hommes interrogés, ils apprécient diversement le travail des « femme- garçons ». Tandis que certains se fondent en « admiration » et « félicitation pour leur courage », d'autres n'approuvent pas ce choix. « La place de la femme, c'est d'abord le foyer » et « si elles veulent travailler, il est mieux qu'elles s'orientent vers des métiers qui leur sont traditionnellement dévolus » ; c'est-à-dire « la coiffure, la couture... ». Cette stratification du travail se consacre à une autre échelle notamment chez les amis et les parents des femmes. En effet, cinq (5) femmes n'exerçant pas dans le métier d'homme, interrogées ont toutes presque la même réaction. Pour elles, chaque sexe doit s'attacher à son métier et non l'inverse. Pour corroborer leur position l'une d'entre elles dira : « ce sont des métiers salissants et nécessitant de la force ». En définitive, elles tiennent à « leur image de femme raffinées » et désapprouvent celles qui ont choisi cette voie. Elles sont catégoriques : « jamais moi ou ma sœur n'exercerons de tels métiers ».

### **2.1.3.- Une absence de communication des médias**

Certainement que l'absence des médias dans le processus d'adoption par les femmes des métiers d'hommes a participé à la naissance d'attitudes néfastes autour de la question. On constate ainsi l'ignorance des « effets persuasifs de l'information, et plus particulièrement l'influence des médias sur l'établissement de l'ordre du jour des problèmes dont on parle ; ce que l'on désigne dans la terminologie anglosaxonne par « *agenda setting function* » (R. Rieffel, 2015, p. 31). Ceux en charge de la question ont reconnu l'absence de la communication sans toutefois user des moyens pourtant à leur disposition comme l'usage médias au service de l'Etat. La télévision, la radio ou la presse à travers respectivement

RTI1<sup>5</sup>, Radio Côte d'Ivoire et Fraternité matin auraient pu constituer de puissants canaux de communication pour véhiculer des messages sur la question du chômage des femmes. Mais hélas, mais si l'analyse documentaire nous permet de citer certaines traces d'émission consacrées à la question, il n'en demeure pas moins que les femmes enquêtées ne reconnaissent pas la part des médias dans le choix du métier d'homme qu'elles exercent.

Par exemple, les actions de communication et d'information initiées par le gouvernement se limitent à faire usage des médias d'Etat pour diffuser des communiqués de concours d'entrée dans différentes structures. Le message indique simplement le type de métier, la date, le lieu du concours, le niveau scolaire ou le diplôme requis et les dossiers à fournir pour candidater. Le communiqué ne constitue nullement une motivation ou un encouragement à l'endroit des filles. Ainsi, pour les femmes enquêtées, ni la télévision, ni la radio ni la presse n'ont constitué des moyens d'influence. En amont, un changement d'attitude et de comportement des femmes à l'égard des « métiers d'hommes » est une exigence que la communication pour le changement de comportement (CCC) doit relever. Ici, la quête d'information, de communication et d'éducation s'avère être indispensable pour tous. Carlier et Marlier (2016, p. 287) pensent que « les nouveaux médias et réseaux sociaux jouent un rôle important dans la mise en avant des initiatives et les rendent visibles au grand public ». Au contraire, les entretiens ont pu permettre de déterminer d'autres facteurs ayant concouru à adopter ces métiers d'hommes.

## **2.2.- Adoption des métiers d'hommes par les femmes : les facteurs de résilience**

### **2.2.1.- La survie comme facteur d'adoption**

Mais, face à l'aggravation de la pauvreté et de l'extrême pauvreté dans la gent féminine, on assiste de plus en plus à une migration des femmes dans les « métiers d'homme ». En effet, ces métiers se présentent de plus en plus à la femme comme une alternative. Désormais, elles abandonnent les stéréotypes et la

<sup>5</sup> RTI1 signifie Radiodiffusion Télévision Ivoirienne. Et RTI1 est la première chaîne de télévision généraliste publique de la Côte d'Ivoire

tradition et embrassent des métiers d'homme en Côte d'Ivoire. Le moteur de cette persévérance réside certainement dans des gains prioritairement économiques. Chacune des cinq femmes interrogées affirment y trouver leur compte. Par exemple, la vigile affirme prendre financièrement en charge sa famille à Abidjan et au village. Il en est de même pour la maçonne qui dit fièrement « je suis désormais autonome pour satisfaire mes besoins et ceux de mon fils, qui au collègue ».

### **2.2.2.- Le suivisme comme facteur d'adoption**

« Quand une fille dit qu'elle veut faire de la mécanique, ses parents lui disent souvent que ce n'est pas un métier de femme » (Thomasset et Bizel-Bizellot, 2013, p. 2). « Les femmes exerçant des métiers masculins sont dans leur grande majorité nées dans un milieu où leur métier est déjà pratiqué par un membre de la famille... Généralement, le père fait déjà partie de ce secteur d'activité, ou alors la mère exerce un métier dans un domaine masculin » (Mosconi et Dahl-Lanotte, cités par Batt, 2005, p. 2). Il s'agit donc de perpétuer une tradition familiale indispensable pour surmonter les nombreux obstacles ou difficultés qui se dressent devant elles. Ainsi, l'agent de sécurité (vigile) a imité son père, ancien militaire ; et la maçonne a fait « comme mon frère aîné, maçon de son état ».

### **2.2.3.- L'amour du métier comme facteur d'adoption**

En termes de motivation, il ressort que le choix et l'exercice de ces métiers, en majorité informelle, par trois des femmes relèvent purement « d'un amour personnel » du métier choisi. La conductrice A. K. et C.M., la coiffeuse pour homme, affirment s'être « lancées dans le métier car elles rêvaient de devenir ce qu'elles sont devenues ». Au total, le fait, pour certaines Ivoiriennes, de sortir de l'ordinaire pour exercer un métier autre que celui qui leur est habituellement étiqueté est un défi et une brèche non seulement pour leur propre image mais aussi pour celle du métier traditionnellement réservés et exercés par les hommes.

### 3.- Discussion et propositions

#### 3.1.- Discussion

Les métiers étaient ainsi « sexués », « genrés ». Les stéréotypes de genre ont persisté dans la société jusqu'à une récente époque. Les croyances sur les différences entre les hommes et les femmes, leurs compétences, leurs attitudes psychologiques, leurs ambitions, leurs comportements sont difficilement remis en question car ils font partie de l'identité des individus. Les stéréotypes de genre servent de repères pour apprécier les comportements des hommes et des femmes. On note par exemple, qu'en France, la structure des emplois dans la branche Hébergement et Restauration tend à se féminiser (Ministère français de l'artisanat, du commerce et du tourisme, 2013).

En effet, en Occident, avec l'éducation et le combat des féministes, les mentalités ont bougé et changé. Longour (2012) montre les initiatives des entreprises pour convaincre les filles de ne pas s'interdire les "métiers d'homme". Ainsi, depuis plusieurs décennies déjà, l'on constate que la situation du métier n'est plus figée ; « la « ségrégation » a un peu diminué » (Thomasset et Bizel-Bizellot, 2013, p. 3).

En Afrique par contre, la persistance du poids de la tradition et la faible scolarisation de la population, surtout féminine, perpétuent les stéréotypes de genre. Ici, les métiers ont toujours des « sexes ». Au total, en Côte d'Ivoire, des pratiques discriminatoires maintiennent les femmes dans une situation de vulnérabilité. Selon le rapport des consultations de la Banque Mondiale sur le genre en Côte d'Ivoire (2013), dans le pays,

« la femme reste toujours marginalisée avec un statut de plus en plus fragilisé aujourd'hui par la situation sociopolitique. Les données de l'Institut National de la Statistique mettent en exergue leur extrême pauvreté : 75% des femmes rurales vivent en dessous du seuil de pauvreté ».

(Banque Mondiale, 2013, p. 4)

En définitive, les femmes qui s'engagent dans un métier d'homme sont en rupture avec « l'image que la société leur attribue par le biais des stéréotypes » (Batt, 2005, p.1). De ce fait, ces femmes « non conventionnelles » assument le poids des stéréotypes de « cet apartheid sexuel » (Batt, 2005, p.1). Dans sa politique de lutte contre le chômage généralisé, l'Etat de Côte d'Ivoire a adopté une politique de formation technique et professionnelle adressée à tous : homme, jeune et femme.

Ainsi, de nombreuses structures d'encadrement et de formation formelles telles que les écoles, les centres et les instituts techniques et professionnels ont été créés pour accueillir tous ceux qui veulent embrasser un métier. Quant à la population ivoirienne constituée d'analphabètes, elle a choisi la formation sur le tas. Ici, le choix du métier se fait beaucoup plus par « amour » pour certains et par « imitation » pour d'autres. Le choix ou l'orientation vers un métier, ce n'est généralement pas le fait de la communication de l'État. Pour échapper au chômage qui les maintient dans une pauvreté endémique, certaines femmes ont choisi de braver certains stéréotypes liés au genre et ont décidé d'embrasser des « métiers d'homme ». En choisissant un métier « atypique », vu et connoté comme habituellement masculin, ces femmes, selon Mosconi et Dahl-Lanotte, cités par Batt, (2005), sont dans un rejet de leurs stéréotypes. Conséquence, elles sont mal vues, traitées de « femme-garçon ». Dans un tel contexte, comment la communication peut-elle contribuer au changement de comportement ?

La communication pour le développement représente ici un instrument pour renforcer le rôle de la communication et de l'information en tant qu'outil essentiel pour parvenir à un développement axé sur les femmes. Dans le contexte actuel, elle renferme une double réalité. D'une part, la communication pour le développement est un outil juridique qui prône l'égalité entre les sexes ainsi que l'élimination de toutes les formes de discrimination contre les femmes et représente à la fois une composante essentielle des moyens d'intervention de plusieurs organisations des Nations Unies (McCall, 2010). D'autre part, elle devient un instrument stratégique qui consiste en une utilisation adéquate des mass-médias pour fournir aux femmes les outils dont elles ont besoin pour s'approprier leur développement économique en termes de création d'emplois. De façon spécifique, il faut prôner des méthodes de la

communication pour le développement qui facilitent l'établissement de liens, accroissent les connaissances et la sensibilisation, développent les capacités en ressources humaines des femmes dans un contexte de migration vers les emplois d'hommes, tout en modifiant les comportements et les pratiques dans le sens d'adoption des comportements souhaités (McCall, 2010). Zémor (2008) envisage la communication publique qu'il assimile à un processus de décision publique simple et rationnel.

### **Conclusion**

En Côte d'Ivoire, la pauvreté des femmes engendrée par le chômage a permis à certaines d'entre elles de s'orienter les métiers d'homme comme le désirent les structures gouvernementales. Mais, la communication pour le développement a-t-elle contribué au changement de comportement des Ivoiriennes dans cette migration vers les « métiers d'homme » ?

L'étude montre qu'en réalité, en Côte d'Ivoire, les métiers restent « sexués » avec une timide migration des femmes vers les métiers d'hommes. La politique de communication de l'État à travers la communication institutionnelle ou la communication publique des divers ministères n'a pas permis de relever ce défi. La communication interpersonnelle de la société consacre les métiers sexués avec une absence de communication des médias. Les facteurs d'adoption restent la survie, le suivisme ou l'amour du métier. Pour y remédier, il est nécessaire de mettre en œuvre une véritable stratégie de communication pour le développement.

### **Bibliographie**

Absil, G, Vandoorne, C, et Demartean, M. (2012). Bronfenbrenner, l'écologie du développement humain : réflexion et action pour la promotion de la santé. *Revue Education, Santé, Sociétés, Vol. 1 (2)*.

Banque Mondiale (2013). Être femme en Côte d'Ivoire : quelles stratégies d'autonomisation?. *Rapport des consultations de la Banque mondiale sur le genre*. Washington : Banque Mondiale.

Batt, M. (2005). Les femmes et les métiers masculins, engagement et cognition. *Éduquer, numéro 10, 2005*. Repéré à <http://journals.openedition.org/rechercheseducations/373>.

Boudreau, G. (2002). *Le changement de comportement en général*. Moncton, Canada : Université de Moncton. Repéré à <https://g3nutritiondiabete.org/site/wp-content/uploads/E.-Lect-Boudreau-G-Changement-comportement.pdf>.

Bourdieu, P. (1998). *La Domination masculine*. Paris, France : Seuil.

Carlier, A. et Marlier, A. (2016). Choix de femme pour métier (dit d'homme, quand la démarche collective soutient les possibles individuels. *Les Cahiers Internationaux de Psychologie Sociale, numéro 110 (2)*, 271-29.

Couppié, T. et Epiphane, D. (2006). La ségrégation des hommes et des femmes dans les métiers : entre héritage scolaire et construction sur le marché du travail. *Revue française de sciences sociales, Formation emploi, 93*, 11-27.

Dictionnaire le Grand Robert. (2017). *Métier et Professions*. Paris, France : Le Robert.

[Gavoille, F., Lebègue, T. et Parnaudeau, M \(2014\). Le métier a-t-il toujours un genre ? Une question de Génération, EMS Editions « Question\(s\) de management » 2014/2 n° 6, 111-123. Repéré à https://www.cairn.info/revue-questions-de-management-2014-2-page-111.htm.](https://www.cairn.info/revue-questions-de-management-2014-2-page-111.htm)

Gouv.ci (2013). Données statistiques sur l'emploi en Côte d'Ivoire : l'AGEPE restitue les résultats de l'enquête 2012. *FLASH INFOS*, du 12/07/2013. Repéré à <https://www.gouv.ci/histoire.php>.

Groupe de la Banque Africaine de Développement. (2016). *Stratégie du Groupe de la Banque pour l'emploi des jeunes en Afrique 2016-2025*. Abidjan, Côte d'Ivoire : BAD. Repéré à <https://www.afdb.org/fileadmin/uploads/afdb/Documents/Boards->

[Documents/Strat%C3%A9gie du Groupe de la Banque pour l'emploi des Jeunes en Afrique 2016-2025.pdf.](#)

[Grozier, A.M. et labourie-Racape, A. \(1983\). L'accès des femmes aux emplois traditionnellement masculins, perspectives de la formation, dossier de recherche n° 8, AFPA, 55-66. Repéré à \[https://travail-emploi.gouv.fr/publications/Revue Travail-et-Emploi/pdf/25\\\_2289.pdf\]\(https://travail-emploi.gouv.fr/publications/Revue\_Travail-et-Emploi/pdf/25\_2289.pdf\).](#)

[Institut National de Statistique \(2015\). Enquête sur le niveau de vie des ménages en Côte d'Ivoire ENV 2015, Abidjan, Côte d'Ivoire : INS.](#)

Johns Hopkins Center for Communication Programs (2015). *La communication pour le changement social et comportemental de la santé sexuelle et reproductive destinée aux adolescents en milieu urbain: Manuel de mise en œuvre*. Baltimore, EUA: Johns Hopkins University Press.

Repéré à

[https://www.thecompassforsbc.org/sites/default/files/strengthening\\_tools/Urban%20Adolescent%20SRH%20SBCC%20I-Kit.%202016.%20French.pdf](https://www.thecompassforsbc.org/sites/default/files/strengthening_tools/Urban%20Adolescent%20SRH%20SBCC%20I-Kit.%202016.%20French.pdf).

148

Koffi, K. D. (1994). Le chômage des jeunes en Côte d'Ivoire. Rapport de la commission Ad' hoc du Conseil économique et social de la Côte d'Ivoire (CES-CI). Abidjan, Côte d'Ivoire : CES-CI. Repéré à [http://ces.ci/uploads/saisine\\_avis/rapport-le-chomage-des-jeunes-en-cote-d-ivoire.pdf](http://ces.ci/uploads/saisine_avis/rapport-le-chomage-des-jeunes-en-cote-d-ivoire.pdf).

Longour, M. (2012). Orientation des filles : pourquoi pas ingénieure ou conductrice de grue ? *Actu*, réussir ma vie. Repéré à [https://www.reussirmavie.net/Orientation-des-filles-pourquoi-pas-ingenieure-ou-conductrice-de-grue\\_a1364.html](https://www.reussirmavie.net/Orientation-des-filles-pourquoi-pas-ingenieure-ou-conductrice-de-grue_a1364.html).

McCall, E. (2010). *La communication pour le développement, accroître l'efficacité des Nations Unies*. New York : United Nation Development Programme Bureau for Development Policy Democratic Governance Group. Repéré à <https://unsdg.un.org/sites/default/files/c4d-effectiveness-of-UN->

[FR.pdf#:~:text=Plus%20qu'une%20simple%20stratégie,échelon%20local%2C%20national%20et%20régional.](#)

Ministère de l'Artisanat, du Commerce et du Tourisme (2013). *Memento du tourisme*. Paris, France : Édition Nicole Merle-Lamoot, Gilles Pannetier. Repéré à [https://www.entreprises.gouv.fr/files/files/directions\\_services/etudes-et-statistiques/stats-tourisme/memento/2013/2013-11-chap1-memento-tourisme.pdf](https://www.entreprises.gouv.fr/files/files/directions_services/etudes-et-statistiques/stats-tourisme/memento/2013/2013-11-chap1-memento-tourisme.pdf).

Office Québécois de la Langue Française. (2017). *Le Grand Dictionnaire Terminologique. Métiers et Professions*. Québec : Office Québécois de la Langue Française.

Renaud, L. et Lafontaine, G. (2018). *Guide pratique : Intervenir en promotion de la Santé à l'aide de l'approche écologique*, Montréal : Réseau francophone international pour la Promotion de la santé, Collection Partage.

Rieffel, R. (2015). *Sociologie des médias* (4<sup>ème</sup> édition). Paris, France : Ellipses Éditions Marketing.

149

---

Thomasset, F et Bizel-Bizellot, A. (2013). « Métiers d'homme » ou « Métiers de femme », les clichés ont la vie dure. *La Croix*, du 13 décembre 2013. Repéré à <http://www.la-croix.com/Actualite/France/Metiers-d-homme-ou-metiers-de-femme-les-cliches-ont-la-vie-dure-2013-12-13-1075550>.

Vallée, S. (2011). *L'autonomisation économique des femmes dans l'espace francophone, Projet de rapport*, Kinshasa : Réseau des femmes parlementaires. Repéré à [https://apf.francophonie.org/IMG/pdf/2011\\_07\\_femmes\\_Rapport\\_autonomisation.pdf](https://apf.francophonie.org/IMG/pdf/2011_07_femmes_Rapport_autonomisation.pdf).

Yao, F. (2018). Femmes à métiers d'hommes : entre audace et ténacité (portrait). *Agence Anadolu du 08.03.2018*. Repéré à <https://www.aa.com.tr/fr/afrique/c%3%B4te-d-ivoire-femmes-%3%A0-m%3%A9tiers-d-hommes-entre-audace-et-t%3%A9nacité%3%A9-portraits/1083225>.

[Yeclo. Com. \(2018\). Côte d'Ivoire, « Taux de chômage 70 et 90% », voici les vrais chiffres de la BAD. Yeclo.com du 27 octobre 2018. Repéré à https://www.yeclo.com/exclusif-cote-divoire-taux-de-chomage-entre-70-et-90-voici-le-vrai-rapport-de-la-bad/.](https://www.yeclo.com/exclusif-cote-divoire-taux-de-chomage-entre-70-et-90-voici-le-vrai-rapport-de-la-bad/)

Zémor, P. (2008). *La communication publique*. Paris, France: PUF, coll. Que sais-je?