



L'AUTONOMISATION ÉCONOMIQUE ET SOCIALE DES FEMMES DE LA MÉDINA DE MAHDIA

ETUDE SOCIOLOGIQUE MENÉE AUPRÈS DES COMMERCANTES
& ARTISANES DE LA MÉDINA DE MAHDIA

Sommaire

Introduction	7
Résumé analytique	8
I. Présentation de l'étude	9
1. Contexte et justification	10
2. Objectifs de l'enquête.	14
2.1.Principaux objectifs.	14
2.2. Objectifs spécifiques	15
3. Objectifs de l'enquête.	16
3.1. Déroulement de l'enquête qualitative	16
3.1.1. Exploration du terrain de l'étude et collecte des données qualitatives.	16
3.1.2. Les principaux axes de l'étude qualitative	17
3.2. Déroulement de l'enquête quantitative.	18
3.2.1. Les principaux axes de l'étude qualitative	19
3.2.2. Les principaux axes de l'étude qualitative	21
3.2.3. Les principaux axes de l'étude qualitative	21
3.2.4. Codification et apurement des deux bases de données	23
II. Analyse des données	24
1. Présentation des résultats de l'enquête qualitative	25
1.1. Aperçu historique de la Médina de Mahdia	25
1.1.1. Configuration spatiale de la médina de Mahdia : une architecture riche de sens	26
1.1.2. Transformations urbaines et processus de changements socioéconomiques.	27
1.2.Aperçu historique de la Médina de Mahdia.	28
1.2.1. Les femmes au cœur du processus de patrimonialisation : la transmission du savoir-faire artisanal.	29
1.2.2. Les associations de la société civile à Mahdia vecteurs d'une préservation intégrée du patrimoine local	31
1.2.3. La municipalité de Mahdia acteur incontournable dans la conception et la mise en œuvre du processus de patrimonialisation.	32
1.3. Femmes artisanes : typologie et enjeux socioculturels voire symbolique	34
1.3.1. Femmes de Skifa El Kahla : qui sont-elles ?	34
1.3.2. Typologie des femmes de Skifa Elkahka	34
1.3.2.1. Femmes artisanes carriéristes	34
1.3.2.2. Femmes artisane-entrepreneuses indépendantes	36
1.3.3. Femmes artisane-entrepreneuses indépendantes	37
1.3.4. De l'appropriation à la résistance	38
1.4. Autour de la Skifa El kahla des enjeux de préservation multiformes	39
1.4.1. La Skifa el Kahla un produit incontournable pour le tourisme local	39

1.4.2. Préserver le site de Skifa El kahla est un défis patrimonial occultant les intérêts des femmes artisanes	40
1.4.3. La municipalité et les femmes artisanes de Skifa El Kahla : vers un compris inachevé . .	41
1.5. Des femmes artisanes en dehors de Skifa El Kahla : vers une autonomisation économique prometteuse	42
1.5.1. Les femmes diplômées entrepreneuses : parcours et défis d'inclusion économique . .	42
1.6. Femmes artisanes aux foyers : une plus-value symbolique et économique	43
1.7. Surmonter les obstacles quant à l'inclusion économique des femmes artisanes	44
1.7.1. Difficultés liées à l'octroi des microcrédits : femmes dans les couloirs d'attente Haut du formulaire	44
1.7.2. Difficultés liées à la disponibilité des espaces : vers une négociation d'un espace commun Haut du formulaire	45
2. Présentation des résultats de l'enquête quantitative	47
2.1. Trajectoires professionnelles et situations personnelles	47
2.1.1. Trajectoires professionnelles des commerçantes / artisanes	48
2.1.2. Trajectoires professionnelles des commerçantes / artisanes	53
2.1.2.1. Âge et situation matrimoniale	53
2.1.2.2. Composition du foyer	56
2.1.2.3. Niveau de scolarisation.	57
2.2. Autonomisation des commerçantes / artisanes	58
2.2.1. L'entrepreneuriat : levier pour l'autonomisation financière	59
2.2.2. Perceptions de l'autonomisation des femmes	59
2.2.3. Équilibre vie prof-vie perso : levier d'autonomisation des femmes.	62
2.2.4. Aspirations professionnelles des commerçantes / artisanes.	63
2.2.5. Défis et obstacles : quelle résilience pour l'espace urbain marchand ?	63
2.3. Environnement et interactions sur le site marchand	65
2.3.1. Défis et obstacles : quelle résilience pour l'espace urbain marchand ?	65
2.3.2. Solidarité et entraide entre les commerçantes	68
2.3.3. Éléments perçus comme manquants sur le site marchand	69
2.3.4. Souhaits d'amélioration des conditions de travail au Souk	70
2.3.5. Satisfaction des commerçantes du cadre de vie au Souk	71
2.3.6. Suggestions d'actions pour l'amélioration de la qualité de vie au Souk	72
2.4. Perceptions des commerçantes vis-à-vis de l'emplacement de la Skifa El Kahla	74
2.5. Égalité du genre et inclusion sociale	75
2.5.1. Rôles du Souk dans l'inclusion sociale des commerçantes	76
2.5.2. Rôles du Souk dans l'inclusion sociale des commerçantes	79
2.5.3. Abus, violation des droits humains et VBG.	82
2.6. Travail - Emploi - Revenu	83
2.6.1. Critères d'informalité et raisons d'installation dans l'informel	84
2.6.2. Niveau de rémunération de l'activité commerciale/artisanale informelle	86

2.6.3. Précarité des commerçantes et artisanes de la médina de Mahdia	89
2.7. Questions générales	90
2.7.1. Degré de confiance dans les institutions locales	90
2.7.2. Participation citoyenne, politique et civique	91

III. Recommandation 92

1. Revisiter l'identité historique de la médina de Mahdia	93
2. Amélioration des moyens indispensables pour une participation convenable à l'économie locale	93
3. Promouvoir le tourisme local	94
4. Aménagement de l'espace surmonter les obstacles et favoriser le processus d'autonomisation économique des femmes artisanes	94

Liste des Figures

1. Les étapes du déroulement de l'enquête quantitative	18
2. Les principaux circuits d'approvisionnement des commerçantes.....	50
3. Les principaux circuits d'approvisionnement des commerçantes.....	51
4. Les raisons d'installation au souk de la Skifa El Kahla	52
5. Répartition des commerçantes par tranches d'âge.....	54
6. Répartition des commerçantes par tranches d'âge.....	55
7. Répartition des commerçantes selon la composition du foyer	56
8. Répartition des commerçantes par niveau d'instruction.....	57
9. Perception des commerçantes de l'autonomisation des femmes.....	60
10. Perception des artisanes de l'autonomisation des femmes.....	61
11. Perception des commerçantes de l'équilibre Travail-Vie familiale	62
12. Perception des commerçantes de l'équilibre Travail-Vie familiale	63
13. Les défis/obstacles à l'avenir pour l'activité commerciale des enquêtées.....	64
14. Les défis/obstacles à l'avenir pour l'activité commerciale des enquêtées.....	66
15. Perceptions de la solidarité entre les commerçantes	68
16. Les éléments manquants et perçus indispensables à l'animation du Souk	69
17. Principales causes du déclin de l'activité commerciale du souk	72
18. Perception des commerçantes vis-à-vis de la qualité des équipements.....	74
19. Perception des commerçantes vis-à-vis de la qualité des équipements.....	75
20. Perception du degré d'inclusion dans la communauté de Skifa El Kahlats	77
21. Rôles joués par le Souk dans l'inclusion sociale des commerçantes.....	78
22. Obstacles perçus à l'égalité du genre et l'inclusion sociale.....	81
23. Violence contre les commerçantes au Souk	83
24. Répartition selon le besoin d'un crédit pour accéder au travail actuel	87
25. Revenu mensuel moyen des commerçantes du Souk pour l'année 2023	88
26. Perceptions sur les ressources financières des ménages.....	89
27. Degré de confiance dans les institutions locales	90

Liste des Tableaux

1. Répartition des artisanes selon l'aspect âge	55
2. Répartition des artisanes selon l'aspect composition du foyer.....	56
3. Répartition des enquêtées selon l'affiliation à la CNSS	84



Introduction

Malgré les initiatives déployées par l'État et les autorités locales au fil des années, les femmes urbaines continuent de faire face à des obstacles et des entraves qui limitent leur possibilité d'émancipation sociale, économique et culturelle, ainsi que leur intégration dans leurs territoires de vie.

Il s'est avéré que plusieurs villes demeurent, plus que d'autres dans le pays, des foyers de problèmes complexes, créant des défis importants tels que la pauvreté urbaine, le chômage, la précarité des conditions de vie, la vulnérabilité, l'exclusion de larges segments de la population, les disparités de genre, et la participation des femmes dans la sphère urbaine.

C'est dans ce contexte spécifique que Femmedina, le programme de Ville Inclusive à Mahdia, a été mis en œuvre par Cities Alliance, hébergée par INOPS en Tunisie, en collaboration avec la municipalité de Mahdia et financée par la Direction du Développement et de la Coopération Suisse (DDC).

L'objectif de ce programme est d'aménager des espaces publics plus sûrs, adaptés aux besoins des femmes, afin de renforcer leur participation économique, politique, sociale et culturelle. Le projet se concentre principalement sur la Médina de Mahdia. En plus de réhabiliter les espaces urbains et d'améliorer leur sensibilité au genre, le projet cherche également à institutionnaliser un processus participatif et sensible au genre dans l'élaboration et la planification des politiques urbaines.

En mettant l'accent sur la participation citoyenne, les interventions spatiales concrètes et le renforcement des capacités, le projet a été nommé Femmedina, en combinant les termes "femmes" et "médina" (ville historique), soulignant le rôle crucial des villes dans la promotion de l'égalité des sexes et l'autonomisation des femmes et des filles. Les espaces publics peuvent jouer un

rôle important dans le rassemblement des communautés et la facilitation de l'expression et de la diversité culturelles, d'où l'importance d'examiner comment ces espaces peuvent favoriser les relations entre les femmes et la ville. Femmedina s'efforce de promouvoir l'égalité des sexes dans la prise de décision et de créer des communautés urbaines où les femmes ont une voix active, affirmant ainsi leur rôle clé dans le développement local.

En outre, le projet s'inscrit dans le cadre plus vaste des initiatives de Cities Alliance en Tunisie, visant à renforcer le rôle des villes dans le développement durable, la réduction de la pauvreté et l'autonomisation des femmes.

Dans ce cadre, ce rapport présente les conclusions d'une étude participative portant sur l'engagement social, culturel, économique, politique et institutionnel des femmes commerçantes de « Skifa El Kahla » à la ville de Mahdia.

Il propose également des recommandations dans les domaines identitaire, historique, spatial, socioéconomique, sécuritaire et civique, visant à renforcer la participation et l'autonomisation économique des femmes commerçantes

Résumé analytique

Le présent résumé analytique comprend les trois éléments clés suivants.

- Le premier élément clé est consacré au contexte des études qualitative et quantitative ainsi que leurs finalités.
- Le deuxième élément clé est composé d'un résumé mettant en évidence les points les plus importants et les principales conclusions du rapport.
- Le troisième élément clé vise une présentation claire et concise des recommandations du rapport de l'étude. Cette partie inclut un ensemble d'actions et de mesures suggérées qui devraient être prises à la suite de ce rapport pour la bonne exécution du projet Femmedina et sa synergie avec d'autres projets de développement urbain durable à l'échelle de la Madian de Mahdia.

I. Présentation de l'étude

1. Contexte et justification

Les principales crises des villes tunisiennes se ressemblent, du moins dans leurs manifestations et conséquences indésirables. Elles peuvent être résumées notamment dans la complexification du tissu socioéconomique, les problèmes d'occupation anarchique et de l'insécurité des espaces publics, la prolifération des activités qui échappent au contrôle de l'État regroupant entre autres les vendeurs ambulants dans les marchés populaires, le chômage, la multiplication des micro-entreprises informelles, la congestion urbaine, etc.

Face à ces problèmes qui s'accroissent de jour en jour, et au regard de l'importance et la nécessité de la gestion des espaces publics et ses usagers qui sont au cœur de la planification urbaine et le développement durable, les autorités locales à l'échelle municipale se sont trouvées impuissantes à débloquer la situation à l'aide d'approches classiques héritées du passé, d'aller à contre-courant des principales revendications, faute de disponibilité des moyens et de l'exiguïté de leurs marges de manœuvre face aux forces centralisatrices et d'intervention ne lui permettant pas de prendre en mains le présent de la ville.

Par ailleurs, à l'image de la plupart des médinas des villes tunisiennes, celles-ci étaient représentatives d'un système dans lequel la très grande majorité des activités économiques et artisanales s'opéraient dans et par les souks, à travers des traditions et des lieux marchands dans lesquels les « gens du souk » occupaient une place centrale.

La matière urbaine était alors modelée en fonction de ces souks et de leurs commerçants, et des circulations qui leur donnaient accès. Pas plus qu'il n'y avait de ville sans grande mosquée, il n'y avait de ville sans souks.

Les activités commerciale et artisanale dans la médina de la ville de Mahdia constituent, d'une part la branche phare de l'économie informelle, et d'autre part un déterminant de

premier ordre dans les pratiques et dans les appropriations spatiales des femmes. Toutefois, l'appropriation et la désignation des espaces publics sont sujettes à des conflits divers et à des changements dynamiques.

Quelques espaces urbains apparaissent aujourd'hui comme des réceptacles importants de tensions et conflits en raison de leur caractère multifonctionnel.

En effet, on considère souvent qu'ils peuvent servir de support à trois types de fonctions qui induisent des usages concurrents, des divergences et des oppositions entre les acteurs économiques et sociaux et locaux et les autorités locales : une fonction économique ou de production, une fonction résidentielle et récréative et une fonction de conservation (protection du patrimoine).

Les usagers de l'espace urbain s'opposent alors souvent sur l'utilisation de ce dernier et sont porteurs de visions différentes, voire opposées, de son développement et des voies permettant d'y parvenir.

Néanmoins, les espaces urbains sont aussi des lieux de concentration, de créativité et d'improvisations.

Ils sont également des lieux de régulation sociale, d'intégration, mais aussi d'exclusion. De plus, ils produisent de la richesse et de l'emploi et peuvent en outre susciter un intérêt dans le domaine du développement et de la planification urbaine.

En effet, autour de l'échange marchand se nouent des chapelets d'interactions où les frontières ne se limitent pas et varient selon les circonstances, les catégories sociales et les générations.

Les lieux urbains du commerce constituent ainsi une scène économique, sociale et culturelle où le commerçant, le client, le gestionnaire, le

chaland et le passant sont à la fois producteurs et spectateurs d'un espace public en permanente reconfiguration.

Également, comme il a été relevé dans maintes études, la vulnérabilité économique, sociale et culturelle des femmes urbaines travaillant dans l'économie informelle est ancrée dans des contextes économiques, sociaux et politiques dominés par des phénomènes tels que le chômage, la pauvreté urbaine, la précarité des conditions de vie, les inégalités socio-économiques, le ralentissement économique et la place des femmes en termes d'engagement et de participation à l'échelle de la ville.

En général, ces phénomènes affectent les secteurs les plus vulnérables de la société, touchant en particulier les femmes. Ainsi, le recours des femmes urbaines à l'économie informelle peut être vu comme une réponse économique et sociale à l'incapacité de l'économie formelle à les accueillir et aussi comme une preuve de l'exposition de ces femmes à la discrimination sociale et de genre dans la recherche d'emploi et la position dans la sociabilité urbaine. Toutefois, les femmes urbaines développent de plus en plus de stratégies entrepreneuriales pouvant faciliter le développement et la pérennité de leurs petites unités économiques. En dépit des niveaux très faibles du capital humain, matériel et financier, elles parviennent à devenir d'importantes entrepreneures par des stratégies de mutualisation tout aussi innovantes qu'hybrides.

C'est dans ce contexte particulier que Femmedina, le programme de Ville Inclusive à Mahdia, basé sur le concept de « villes inclusives et résilientes » sous un angle spatial, économique et social, a été implémenté par Cities Alliance en Tunisie en coordination avec la commune de Mahdia et financé par la Direction du Développement et de la Coopération Suisse (DDC).

Ce programme vise à créer des espaces publics plus sûrs, adaptés aux besoins des femmes afin de renforcer leur participation économique, politique, sociale et culturelle. Il constitue un appui au développement urbain de la ville de

Mahdia puisqu'il permettra, entre autres, de financer des infrastructures prioritaires et des investissements de proximité au niveau de la zone ciblée par le projet, en abordant également le défi de sous-emploi et de cohésion sociale, l'amélioration de la sensibilité au genre ainsi que les renforcements de capacité en matière de gestion urbaine.

Ce dernier projet a ciblé, en particulier le site ou l'espace historique de la Skifa El Kahla, également connu sous le nom de Bab Zouila, de la Médina de la ville de Mahdia, apparaissant comme le territoire de l'artisanat par excellence, qui fait la notoriété de la ville et connaît le vendredi de chaque semaine, jour du marché hebdomadaire, une grande animation et devient un espace marchand couvert, occupé uniquement par des femmes commerçantes et artisanes parce qu'elles y venaient pour prendre une place importante dans le monde du commerce et celui de l'artisanat.

En plus de réhabiliter les espaces publics urbains et d'améliorer leur sensibilité au genre, le projet aspirait également à institutionnaliser un processus participatif et sensible au genre dans l'élaboration et la planification des politiques urbaines.

Ainsi, dans le cadre de l'exécution de son programme Femmedina dans la Médina de Mahdia, Cities Alliance en Tunisie a proposé de mettre en place une étude sociologique, composée de dispositifs quantitatifs et qualitatifs, pour évaluer les conditions de vie des femmes commerçantes du marché hebdomadaire de l'espace Skifa El Kahla, ainsi que des artisanes de la médina de Mahdia.

Étude qualitative

L'approche qualitative permet de recueillir des données approfondies et contextuelles sur les expériences, les besoins et les défis spécifiques rencontrés par les acteurs concernés. À travers la réalisation d'entretiens individuels et de focus groups, elle permet d'appréhender les représentations de l'engagement et de l'autonomisation économique chez les femmes commerçantes de Mahdia.

Dans ce contexte, l'analyse inclut les femmes elles-mêmes, les acteurs institutionnels et les représentants de la société civile, tels que l'association « Honna » et l'association « Femmes pour le Développement Durable (AFDD) », en fonction de leur contribution à la mise en œuvre des activités de formation favorisant l'implication des femmes dans les domaines économique et social.

En adoptant une perspective genre, l'enquête qualitative peut mettre en lumière les inégalités structurelles et risques auxquelles font face les femmes, ainsi que les hommes, sur le marché du travail, dans l'accès aux ressources financières et dans la participation aux activités économiques.

Elle permet également de donner la parole aux femmes et aux hommes de manière équitable, favorisant ainsi une meilleure compréhension des dynamiques de genre et des stratégies d'adaptation mises en œuvre par les acteurs pour surmonter les obstacles économiques et sociaux.

En intégrant ces perspectives dans les politiques et les programmes d'inclusion économique des femmes, basés sur les résultats de l'enquête qualitative, il est possible de concevoir des interventions plus ciblées et efficaces visant à promouvoir l'égalité des genres et à créer des

opportunités économiques inclusives pour la communauté locale.

Toutefois, notre étude s'inscrit entre autres dans la thématique de la « patrimonialisation » et « L'Économie locale » en rapport avec les Femmes commerçantes à Mahdia.

L'engagement économique peut également exposer les femmes commerçantes à des défis importants.

Elles peuvent faire face à des conditions de travail précaires, à des revenus irréguliers et à une insécurité économique accrue en raison du manque de réglementation et de protection sociale dans le secteur informel. De plus, elles peuvent être confrontées à des obstacles supplémentaires en raison de leur genre, tels que la discrimination sur le marché du travail ou les normes sociales restrictives.

Au niveau local, les interactions entre les femmes de la Médina et celles de « Skifa El Kahla » ont un impact significatif sur la dynamique économique et sociale de Mahdia. Elles contribuent à la création d'emplois, au dynamisme des marchés locaux et à la fourniture de biens et services essentiels à la communauté.

Sur le plan national, les rôles des femmes commerçantes à Mahdia peuvent être variés. Les produits et services issus des activités artisanales peuvent être échangés à l'échelle nationales à travers la participation des femmes dans les foires, contribuant ainsi aux flux commerciaux nationaux. De plus, les femmes artisanes peuvent être influencées par les nouvelles demandes dans le secteur de l'artisanat, telles que la concurrence et l'innovation en matière de tissage et de la broderie ».

Étude quantitative

Cette étude quantitative se traduit par la réalisation et la présentation des principaux résultats et recommandations d'une enquête quantitative menée auprès de l'ensemble des femmes commerçantes de l'espace marchand Skifa El Kahla et d'un échantillon représentatif des artisanes de la médina de Mahdia.

À cet effet, l'enquête quantitative administrée en face-à-face auprès de toutes les femmes commerçantes du site de la Skifa El Kahla et de quelques femmes artisanes qui habitent la Médina de Mahdia s'avère nécessaire pour recueillir toutes les informations fiables et pertinentes dont Cities Alliance a besoin pour l'exécution de son projet.

Ainsi, si le projet Femmedina s'initie avec une meilleure conception et mise en œuvre, et s'exécute dans de bonnes conditions, alors il pourra aider à parvenir à l'égalité de genre, autonomiser toutes les femmes et les jeunes filles, ouvrir des perspectives d'emploi ou de développement d'activités professionnelles pour les femmes de la médina de Mahdia et améliorer les capacités au niveau local de planification, gestion et entretien des infrastructures et services, tout comme il pourra soutenir la capacité de promouvoir le développement

urbain au niveau local.

L'enquête quantitative se focalise sur l'entrepreneuriat féminin et l'autonomisation des femmes dans le cadre du programme Femmedina et de l'analyse du contexte actuel afin de mieux identifier et cerner les contours des impacts directs et indirects sur les femmes commerçantes du site de la Skifa El Kahla et les femmes artisanes qui habitent la Médina de la ville de Mahdia. De plus, elle devrait permettre de diagnostiquer et de mieux comprendre, en un premier temps, les causes et les obstacles spécifiques à l'origine de l'exclusion des femmes de la sphère socioéconomique et politique, comprendre les facteurs incitatifs et dissuasifs déterminants à l'entrepreneuriat féminin.

Dans un second temps, l'enquête permettra de proposer des recommandations qui permettraient de surmonter les principaux défis auxquels ces femmes sont confrontées, et d'identifier et de proposer des interventions spatiales dédiées aux femmes dans les espaces publics de la médina de la ville de Mahdia.

2. Objectifs de l'enquête

2.1. Principaux objectifs

Les principaux objectifs de l'étude qualitative et quantitative qui s'inscrit dans le cadre de la mise en place d'une démarche participative sont :

- Appréhender et analyser les perceptions de l'engagement et de l'inclusion économique et sociale des femmes commerçantes de « Skifa Elkahla » et du reste de la Madina de Mahdia et les défis qui en découlent.
- Comprendre les différents enjeux relatifs à l'espace de Skifa El Kahla, les mécanismes de défense octroyés par les acteurs et les stratégies individuelles et collectives des femmes qui exploitent l'espace de « Skifa El kahla » et les femmes bénéficiaires également celles qui possèdent une carte professionnelle d'artisan.
- Diagnostiquer et comprendre les causes et les obstacles spécifiques à l'origine de l'exclusion des femmes de la sphère socioéconomique, culturelle et politique.
- Évaluer la possibilité d'une délocalisation des commerçantes du site marchand de la Skifa El Kahla.
- Mettre en exergue le potentiel d'un souk hebdomadaire et en faire un levier de développement, d'intégration des politiques publiques nationales et territoriales et de gestion participative et concertée (optimisation de l'espace par métiers, revalorisation du patrimoine culturel et social, inclusion des femmes).
- Fournir les données qui concourent à une meilleure connaissance des conditions de vie des femmes commerçantes du site marchand de la Skifa El Kahla et des artisanes de la Médina de la ville de Mahdia afin d'améliorer l'expérience des femmes en matière d'accès à l'espace public et favoriser la cohésion sociale et la cohabitation dans la Médina de la ville de Mahdia.
- Fournir des données pertinentes de base pour la préparation et l'exécution des ateliers de cocréation avec les commerçantes du marché hebdomadaire et les artisanes de la Médina de Mahdia afin de concevoir des scénarios de réaménagement et de revalorisation de l'espace public marchand en mettant l'accent sur sa visibilité, sa convivialité, l'amélioration de son organisation et les conditions de vie des commerçantes et des artisanes.
- Traduire les demandes et les attentes des femmes concernées en recommandations opérationnelles afin de mettre en œuvre une vision globale visant à garantir une justice distributive des chances d'inclusion s'inscrivant dans un registre du bien-être économique et social.

2.2. Objectifs spécifiques

Les objectifs spécifiques de l'enquête qualitative se présentent comme suit :

- Offrir aux femmes artisanes l'opportunité d'améliorer leur environnement urbain, en favorisant leur sécurité et en évaluant divers aspects tels que les aménagements et la répartition de l'espace.
- Discerner les profils sociaux des femmes artisanes afin de dégager les problèmes dans le domaine de l'artisanat.
- Permettre aux femmes d'échanger autour de leurs problèmes et de leurs aspirations afin d'améliorer les conditions objectives de travail tels qu'un aménagement propice pour mieux profiter de l'emplacement de la médina.
- Renforcer les collaborations des femmes commerçantes avec les acteurs de la société civile afin de créer un cadre de travail inclusif.

Comme objectifs spécifiques, l'enquête quantitative se propose de disposer d'une sorte de profil de la zone d'étude, à savoir la médina de la ville de Mahdia et particulièrement le site marchand de la Skifa El Kahla :

- D'un état des lieux de la diversité des pratiques des commerçantes du marché hebdomadaire de la ville de Mahdia ainsi que les artisanes de la médina afin de proposer des recommandations pour consolider la présence des femmes dans l'espace public et aménager des espaces inclusifs.
- De recueillir les perceptions et les opinions des femmes commerçantes / artisanes sur la participation sociale, économique, culturelle, politique et institutionnelle des femmes de la Medina de Mahdia. Ces informations collectées lors de l'enquête peuvent contribuer au développement d'une bonne compréhension contextualisée de l'engagement des femmes et l'utilisation de l'espace public.
- De recueillir les pratiques et les perceptions des commerçantes de la Skifa El Kahla sur l'usage du lieu public marchand.

3. Objectifs de l'enquête

L'équipe du projet a adopté un processus de recherche impliquant toutes les femmes commerçantes de « Skifa El kahla » et les femmes artisanes de la Médina grâce à une approche mixte pour la collecte de données, comprenant des enquêtes qualitatives et quantitatives, des entretiens avec des personnes clés, des interviews d'histoire de vie et des ateliers interactifs.

En amont de l'étude, l'équipe de Cities Alliance a entamé un travail exploratoire de la médina de Mahdia pendant lequel elle a établi des relations avec les commerçantes, des personnes

clés et des facilitateurs qui ont aidé à assimiler en profondeur les attentes et les besoins.

En outre l'équipe de la commune de Mahdia a mobilisé ses ressources et ses partenaires pour cadrer l'étude avec des ateliers d'engagement des parties prenantes : responsables régionaux, société civile et citoyens.

3.1. Déroulement de l'enquête qualitative

3.1.1. Exploration du terrain de l'étude et collecte des données qualitatives

Le premier moment de l'étude a été consacré à l'exploration du terrain a commencé par une visite du lieu menée par l'équipe de recherche. La première rencontre avec les femmes de « Skifa Elkahla » ont eu lieu le 21 mars 2024 avec la participation de l'équipe responsable du projet Femmedina.

La deuxième rencontre a été tenue le 22 mars 2024 avec les femmes artisanes au siège de la municipalité de Mahdia. Parallèlement au déroulement des focus groups, des entretiens individuels avec les acteurs institutionnels et de la société civile ont été effectués.

La deuxième étape a été consacré pour l'analyse des données qualitatives recueillies lors des focus-groups et des entretiens individuels.

En effet, l'analyse qualitative revêt une importance particulière en raison de la complexité et de la diversité des expériences vécues par les femmes commerçantes artisanales. La spécificité de cette analyse réside dans la nécessité de capter la richesse des récits

individuels et des dynamiques collectives qui façonnent la participation des femmes dans la sphère socio-économique à Mahdia.

En mettant l'accent sur les témoignages des femmes commerçantes, l'analyse qualitative cherche à appréhender les représentations des métiers artisanaux chez les femmes de Mahdia. Cette analyse s'attache également à saisir les nuances et les subtilités des relations interpersonnelles au sein des espaces urbains, ainsi que l'impact des dynamiques internes des femmes sur l'environnement urbain.

Cette approche qualitative vise à dépasser les chiffres bruts pour offrir une compréhension profonde des réalités vécues par les femmes commerçantes, contribuant ainsi à l'élaboration de recommandations et de solutions contextualisées pour promouvoir leur participation équitable dans la vie économique locale.

3.1.2. Les principaux axes de l'étude qualitative

Le guide d'entretien constitue un des éléments primordiaux d'une enquête qualitative. Il est l'instrument de collecte des données collectées. Le guide contient les axes suivants :

Axe 1 : Le contexte historique de la Médina de Mahdia

Axe 5 : Enjeux et difficultés et défis socio-économiques

Axe 2 : Configuration spatiale de la Médina de Mahdia : une architecture riche de sens

Axe 6 : Les femmes commerçantes de la Médina

Axe 3 : Processus de patrimonialisation

Axe 7 : Autonomisation économique des femmes

Axe 4 : Skifa Elkahla : femmes et autonomisation économique

Axe 8 : Recommandations

3.2. Déroulement de l'enquête quantitative

La méthodologie quantitative utilise l'enquête par questionnaire pour atteindre ses objectifs. L'enquête quantitative réalisée dans le cadre du programme Femmedina pour la commune de Mahdia s'est déroulée selon les quatre étapes-clés décrites par la Figure suivante :



1. Les étapes du déroulement de l'enquête quantitative

3.2.1. Les principaux axes de l'étude qualitative

Préparation de la méthodologie et de l'exécution de l'enquête.

La première mission réalisée dans le cadre de la construction du dispositif de recueil de données quantitatives a été consacrée à deux visites consécutives du terrain de la zone d'étude (la médina de la ville de Mahdia) par l'équipe en charge de l'enquête quantitative, accompagnée de responsables du projet Femmedina.

Il est à noter que la médina de la ville de Mahdia, ou « la ville arabe » constitue un haut lieu historique qui incarne dans son tissu traditionnel un patrimoine bâti spécifique de la région et témoigne d'un savoir-faire authentique de la population locale.

Cette médina se distingue par un tissu organique et compact avec principalement le vestibule noir ou Bab Zouila ou Skifa El Kahla, les mosquées, les souks, les ruelles et impasses assez étroites, etc.

Elle est aussi connue pour son cimetière marin situé en front de mer, et ses habitations sont reliées par un centre commercial appelé souk arabe. L'objectif de ces deux visites d'une demi-journée était l'occasion de prendre le temps de rassembler de quoi illustrer la mémoire et la matière pour mémoriser les caractéristiques de la médina de la ville de Mahdia, se familiariser avec le terrain et rendre palpable la description de l'espace et de la population de la zone d'étude. Ceci entre dans le cadre des préparatifs à l'élaboration des outils de travail du terrain.

La deuxième réunion avec les responsables de la commune de Mahdia a permis de discuter plusieurs alternatives et actions possibles dans le cadre du projet Femmedina, et de se mettre enfin d'accord sur l'idée d'interviewer toutes les commerçantes du site marchand de la Skifa El Khala. L'objectif principal était d'étudier la perception et l'attitude de ces femmes vis-à-vis d'une éventuelle délocalisation de leur activité commerciale vers un autre espace de la médina de Mahdia libérant ainsi la voie publique sur cet axe public urbain emblématique de la ville.

De ce fait, l'organisation administrative de l'enquête auprès des commerçantes du site de la Skifa El Kahla a été placée sous la responsabilité d'une équipe de coordination composée d'un directeur technique et d'un gestionnaire administratif et financier.

L'exécution pratique de l'enquête sur le terrain a fait appel à deux catégories de personnels d'appui : un superviseur et un ensemble de 4 enquêteurs.

Il est à noter que l'enquête a été réalisée en face à face auprès de toutes les femmes commerçantes du site de la Skifa El Kahla, et pendant deux vendredis puisque la périodicité de l'ouverture du marché est hebdomadaire.



Élaboration des deux questionnaires de l'enquête.

Le questionnaire constitue un des éléments essentiels d'une enquête quantitative puisqu'il est l'instrument d'enregistrement et de stockage de l'information collectée. C'est pourquoi, on accorde beaucoup de soin à sa préparation. Les problèmes qui peuvent être soulevés lors de l'élaboration d'un questionnaire sont aussi nombreux que complexes. Pour toute enquête quantitative, le questionnaire doit conjuguer entre plusieurs contraintes : l'objet de l'enquête, la méthode de recueil adoptée, la population à enquêter, le travail des agents de terrain (superviseurs et enquêteurs) et des agents de saisie, les possibilités et souplesses du programme de traitement des données, les moyens matériels mis à disposition (délais, budget, etc.). Ainsi, l'élaboration d'un questionnaire d'enquête quantitative nécessite beaucoup d'expérience et de précaution. Celui-ci n'est pas une simple liste de questions mais, au contraire, un instrument de précision destiné à obtenir des informations spécifiques prédéterminées afin d'arriver à rédiger un rapport final reflétant la réalité et permettant de proposer des recommandations utiles pour la réussite d'un programme ou un projet.

Pour la présente étude quantitative, l'élaboration du premier questionnaire de l'enquête menée auprès de l'ensemble des femmes commerçantes du site de la Skifa El Kahla a tenu compte de tous les aspects cités ci-dessus, et le questionnaire a été conçu pour recueillir des représentations et des perceptions de cet espace public. De plus, il a été construit pour produire des données fiables susceptibles d'informer les responsables du projet Femmedina ainsi que ceux de la commune de Mahdia pour un meilleur ciblage des interventions au niveau de la médina de la ville de Mahdia visant la réalisation des objectifs du projet Femmedina.

Par ailleurs, une des caractéristiques majeures des activités artisanales est qu'elles sont profondément ancrées dans l'histoire du territoire urbain, ce qui signifie notamment qu'une des sources de leur vitalité et de leur

efficacité réside dans les valeurs socioculturelles locales.

Constituant un axe important dans la politique locale de développement de la ville de Mahdia, le produit artisanal, surtout celui fabriqué par les femmes, participe, malgré les difficultés, à la diversification des activités économiques et à la valorisation des ressources dans la ville.

Ce sont les femmes qui, malgré des pressions de toutes sortes, sont souvent les détentrices des savoir-faire traditionnels, illustration parfaite de la mémoire collective. Elles conservent, perpétuent et transmettent aux jeunes générations, un patrimoine culturel et identitaire, malheureusement aujourd'hui, fragilisé et menacé de disparition, parce qu'intangible et immatériel.

Comment se présentent ces dynamiques et sur quels types d'activités se fondent-elles ? Quelle place occupent, dans ces processus, les métiers artisanaux plus ou moins anciens et les savoir-faire correspondants ? Enfin, comment ces savoir-faire s'intègrent-ils ou non dans les systèmes productifs actuels, voire s'y adaptent-ils ? Pour répondre à toutes ces questions et autres interrogations sur l'activité artisanale des femmes de la médina de Mahdia, nous avons décidé de mener une deuxième enquête auprès d'un échantillon d'artisans qui habitent la médina de la ville de Mahdia. L'objectif principal de cette deuxième partie de notre investigation est double.

Premièrement, identifier les défis et les obstacles auxquels les femmes artisanes sont confrontées, puis dans un second temps, comprendre et expliquer les facteurs contribuant à leur résilience. Les données recueillies lors de cette deuxième partie du travail de terrain peuvent mettre en exergue le travail artisanal des femmes, sur les avantages qu'il procure à ces femmes et au développement économique de Mahdia.

3.2.2. Les principaux axes de l'étude qualitative

Pour la présente étude, nous soulignons deux contraintes méthodologiques. La première contrainte méthodologique concerne l'accès aux données concernant les artisanes de la médina de la ville de Mahdia.

En effet, en absence des fiches signalétiques des entreprises artisanales de la médina de la ville de Mahdi, le contact avec ces entreprises a été délicate pour deux raisons.

La première, classique dans ce type d'enquête, réside dans la répugnance des dirigeants

de Très Petites Entreprises, TPE, à répondre favorablement à une demande d'entretien.

La seconde est probablement plus spécifiquement liée à la thématique de l'enquête. D'une part, les entreprises artisanales ne comptent, dans la majeure partie des cas, qu'un nombre limité de salariés : leurs dirigeants ne s'estiment donc pas concernés par les interrogations de l'enquête.

D'autre part, les dirigeantes femmes apparaissent beaucoup plus ouvertes vis-à-vis de la thématique de l'étude.

3.2.3. Les principaux axes de l'étude qualitative

La première étape à réaliser lors de la construction du dispositif de la collecte des données quantitatives est de bien réfléchir aux questions à poser aux personnes à enquêter.

On doit ainsi réfléchir au préalable aux trois questions suivantes : qu'est-ce qu'on observe ? Sur qui l'observe-t-on ? Et comment allons-nous l'observer ? En tenant compte des objectifs du projet Femmedina de la ville de Mahdia, nous avons commencé par la question de l'identification de la population de la zone d'étude que nous allons étudier.

Néanmoins, il était question de distinguer la population que l'on étudie de l'échantillon

d'individus que l'on va interroger. Or, cette question n'a pas été prise en considération du moment que l'ensemble des objectifs spécifiques de l'enquête quantitative nous a conduit, avec l'accord des responsables du projet Femmedina, à interroger toutes les unités statistiques de la première population étudiée, à savoir les commerçantes de l'espace marchand de la Skifa El Kahla.

Ainsi, il faut retenir que l'enquête par questionnaire à visée quantitative s'est adressée, d'une part à toute la population des femmes commerçantes de la Skifa El Kahla, et d'autre part à un échantillon d'artisanes habitantes la médina de la ville de Mahdia.

Formation de l'équipe de terrain.

Avant l'organisation proprement dite des deux enquêtes, il était impérieux de procéder à la formation du superviseur et des enquêteurs retenus en vue de leur transmettre le thème général de l'étude, ses objectifs ainsi que l'essence des différentes questions formant les deux questionnaires de l'enquête.

Les deux questionnaires de l'enquête ont été traduits en arabe pour faciliter l'inculcation de son contenu au superviseur et aux enquêteurs.

La formation a comporté aussi l'organisation d'une pré-enquête afin de permettre non seulement aux enquêteurs de mieux se

familiariser avec les deux questionnaires mais aussi afin de nous permettre de mieux apprécier la compréhension des questionnaires par les enquêteurs et par les enquêtées.

La phase de formation a été précédée par la formation du superviseur par le directeur technique.

Les deux questionnaires en leurs versions arabe ont été partagés aux agents enquêteurs lors d'une journée de formation.

Travail de terrain.

Lors de la collecte des données sur terrain, le premier questionnaire a été administré en format papier que l'enquêteur remplissait au cours d'un entretien avec une femme commerçante de la Skifa El Kahla.

Le superviseur était présent avec les enquêteurs afin de les aider, de contrôler la qualité de leur travail, de vérifier les questionnaires remplis et les récupérer à la fin de chaque entretien.

Dans le but d'interroger un grand nombre de femmes artisanes de la médina de la ville de Mahdia à l'enquête quantitative dans un temps restreint, le deuxième questionnaire a été administré par téléphone auprès des artisanes de la médina de la ville de Mahdia suite à un premier contact réalisé par les responsables du

projet Femmedina.

Le téléphone a donc permis une meilleure prise de contact auprès de la deuxième population cible de femmes artisanes de la médina de la ville de Mahdia qui était plus difficile à investiguer que la population des commerçantes de la Skifa El Kahla.

De même, et dans le cadre du suivi des travaux sur le terrain, des missions de supervision et de coordination ont été organisées par les membres de la coordination technique pour apprécier les conditions de travail des agents de travail de terrain, examiner la qualité du travail et résoudre les problèmes éventuels rencontrés par ces derniers.

3.2.4. Codification et apurement des deux bases de données

L'exploitation informatique des données saisies de l'enquête quantitative englobe la vérification des deux questionnaires qui ont été administrés pour une deuxième fois, la codification des questions ouvertes et les modalités de quelques questions, la saisie, le contrôle des données, leur correction et enfin l'organisation et l'extraction des fichiers destinés à la production des tableaux statistiques et /ou des graphiques à des fins d'analyse.

Pour la saisie et la codification des données recueillies auprès des deux populations enquêtées, trois agents ont été recrutés pour ce travail. Les agents de saisie ont été encadrés par le directeur technique. Le logiciel utilisé pour la saisie et le contrôle des données est le CPro (Census and Survey Processing System) en sa version 8.1, sur la base des spécifications établies à partir des différents volets du questionnaire.

La phase d'apurement du fichier a duré près

d'une semaine.

Elle a été réalisée à l'aide du logiciel de traitement statistique SAS (Statistical Analysis System), et a permis grâce à un contrôle de cohérence très minutieux, de détecter et de corriger les erreurs de collecte, de saisie et de cohérence dans les fichiers des données. Ainsi, la durée totale de traitement des données est de l'ordre de dix jours de codification et saisie, et cinq jours d'apurement des données. Enfin, les données ont été exportées vers le logiciel SAS pour le traitement statistique et exploitation des résultats.



II. Analyse des données

1. Présentation des résultats de l'enquête qualitative

1.1. Aperçu historique de la Médina de Mahdia

L'histoire de Mahdia façonne la mémoire collective des habitants de l'ancienne médina. Il convient de rappeler que Ubayd Allah Al-Mahdi, a fondé Mahdia en 921 en tant que capitale de son empire, étendant ainsi son influence de l'actuel Maroc jusqu'en Syrie.

Sa décision de choisir Mahdia comme capitale a été stratégique, en raison de son emplacement sur un promontoire rocheux baignant dans la mer, offrant à la ville à la fois une protection naturelle et un accès aux routes commerciales maritimes.

Cette vision de Mahdia comme centre politique, religieux et commercial a contribué à façonner son développement ultérieur et à en faire un carrefour culturel majeur dans la région. De plus, Al-Mahdi était un fervent partisan de l'islam chiite, et sa fondation de Mahdia a servi de catalyseur à la propagation de cette branche de l'islam en Afrique du Nord, laissant ainsi un héritage religieux durable dans la région.

En l'occurrence, l'ancienne médina de Mahdia, se dresse non seulement comme un témoignage architectural du passé, mais aussi comme un miroir de la mémoire collective de ses habitants.

Cette enclave urbaine, aux ruelles sinueuses et aux murs témoins des siècles révolus, représente un espace où se cristallisent les récits, les traditions et les expériences partagées par les générations qui l'ont habité.

Dans cette introduction, nous explorerons la dynamique sociale complexe qui façonne la mémoire collective de l'ancienne médina de Mahdia, en examinant comment les interactions entre les habitants, l'environnement bâti et les récits historiques contribuent à la construction et à la préservation de cette mémoire vivante. En sondant les strates du temps et en observant les pratiques quotidiennes des résidents, nous

découvrirons comment l'ancienne médina de Mahdia devient un lieu de convergence où se tisse le tissu social, où se transmettent les savoirs et où s'élaborent les narrations qui donnent sens à l'expérience collective de ses habitants.

Dans cette étude, nous explorerons l'histoire de la Médina de Mahdia, située dans une ville côtière du centre-est de la Tunisie. Plus particulièrement, nous focalisons notre intérêt sur le célèbre "vestibule noir" ou Skifa Kahla, des mosquées, des souks, des ruelles étroites et sinueuses, ainsi que des maisons introverties à patio, témoignant du passé ancestral et portant en elles une profonde richesse culturelle et patrimoniale.

Ces habitations demeurent le symbole d'une identité locale et nationale, avec leur ornementation élaborée, leurs peintures murales, leurs meubles en bois finement décorés, leurs portes sculptées et leurs façades richement ornées.

En effet, l'origine de la médina de Mahdia remonte au Xe siècle avec Ubayd Allah Al-Mahdi, imam de la sécession chi'ite qui l'a fondée sur un promontoire rocheux baignant dans la mer. Devenue la nouvelle capitale de l'empire des Fatimides, s'étendant du Maroc jusqu'en Syrie, Mahdia marque ainsi le premier établissement dynastique arabe sur la mer au Maghreb.

Cependant, cette cité historique a traversé un parcours tumultueux, marqué par des guerres, des invasions et des attaques maritimes, engendrant à chaque fois des destructions et des pertes considérables du patrimoine, notamment de la ceinture des remparts. Actuellement, la médina de Mahdia compte environ 5 500 résidents, exerçant des métiers variés tels que la pêche, l'agriculture et la fonction publique. Avec 800 pêcheurs et

1000 fonctionnaires, entre autres, la pêche se distingue comme l'activité dominante garantissant la subsistance de la majorité des habitants.

1.1.1. Configuration spatiale de la médina de Mahdia : une architecture riche de sens

Dans l'ensemble, la configuration spatiale de la médina ancienne de Mahdia reflète un héritage historique prospère, où l'architecture, l'urbanisme et la géographie se conjuguent pour créer un paysage urbain unique imprégné d'histoire et de patrimoine.

Le retour sur la question de la configuration spatiale de la médina de Mahdia revêt d'une grande importance dans cette étude, et ce afin de pointer le doigt sur les structures historiques et l'impact de l'architecture de l'environnement sur les représentations des habitants de Mahdia.

Au cœur de la médina se trouve le célèbre "vestibule noir" ou « Skifa Kahla », un point de convergence pour les activités commerciales et sociales davantage exploité actuellement par les femmes. Les mosquées, les souks et les places publiques ponctuent ce tissu urbain dense, créant des espaces de rencontre et de culte au sein de la médina. Les domiciles traditionnels, généralement introverties avec des patios intérieurs, sont disposées de manière à maximiser la protection contre les éléments et les intrusions, tout en favorisant un voisinage familial intime. Les remparts qui entourent la médina témoignent de son passé militaire et de sa fonction défensive, tandis que les portes d'entrée, telles que la célèbre Bab el-Kébir, symbolisent l'accès et le contrôle de la ville.

La Médina de Mahdia se caractérise par son agencement longitudinal, s'étirant sur une distance moyenne de seulement 260 mètres de large pour 1400 mètres de long. Occupant une superficie totale de 37,6 hectares, les habitations couvrent 45 % de cette étendue. Selon les données fournies par l'Association

de Sauvegarde de la Médina de Mahdia (ASMM) pour l'année 2023, la médina compte environ 305 boutiques, réparties comme suit : 172 boutiques commerciales, 84 boutiques d'artisanat et 49 boutiques de services. En outre, la médina abrite 1317 résidences, dont 80 % présentent un état de conservation satisfaisant. Ces habitations sont principalement occupées par des familles originaires de Mahdia.

Avant l'indépendance du pays en 1956, ces habitations étaient utilisées par des membres des communautés juive, chrétienne et musulmane, avec une prédominance de cette dernière. Cette diversité historique se reflète dans la configuration spatiale de la Médina, qui varie selon les croyances et les pratiques religieuses.

Cette différenciation est particulièrement remarquable dans le quartier composite de la Médina, situé dans sa partie basse nord-ouest.

Cependant, et selon la même source 62 des résidences de la Médina est actuellement abandonnée ou en ruine en raison de problèmes de succession non résolus ou de difficultés à assurer l'entretien des bâtiments.

1.1.2. Transformations urbaines et processus de changements socioéconomiques

Bien que la Médina de Mahdia ait subi des changements sociaux et urbains au cours des XIXe et XXe siècles, ceux-ci sont restés limités et n'ont pas atteint l'ampleur des mutations observées dans d'autres Médinas telles que celles de Sousse, Monastir, Sfax, Tunis et Kairouan.

Sur le plan social, de nombreuses familles d'origine mahdoises sont demeurées dans la Médina. Malgré le développement de la ville en dehors des murs et le départ de la colonie européenne et juive après l'indépendance, une grande partie de la population est restée attachée à sa Médina, qui est un lieu de festivités, de recueillement (cimetières, mosquées) et de commerce (marchands de tissus, bijoutiers, proximité du marché municipal).

Le changement significatif réside dans le fait que des maisons traditionnelles de la Médina, abandonnées ou en bon état, ont été récupérées par une population étrangère aisée attirée par la beauté du site, qui en a fait des résidences secondaires.

Quant à la morphologie urbaine, elle a conservé ses principales caractéristiques. Le tissu urbain traditionnel reste compact et organique, sans remparts (détruits lors de guerres et d'attaques maritimes), préservant ainsi tous les éléments

caractéristiques d'un centre historique structuré et organisé autour des activités économiques et des équipements de la vie quotidienne.

Cependant, dans la Médina de Mahdia, l'évolution rapide et croissante de l'architecture traditionnelle a commencé à menacer le cœur même de la Médina. Toutefois, il ne s'agit pas principalement d'actions intentionnelles perpétrées par les habitants, mais plutôt d'une tendance observée dans la Médina de Mahdia, tout comme dans toutes les anciennes Médinas en Tunisie. Ces transformations, malheureusement mal conçues, n'ont pas été planifiées ni surveillées par des professionnels du patrimoine.

Les résidents ne sont pas toujours conscients des règlements en place destinés à protéger l'authenticité du cadre architectural.

Ils agissent désormais de manière autonome lorsqu'il s'agit d'intervenir sur leurs propriétés architecturales, que ce soit pour des extensions, des rénovations ou des adaptations de bâtiments anciens, motivés par l'élargissement familial, l'accueil des enfants ou la volonté de se conformer à des standards esthétiques et constructifs contemporains.

“ Nous sommes confrontés à plusieurs problèmes liés au tissu architectural de la médina, qui est ancien et mérite une attention particulière. Comme vous le savez, la médina possède un riche héritage avec des bâtiments datant de plusieurs siècles, chacun régi par un cahier des charges spécifique. De plus, nous avons le domaine public maritime, où de nombreux bâtiments dépassent le siècle d'existence et sont la propriété publique maritime, relevant ainsi de la juridiction du patrimoine tunisien et du ministère de l'Équipement, chargé de la rénovation des propriétés publiques maritimes.

Le processus d'obtention d'autorisations pour ces structures est souvent complexe et chronophage en raison des multiples procédures administratives. En outre, le tissu urbain existant nécessite un entretien régulier, en raison de son exposition aux conditions maritimes. Cela implique notamment la maintenance de l'éclairage public et des routes, entre autres aspects

Imen, Architecte de la municipalité de Mahdia

”

1.2. Aperçu historique de la Médina de Mahdia

Manifestant un intérêt particulier au processus de patrimonialisation, les acteurs locaux à Mahdia jouent un rôle crucial dans la préservation et la valorisation du patrimoine historique de la ville. Leur contribution s'étend à différents aspects de la production et de la préservation du patrimoine culturel.

Les artisans locaux essentiellement les femmes, les autorités locales ainsi que les associations de la société civile, en tant que gardiens de la mémoire collective, sont engagés dans des projets de sensibilisation, de formation

et de développement durable contribuant à la mise en valeur et à la préservation des sites historiques de la Médina et des métiers artisanaux pour les générations futures.

Ainsi, grâce à la collaboration étroite des acteurs locaux, le patrimoine de la Médina de Mahdia continue de structurer le paysage socioéconomique et culturel, offrant à la ville une dimension patrimoniale favorisant la préservation d'une identité collective inachevée.

1.2.1. Les femmes au cœur du processus de patrimonialisation : la transmission du savoir-faire artisanal

Les expériences en matière de la production artisanale s'expliquent par l'héritage du métier et la transmission du savoir de génération en génération voire des aspects essentiels de nombreuses pratiques féminines à Mahdia.

Lors des focus groups, les femmes expriment une passion particulière envers leurs métiers.

Leurs compétences et leurs techniques anciennes de production sont souvent liées à la préservation des traditions.

Cela peut être important pour maintenir l'authenticité dans certains domaines tel que le domaine de l'artisanat. L'analyse de terrain met en évidence que, malgré l'importance de la tradition, les métiers doivent s'ajuster aux évolutions économiques, sociales et aux exigences du marché. Par conséquent, il peut être nécessaire d'incorporer de nouvelles techniques à la pratique traditionnelle, tout en préservant l'essence même de l'art ou du métier.

Les éléments constituant le processus de patrimonialisation sont les suivants :

- La transmission du savoir-faire « de mère en fille » : Les femmes commerçantes de Skifa El Kahla et celles qui exercent des métiers artisanaux soit dans leur demeure (9) neuf femmes artisanes) soit dans d'autres espaces situés à l'ancienne Médina (4) quatre femmes artisanes), possèdent un savoir-faire artisanal justifiant leur engagement. Leurs connaissances et compétences artisanales se transmettent de génération en génération, souvent au sein de leur propre famille.

Les femmes de Mahdia se distinguent depuis des générations par leur maîtrise des métiers artisanaux, perpétuant ainsi un héritage culturel précieux pour notre communauté locale. Dans notre ville côtière, imprégnée d'histoire et de tradition, ces métiers sont bien plus que de simples activités économiques ; ils sont le témoin vivant d'une expertise transmise de mère en fille, représentant un lien essentiel avec notre passé et une source de fierté pour notre identité locale.

Dans nos foyers, dès notre jeune âge, nos familles nous initient aux techniques ancestrales qui caractérisent nos métiers artisanaux.

Que ce soit la broderie délicate, la couture élaborée ou le tissage ingénieux, chaque savoir-faire est transmis avec soin, imprégné de récits et de souvenirs qui enrichissent notre apprentissage. Ces techniques, héritées des générations précédentes, témoignent de la résilience et de la créativité de notre communauté face aux défis du temps

Wassila, Femme, 40 ans

- La Pratique artisanale : En tant qu'artisanes actives, les femmes pratiquent des différents métiers traditionnels au quotidien (la broderie, le tissage, la pâtisserie, les savons naturels). Leur engagement dans la production artisanale contribue à maintenir la tradition et à préserver les techniques spécifiques qui font la renommée du patrimoine artisanal de Mahdia. Il est crucial de souligner que la valeur des produits artisanaux, tels que les robes de mariée traditionnelles, se reflète dans le temps consacré à leur fabrication. Alors que certaines nécessitent une année entière pour être achevées, d'autres peuvent être confectionnées rapidement grâce à l'usage de machines à coudre. Haut du formulaire
- Innovation, créativité et commercialisation locale : Bien que certaines femmes comme celles de Skifa El Kahla respectant les techniques traditionnelles (les métiers de tatouage), certaines d'autres à Mahdia font également preuve d'innovation et de créativité à travers leur participation à des formations et la création de leurs propres projets. Les femmes artisanes jouent également un rôle dans la commercialisation de leurs produits. Elles vendent souvent leurs créations sur les marchés locaux, dans les boutiques d'artisanat et lors d'événements culturels. De plus, certaines initiatives les aident à accéder aux marchés nationaux organisés à la ville de Sousse et celle d'Eljam, ce qui contribue à promouvoir et à préserver le patrimoine artisanal de Mahdia à l'échelle nationale.
- L'engagement communautaire : Certaines femmes artisanes s'impliquent activement dans la vie communautaire de Mahdia. Elles participent au travail associatif, aux cycles de formation en matière de renforcement des compétences qui visent à soutenir et à promouvoir les métiers traditionnels. Leur engagement renforce le lien social et contribue à préserver l'identité culturelle de la ville.



Ayant nourri le désir d'explorer le domaine artisanal et de mettre en valeur mes compétences, j'ai entrepris la création d'un projet personnel unique.

Celui-ci se matérialise à travers la production de savons naturels, méticuleusement confectionnés à partir d'huile d'olive. En tant que titulaire d'un doctorat en chimie, j'ai mis à profit mes connaissances approfondies pour formuler des produits de qualité, alliant expertise scientifique et respect de la nature.

Dans le souci de partager cette passion avec le plus grand nombre et de promouvoir les bienfaits des produits naturels, j'ai pris la décision d'établir ma propre entreprise au Souk de la Médina. Un emplacement soigneusement choisi dans la pittoresque Médina, offrant une atmosphère authentique et un charme intemporel dans le but de concrétiser mon projet



**Abir. Femme, docteur
en chimie, 45 ans**

1.2.2. Les associations de la société civile à Mahdia vecteurs d'une préservation intégrée du patrimoine local

Les associations de la société civile jouent un rôle crucial dans le processus de patrimonialisation en apportant une contribution significative à plusieurs niveaux comme:

- **Renforcement des capacités :** Les associations en particulier l'association « **HONNA** » à Mahdia organisent souvent des activités de sensibilisation pour promouvoir le rôle des femmes artisanes dans le processus de patrimonialisation afin mettre en lumière l'importance du patrimoine culturel et encourager les métiers artisanaux.
- **Mobilisation Communautaire :** Les associations mobilisent la communauté locale autour de la protection et de la valorisation du patrimoine. Elles encouragent la participation active des habitants dans des projets de préservation, de restauration et de gestion des sites patrimoniaux, favorisant ainsi un sentiment d'appartenance et de responsabilité envers leur héritage culturel.
- **Plaidoyer et intervention locale :** Les associations de la société civile à savoir les deux associations « Honna » et « AFDD) jouent un rôle de plaidoyer auprès des autorités locales et nationales pour promouvoir des politiques de préservation du patrimoine. Elles font pression pour l'adoption de mesures législatives et réglementaires visant à protéger les sites historiques, à promouvoir le tourisme culturel et à soutenir les initiatives de développement durable.
- **Gestion et Conservation :** Certaines associations participent activement à la gestion et à la conservation des sites patrimoniaux. Elles collaborent avec les autorités locales pour élaborer des plans de gestion intégrée, assurer la surveillance des sites et mettre en œuvre des projets de conservation et de restauration en mobilisant des ressources humaines et financières.



Nos ambitions et objectifs actuels incluent l'acquisition d'un local pour rassembler les artisanes.

Comme vous le savez, chaque foire nécessite des fonds, que ce soit pour un emplacement couvert ou un local aménagé.

Il est essentiel d'avoir suffisamment d'argent pour le loyer et le matériel requis. Nous travaillons en collaboration avec l'association de préservation de la médina et la municipalité depuis un an pour obtenir l'autorisation et le financement nécessaires pour organiser cette foire de trois jours. En outre, nous avons récemment organisé une foire de dix jours en juillet, à laquelle ont participé même des artisans de l'extérieur de Mahdia ».



**Azza, vice-présidente
association Honna**

- Développement Communautaire : les associations de la société civile s'engagent souvent dans des initiatives de développement communautaire qui intègrent la préservation du patrimoine culturel. Elles favorisent le développement économique local à travers la promotion de l'artisanat traditionnel, du tourisme culturel et de l'éducation patrimoniale,

créant ainsi des opportunités de revenus pour les populations locales tout en préservant leur héritage culturel

1.2.3. La municipalité de Mahdia acteur incontournable dans la conception et la mise en œuvre du processus de patrimonialisation

L'engagement de la municipalité de Mahdia dans le processus de patrimonialisation est essentiel pour assurer une gestion efficace et cohérente des ressources patrimoniales de la ville. Les initiatives prises par la municipalité tournent autour des éléments suivants :

- Protection et Conservation : La municipalité est chargée d'élaborer et de mettre en œuvre des politiques de protection du patrimoine bâti et culturel de Mahdia. Cela inclut l'identification des sites patrimoniaux, l'adoption de mesures de préservation, telles que des restrictions de construction et des normes de restauration, ainsi que la surveillance régulière pour prévenir les dommages et la dégradation.
- Aménagement Urbain : La municipalité joue un rôle dans l'aménagement urbain de Mahdia en tenant compte de son patrimoine historique et culturel. Elle veille à ce que les nouveaux développements urbains respectent l'intégrité des quartiers anciens, des monuments et des sites archéologiques, et encourage la réhabilitation des espaces publics pour mettre en valeur le patrimoine de la ville.
- Promotion du Tourisme Culturel : La municipalité s'efforce de promouvoir le tourisme culturel à Mahdia en mettant en avant ses richesses patrimoniales. Elle collabore avec les acteurs locaux, les associations et les agences de tourisme pour développer des circuits touristiques, des événements culturels et des activités

Il existe plusieurs problèmes dans cette zone. Tout d'abord, elle est placée sous le contrôle de l'Institut National de la Préservation du Patrimoine. Cependant, les citoyens entreprennent des constructions et des modifications arbitraires sur les anciens bâtiments sans consulter les autorités compétentes, telles que l'Institut de la Préservation du Patrimoine ou la municipalité.

Lorsque nous recevons une demande à cet effet, les délais de traitement peuvent dépasser trois mois, car nous devons contacter l'Institut National de la Préservation du Patrimoine, ce qui prend énormément de temps pour réagir au dossier.

Ce retard dans le traitement influence négativement le respect des procédures et pousse les gens à agir sans se référer aux autorités, ce qui nuit à la qualité et aux normes des modifications apportées à ces bâtiments.

de sensibilisation qui mettent en valeur le patrimoine historique, artistique et architectural de la ville.

- **Éducation et Sensibilisation** : La municipalité participe à des initiatives d'éducation et de sensibilisation du public à l'importance du patrimoine de Mahdia. Elle organise des programmes éducatifs dans les écoles, des conférences publiques, des expositions et des visites guidées pour informer les résidents et les visiteurs sur l'histoire et la culture de la ville. Collaboration avec les Acteurs Locaux : la municipalité collabore étroitement avec les acteurs locaux, y compris les associations de la société civile, les institutions culturelles et les entreprises privées, pour coordonner les efforts de préservation et de promotion du patrimoine. Cette collaboration favorise une approche intégrée et participative du développement et de la gestion du patrimoine de Mahdia.

En conséquence, les gens préfèrent utiliser des matériaux et des méthodes de rénovation moins coûteux sans demander notre avis technique, ce qui entraîne des erreurs et une précipitation dans les travaux. C'est pourquoi la médina a perdu sa beauté et sa splendeur architecturale d'antan.

Vous pouvez le constater par vous-même en visitant les lieux, avec l'ajout non autorisé d'étages supérieurs aux anciennes maisons, altérant ainsi l'image du patrimoine.

Il est également difficile pour la municipalité de suivre les particuliers dans cette zone

Pour conserver et sauvegarder l'état de Borj Erras en raison de sa valeur patrimoniale et architecturale, il est essentiel de favoriser les projets de proximité pour les citoyens.

Dans cette optique, nous avons envisagé des initiatives pour créer un dynamisme, des parcours et des circuits touristiques, ainsi que des projets d'embellissement des rues. De plus, il est nécessaire de promouvoir la mobilité dans la zone résidentielle, pouvant même s'étendre jusqu'à la zone d'Ennadhour

Imen, Architecte à la municipalité de Mahdia

1.3. Femmes artisanes : typologie et enjeux socioculturels voire symbolique

1.3.1. Femmes de Skifa El Kahla : qui sont-elles ?

Revenir en partie sur le profil social des femmes de Skifa El Kahla à Mahdia nous permet de catégoriser les bénéficiaires selon leurs capitaux socioéconomiques.

Parmi les participantes aux focus-groupes, une diversité de profils de femmes a été observée. Certaines sont des mères au foyer, jeunes ou moins jeunes, engagées dans le soin de leur famille assumant diverses responsabilités telles que la gestion des dépenses quotidiennes et

l'éducation de leurs enfants.

D'autres sont des jeunes entrepreneuses, ayant bénéficié de formations dispensées à la **"Maison de la Femme à Mahdia"**.

Elles dirigent des petites entreprises et des activités artisanales, ce qui contribue à dynamiser l'économie locale et à animer l'espace de Skifa Elkahla chaque vendredi à partir du 6h du matin jusqu'à 13h.

1.3.2. Typologie des femmes de Skifa Elkahka

1.3.2.1. Femmes artisanes carriéristes

Construire une carrière dans le domaine de l'artisanat est un travail de longue haleine, c'est ainsi que les femmes de « Skifa Elkhala » décrivent leurs carrières artisanales.

Dans l'éventail des métiers artisanaux exercés par ces femmes à Mahdia, on trouve une diversité de savoir-faire emblématique transmis de mère en fille.

En plus des créations traditionnelles telles que la broderie et la vente des produits tissés et brodés, ces femmes pratiquent également dans des métiers spécifiques, comme celui de tatouage « Henna et Harkous ».

L'entraide familiale se présente aussi comme un élément principal dans la compréhension des logiques individuelles des femmes artisanes qui ont bâtis leurs carrières dans le domaine de l'artisanat.

L'entrée à Skifa Elkahla est justifiée pour moi, car ma mère y a travaillé pendant de nombreuses années.

Quand j'étais jeune, j'y accompagnais ma mère pour l'aider et pour apprendre le métier en même temps.

Au fil du temps, je suis devenue une tisserande habile et j'ai développé mes compétences en artisanat. Aujourd'hui, je vends mes produits à Skifa Elkahla, prenant la relève de ma mère qui m'a légué sa place

**R. 45 ans, femme artisane
à Skifa Elkahla**

“

Le tissage et la broderie, une pratique ancestrale, c'est une forme d'art délicate transmise de mère en fille.

Je fabrique les tenues traditionnelles des mariées lors de célébrations festives. C'est plus qu'un métier préféré, c'est notre identité

”

D, femme, artisane à Skifa El kahla

“

J'ai 50 ans, j'ai consacré de nombreuses années à Skifa El Kahla à pratiquer le tatouage « harkous », c'est une pratique associée aux femmes de Skifa El Kahla.

J'ai consacré aussi mon temps à pratiquer les créations traditionnelles à savoir le tricot et la broderie. C'est une compétence artisanale que je tiens à la transférer à la jeune génération

”

R, femme, artisane à Skifa El kahla

1.3.2.2. Femmes artisane-entrepreneuses indépendantes

En outre, certaines femmes artisanes de Skifa El Kahla exercent d'autres activités telles que la conception d'accessoires de mariage uniques.

Leur travail artisanal, caractérisé par sa précision et son attention méticuleuse, reflète le dévouement et le talent des femmes de la communauté, contribuant ainsi à enrichir le patrimoine culturel de Mahdia.

Ces femmes pratiquent également le tissage et la broderie, profitant des formations dispensées au sein de la "**Maison de la Femme**". Leurs compétences ne se sont pas seulement transmises de génération en génération, mais ces femmes sont également des entrepreneuses autonomes, souvent à la tête de leurs propres petites entreprises artisanales.

En exerçant leur métier, elles contribuent non seulement à la préservation du patrimoine culturel, mais aussi à la vitalité économique de Skifa El Kahla et de Mahdia dans son ensemble.

Chaque vendredi, elles commercialisent leurs produits auprès des passants et des touristes, offrant ainsi une vitrine colorée de l'artisanat local et créant des opportunités économiques pour la communauté.

C'est bien le cas d'une femme artisanne qui a bénéficié d'une formation d'une année à apprendre la broderie.

Après avoir suivi une formation d'un an, j'ai lancé ma propre petite entreprise dès que j'ai obtenu un microcrédit de trois mille dinars. Chaque vendredi, je présente mes produits lors d'expositions (depuis 17 ans)

**N. femme artisane
entrepreneuse**

Après avoir occupé le poste de responsable qualité au sein d'une entreprise, j'ai développé mes compétences.

Suite à la faillite de la société, j'ai décidé de me tourner vers mes pratiques artisanales en broderie. Toutefois, j'ai rencontré des problèmes avec mon mari, qui était initialement opposé à cette idée.

Il est important de souligner que les femmes à Mahdia sont reconnues pour leur détermination et leur combativité

**N. femme artisane
entrepreneuse**

1.3.3. Femmes artisane-entrepreneuses indépendantes

Enraciné dans la mémoire collective, l'histoire de Skifa El Kahla à Mahdia a été le témoin de siècles d'échanges commerciaux, de rencontres interculturelles et de moments historiques marquants. Skifa El Kahla était l'une des principales entrées de la médina de Mahdia, reliant la ville à son port historique et aux routes commerciales de la Méditerranée.

Au fil des siècles, Skifa El Kahla est devenue bien plus qu'une simple porte. Elle est devenue un symbole de la femme mahdoise pratiquante des activités artisanales. Aujourd'hui, Skifa El Kahla demeure un lieu emblématique et animé, où se croisent les résidents locaux, les visiteurs et les femmes artisanes. Selon les femmes interrogées, ses murs anciens racontent les récits du passé, tandis que ses coins deviennent des lieux d'exposition réservés aux noms de familles.

Les rencontres avec les femmes artisanes commerçantes, révèlent un lien profond entre l'identité sociale des femmes et l'espace de Skifa Elkahla menant à une appropriation de l'espace à travers l'héritage des métiers traditionnels.

Ces femmes, en tant que gardiennes des savoir-faire ancestraux, façonnent l'espace urbain de Mahdia en réaffirmant leur présence et leur contribution au tissu social et économique de la ville.

Leur implication dans des métiers artisanaux tels que la broderie et le tissage et la fabrication de bijoux reflète non seulement un héritage culturel, mais aussi une forme de résistance face à la modernisation et à l'homogénéisation des espaces urbains.

Par le biais de leurs activités artisanales, les femmes de Mahdia affirment leur « identité locale » et leur connexion profonde avec leur environnement. Leurs pratiques créent des espaces de rencontre et d'échange, où les traditions et les récits culturels sont préservés.

Les alentours de Skifa Elkahla sont toujours animés. En préservant et en honorant l'histoire de Skifa El Kahla, les habitants de Mahdia perpétuent un héritage précieux et veillent à ce que cette porte historique reste un joyau de la ville pour les générations à venir

R, femme artisane à Skifa El kahla

La plupart des hommes considèrent Skifa comme un espace réservé et interdisent à leurs femmes d'y accéder.

Cette vision traditionnelle a longtemps prévalu, marquant Skifa comme un lieu masculin. Cependant, les femmes artisanes de Mahdia ont réussi à défier cette norme et à transformer Skifa El Kahla en un espace féminin à travers leur appartenance aux pratiques artisanales

D, femme artisane à Skifa El kahla

En effet, Skifa El Kahla se voit comme un espace réservé aux femmes artisanes mahdoises.

Cela nous permet de pointer le doigt sur la valeur symbolique et sociale des pratiques artisanales qui ne se limitent pas à la sphère économique.

La présence des femmes dans l'espace de Skifa Elkahla, à travers leurs métiers et leurs créations, remet en question les normes de genre préétablies et ouvre de nouvelles possibilités d'expression et d'autonomisation. En valorisant et en perpétuant les pratiques artisanales traditionnelles, ces femmes contribuent à la construction d'une identité collective forte et résiliente, ancrée dans l'histoire et la culture locales.

Autrefois réservé exclusivement aux hommes, Skifa Elkahla était associé à des rencontres jugées indécentes entre couples, ce qui rendait difficile pour les hommes d'accepter que leurs épouses et filles y accèdent.

Cependant, avec l'émergence de l'utilisation de Skifa Elkahla à des fins artisanales et commerciales par les femmes, cet espace a acquis une valeur symbolique considérable

M. femme artisanne à Skifa El kahla

1.3.4. De l'appropriation à la résistance

Comment les femmes artisanes perçoivent-elles l'espace de Skifa kahla ? Malgré les pressions sociales et les défis économiques, les femmes artisanes de Skifa El Kahla à Mahdia refusent catégoriquement de quitter cet espace pour des fins symboliques plus que économiques
« منجمش نسلم فيها السقيفة الكحلة »

La résistance exprimée lors des témoignages des femmes est profondément enracinée dans un sentiment d'appartenance à ce lieu chargé de significations culturelles et historiques.

Pour ces femmes, Skifa El Kahla représente bien plus qu'un simple marché ; c'est un symbole

de leur identité, de leur héritage et de leur contribution à la communauté.

En défiant les conventions et en restant fermement ancrées à Skifa, les femmes revendiquent leur droit à exister et à prospérer dans un environnement où leur présence est souvent marginalisée. Ce refus de quitter Skifa El Kahla témoigne de leur détermination à préserver leur patrimoine, à se battre pour leur place dans l'espace public et à revendiquer leur légitimité en tant qu'actrices essentielles de la vie sociale et économique de Mahdia

1.4. Autour de la Skifa El kahla des enjeux de préservation multiformes

L'utilisation de la skifa elkahla comme espace commercial représente un enjeu délicat en raison de sa valeur historique et culturelle. En tant que site historique emblématique de Mahdia, la skifa elkahla est un témoignage précieux de l'histoire et de l'architecture de la région.

Le maintien de son intégrité architecturale et de son authenticité culturelle est une priorité pour le ministère de la culture, qui cherche à préserver ces sites pour les générations futures. Cependant, l'installation de commerces et d'ateliers artisanaux par des femmes dans la skifa elkahla peut poser des défis de préservation.

Par exemple, l'accrochage d'éléments comme des enseignes ou des présentoirs peut nécessiter des modifications structurelles qui risquent d'endommager les murs ou les autres éléments historiques du site.

De plus, l'utilisation quotidienne de l'espace peut entraîner une usure prématurée ou des dégradations.

Ces enjeux potentiels mettent en évidence la nécessité d'une approche équilibrée qui concilie la préservation du patrimoine avec les besoins économiques et sociaux contemporains.

Le ministère de la culture doit trouver des moyens de permettre l'utilisation commerciale de la skifa elkahla tout en garantissant sa protection à long terme.

Cela pourrait impliquer la mise en place de réglementations strictes sur les types d'installations autorisées, ainsi que des mesures de surveillance et d'entretien régulières pour prévenir les dommages.

En outre, des programmes de sensibilisation et d'éducation pour les commerçantes et les visiteurs sur l'importance de préserver le site historique pourraient également être mis en place afin de promouvoir une utilisation responsable de la skifa elkahla.

1.4.1. La Skifa el Kahla un produit incontournable pour le tourisme local

La position du commissariat régional du tourisme de Mahdia peut être largement axée sur la promotion du tourisme et le développement économique de la région, ce qui peut entraîner une certaine insensibilité aux préoccupations liées à la préservation du patrimoine dans des sites historiques tels que la skifa elkahla.

Pour le commissariat, l'objectif principal peut être d'attirer les visiteurs, de créer des opportunités économiques et de stimuler l'industrie touristique locale, sans nécessairement accorder une attention particulière aux implications de ces activités sur la préservation du patrimoine culturel.

Dans cette optique, le commissariat régional du tourisme de Mahdia peut adopter une approche plus pragmatique, mettant en avant les avantages économiques de l'utilisation commerciale de la skifa elkahla par les femmes commerçantes et artisanales.

Ils peuvent voir cette activité comme un moyen de dynamiser le site historique, d'offrir aux visiteurs une expérience authentique et diversifiée, tout en stimulant l'économie locale. Cependant, cette approche peut parfois négliger les questions de préservation et de protection du patrimoine, ce qui peut entraîner des tensions avec d'autres organismes gouvernementaux, tels que le ministère de la

culture, qui ont des priorités différentes. Il est donc essentiel que le commissariat du tourisme collabore étroitement avec ces organismes pour élaborer des politiques et des mesures qui favorisent à la fois le développement touristique et la préservation du patrimoine culturel de Mahdia.

Cela pourrait impliquer la mise en place de directives strictes pour l'utilisation commerciale de la skifa elkahla, ainsi que des programmes de sensibilisation pour promouvoir une approche durable et respectueuse du patrimoine historique de la région.

1.4.2. Préserver le site de Skifa El kahla est un défis patrimonial occultant les intérêts des femmes artisanes

L'Agence de Mise en Valeur du Patrimoine et de Promotion Culturelle peut être sceptique quant à l'exercice commercial et artisanal de la skifa elkahla en raison des enjeux majeurs liés à la préservation de l'authenticité du site. Pour cette agence, le principal objectif est de protéger et de préserver le patrimoine culturel et historique du pays, y compris des sites comme la skifa elkahla à Mahdia.

L'introduction d'activités commerciales et artisanales dans cet espace peut être perçue comme une menace potentielle pour son intégrité et son authenticité.

Le principal enjeu de ce dilemme réside dans la préservation de l'identité et de l'histoire de la skifa elkahla en tant que site historique.

L'introduction d'activités commerciales peut modifier l'ambiance et l'aspect visuel du site, altérant ainsi son caractère authentique et son attrait historique pour les visiteurs.

De plus, l'utilisation commerciale de la skifa elkahla peut entraîner des dommages physiques au site lui-même, comme des modifications structurelles ou des dégradations causées par l'installation d'infrastructures commerciales. La valeur d'usage ne doit pas porter atteinte à la valeur patrimoniale du bien. Par conséquent, pour l'Agence Nationale de la Préservation du Patrimoine, le défi consiste à trouver un équilibre entre la promotion du développement économique local et la protection du patrimoine culturel.

Il s'agit de concilier les intérêts économiques des femmes commerçantes et artisanales avec la nécessité de préserver l'authenticité et l'intégrité de la skifa elkahla en tant que site historique

A, Homme, responsable de la l'agence de mise en valeur du patrimoine et de promotion culturelle

1.4.3. La municipalité et les femmes artisanes de Skifa El Kahla : vers un compris inachevé

Le sujet du déménagement des femmes de Skifa El Kahla a été soulevé à maintes reprises lors des réunions municipales. Personnellement, je crois fermement qu'il est essentiel de préserver l'aspect historique de cet emplacement, étant un monument classé au patrimoine national. Cependant, je remets en question la pertinence de la présence des femmes dans cet espace.

Je soutiens l'idée de leur trouver un nouvel emplacement approprié qui puisse accueillir cette activité. Pour ce faire, je propose d'utiliser le souk de la laine, en raison de sa proximité avec Borj Erras et sa position centrale dans l'axe commercial principal.

Sa facilité d'accès et sa proximité avec Skifa El Kahla et la mer en font un choix judicieux.

De plus, les espaces publics tels que la rue Oubaide Allah Almahdi et la place de l'Environnement, située à proximité de la grande mosquée et d'une vaste place publique, pourraient également être envisagés.

Je suis convaincu que tous ces espaces sont exploitables moyennant des travaux de réaménagement appropriés pour de tels projets

**Imen, architecte à la
municipalité de Mahdia**

La position de la municipalité par rapport à l'installation des femmes artisanes à Skifa Elkahla demeure ambiguë.

Selon l'architecte de la municipalité, certains espaces publics peuvent subir des aménagements nécessaires afin d'offrir aux femmes artisanes des opportunités de déménagement.

Néanmoins, le refus des femmes de

quitter Skifa El Kahla à Mahdia se présente comme une entrave profondément enracinée dans leur histoire, leur identité et leur engagement envers leurs activités et leur émancipation.

Face à la résistance des femmes, la municipalité cherche un compromis en proposant un accord à l'amiable pour les femmes artisanes de Skifa El Kahla qui leur représente un espace de vie.

1.5. Des femmes artisanes en dehors de Skifa El Kahla : vers une autonomisation économique prometteuse

Les résultats de l'étude qualitative nous permettent de distinguer entre plusieurs catégories des femmes artisanes, et ce selon leur niveau d'instruction et leurs capitaux socioéconomiques.

Les femmes artisanes de Borj Erras à Mahdia possèdent des logiques d'engagement entrepreneurial différentes expliquées par le degré de leur implication dans le domaine de l'artisanat, leurs ambitions et leurs capacités individuelles qui leur permettent de se

positionner dans le champ économique.

Il ressort du focus-group effectué avec les femmes artisanes de Borj Erras que « l'engagement artisanal » prend plusieurs formes.

Il importe de noter que neuf femmes artisanes exercent leurs activités depuis leurs domiciles, contre quatre femmes entrepreneuses ayant des enseignes dans des domaines artisanaux différents.

1.5.1. Les femmes diplômées entrepreneuses : parcours et défis d'inclusion économique

À travers leurs compétences méticuleuses et leur savoir-faire transmis de génération en génération, ces femmes exploitent leurs compétences et leur savoir-faire d'une manière différente.

Elles affirment lors du focus-group que la création artisanale ne se limite pas dans la réalisation de broderies délicates. Il existe selon ces femmes d'autres activités comme la production des produits « Bio » et la pâtisserie leur permettant la contribution à l'économie locale.

Certaines femmes comme Abir, docteure en biologie, choisissent de profiter des ressources disponibles comme les oliviers afin de fabriquer des produits cosmétiques.

Ces femmes soignent efficacement leurs parcours professionnels à travers l'implication dans des sessions de formation dédiées à la formation de l'activité artisanale.

Selon les femmes entrepreneuses interrogées, trois éléments principaux ont été discernés en matière de leur inclusion économique à savoir:

L'accès à la formation artisanale : selon les témoignages des femmes, les programmes de formation artisanale offrent des compétences pratiques essentielles pour exceller dans divers métiers traditionnels et artisanaux.

Ces formations peuvent couvrir des domaines tels que la couture, la broderie, le tissage, etc., permettant à la jeune génération d'acquérir des compétences spécialisées et de perfectionner leur savoir-faire.

L'accès aux microcrédits et entrepreneuriat féminin : les femmes bénéficiaires des microcrédits (INDA) justifient le besoin des microcrédits par la nécessité d'avoir un fond pour acheter la matière première, investir dans de nouveaux équipements et ouvrir un

atelier, ou même pour commercialiser leurs produits. Cela permet à ces dernières d'accéder aux ressources financières nécessaires pour lancer ou développer leurs petites entreprises artisanales.

Par ailleurs, les femmes artisanes entrepreneuses mettent en valeur Haut du formulaire la participation aux foires locales et nationales comme les foires organisées à Mahdia « village artisanal » **القرية الحرفية** .

Les femmes affirment que les événements organisés par le village artisanal sont très bénéfiques en termes d'opportunités économiques. Les femmes montrent un intérêt particulier à l'exposition des produits locaux dans les foires artisanales afin de nouer des contacts commerciaux, d'explorer de nouveaux marchés et d'interagir avec d'autres artisans et clients potentiels.

Les foires présentent des occasions importantes pour les femmes entrepreneuses, et ce pour renforcer leur visibilité, d'élargir leur clientèle et de consolider leur présence sur le marché.

J'ai lancé mon propre projet « concept store » en profitant de mon diplôme dans le domaine des arts et métiers.

J'ai créé un concept store bien connu, situé dans la médina de Mahdia.

L'année dernière, on a pensé à créer un espace où les jeunes designers pourraient fabriquer et exposer leurs produits sur place.

Malheureusement, nous n'avons pas pu concrétiser cette idée car les locaux disponibles sont sous la responsabilité de la municipalité ou bien ce sont des espaces abandonnés et condamnés

**J. femme artisane,
diplômée, spécialité arts
et métiers**

1.6. Femmes artisanes aux foyers : une plus-value symbolique et économique

Les femmes artisanes habitant à Borj Rass à Mahdia, qui sont majoritairement des femmes « de pêcheurs », travaillent depuis leur domicile.

Elles possèdent une carte d'artisan qui leur permet de bénéficier de certains atouts comme les microcrédits et la participation aux formations dans le domaine de l'artisanat (la broderie et le tissage).

Cependant ces femmes dédient leurs talents à l'art minutieux de la broderie, perpétuant ainsi

un héritage ancestral transmis de génération en génération.

Ces femmes, attachées à leurs racines tout en embrassant le monde qui les entoure, façonnent avec habileté des pièces d'une beauté intemporelle, symboles vivants de la fierté et de la créativité des femmes de Mahdia.

1.7. Surmonter les obstacles quant à l'inclusion économique des femmes artisanes

Bien que les femmes artisanes de Mahdia incarnent un pilier essentiel de la production artisanale locale, elles font face à divers défis économiques en matière d'inclusion.

Malgré leur expertise dans des métiers traditionnels tels que la broderie, elles peuvent être confrontées à des difficultés d'accès aux marchés, à une sous-représentation dans les circuits de distribution et à des obstacles financiers pour développer leurs entreprises.

De plus, les contraintes liées aux responsabilités familiales peuvent limiter leur disponibilité pour

se consacrer pleinement à leurs métiers. Pour surmonter ces défis, des initiatives de soutien sont nécessaires, telles que l'accès à des formations professionnelles, le développement de réseaux de soutien et l'accès à des financements adaptés.

En reconnaissant la valeur économique et culturelle du travail des femmes artisanes, il est possible de créer des opportunités inclusives qui renforcent à la fois leur autonomie économique et leur contribution au patrimoine artisanal de Mahdia.

1.7.1. Difficultés liées à l'octroi des microcrédits : femmes dans les couloirs d'attente Haut du formulaire

L'attente des microcrédits constitue souvent une source de frustration pour les femmes artisanes de Mahdia.

Malgré que la quasi-totalité des femmes possède une « carte d'artisan », l'accès au financement demeure difficile.

Le processus d'approbation peut être long et complexe. Les délais d'attente prolongés peuvent retarder les projets artisanaux, entravant ainsi la création des projets des femmes artisanes et limitant leur capacité à investir dans leur entreprise ou à répondre à la demande du marché.

De plus, cette attente peut être particulièrement stressante pour celles qui dépendent des microcrédits pour subvenir aux besoins de leur famille. Pour pallier ces défis, il est nécessaire

Je travaille actuellement au sein de l'entreprise Skila, spécialisée dans la production artisanale.

J'ai acquis de nombreuses compétences et connaissances dans ce domaine, cependant, je ressens le désir profond de devenir indépendante.

Mon ambition est d'avoir un micro-crédit et créer mon propre projet dans le domaine du recyclage des déchets

M. femme active au sein d'une entreprise de textile

d'améliorer l'efficacité des processus de demande et d'approbation des microcrédits, en réduisant les formalités administratives et en offrant un soutien technique aux emprunteuses. En réduisant les délais d'attente, les femmes

artisanes pourront accéder plus rapidement aux ressources financières dont elles ont besoin pour développer leurs entreprises et améliorer leurs conditions de vie.

1.7.2. Difficultés liées à la disponibilité des espaces : vers une négociation d'un espace commun Haut du formulaire

La question de l'espace de vente est cruciale pour les femmes artisanes à Mahdia. Les femmes présentent « l'espace de l'artisanat » (دار الحرفي) situé à l'ancienne Médina comme une alternative pour lutter contre la situation précaire des femmes artisanes. Selon les femmes, cet espace offre une opportunité unique pour les femmes à Mahdia de s'épanouir économiquement tout en préservant et en valorisant leur riche patrimoine culturel.

Nous constatons ainsi que les femmes artisanes souhaitent se réunir dans un espace commun qui leur permet d'exposer leurs produits et pratiquer leur savoir-faire dans des conditions favorables.

L'espace de l'artisanat peut offrir aux femmes la possibilité de devenir des entrepreneures, en lançant leurs propres entreprises et en contribuant ainsi à dynamiser l'économie locale. Leur souci majeur est de valoriser leurs créations qui peuvent les aider à générer des revenus stables pour elles-mêmes et leurs familles.

Salma, une femme commerçante, vend des produits de base à partir de l'enseigne où elle travaille, mais elle souhaite créer son propre projet personnel.

Elle a commencé à concevoir des articles personnalisés, notamment des pochettes traditionnelles ornées de motifs artisanaux.

Son objectif est de trouver un espace de vente où elle pourrait proposer ses créations.

J'ai loué un local à l'espace دار الحرفي) situé au cœur de l'ancienne médina, où je vends des savons naturels à base d'huile d'olive.

Cet emplacement est stratégique et offre aux artisans la possibilité de louer à des prix abordables, variant entre 60 et 80 dinars par mois.

Cependant, il est malheureux de constater que cet espace n'est pas pleinement exploité, et nous cherchons à comprendre les raisons de cette sous-utilisation

M. femme active au sein d'une entreprise de textile

En effet, l'accès des femmes à un espace pareil favorise les opportunités d'autonomisation économique sous l'égide de plusieurs locaux et décideurs comme la municipalité, l'agence de mise en valeur du patrimoine et de promotion culturelle et le ministère de la culture.

Il est regrettable que nous ne disposions pas d'espaces disponibles dans la médina qui pourraient être aménagés en lieux de travail pour les femmes.

Louer un local nécessite des fonds considérables, les tarifs étant prohibitifs. Nous sommes réellement désireuses de trouver un espace où nous pourrions mettre en valeur nos produits personnalisés.

L'idéal serait un lieu partagé, comprenant divers stands où chaque femme pourrait exposer ses créations, d'autant plus que les espaces tel que « Souk Essouf » et « la maison lab » ne répondent pas convenablement à nos attentes

N, femme commerçante et artisane



2. Présentation des résultats de l'enquête quantitative

Cette deuxième partie de l'étude à visée quantitative est basée sur ce que les réponses recueillies auprès de toutes les femmes commerçantes du site marchand de la Skifa El Kahla ainsi que les artisanes de la médina de Mahdia ont révélé suite au traitement et à l'analyse dont le but recherché était d'avoir une image la plus représentative de ces deux populations de femmes, de leurs besoins, de leurs usages et de leurs attentes.

Tout au long de la rédaction de cette partie du rapport final, et au vu de la taille relativement réduite des deux populations enquêtées, nous avons tenu compte, d'une part du fait que la recherche de précision dans la mesure des réponses recueillies ne doit pas nous faire tomber dans une illusoire fascination du pourcentage à la deuxième décimale près, et d'autre par l'interprétation et les commentaires doivent rester mesurés et nuancés.

2.1. Trajectoires professionnelles et situations personnelles

Comme précité en haut, une des spécificités de la présente étude est que les deux populations cibles sont constituées uniquement de femmes, répondants aux différents objectifs du programme femmedina, malgré que l'activité du commerce informel, le tissage et la broderie de soie, faisant la réputation de la ville de Mahdia, semblent être beaucoup plus des activités masculines.

À travers des questions relatives à la trajectoire professionnelle et des indicateurs sociodémographiques, ce premier volet de la présentation des résultats de l'enquête vise à apporter des éléments de connaissance sur les commerçantes du site marchand de la Skifa El Kahla et les artisanes de la médina de la ville de Mahdia et à mieux appréhender les parcours professionnels, personnels et familiaux de ces femmes.

Ces informations pourraient aider à situer le contexte socioéconomique dans lequel vit les enquêtées, et d'étudier les éventuels impacts sur les conditions de travail des femmes dans la médina de la ville de Mahdia, leurs choix et leurs décisions.

Plus particulièrement, nous avons cherché à savoir : Qui sont ces commerçantes et artisanes ? Depuis quand les commerçantes sont-elles installées dans cet espace public marchand ? Pourquoi entreprendre ? Quelle résilience pour l'espace marchand de la Skifa El Kahla ? Comment ces femmes concilient-elles vie familiale et vie professionnelle ? Comment utilisent-elles leurs relations et leurs réseaux pour mettre en place leurs activités économiques ? Entrent-elles en conflit avec le pouvoir public pour négocier l'espace public de travail au quotidien ? etc.

2.1.1. Trajectoires professionnelles des commerçantes / artisanes

L'analyse des données collectées a permis d'identifier différents types de trajectoires professionnelles chez les commerçantes de la Skifa El Kahla ainsi que chez les artisanes de la médina de la ville de Mahdia, en fonction de leurs expériences professionnelles passées, de la variété des raisons qui les ont conduits au monde de la micro-entreprise, de leur âge, de leur volume de capital scolaire, de la composition de leur ménage, etc. Cependant, le statut social de l'ensemble de ces femmes est assez homogène.

Sachant que l'ensemble des femmes artisanes interviewées (11 femmes) habite la médina de la ville de Mahdia, on note à titre de premier constat que la majorité des commerçantes de la Skifa El Kahla habite aussi la commune de Mahdia (**83,9%**). Presque le quart des commerçantes (**22,6%**) étaient en chômage avant de s'engager dans l'activité commerciale contre un peu plus du tiers (**36,4%**) des artisanes. Un peu moins de la moitié des commerçantes, soit une proportion de l'ordre de **45,2%**, étaient en emploi et presque la même proportion pour les artisanes (**45,5%**), et enfin seulement une petite minorité **3,2%** des femmes commerçantes étaient en formation.

Dans cet itinéraire, une question consistait à déterminer l'ancienneté professionnelle au souk de chaque femme commerçante enquêtée dans l'activité économique de commerce : la grande majorité des enquêtées, soit **77,4%**, ont déclaré avoir occupé ce type d'emploi depuis plus de **10 ans**, **16,1%** avaient une ancienneté professionnelle au souk de **6 à 10 ans**, et seulement **6,5%** d'entre elles se sont installées dans l'espace marchand de la Skifa El Kahla en tant que commerçante depuis une période entre **2 et 5 ans**.

Ainsi, ces dernières statistiques prouvent une asymétrie évidente de la distribution de l'ancienneté dans l'emploi informel au souk. Or, la durée plus ou moins longue de l'ancienneté dans un emploi permet aux travailleurs

d'acquérir un grand nombre de connaissances implicites et spécifiques à leur lieu de travail.

Ceci peut largement justifier l'appropriation collective des commerçantes de l'espace public marchand de la Skifa El Kahla. Cette appropriation collective est un signe d'intégration sociale des commerçantes du Souk, d'un attachement particulier au lieu de travail et que leur droit à occuper un espace public de vente n'est pas menacé : elles se sentent donc en sécurité contrairement à celles qui vendent dans la rue.

Par ailleurs, ces mêmes données concernant la variable ancienneté professionnelle au souk prouvent que la majorité des commerçantes n'a pas connu de mobilité professionnelle au cours des cinq dernières années, probablement cela est dû au fait que la place des femmes sur le marché du travail et les contraintes de la vie personnelle sont actuellement peu propices à la mobilité professionnelle. Ce même constat est aussi vrai pour les artisanes de la médina de Mahdia puisque l'artisanat constitue l'une des activités professionnelles les plus anciennes, et caractérisé par un savoir-faire spécifique et héritier de la tradition.

La situation des commerçantes enquêtées au regard de l'emploi au moment de l'inscription dans un processus entrepreneurial s'avère contrastée : **51,6%** parmi elles étaient en chômage, **45,2%** en emploi dont la majorité, soit la proportion de **64,3%**, était des salariées permanentes contre **35,7%** d'entre elles étaient en situation de salariées occasionnelles, et **3,2%** en formation. Une telle répartition constitue une particularité de la population des commerçantes du site de la Skifa El Kahla par rapport à la population globale des femmes créatrices de micro-entreprises en Tunisie.

Comme cité plus haut, la ville de Mahdia abrite un marché hebdomadaire qui se tient chaque vendredi de la semaine à la Skifa El Kahla et à l'alentour de la médina de la ville de Mahdia.

Toutefois, face à la multiplicité des marchés hebdomadaires dans la région qui s'affirment comme une plaque tournante du commerce du textile et de l'habillement, il ressort des données collectées que le marché hebdomadaire traditionnel de la Skifa El Kahla s'est spécialisé dans les échanges marchands de produits de textile et d'habillement et principalement dans la vente des costumes traditionnels féminins pour les mariages.

Ces costumes traditionnels, considérés comme étant les costumes traditionnels tunisiens les plus riches en termes de valeur, sont fabriqués en soie, fil d'or et d'argent, et sont tissés par des femmes chez elles.

En effet, les commerçantes, dont **83,9%** d'entre elles ne disposent pas d'autorisation d'occupation temporaire de l'espace public, déclarent à **80,7%** exercer des échanges marchands de tissus drapés ou produits artisanaux et traditionnels contre une proportion de **12,9%** d'entre elles qui vendent des biens semi-courants (mode et accessoires traditionnels de beauté, merceries), et seulement **3,2%** des enquêtées dont leur commerce se restreint soit au commerce des biens réfléchis (bijoux en argent, objets d'art, etc.) soit au commerce des produits de soins personnels (cosmétique, esthétique, tatouages, etc.). Ainsi, l'artisanat traditionnel représentatif des productions culturelles de la ville de Mahdia est à exploiter comme avantage comparatif, en le débarrassant de son image poussiéreuse pour plutôt l'inscrire dans un cadre de réflexion, élargi sur l'économie culturelle et créative.

De plus, ces statistiques prouvent que les commerçantes du site marchand de la Skifa El Kahla essayent de garder l'histoire de la fréquentation et la culture de cet espace public qui constitue un bâtiment du patrimoine de la ville de Mahdia.

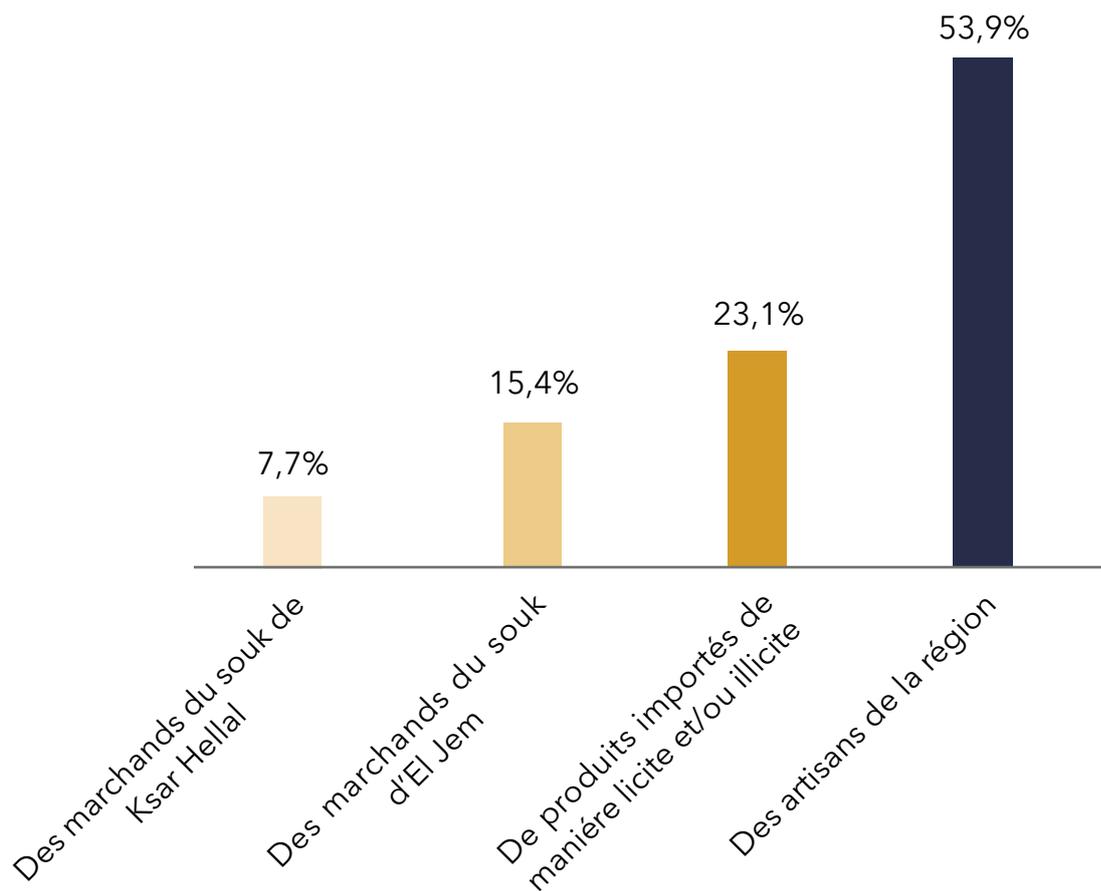
Comme la liberté et la volonté d'entreprendre sont les fondements des activités commerciales et artisanales, les données de l'enquête montrent que presque les deux tiers des commerçantes (**61,3%**) sont des entrepreneures individuelles contre une proportion de l'ordre de **38,7%** des

commerçantes enquêtées qui exercent l'activité commerciale au souk dans le cadre d'une exploitation familiale.

Pour les artisanes, les données de l'enquête ont montré que la majorité des artisanes (**81,8%**) sont des entrepreneures individuelles contre une proportion presque insignifiante de l'ordre de **9,1%** des artisanes enquêtées qui exercent l'activité artisanale traditionnelle soit dans le cadre d'une exploitation familiale soit dans le cadre d'une micro-entreprise d'associés.

Par ailleurs, du fait que la majorité des commerçantes est dans l'activité des échanges marchands de produits de textile et d'habillement et de costumes traditionnels féminins pour les mariages, interrogées sur leurs circuits d'approvisionnement, un peu moins de la moitié d'entre elles (**48,4%**) ont déclaré que les produits qu'elles vendent sont fabriquées par leurs propres soins, contre une proportion de **41,9%** d'entre elles qui ont exprimé le fait qu'elles s'approvisionnent des artisans de la région (**53,9%**), des importateurs de l'étranger (**23,1%**), des marchands du souk de la ville de Ksar Hellal (**15,4%**) et des grossistes du souk de la ville d'El Jem (**7,7%**). Le reste des commerçantes, soit la proportion **9,7%** ont déclaré qu'un membre de leur ménage s'occupe de la fabrication des biens mis à la vente.

Ainsi, la présence de plusieurs sources d'approvisionnement constitue la cause de l'impossibilité de fixer un prix unique pour un même type de produit, ce qui peut créer de la concurrence et des conflits entre les commerçantes du souk de la Skifa El Kahla.



2. Les principaux circuits d'approvisionnement des commerçantes

Quant aux artisanes, plus de sept artisanes sur dix (72,7%) ont déclaré que les problématiques d'approvisionnement de matières premières et de produits finis ont un impact sur la gestion quotidienne de leur activité. Ces contraintes pèsent sur les marges des micro-entreprises artisanales de la région dans l'impossibilité de fournir leurs clients dans les délais prévus ou dans les volumes escomptés surtout que l'activité est impactée par un effet saisonnier.

Lorsque les premières répondantes à l'enquête ont été questionnées directement sur les principales motivations qui l'ont poussé à s'installer dans l'espace de la Skifa El Kahla, 48,4% d'entre elles ont déclaré que c'est l'historique, la

symbolique, la notoriété et des images que cet espace public marchand dégage, liées au vécu et aux valeurs socioculturelles de ses usagers, et celle plus physique de la perception visuelle des éléments qui le composent : « ce souk est dédié seulement aux femmes commerçantes ») conjuguée avec des raisons économiques, suivi par la spécialisation marchande du site (45,2%), puis une autre motivation traduisant l'emplacement du souk par rapport au centre de la ville de Mahdia et à leur domicile qui s'est exprimée avec seulement une proportion de l'ordre de 6,5%.

La spécialisation de
l'emplacement
45,2%

L'historique de
l'emplacement
48,4%



Lieu drainant de la
clientèle
6,5%

3. Les principaux circuits d'approvisionnement des commerçantes

Ainsi, la manière dont l'espace public est organisé et son emplacement symbolique ont prédominé sur les motivations des commerçantes de choix de cet espace public, et sur la manière dont elles vont s'en saisir.

En effet, malgré le fait qu'une activité de petit commerce soit souvent considéré comme un travail de subsistance, on la choisit parce qu'elle procure de l'autonomie économique des femmes qui se réfère à leur capacité à pourvoir elles-mêmes à leurs besoins ainsi qu'à ceux des personnes qui dépendent d'elles et à décider de la meilleure façon d'y parvenir.

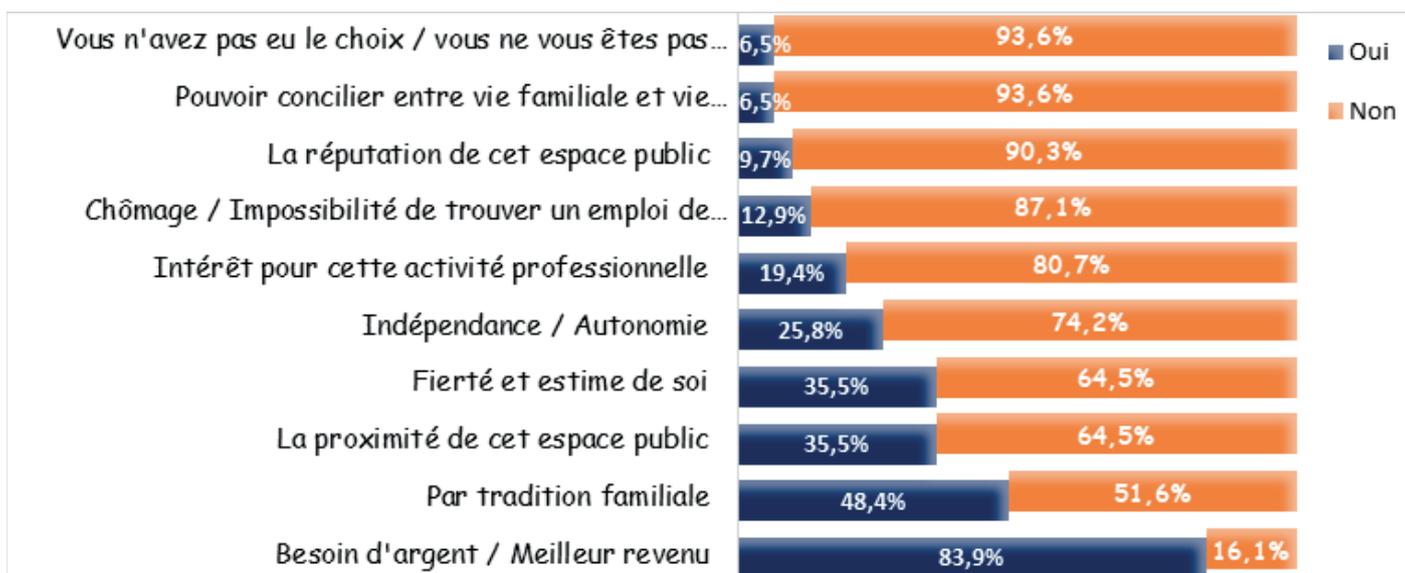
Ains, cela permet aux femmes marchandes de concilier la vie professionnelle et la vie de famille. Une telle activité professionnelle intéresse bien les femmes en milieu urbain qui cherchent à avoir le temps de s'occuper des enfants et des travaux ménagers.

La féminisation de l'activité commerciale en Tunisie n'est pas récente, et il s'avère qu'elle est en croissance continue.

De ce fait, nous avons cherché, dans le cadre de notre enquête, à savoir comment une femme devient-elle responsable d'une micro-unité de commerce ? Est-ce une initiation familiale ? une occasion saisie ? une volonté d'affirmer ses capacités mal reconnues ? etc.

C'est pour répondre à cet ensemble d'interrogations que nous avons questionné seulement les commerçantes sur les raisons qui les ont poussées à exercer l'activité commerciale au site marchand de la Skifa et Kahla.

Les résultats de cette investigation sont résumés dans la Figure 4 suivante.



4. Les raisons d'installation au souk de la Skifa El Kahla

Globalement, les interrogées ont affirmé que la connaissance du métier, la qualification professionnelle acquise durant la vie active et la recherche d'un meilleur profit ont été les raisons principales du choix de l'activité économique exercée au Souk.

Dans le détail, comme première raison exprimée, et justifiant l'idée à développer une activité commerciale et à choisir de s'installer au sur le site marchand de la Skifa El Kahla pour la grande majorité des répondantes (83,9%) est le « besoin d'argent et d'une recherche d'amélioration de revenu ». « La tradition familiale pour une telle activité professionnelle » constitue un élément déclencheur pour presque la moitié des commerçantes (48,4%). « La proximité » du Souk et son emplacement historique, stratégique et central (35,5%) ou « la fierté et l'estime de soi » (35,5%) représentent aussi des facteurs principaux d'incitation au passage de l'exercice d'activité des échanges marchands au site de la Skifa El Kahla.

« L'indépendance et l'autonomie économique » (25,8%) et « L'intérêt pour cette activité professionnelle » (19,4%) ont été exprimées par presque le quart des répondantes. Enfin, « Le chômage, l'impossibilité d'accéder à un poste de salariée » (12,9%) ou « La réputation de l'espace public » (9,7%) représentent aussi des facteurs d'incitation au passage à l'exercice d'activité des échanges marchands mais avec des proportions moindres.

Toutes ces raisons avec leurs statistiques montrent que la vulnérabilité sociale des femmes travaillant dans l'économie informelle est ancrée dans des contextes sociaux et politiques dominés par des phénomènes tels que le chômage, les inégalités socio-économiques et le ralentissement économique.

En général, ces phénomènes affectent les catégories les plus vulnérables de la société, touchant en particulier les femmes.

2.1.2. Trajectoires professionnelles des commerçantes / artisanes

2.1.2.1. Âge et situation matrimoniale



Diagnostiquer le phénomène de l'insertion sociale au niveau communautaire est une tâche d'autant plus ardue que nulle définition ne paraît incontestable. C'est la raison pour laquelle l'analyse de l'insertion sociale doit tenir compte de plusieurs indicateurs et éviter l'hypothèse d'une trajectoire d'insertion unique et d'un parcours modèle d'entrée dans la vie active.

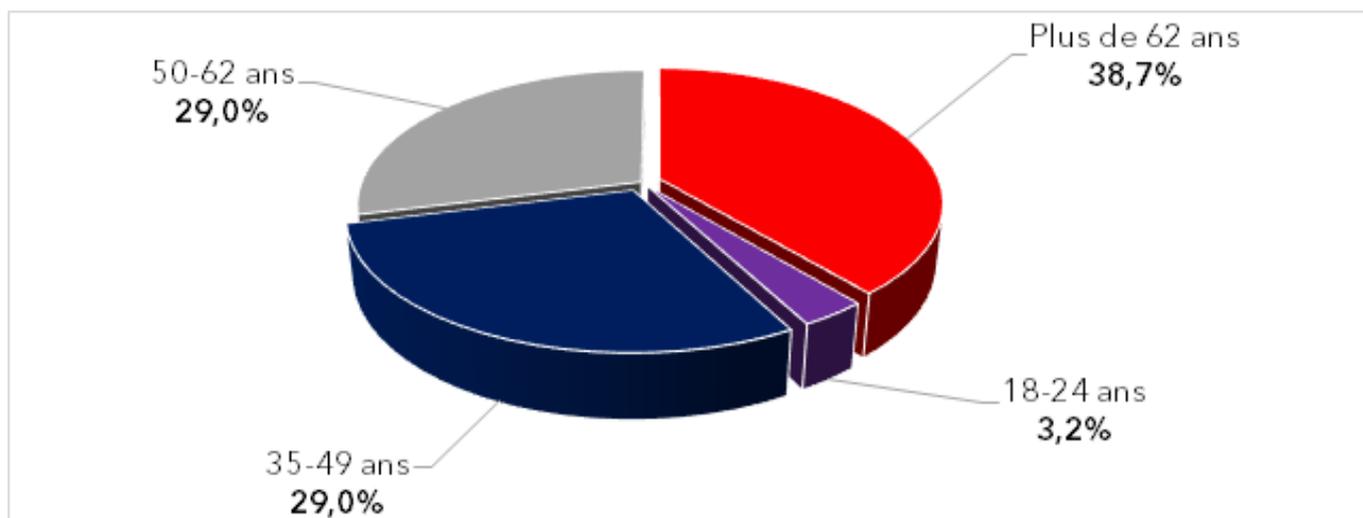
Ceci explique l'intérêt de cette section qui cherche à examiner les deux aspects âge et état matrimonial des deux populations de notre enquête quantitative.

Contrairement à ce l'on pouvait s'y attendre, à savoir que plus les femmes sont âgées, moins elles participent au marché du travail, les données de la figure 5 ci-dessous donne la répartition des commerçantes enquêtées par tranches d'âge, et fait ressortir que la catégorie d'âge modale de notre population est celle des plus de 62 ans et regroupe 38,7% de l'effectif total. Ainsi, la population des femmes commerçantes du site marchand de la Skifa El Kahla est assez vieille.

Dans le détail, plus des tiers des femmes commerçantes (67,7%) sont des femmes âgées de plus de 50 ans, et presque quatre commerçantes sur dix, soit 38,7%, ont pour âge supérieur à 62 ans.

Enfin, une proportion de 29% des commerçantes ont pour âge entre 35 et 49 ans.

Comme nous l'avons déjà mentionné auparavant, ces statistiques peuvent bien se justifier par les principales raisons et motivations exprimées par les commerçantes enquêtées qui les ont incitées à s'installer dans cet espace public marchand.



5. Répartition des commerçantes par tranches d'âge

Par ailleurs, les données font ressortir qu'un peu moins d'un tiers d'entre elles (29%) sont âgées entre 35 et 49 ans. Une explication possible de ce constat est que ce presque tiers des commerçantes de la Skifa El Kahla ont été influencées par la plus ou moins longue durée du chômage et donc elles ont opté pour le choix de l'activité de commerce informel. Enfin, on doit noter une proportion très faible (3,2%) des femmes commerçantes dont la tranche d'âge est entre 18 et 24 ans.

Ce constat peut se justifier par les faits que les effets et les expériences de la pauvreté, des divorces hâtifs et de veuvage ne sont pas les mêmes parmi les hommes et parmi les femmes.

En effet, lorsque la pauvreté s'installe ou bien lorsque le veuvage ou le divorce survient, les attitudes de recherche de revenu supplémentaire caractérisent plus les veuves que les mariées, et beaucoup plus les veuves que les veufs.

Du point de vue répartition par tranches d'âge des femmes artisanes de la médina de la ville de Mahdia, la structure de l'échantillon, malgré sa taille réduite, paraît globalement conforme à ce

que l'on a pu observer pour les commerçantes de la Skifa El Kahla et aussi par ailleurs.

En Tunisie, les seules jeunes filles menant des activités économiques indépendantes le font dans le secteur véritablement informel.

Quant aux autres femmes, elles sont soit en phase de scolarisation soit mobilisées dans des tâches d'aides familiales. Plus précisément, les femmes artisanes interrogées avaient entre 25 ans et plus de 62 ans.

Près des deux tiers (63,6%) avaient entre 35 et 49 ans. Un peu plus du quart (27,3%) des artisanes avaient plus de 62 ans, et enfin presque une artisane sur dix a pour âge entre 25 et 34 ans. Bien que ces chiffres reflètent bien l'hétérogénéité des femmes artisanes pour participer à l'enquête, le lecteur remarquera que les résultats traduisent une grande similitude avec les commerçantes de la Skifa El Kahla et dans les expériences professionnelles vécues.

Le tableau 1 suivant résume la répartition des artisanes interrogées par tranche d'âge.

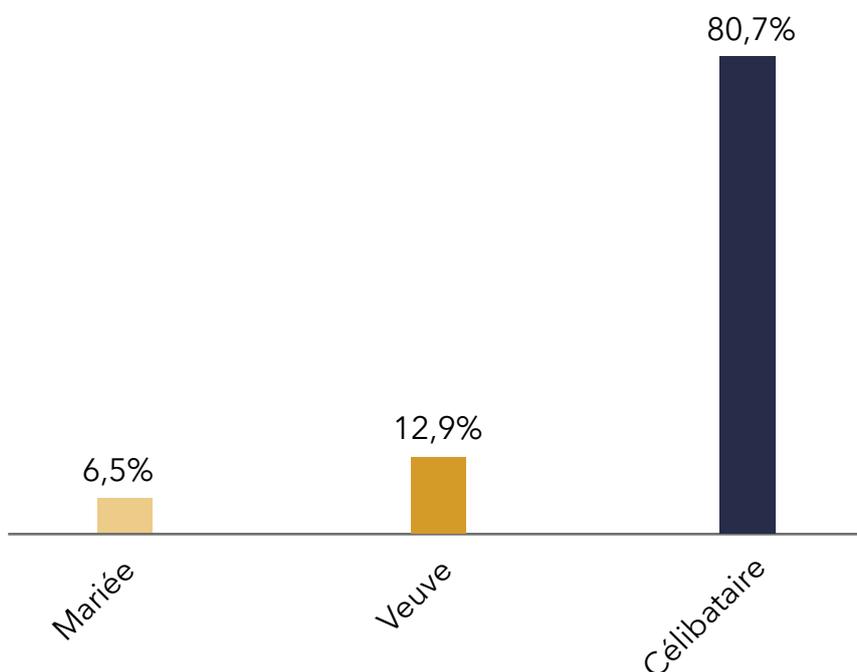
Tranches d'âge	25-34 ans	35-49 ans	Plus de 62 ans	Total
Fréquence	9,1%	63,6%	27,3%	100%

4. Répartition des artisanes selon l'aspect âge

En Tunisie, l'infériorité numérique des femmes déclarées commerçantes peut également être nuancée par l'importance du taux de nuptialité des entrepreneurs.

L'observation des comportements matrimoniaux permet en effet de constater l'importance

de la structure conjugale chez les femmes commerçantes du marché de la Skifa El Kahla : les mariées prédominent avec 80,7%, majoritairement en couple ou en situation de monoparentalité ayant peu d'enfants en bas âge ou majeurs, contre 6,5% de célibataires.



6. Répartition des commerçantes par tranches d'âge

Le croisement des deux variables âge et situation conjugale fait ressortir les données suivantes.

Nous constatons que les commerçantes mariées sont réparties d'une manière uniforme selon l'âge : 25,8% ont pour âge entre 35 et 49 ans, 25,8% ont aussi pour âge entre 50 et 62 ans et une proportion un peu plus élevée, soit 29% des mariées sont âgées de plus de 62 ans. Par contre, on observe la plus faible proportion, soit 3,2%, des femmes commerçantes chez les célibataires âgées de 18 à 24 ans et chez celles qui ont pour âge entre 50 et 62 ans.

Les femmes commerçantes isolées (célibataire et veuve), représentant presque le cinquième

de la population enquêtée (19,4%), sont globalement âgées. Comme toutes les femmes, les commerçantes sont aussi potentiellement vulnérables aux lois coutumières discriminatoires en matière d'héritage.

De ce fait, les données recueillies font ressortir que 12,9% des enquêtées sont veuves et sont presque toutes âgées de plus de 62 ans. Près d'une commerçante sur seize, soit 6,5% est célibataire, et la majorité des célibataires est adulte.

Les données recueillies auprès des artisanes font ressortir que la majorité sont des femmes mariées (72,7%) contre une proportion de 27,3% de veuves.

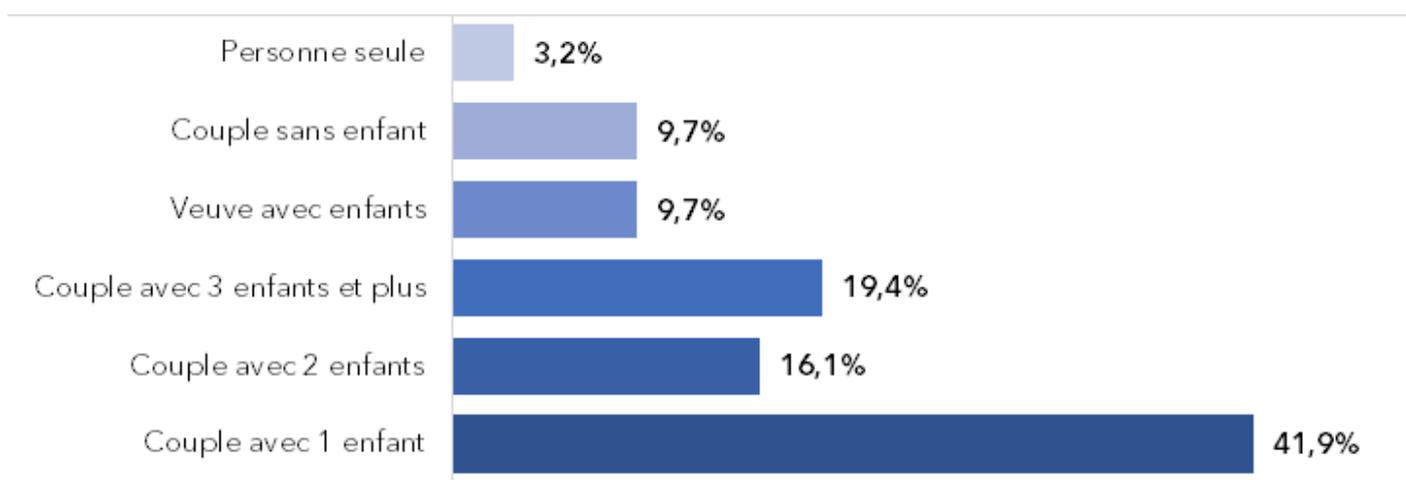
2.1.2.2. Composition du foyer

D'après les données de la figure 7 ci-dessous, il ressort qu'une majorité de quatre cinquièmes des femmes commerçantes enquêtées (87,1%) sont des personnes avec enfants, qu'elles soient en couple ou non.

Ce taux est considéré très élevé et confirme le changement social que connaît la famille tunisienne en matière de migration vers le

modèle simple et diminution de niveau de prise en charge des membres de la grande famille. Les familles monoparentales sont généralement composées d'une femme seule avec au moins un enfant : leur part représente 9,7%.

Enfin, les personnes seules et les couples sans enfant représentent seulement 12,9%.



7. Répartition des commerçantes selon la composition du foyer

Quant aux femmes artisanes, il ressort des données collectées que la majorité d'entre elles sont en couple avec ou sans enfant. Presque une femme sur cinq (18,2%) est veuve et vive avec ses enfants. Les artisanes qui sont seules

ne représentent qu'une minorité de 10%. Le tableau 2 ci-dessous donne la répartition des femmes artisanes de la médina de la ville de Mahdia selon l'aspect composition du foyer.

Personne seule	9,1%
Couple sans enfant	9,1%
Couple avec 2 enfants	18,2%
Couple avec 3 enfants et plus	36,4%
Veuve avec enfants	18,2%
Avec mes parents	9,1%

5. Répartition des artisanes selon l'aspect composition du foyer

2.1.2.3. Niveau de scolarisation

L'éducation est un atout majeur pour les femmes, car elle leur procure toute une série d'avantages, dont une meilleure connaissance de leurs droits, une participation accrue à la prise de décision et l'accès à de meilleures possibilités d'emploi.

Ainsi, en se penchant sur l'une des procurations classiques pour l'autonomisation des femmes, à savoir l'éducation, les résultats de l'enquête font sortir que sur l'ensemble des enquêtées, 93,5% des femmes commerçantes ont déjà fait des études contre la totalité des femmes artisanes.

Une des conséquences de cette forte proportion de celles qui sont passées par l'école est le principe de l'obligation de l'instruction imposé en Tunisie au lendemain de l'indépendance et exigeant que tous les enfants âgés de six ans bénéficient de l'arme de l'apprentissage et de l'éducation.

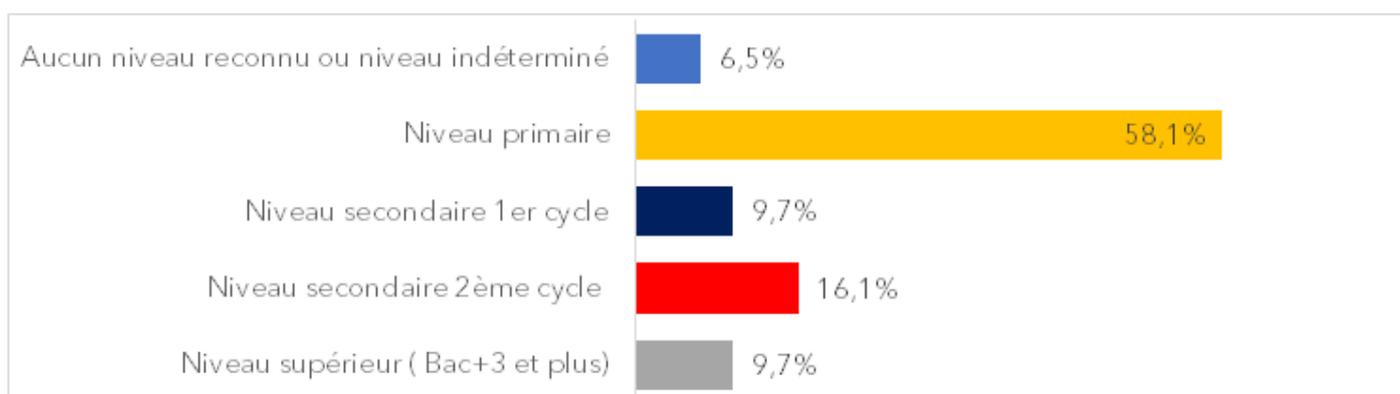
Néanmoins, ce diagnostic positif doit être nuancé. Le taux de scolarisation primaire est de 58,1% chez les commerçantes et de l'ordre de 9,1% chez les artisanes laissant supposer que l'échec scolaire et le désintérêt pour le savoir et la culture ne vient plus seulement de la société,

mais aussi de l'école elle-même, victime des tribulations répétées des réformes successives entreprises par les différents gouvernements qui se sont relayés depuis plus de deux décennies.

Presque une commerçante sur dix (9,7%) a un niveau de scolarité de bac et plus contre une proportion de presque le double (18,2%) chez les artisanes.

Enfin nous remarquons que le taux d'analphabétisme est de l'ordre 6,5% chez les femmes commerçantes et nul chez les artisanes.

En conclusion, nous pensons que le choix de travailler dans le petit commerce informel est justifié entre autres par le manque de compétences et du niveau d'instruction. Toutefois, chez les commerçantes de la Skifa El Kahla ainsi que chez les artisanes de la médina de la ville de Mahdia, l'image noble du sacrifice est omniprésente, et la mobilité sociale ascendante se traduit par une rupture au regard du faible niveau d'instruction des commerçantes et des artisanes, qui est lié au rapport différent aux études selon le genre.



8. Répartition des commerçantes par niveau d'instruction

2.2. Autonomisation des commerçantes / artisanes

Le renforcement de la position économique, sociale, culturelle et politique des femmes est essentiel pour l'égalité du genre, l'inclusion sociale, la croissance économique et le développement inclusif et durable, ainsi que pour la productivité des entreprises, la compétitivité et la création de valeur. De plus, ce renforcement fait le lien avec le cinquième Objectif de Développement Durable dont le but est de parvenir à l'égalité des sexes et l'autonomisation de toutes les femmes et les filles.

Par ailleurs, la participation de la femme au marché de travail n'offre pas seulement la possibilité d'assurer ses moyens de subsistance, mais elle permet aussi de se prendre en charge, de préserver sa dignité, de créer du capital social et d'augmenter la confiance en soi.

Ainsi, l'autonomisation de la femme avec ces différents déterminants économique, socioculturelle, familiale et politique constitue un facteur de protection qui diminue le risque de l'exclusion et de violence à l'égard des femmes. Toutefois, la femme urbaine continue pour autant d'être confrontée à des obstacles importants qui font entrave à ses opportunités

économique, sociale et culturelle et l'empêchent de réaliser pleinement son potentiel et booster ainsi son autonomisation.

Par ailleurs, nous rappelons que notre étude quantitative est ancrée dans une approche compréhensive qui s'attache à rendre compte du point de vue des femmes commerçantes et des femmes artisanes interrogées, de leurs représentations, de leurs croyances et perceptions de leurs satisfactions des conditions de vie et de leur vécu.

Ainsi, à travers la collecte et l'analyse des réponses recueillies aux questions relatives au concept complexe de l'autonomisation des femmes, et au regard du fait que les deux populations des femmes enquêtées sont relativement vieillissantes, ce deuxième volet de la présentation des résultats de l'enquête vise à analyser en particulier la dimension du processus d'autonomisation économique et sociale des commerçantes du site marchand de la Skifa El Kahla et les artisanes de la médina de la ville de Mahdia et les rôles de cette autonomie dans la prise de pouvoir ainsi que les défis et les dynamiques d'autonomisation des femmes.

Source : Travaux de la Commission de statistique sur le Programme de développement durable à l'horizon 2030



2.2.1. L'entrepreneuriat : levier pour l'autonomisation financière

La dimension « vulnérabilité des femmes urbaines de la Médina » utilisée par le projet Femmedina comme approche est bien appropriée pour atteindre les objectifs du projet. En effet, les deux populations ciblées par l'enquête quantitative constituent bien une catégorie sociale bien relativement vulnérable aux conditions sévères de la vie comme le manque de revenu, les fonds de roulement de leurs activités commerciales et leurs activités professionnelles de production et/ou de transformation, et les obligations familiales et sociales.

En effet, il ressort de l'analyse des données collectées que plus d'une femme commerçante sur deux (54,8%) était d'accord pour reconnaître que son activité professionnelle sur le site marchand de la Skifa El Kahla constitue l'un des revenus principaux pour son ménage, et que seulement une proportion de l'ordre de 27,3% des artisanes interrogées ont déclarées qu'elles représentent le soutien principal de leur foyer. Ceci prouve donc qu'en majorité, les femmes

commerçantes dépendent uniquement des activités marchandes au souk, et qu'elles peuvent certainement être vulnérables aux chocs sur les revenus (fluctuation des prix d'achats des marchandises, l'animation au souk, l'effet saisonnier de l'activité, etc.).

Or, ce même constat n'est valable que pour le quart des artisanes de la médina de la ville de Mahdia.

En soutenant le développement de sources alternatives de revenus, en particulier celles qui n'impliquent pas le commerce au Souk, les ménages des femmes commerçantes enquêtées auront accès à des revenus tout au long de l'année, et cela peut améliorer leur résistance face à des chocs inattendus. Enfin, les résultats de l'enquête reflètent des niveaux très élevés de pouvoir de décision dans des activités commerciales au sein des femmes interrogées.

2.2.2. Perceptions de l'autonomisation des femmes

L'analyse ou la promotion de l'autonomisation des femmes se focalise en général sur l'autonomisation économique.

Cela induit l'étude des variables indirectes comme le niveau d'éducation, l'emploi ou encore le revenu.

La variable niveau d'éducation a été déjà étudiée ci-haut, et nous allons voir de près dans la suite les deux autres variables emploi et revenu. Toutefois, la littérature académique et la conduite d'études ont élargi le concept complexe de l'autonomisation, et son analyse avec ces trois dernières variables a été considérée comme restrictive.

Ainsi, l'introduction de la dimension subjective à l'autonomisation, comme le pouvoir de

décision au sein du ménage, le pouvoir de négociation, ou encore la liberté de choix ont été jugés appropriés de les étudier.

Malgré que ces concepts soient relativement abstraits et difficiles à comprendre de la part d'une population peu instruite et pauvre, nous avons jugé intéressant de collecter la perception des enquêtées sur ce sujet à travers une question prenant en compte la dimension subjective à l'autonomisation des femmes.

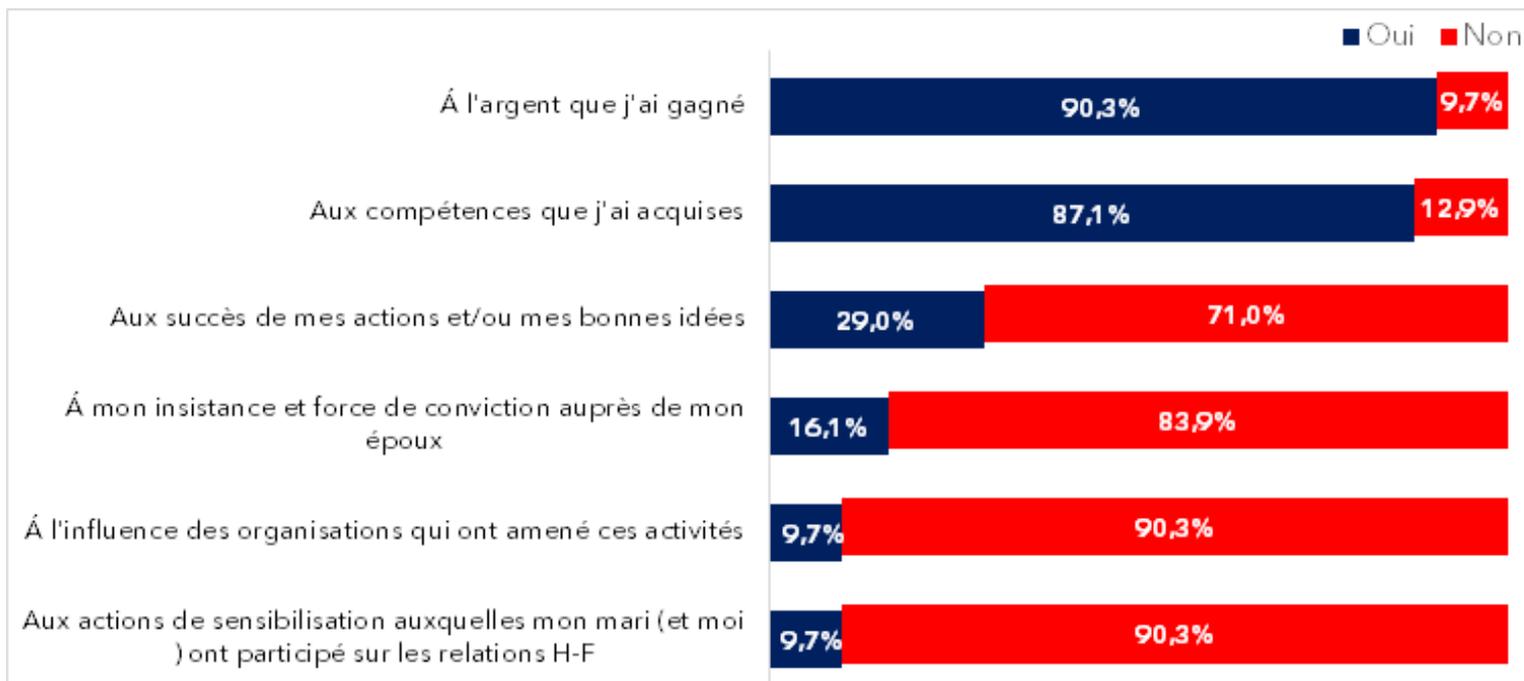
L'analyse des données a abouti aux résultats qui prouvent que la totalité des commerçantes ainsi que la totalité des artisanes disposent d'une certaine flexibilité dans la prise de décision pour elles-mêmes, qui ont leur mot à dire dans les prises de décisions au sein du ménage, ou qui disposent d'une relative indépendance

financière. De tels résultats prouvent donc que la situation actuelle de la totalité des femmes enquêtées ne constitue pas un obstacle majeur à leur promotion socioéconomique.

À la question « Si Oui, Comment / Pourquoi ? » administrées aux femmes qui estiment que l'autonomisation des femmes a renforcé leur pouvoir de décision ou leur capacité à agir de manière autonome au sein du ménage (toutes

les femmes interrogées d'après les résultats recueillis et analysés), les répondantes ont présenté une variété de facteurs, objectifs ou conséquences relatives à l'autonomisation, ou ont exposé les qualités d'une femme dite autonome.

Cela est consigné dans la Figure 9 suivante pour le cas des commerçantes.



9. Perception des commerçantes de l'autonomisation des femmes

Des données de la Figure 9 ci-dessus, il ressort que pour la quasi-totalité des commerçantes interviewées, l'autonomisation des femmes a trait avec le renforcement des moyens économiques avant tout (90,3%). Une femme autonome est d'abord une femme qui travaille et donc qui apporte un revenu au foyer.

C'est donc une femme qui contribue à « lutter contre la pauvreté et à répondre aux besoins de base du ménage » ou encore à « développer sa famille ».

Plus de huit commerçantes sur dix (87,1%) ajoutent à cela la notion de renforcement des capacités des femmes en vue d'exercer leur propre activité économique. Avec une proportion moindre de presque un tiers, soit

29%, les commerçantes enquêtées ont exposé le facteur subjectif des succès des actions accomplies et des bonnes idées conçues. Ainsi, l'autonomie financière des femmes a été mise en avant par la plupart des répondantes. Cela est surtout synonyme d'autosuffisance ou de prise en charge de leurs besoins ou des besoins de la famille par les femmes commerçantes.

La dimension familiale de l'autonomisation de la femme artisanne de la médina de la ville de Mahdia a aussi été analysée à travers la capacité de cette femme à participer aux prises de décisions au sein de son ménage. L'analyse des résultats recueillis est consignée dans la Figure 10 suivante.

Il ressort ainsi que pour la totalité des artisanes

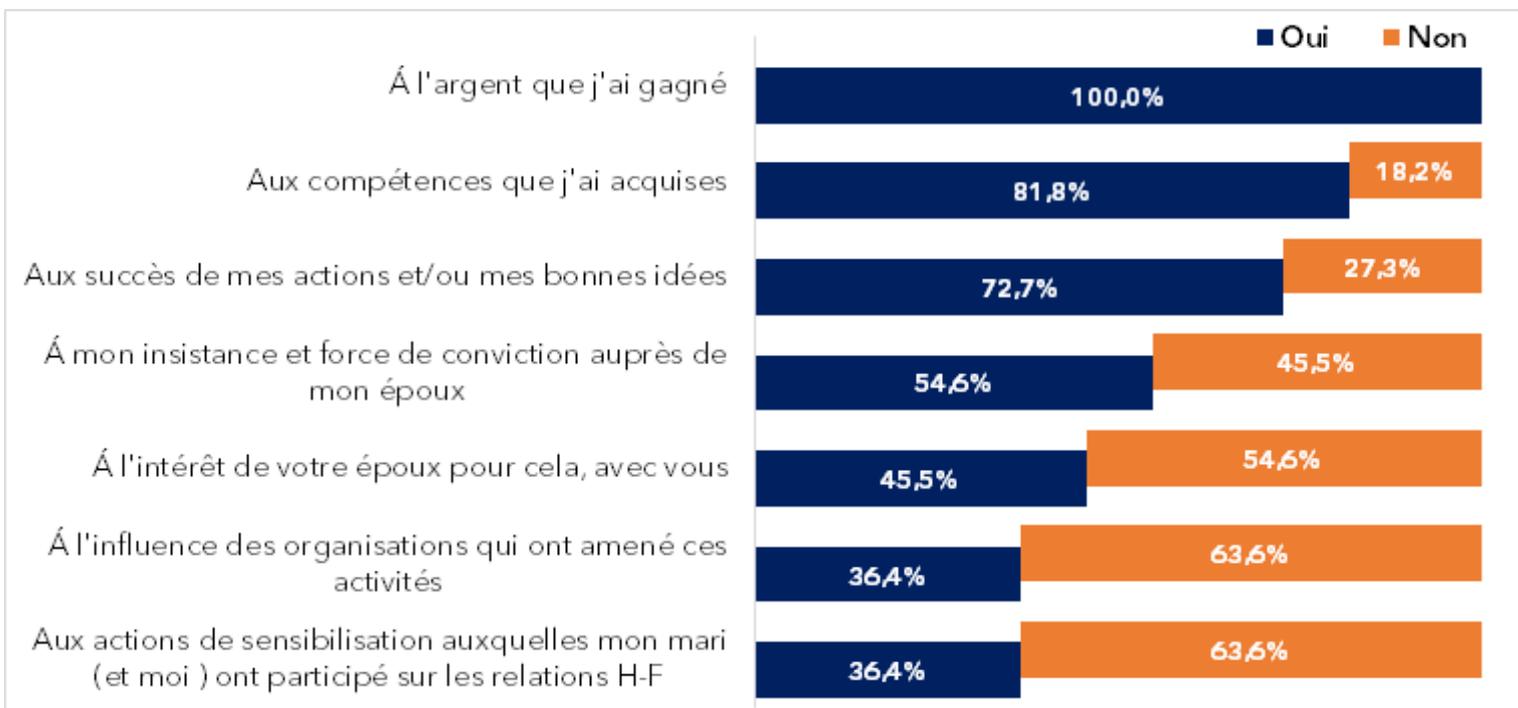
interviewées, l'autonomisation des femmes a trait avec le renforcement des moyens économiques avant tout.

Une femme autonome est d'abord une femme qui travaille et donc qui apporte un revenu au foyer. C'est donc une femme qui contribue à « lutter contre la pauvreté et à répondre aux besoins de base du ménage » ou encore à « développer sa famille ».

Plus de huit commerçantes sur dix (81,8%) ajoutent à cela la notion de renforcement

des capacités des femmes en vue d'exercer leur propre activité économique, et avec une proportion moindre (72,7%) de presque trois artisanes sur quatre, les artisanes enquêtées ont exposé le facteur subjectif des succès des actions accomplies et des bonnes idées conçues.

Enfin, un peu plus d'une artisane sur deux (54,6%), les artisanes enquêtées ont évoqué le facteur de l'insistance individuelle et la force de conviction qui est basée sur la confiance en soi.



10. Perception des artisanes de l'autonomisation des femmes

2.2.3. Équilibre vie prof-vie perso : levier d'autonomisation des femmes

L'équilibre entre la vie professionnelle et la vie personnelle est un concept plus que souhaitable et un compromis idéal pour les femmes et fait référence à la capacité de gérer efficacement les exigences et les responsabilités du travail tout en maintenant des relations saines avec la famille.

De plus, les femmes travaillent pour pouvoir vivre, et non l'inverse, et l'équilibre vie professionnelle et vie familiale constitue un levier pour l'autonomisation des femmes et la promotion de l'égalité de genre.

Questionnées sur cet aspect, un peu moins des trois quarts des commerçantes (71%) perçoivent de l'importance de la conjugaison entre la vie professionnelle et la vie personnelle contre la totalité des femmes artisanes (important (27,3%) et très important (72,7%).

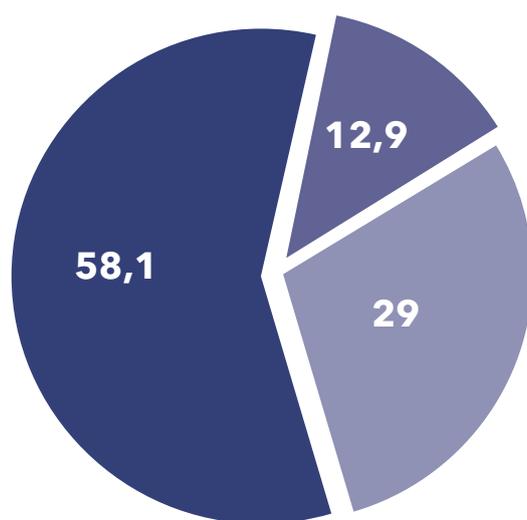
Ainsi, la capacité de gérer efficacement les exigences et les responsabilités de son travail tout en maintenant des relations saines avec sa famille et en prenant soin de son bien-être semble être un facteur important voir très important pour les artisanes de la médina de la ville de Mahdia.

Du constat concernant les femmes commerçantes, on peut tirer le fait que les ces dernières restent globalement plus confrontées à cette problématique d'ajuster les exigences liées à leurs activités commerciales à celles de leurs responsabilités familiales.

Ceci justifie bien le choix de s'installer au site marchand hebdomadaire de la Skifa El Kahla du moment que c'est un marché hebdomadaire qui offre une forme d'emploi flexible et un moyen approprié et équilibré de gérer le parcours professionnel et les exigences familiales.

En outre, les résultats ont révélé que les commerçantes de la tranche d'âge 35-49 ans ont, en totalité, accordé la mention « très important » à l'équilibre entre la vie professionnelle et la vie familiale.

En effet, cette tranche d'âge est considérée pour les femmes comme « l'âge sous pression » car à cet âge elles ont des activités intenses : mener une vie professionnelle, construire une carrière, se consacrer à un projet familial, etc.



11. Perception des commerçantes de l'équilibre Travail-Vie familiale

2.2.4. Aspirations professionnelles des commerçantes / artisanes

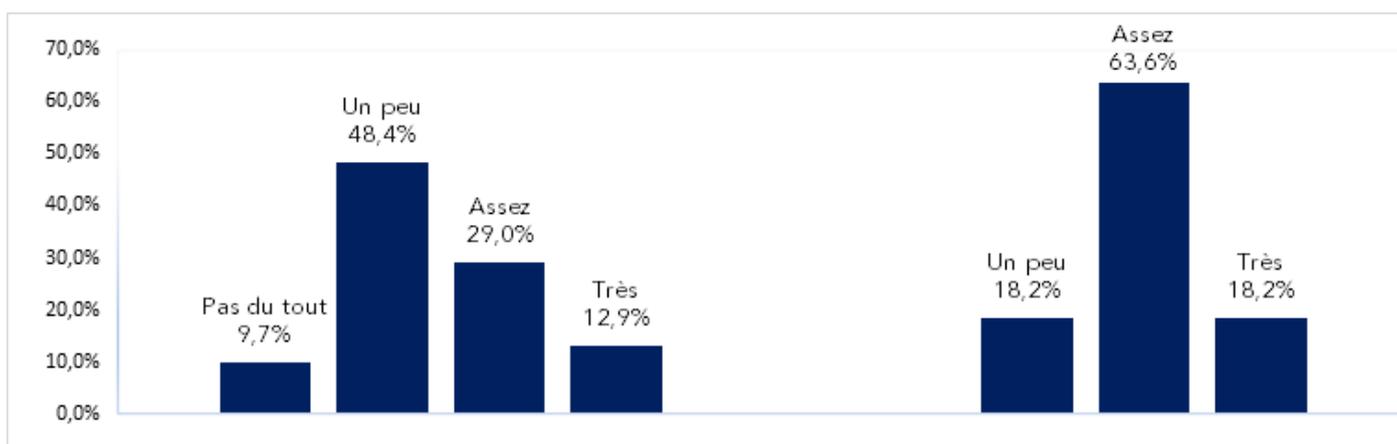
Les aspirations professionnelles correspondent à la vision de l'avenir.

Elles représentent ce qu'une personne espère atteindre dans sa vie professionnelle au cours des années à venir.

Ainsi, sur la base d'une échelle de mesure du sentiment d'accomplissement qui est important pour les commerçantes de la Skifa El Kahla ainsi que pour les artisanes de la médina de la ville de Mahdia, nous avons cherché à mesurer le niveau de la satisfaction des commerçantes lié à la réalisation de tâches significatives, à l'atteinte d'objectifs personnels, à la contribution à des résultats concrets et la certitude qu'elles ont donné la meilleure version d'elles-mêmes.

Pour l'appréciation portée sur l'activité commerciale, un peu plus de neuf commerçantes sur dix (90,3%) affirment avoir le sentiment d'accomplir et de concrétiser leurs aspirations professionnelles à des niveaux de satisfaction différents allant de « Un peu » (48,4%) à « Très » (12,9%). Par contre, elles sont seulement 9,7% à déclarer qu'à ce jour, elles n'ont presque pas le sentiment d'avoir concrétisé leurs aspirations professionnelles.

Pour le même aspect, la totalité des artisanes affirment avoir le sentiment d'accomplir et de concrétiser leurs aspirations professionnelles à des niveaux de satisfaction différents allant de « Un peu » (18,2%) à « Très » (18,2%) avec comme mode « Assez » (63,6%).



12. Perception des commerçantes de l'équilibre Travail-Vie familiale

2.2.5. Défis et obstacles : quelle résilience pour l'espace urbain marchand ?

Les commerçantes du Souk ont tout à gagner du développement du secteur du commerce de proximité.

Toutefois, une forte concurrence et/ou une transformation de la demande par les consommateurs et notamment la dégradation des conditions de travail peuvent constituer des obstacles et des défis auxquels sont confrontées les commerçantes de l'espace urbain marchand

qui les empêchent ou entravent leur accès aux nouvelles opportunités.

Ainsi, des modifications du système marchand et du système urbain peuvent s'additionner pour complexifier la résilience d'un espace commercial d'une ville dans sa globalité.

Il est ainsi intéressant d'identifier les obstacles liés aux conditions de travail dans l'espace

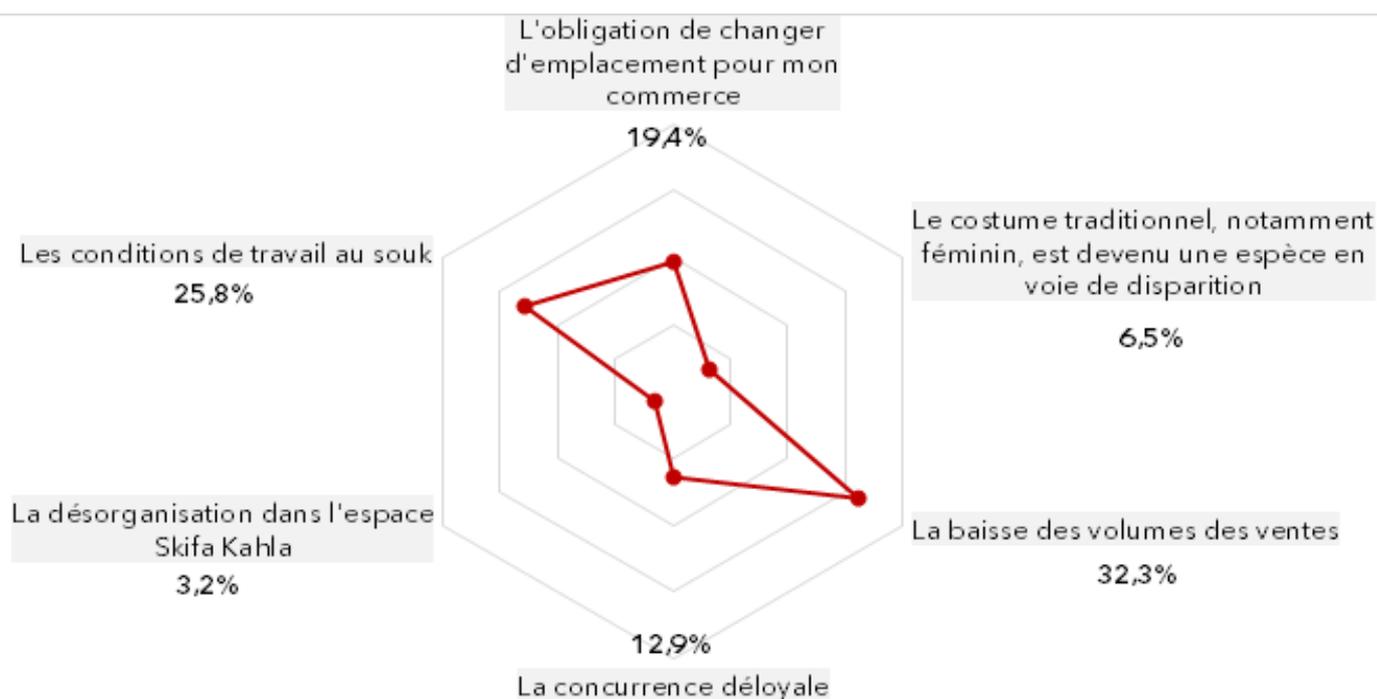
urbain marchand de la Medina de Mahdia que les commerçantes rencontrent dans leurs activités marchandes, ainsi que les défis et comment les surmonter pour favoriser, d'une part la résilience et la croissance de leurs micro-entreprises, et d'autre part la résilience d'un espace commercial dédié aux femmes d'une ville.

En réponse à la question ouverte « Quel est votre plus grand défi/obstacle pour votre activité commerciale à l'avenir ? », presque une commerçante sur trois (32,3%) était convaincue que le principal obstacle rencontré est la baisse des volumes des ventes. En outre, l'analyse des données révèle que plus du quart des commerçantes enquêtées (25,8%) cite les conditions du travail sur le site marchand ainsi que les difficultés relationnelles avec les

autorités locales, et estime qu'elles constituent des obstacles et des entraves à leur activité marchande à la Skifa El Kahla.

L'obligation de changer d'emplacement constitue un obstacle majeur à l'autonomisation des femmes commerçantes pour presque le cinquième des femmes enquêtées (19,4%). Vient ensuite dans des proportions moindres de l'ordre de 6,5% et 3,2%, les deux obstacles, à savoir le costume traditionnel, notamment féminin, est devenu une espèce en voie de disparition et la désorganisation dans l'espace marchand de la Skifa Kahla.

L'analyse des réponses à cette dernière question n'a pas présenté de disparités significatives entre les tranches d'âge des commerçantes.



13. Les défis/obstacles à l'avenir pour l'activité commerciale des enquêtées

2.3. Environnement et interactions sur le site marchand

À défaut de pouvoir l'appréhender dans sa complexité, le lieu marchand urbain constitue un espace public ou même un territoire d'activités marchandes où des interactions et des échanges, de l'intersubjectivité, de la représentation et de la projection sociétale et culturelle sont réunies.

On propose dans cette section du présent rapport une restitution synthétique des

témoignages recueillis auprès des commerçantes du Souk afin d'avoir une idée sur l'articulation des relations entre les commerçantes et l'espace public urbain et marchand au regard de la singularité du Souk de la Skifa El Kahla qui revient plutôt à sa forme sociale et spatiale relativement inédite issues d'une culture locale.

2.3.1. Défis et obstacles : quelle résilience pour l'espace urbain marchand ?

L'enquête s'est intéressée, entre autres aspects et thèmes, à la nature du lien social qui prévaut dans un espace public marchand comme celui du site historique de la Skifa El Kahla.

Dans une acception générale, le lien social pourrait être défini comme un ensemble de forces analysant des rapports ou de caractéristiques décrivant des traits ou de mécanismes étudiant les interactions qui permettent d'appréhender les rapports que les individus entretiennent entre eux et, simultanément, leur rattachement à la collectivité ou le regroupement ainsi que leurs perceptions quant aux perspectives de l'espace public marchand.

Par ailleurs, le site marchand de la Skifa El Kahla permet à toute femme artisan et commerçante d'avoir une présence.

Cela lui confère ainsi une certaine visibilité, ce qui favorise la mise en contact et par conséquent, les visites en espace de vente.

Il est en effet admis que les relations définissent un aspect essentiel de l'être social pour un individu donné. L'analyse de la dynamique des liens sociaux dans certains espaces territoriaux traditionnels, comme les espaces urbains marchands, participe d'une approche critique dans la manière d'appréhender et de concevoir

le lien social dans de tels environnements.

À travers ce volet du premier questionnaire de l'enquête qui a été administré à toutes les femmes commerçantes, nous allons pouvoir identifier les types de relations que les commerçantes du site marchand de la Skifa El Kahla entretiennent avec elles-mêmes et avec les riverains de la médina de la ville de Mahdia et déterminer ce qui constitue le noyau autour duquel se tissent les relations, ainsi que les lieux qui environnent les échanges sociaux. Ceci nous permet d'identifier les liens entre les réseaux de sociabilité des commerçantes de la médina de Mahdia et les caractéristiques propres à des catégories sociales.

Perceptions des commerçantes enquêtées à l'égard de la relation avec les commerçants de la médina de la ville de Mahdia.

La vie sur le site historique marchand de la Skifa El Kahla fait partie d'un rituel évident qui rend difficiles les opinions nuancées des commerçantes du souk sur cet espace public marchand. En réponse à la question ouverte « Quelle est votre relation avec les commerçantes de la Skifa El Kahla ? », plus de trois commerçantes sur quatre (77,4%) déclarent que dans chaque échange avec les commerçantes du souk, nous pouvions sentir un respect mutuel.

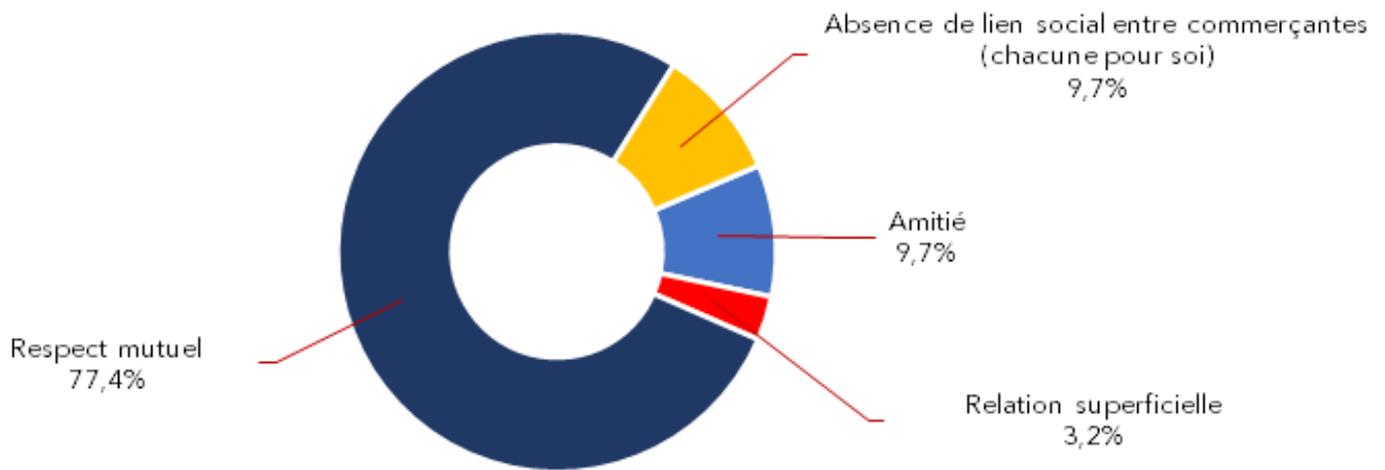
Cette proportion majoritaire justifie que les différences d'opinion sont accueillies sans jugement préalable et les conflits éventuels sont gérés de manière constructive, permettant à toutes les parties de se sentir entendues et valorisées. Ainsi, le respect mutuel encourage un environnement de travail prospère et positif.

Les deux expressions « Amitié » et « absence de lien social entre les commerçantes (chacune pour soi) » se manifestent respectivement chez les commerçantes enquêtées avec une proportion de 9,7%. La perception d'une relation d'amitié avec les commerçantes du

souk peut répondre à différents besoins : que ce soit pour l'entraide, les confidences, le partage d'activités, etc.

Par contre, la faible proportion de l'expression « Absence de lien social entre commerçantes et riverains » tendrait à justifier que le lien social se fait sentir par son absence selon deux modalités : le refusé a posteriori ou celui manquant a priori.

C'est donc la résultante d'une contrainte ou un choix, le réel faisant toujours état d'un entre-deux.



14. Les défis/obstacles à l'avenir pour l'activité commerciale des enquêtées

Cette dernière analyse prouve que l'absence de nuisances relationnelles entre les commerçantes du site marchand de la Skifa El Kahla n'engendre pas une nécessité de repenser le marché puisque les relations existantes entre les deux parties ne sont pas tendues et les conditions d'un vivre-ensemble semblent appuyées. Le site marchand de la Skifa El Kahla est de fait favorisé par la configuration même de la médina de la ville de Mahdia.

Toutefois, il est à recommander d'inciter l'ensemble des acteurs impliqués dans la gestion de ce souk hebdomadaire (commune et autorités locales) à le réorganiser en respectant les critères liés à l'architecture et aux spécificités du site tout en modernisant ses fonctions (économique, sociale, culturelle, administrative,

etc. Perceptions des artisanes enquêtées à l'égard de la relation avec les commerçantes de la Skifa El Kahla.

Les relations ou bien la qualité des relations entre les artisanes de la médina et les commerçantes de la Skifa El Kahla sont bien des préoccupations majeures tant pour les artisanes que pour les commerçantes.

La survie, le développement ou la croissance des très petites entreprises artisanales sont en effet largement conditionnés par l'écoulement des produits fabriqués.

Ainsi, en étudiant plus particulièrement la relation artisane-commerçante, nous avons

souhaité répondre à la question suivante : « en quoi la relation A-C permet-elle d'expliquer et de comprendre le développement de l'entreprise artisanale gérée par une femme ? ou bien l'entreprenariat féminin ? Interrogées sur cet aspect, la totalité des femmes artisanes a déclaré qu'il y a bien une relation d'amitié avec les commerçantes de la Skifa El Kahla.

Perceptions des relations et affinités entre les commerçantes. Dans la même optique, il importe d'avoir une image claire de la nature des liens sociaux et des types de relations que les commerçantes de la Skifa El Kahla entretiennent avec elles-mêmes et déterminer ce qui constitue le noyau autour duquel se tissent les relations, ainsi que les lieux qui environnent les échanges sociaux.

Ceci nous permet d'identifier les liens de sociabilité entre les commerçantes et les

caractéristiques propres à cette catégorie socioéconomique.

La vitalité du commerce indispensable à l'animation et à la vie du site de la Skifa El Kahla est une préoccupation affirmée par toutes les commerçantes.

En effet, l'analyse des données recueillies auprès des commerçantes du site marchand de la Skifa El Kahla a montré que chaque enquêtée témoigne d'un certain niveau de satisfaction à l'égard de ses interactions avec les autres commerçantes du souk allant de « Peu satisfaite » avec une proportion de 54,8%, « Assez satisfaite » (29%) et « Très satisfaite » (16,1%). Ce niveau de satisfaction globale assez élevé s'est développé et a pris un caractère de solidarité entre les différentes commerçantes de l'espace marchand de la Skifa El Kahla pour renforcer et maintenir un environnement de travail prospère et positif.



2.3.2. Solidarité et entraide entre les commerçantes

En même temps, et en dépit de ces affinités et amitiés relativement régulières et continues qui se sont tissées dans les rapports entre les commerçantes de l'espace marchand de la Skifa El Kahla, les femmes de cet espace public marchand demeurent appuyées par une forte solidarité entre les individus : près de huit personnes sur dix (77,4%) qui déclarent trouver qu'il y'a de la solidarité entre les commerçantes du souk contre seulement une proportion de 22,6% des interviewées qui estiment l'absence d'une solidarité entre les commerçantes de l'espace marchand.

Ce constat justifie qu'au fur et à mesure que l'individu voit son existence encadrée par des mécanismes universels de protection comme la solidarité, il peut plus facilement se libérer des contraintes et des exigences liées aux formes de protection plus traditionnelles, comme la famille, et du coup une intégration sociale facile dans les groupes auxquels il appartient et participe.



Oui
77,4%

Non
22,6%

15. Perceptions de la solidarité entre les commerçantes

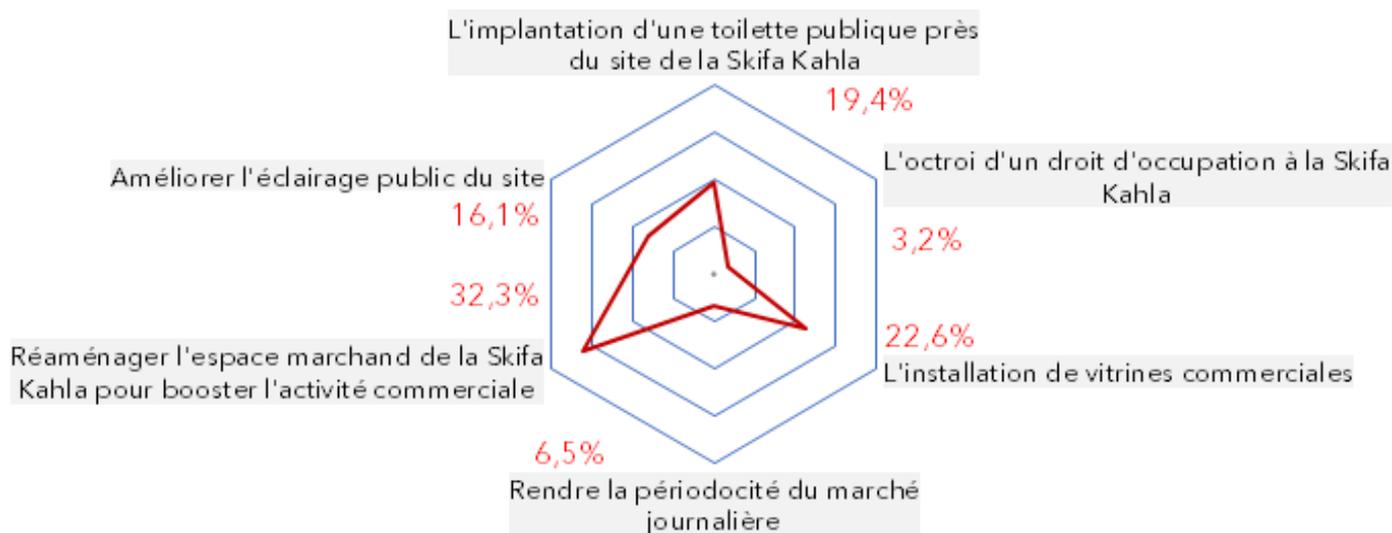
2.3.3. Éléments perçus comme manquants sur le site marchand

Questionnées sur les principaux éléments manquants et qui semblent indispensables afin de rendre l'espace marchand de la Skifa El Kahla plus animé et plus attractif, l'ensemble des commerçantes enquêtées ont offert une variété de réponses témoignant de l'état actuel de l'espace public marchand.

À la lecture des données de la Figure 16 ci-dessous, il ressort que les éléments perçus comme manquants les plus exprimés par l'ensemble des enquêtées sont : « le réaménagement de l'espace public marchand de la Skifa Kahla dans le but de booster l'activité commerciale », et « l'installation de vitrines commerciales », postulés de la part de la majorité relative des commerçantes avec des proportions respectives de 32,3% et 22,6%.

De plus, une part statistiquement significative des femmes enquêtées estime aussi que « l'implantation d'une toilette publique à l'alentour du site » (19,4%) et « le renforcement et l'amélioration de l'éclairage public du site marchand de la Skifa El Kahla » (16,1%) constituent bien des éléments manquants de l'espace urbain marchand du Souk de la Skifa El Kahla.

Quant à l'objet social qui est la sécurité dans le marché, cet élément n'a pas été soulevé. Par contre, une minorité de commerçantes (3,2%) a soulevé un élément d'aspect organisationnel du site public marchand « l'octroi d'un droit d'occupation » qui semble justifier l'existence de lien direct entre le sentiment d'insécurité et la probabilité de victimisation des femmes au Souk.



16. Les éléments manquants et perçus indispensables à l'animation du Souk

2.3.4. Souhaits d'amélioration des conditions de travail au Souk

Dans le même ordre d'idées d'investigation, globalement et presque la totalité des commerçantes enquêtées (98,2%) a exprimé le souhait d'exécution d'au moins une action d'amélioration des conditions de travail sur le site de la Skifa El Kahla à la fois simple et réalisable de la part des autorités locales.

Selon l'ensemble des répondantes à l'enquête, les éléments qui pourraient être améliorés et que les autorités doivent donner une importance particulière sont les suivants et concernent principalement l'environnement des affaires, les installations et le mobilier urbain. En effet, un espace marchand bien conçu qui privilégie le confort et l'ergonomie de ses usagers peut contribuer à réduire les contraintes physiques et la fatigue.

Un éclairage public approprié du site de la Skifa El Kahla peut garantir le confort des commerçantes et contribuer ainsi à stimuler l'humeur et la créativité des commerçantes. Ainsi, un environnement visuellement attrayant peut rendre le lieu de travail plus accueillant et créer une atmosphère positive.

- Il ressort l'attrait pour la promotion et la revitalisation des activités économiques, commerciales et artisanales comme un premier souhait d'amélioration sur le Souk (87,1%) de l'ensemble des réponses recueillies auprès des commerçantes et une proportion de 100% auprès des femmes artisanes. Il est à signaler qu'une telle demande est plus marquée chez les femmes commerçantes relativement jeunes.
- La valorisation des espaces publics recevant des activités commerciales et artisanales ou ayant des fins sociales, économiques et culturelles dédiés aux femmes, et par conséquent l'intégration des fonctions commerciales et artisanales dans le tissu urbain constitue aujourd'hui un souhait exprimé de la part de la totalité

des artisanes interrogées et de la part de presque la moitié (45,2%) des femmes commerçantes interviewées.

- Dans les mêmes proportions, un peu plus de deux personnes sur cinq, soit la proportion de 41,9% des commerçantes enquêtées, ont déclaré l'expression du désir ou du besoin de la création d'un centre de formation artisanale dans la médina de la ville de Mahdia contre seulement une proportion de 27,2% auprès des femmes artisanes.
- Un peu plus du tiers des commerçantes (35,5%) a exprimé les deux souhaits respectifs de l'aménagement d'espaces publics sécurisés qui encouragent les femmes à mener de multiples activités professionnelles et/ou récréatives, et l'aménagement au centre-ville de Mahdia d'espaces verts (jardins familiaux, des parcs, squares).

2.3.5. Satisfaction des commerçantes du cadre de vie au Souk

Les gestionnaires publics s'accordent à vouloir faire de l'écoute et connaître la satisfaction des usagers le centre des préoccupations du service public.

De ce fait, le degré de satisfaction des usagers d'un espace public par rapport à l'usage peut constituer une mesure de la performance des actions publiques qu'elles soient au niveau national ou local.

En parallèle, conscientes de l'importance que jouent les espaces publics marchands de qualité dont l'aspect du confort qui est lié au sentiment de sécurité au regard de l'aménagement du lieu qui fait que les femmes commerçantes se sentent bien et en sécurité, presque huit personnes sur dix (79,5%) sont satisfaites (« très satisfaite » et « assez satisfaite », respectivement à 33,3% et 46,2%). Par contre, 15,4% des commerçantes enquêtées ne sont pas satisfaites puisque qu'elles trouvent que le confort au Souk lié au sentiment de sécurité n'est pas adapté à leurs activités marchandes et devrait l'être davantage.

Les données de la Figure 17 ci-dessous indiquent que les femmes commerçantes ont majoritairement une opinion plutôt défavorable sur l'attractivité, la propreté, l'organisation et l'ambiance du site marchand de la Skifa El Kahla puisque les aménagements ne donnent pas envie de se rendre au Souk et faire des achats. En effet, presque les deux tiers des commerçantes enquêtées (67,7%) ont évoqué la difficulté à être non productifs simplement parce que les commerçantes du site marchand sont mal organisées dans leur travail.

Ce manque d'organisation est au cœur de tous les problèmes et fait que beaucoup de clientèle fuient l'espace de la Skifa El Kahla. De plus, les interventions des autorités municipales sont moindres en termes d'organisation et de gestion de l'espace public, et par conséquent les commerçantes réclament les autorités locales de pencher vers la résolution d'un

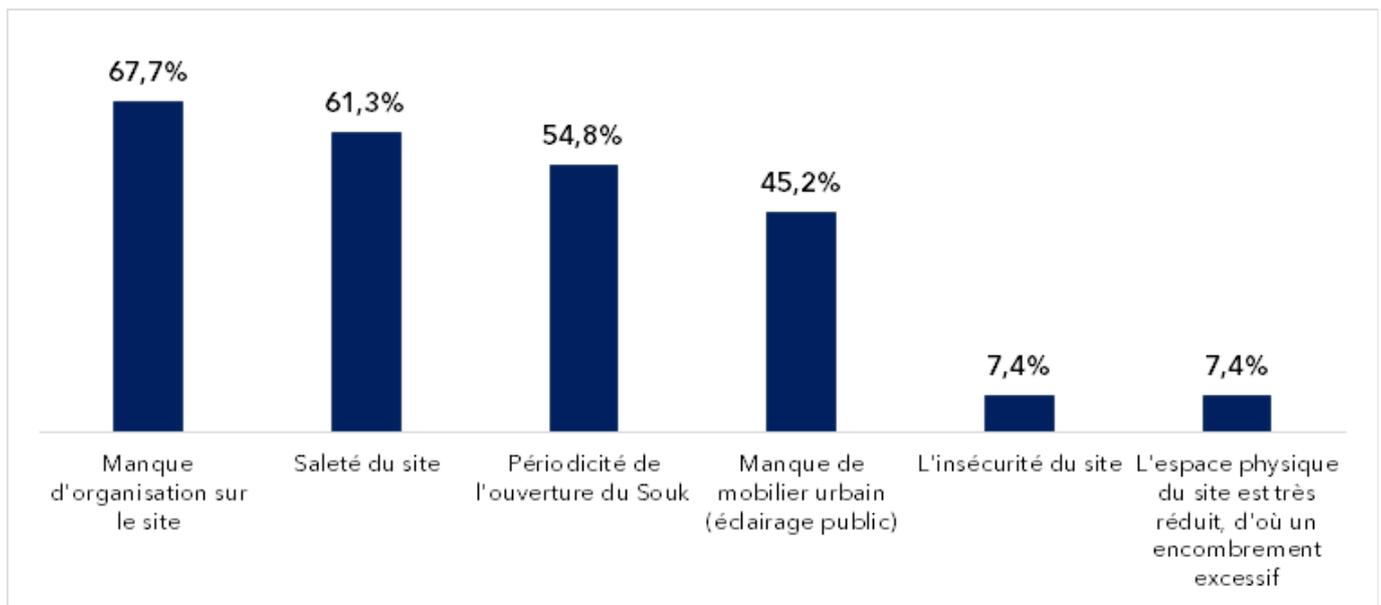
tel problème au plus vite possible. Vient en seconde position, le problème de la saleté de l'espace public.

En effet, avec presque le même taux de manifeste, soit une proportion de 61,3% des commerçantes enquêtées ont soulevé le problème de la propreté de l'espace marchand de la Skifa El Kahla.

Des inquiétudes manifestées par les commerçantes à l'égard de l'entretien et la propreté du site de la Skifa El Kahla peuvent expliquer en partie les principales causes du déclin de l'activité commerciale du site et que les gens n'ont plus envie de visiter le Souk et de faire des achats. Ainsi, la propreté, l'hygiène et l'entretien de l'espace marchand constituent aujourd'hui des préoccupations majeures soulevées par presque le tiers des enquêtées.

Un peu plus de la moitié des enquêtées (54,8%) ont une opinion défavorable quant à la périodicité des jours d'ouverture du Souk.

En effet, ces enquêtées trouvent l'ouverture du Souk pendant seulement le Vendredi de chaque semaine n'est pas bénéfique pour leurs activités commerciales, et réclament les responsables de la commune de Mahdia de repenser la périodicité d'ouverture du marché en tenant compte des temps sociaux dans les pratiques des usagers. Il ressort aussi des données de la Figure 17 ci-dessus qu'un peu moins d'une personne sur deux (45,5%) a manifesté une insatisfaction envers le mobilier urbain et principalement l'éclairage public. Enfin, seulement 7,4% des commerçantes enquêtées ont évoqué le problème de l'insécurité du site et la réduction de l'espace physique dédié aux activités commerciales des femmes.



17. Principales causes du déclin de l'activité commerciale du souk

Par rapport à l'opinion sur des questions plus factuelles concernant l'aménagement du site comme le stationnement et l'accessibilité de la clientèle au Souk et sur les livraisons des marchandises, 93,5% des enquêtées estiment que l'emplacement du site marchand de la Skifa El Kahla est stratégique et répond bien aux exigences de l'accessibilité autant sur les parties extérieures que sur les parties intérieures du Souk hebdomadaire de la ville de Mahdia.

A titre de conclusion pour cette sous-section du rapport, l'expression majoritaire d'insatisfactions et de critiques des commerçantes du site marchand de la Skifa El Kahla envers les conditions de vie actuelles au Souk doivent

faire agir les responsables de la commune de la ville de Mahdia afin d'avoir la volonté de faire participer les commerçantes du Souk et les engager dans des processus de planification et de choix possibles de résolution des problèmes précités dans le but de construire un processus de gouvernance qui assure la mission sociale et économique d'un lieu public marchand.

2.3.6. Suggestions d'actions pour l'amélioration de la qualité de vie au Souk

Dans le cadre d'une approche participative, l'enquête a interpellé les femmes commerçantes du Souk hebdomadaire de la ville de Mahdia à travers la question : « Parmi les thèmes suivants, quels sont ceux auxquels la commune de la ville de Mahdia doit attacher une importance particulière ? » afin d'identifier les actions prioritaires de l'équipe municipale pour l'espace urbain marchand de la Skifa El Kahla.

commerçantes du Souk permettra de mieux les impliquer dans le processus d'appropriation et d'usage du Souk, d'intégrer leurs réflexions dans la mise en œuvre du programme Femmedina et de prendre en compte leurs préoccupations majeures.

L'analyse des contributions des femmes

C'est à travers ces éléments, et principalement

l'appropriation et l'usage de l'espace urbain marchand que les commerçantes du Souk existent, s'expriment, s'imposent, se démarquent et se construisent.

L'analyse des réponses des enquêtées nous a permis d'apporter un éclairage sur la question de l'appropriation et de l'usage de l'espace urbain marchand en tant qu'espace public à travers les propositions d'actions d'amélioration de cet espace urbain, et fait ressortir les deux demandes « Valorisation des espaces publics recevant des activités commerciales et artisanales ou ayant des fins sociales, économiques et culturelles dédiés aux femmes » et « Promotion et revitalisation des activités économiques, commerciales et artisanales », intimement liées aux notions de cohésion sociale et développement économique communautaire axées sur les femmes, au cœur des revendications exprimées par les enquêtées (93,5%).

Ce constat témoigne de l'importance des politiques et processus par lesquelles l'on accroit l'engagement et l'inclusion des femmes dans les décisions qui affectent leur qualité de vie. Vient ensuite en deuxième position le thème de « l'aménagement urbain » avec un taux de réponses affirmatives de 83,9% pour l'ensemble des enquêtées.

Parmi les propositions d'actions exprimées par les commerçantes du Souk, les deux thèmes « Propreté, assainissement et nettoyage de la place du Souk » et « Rendre le Souk de la médina de la ville de Mahdia inclusif qui soit à l'image de la population de la ville de Mahdia » sont notés positivement respectivement avec des proportions de plus de trois personnes sur quatre (74,2% et 71%).

Parallèlement, on prélève la proposition d'action « Emploi et insertion » qui est avancée avec une proportion plus faible de l'ordre de 54,8% chez l'ensemble des enquêtées qui estiment la nécessité de consolider et de développer l'insertion par l'activité économique en tant qu'initiative de solidarité active permettant de coordonner au plan local les efforts de tous en faveur de la lutte pour l'insertion et la cohésion sociale.

En effet, le sujet d'absence d'emploi, notamment lorsqu'elle concerne, en particulier les femmes et les filles, et lorsqu'elle est de longue durée, ne peut être appréhendée par rapport à ses seules conséquences professionnelles ou financières : son impact subjectif déstabilise les équilibres sociaux, professionnels et familiaux. Elle bouleverse les identités sociales, engendre des attitudes de retrait vis-à-vis de nombreuses composantes de la vie sociale.



2.4. Perceptions des commerçantes vis-à-vis de l'emplacement de la Skifa El Kahla

L'espace public dans ses dimensions sociale, économique, culturelle, politique et urbaine est un sujet central dans la fabrique d'une ville. La réflexion sur les enjeux d'un espace urbain marchand dédié aux femmes nécessite de la concertation.

Mieux comprendre les obstacles au bon fonctionnement du site marchand de la Skifa El Kahla et les attentes des commerçantes de ce lieu public urbain marchand permet de tirer des conjectures sur l'avenir de cet espace public. Le défi est donc de comprendre la perception de la femme commerçante de l'espace marchand Skifa El Kahla à l'égard de cet espace urbain.

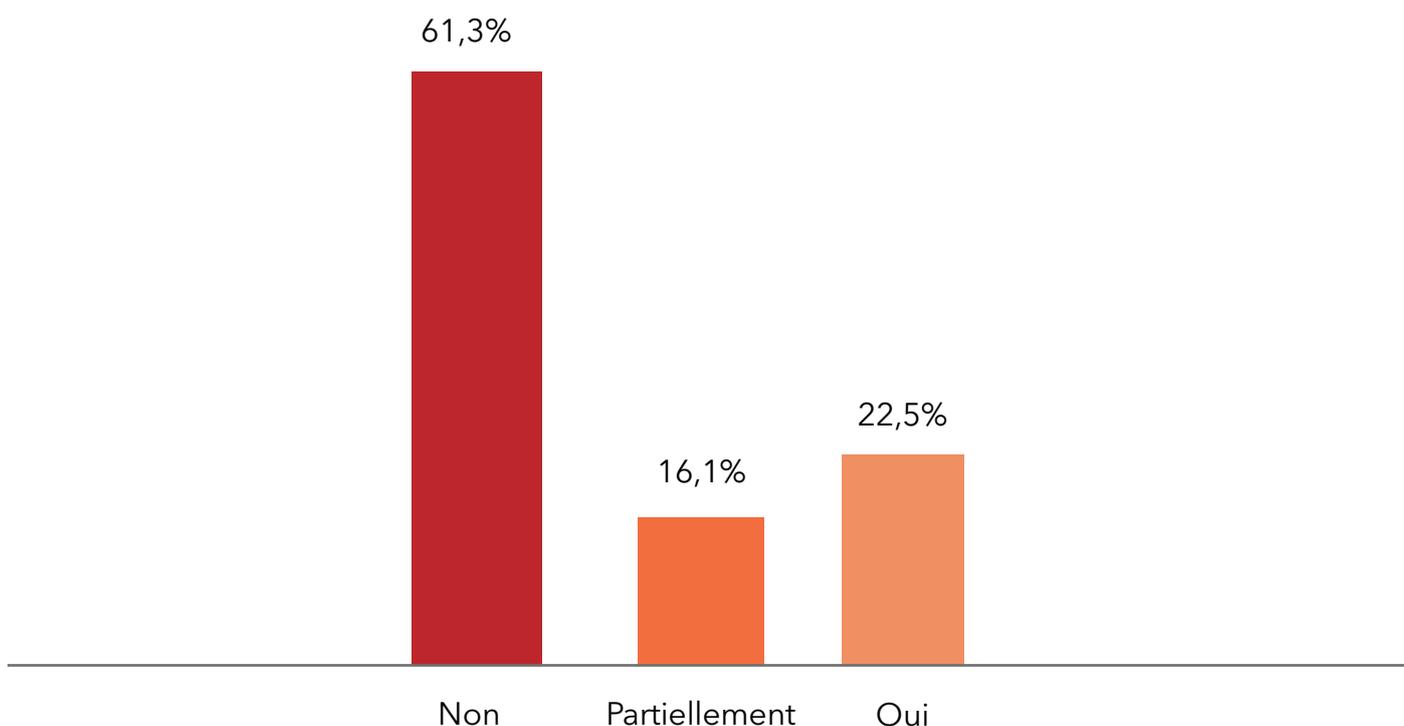
Plus le responsable de la commune de Mahdia comprend la perception de la femme commerçante à l'égard de l'espace public marchand, plus il est en mesure de planifier ses politiques économique, sociale, culturelle et gérer l'image de son patrimoine historique

comme celui du site de la Skifa El Kahla.

Dans ce cadre de réflexion, les commerçantes de la Skifa El Kahla ont été invitées à donner leur avis sur l'affirmation formulée par « L'emplacement actuel dispose-t-il d'équipements essentiels pour votre activité commerciale ? (Espaces de stockage, espace d'essayage, présentoirs et étalages, installations sanitaires, éclairage, etc.) ? ».

Le recueil des réponses des interrogées révèle qu'une proportion de l'ordre d'un peu moins des deux tiers (61,3%) des commerçantes étaient en désaccord avec ce propos.

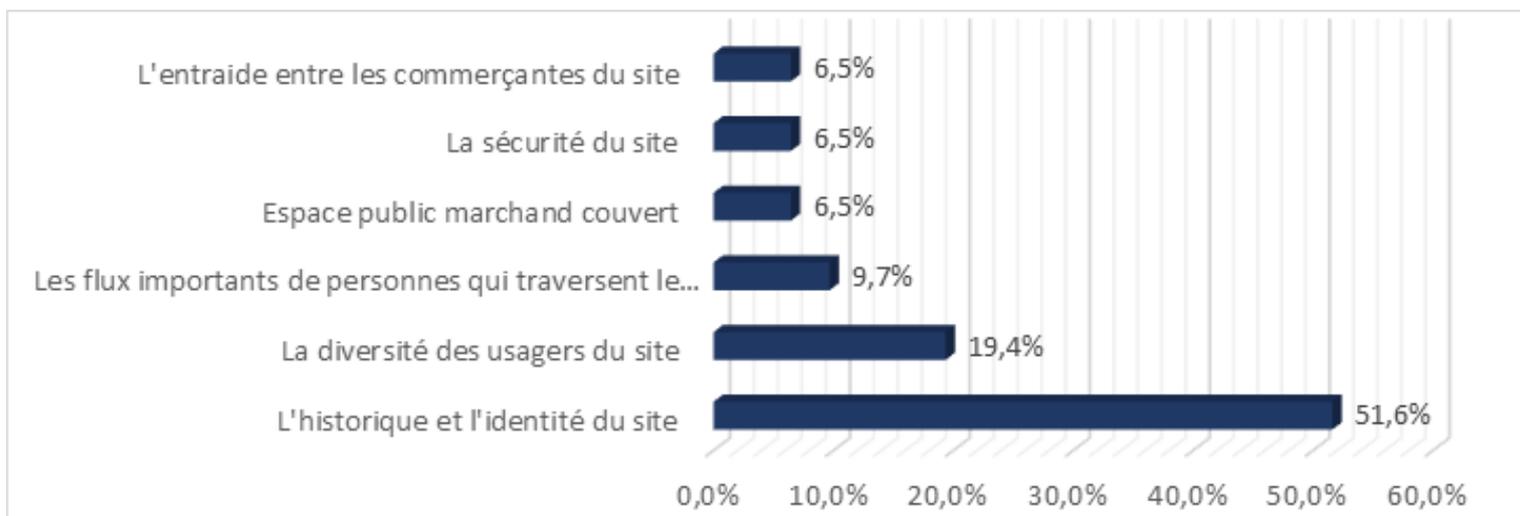
Un tel constat illustre largement le déclin symbolique du site de la Skifa El Kahla en tant qu'espace public traditionnel et historique de la ville de Mahdia. Sa dévalorisation et l'abandon de son entretien par les services publics ont impliqué sa moindre fréquentation et sa dégradation.



18. Perception des commerçantes vis-à-vis de la qualité des équipements

Lorsqu'on parle de « lieux de travail », on pense souvent à des usines, à des magasins ou à des bureaux, peut-être à des hôpitaux ou à des écoles. Mais, pour les commerçantes de rue comme celles de la Skifa El Kahla, leur lieu de travail se trouve généralement dans l'espace public.

Interrogées sur les points positifs de l'espace marchand de la Skifa El Kahla, les données de la Figure 19 ci-dessous résume l'analyse des données recueillies.



19. Perception des commerçantes vis-à-vis de la qualité des équipements

2.5. Égalité du genre et inclusion sociale

Lorsqu'une femme urbaine est exposée au risque de pauvreté et/ou d'exclusion sociale, elle devient ainsi inhabile à participer à la vie économique, sociale et culturelle, et de jouir d'un niveau de vie décent.

L'accès au marché de l'emploi du secteur commerce informel pourra éventuellement lui permettre de parvenir à être résiliente aux chocs sociaux dans ce sens qu'elle évolue vers son autonomisation à travers la création de revenus et de richesses.

Elle parvient donc à sortir de son état de précarité par la création de revenus et de richesses pour soutenir et améliorer les conditions de vie de la famille.

Par conséquent, elle peut élargir les choix qui s'offrent à elle, améliorer ses moyens d'existence, soutenir la famille, mais aussi, parvient à se

tailler une place dans la société et faire enfin progresser l'égalité entre les hommes et les femmes.

Dans cette section de la partie présentation des résultats de l'enquête quantitative, nous proposons une restitution synthétique des témoignages recueillis auprès des femmes commerçantes du site marchand de la SKifa El Kahla et des femmes artisanes de la médina de la ville de Mahdia sur certains aspects de leur inclusion sociale et de comprendre ce qui les motive et les freine dans les affaires.

À ce titre, les propos et commentaires qui seront développés doivent être placés dans le contexte inhérent à l'étude, son approche méthodologique et notamment à la lumière des caractéristiques des deux populations de femmes enquêtées.

2.5.1. Rôles du Souk dans l'inclusion sociale des commerçantes



L'espace public est un réel lieu de création de liens sociaux. On projette sur lui de nombreuses attentes : qu'il permette les rencontres et les interactions entre les individus tout en favorisant une mixité générationnelle, sociale ou de genre, sans exclure qui que ce soit. Dans ce cadre, nous avons exploré à travers l'enquête les perceptions à l'égard des rôles joués par le Souk hebdomadaire de la médina de la ville de Mahdia afin d'identifier les barrières à l'inclusion sociale des femmes du site marchand de la Skifa El Kahla qui sont, probablement, rejetées au bas de l'échelle sociale urbaine.

Il est de coutume et d'usage de présenter les espaces marchand et communautaire comme des espaces antagonistes dont les membres poursuivent des objectifs contraires puisqu'on oppose ainsi communément à l'égoïsme du commerçant soucieux de la rentabilité de son affaire, l'altruisme du militant versé dans une logique d'entraide et de solidarité.

Néanmoins, nous avons cherché à étudier la perception des enjeux de l'inclusion sociale des commerçantes du site marchand de la Skifa El Kahla à travers les réponses à une première série de questions : « Avez-vous le sentiment d'être inclus dans la communauté de l'espace public Skifa Kahla ? et « Avez-vous des obstacles particuliers en raison de votre genre en tant que commerçante

sur le marché ? ».

Les données de la Figure 20 suivante résument l'analyse des réponses recueillies auprès des commerçantes enquêtées. Il ressort ainsi que presque trois commerçantes sur quatre (71%) estiment qu'elles ont le sentiment d'être incluses dans la communauté de l'espace public de la Skifa El Kahla, et que presque neuf commerçantes sur dix (87,1%) ne rencontrent pas de problèmes et/ou d'obstacles particuliers en raison de l'aspect genre sur l'espace public marchand.

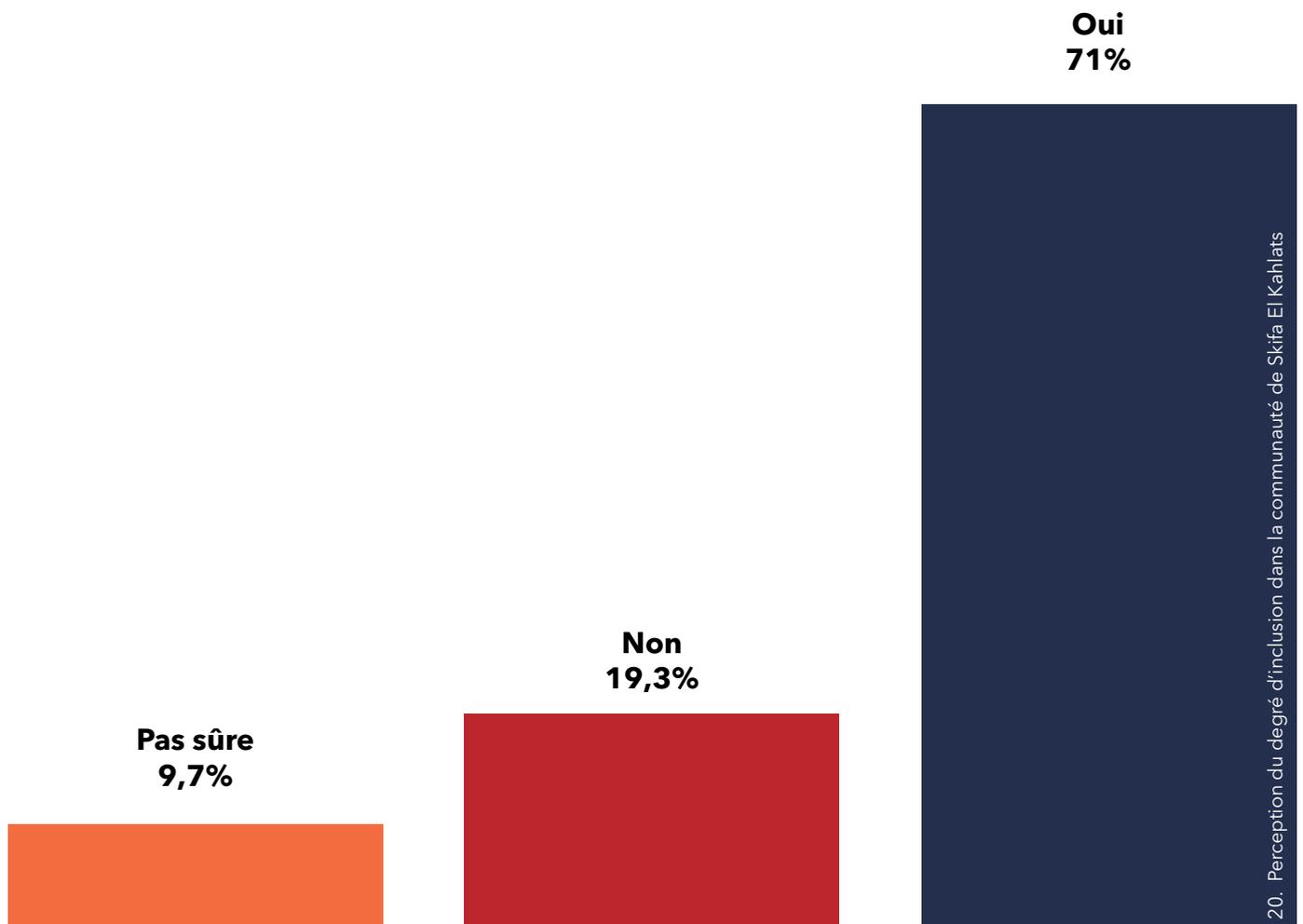
De ce fait, l'espace public de la Skifa El Kahla constitue pour la majorité des commerçantes interrogées le sanctuaire de la cohésion sociale et l'antichambre idoine à la préservation de liens interpersonnels authentiques.





Question :

Avez-vous le sentiment d'être inclus dans la communauté de l'espace public Skifa Kahla



20. Perception du degré d'inclusion dans la communauté de Skifa El Kahlats

En demandant aux commerçantes du Souk quels rôles joués par cet espace public marchand parmi une liste de propositions liées à l'aspect social, elles ont évoqué, en premier lieu et avec des taux élevés respectivement de l'ordre de 83,9% et 67,7%, le moyen qui a facilité de marquer leur présence dans la société ainsi que le fait que le site marchand de la Skifa El Kahla a préservé la continuité de la tradition de la ville de Mahdia.

Ces deux rôles joués par le site marchand de la Skifa El Kahla sont au cœur des moyens pour surmonter les obstacles qu'une femme peut rencontrer dans son processus d'intégration dans la société.

Un tel constat met donc en évidence le rôle important que peut jouer un espace public marchand et dédié seulement aux femmes pour lutter efficacement contre l'exclusion sociale.

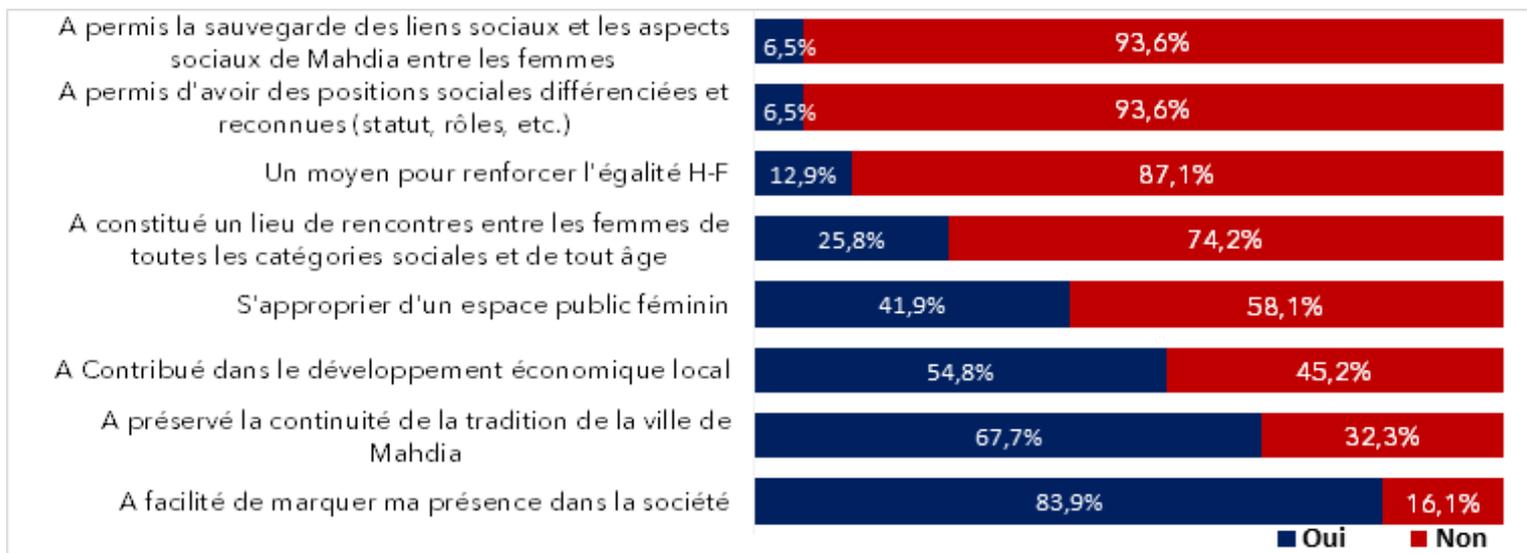
Dans le même ordre d'idées, et avec presque les mêmes ordres de pondérations, les commerçantes ont estimé que le Souk a contribué dans le développement économique local (54,8%) et leur a permis de s'approprier

d'un espace public féminin (41,9%).

Avec une proportion de l'ordre de 25,8%, plus d'une commerçante sur quatre a déclaré que le site marchand de la Skifa El Kahla a constitué un lieu de rencontres entre les femmes de toutes les catégories sociales et de tout âge.

Ainsi, le fait de s'approprier d'un espace public urbain a permis aux femmes interrogées de prouver leur existence, d'avoir des positions sociales différenciées et reconnues en termes de statut, de rôles à jouer dans la société, d'indépendance et d'autonomie, et par suite leur intégration dans la société.

La Figure 21 ci-dessous fournit toutes les informations précitées.



21. Rôles joués par le Souk dans l'inclusion sociale des commerçantes

2.5.2. Rôles du Souk dans l'inclusion sociale des commerçantes

L'approche féministe utilisée dans le cadre du programme Femmedina nous a conduit à s'intéresser davantage aux concepts d'égalité du genre et inclusion sociale.

Ainsi, l'enquête quantitative a exploré les obstacles perçus de la part des commerçantes du Souk à l'égalité de genre et l'inclusion sociale. Bien que l'égalité du genre et l'inclusion sociale sont deux concepts distincts, mais ils sont bien interdépendants.

Le concept de l'égalité du genre utilise les rôles et les normes de genre comme point de départ pour comprendre les inégalités. Tandis que le concept de l'inclusion sociale reconnaît la vulnérabilité des personnes en raison de leurs identités sociales, quel que soit leur genre. Pour ce faire, il a été demandé au premier groupe des participantes à l'enquête quantitative de se prononcer sur la valeur de vérité d'un ensemble d'affirmations qui leur étaient proposées (cf. annexe, premier questionnaire).

Il ressort des données recueillies les constatations suivantes.

- **« Les hommes et les femmes utilisent l'espace public de la même manière ».**

La plupart des commerçantes s'accordent à accepter cette affirmation : 58,1% des répondantes ont déclaré un accord contre un peu moins du tiers (29%) qui ont jugé qu'il y a bien inégalité de genre dans l'utilisation d'un espace public. La totalité des artisanes s'accorde à accepter cette affirmation.

- **« Les hommes et les femmes connaissent le même niveau de sécurité dans le lieu public ».**

Pour une telle affirmation, presque neuf répondantes sur dix (83,9%) sont en accord contre seulement un peu moins du dixième des commerçantes (9,7%) qui estiment le contraire. Ce constat peut facilement

se justifier par le fait que la majorité des femmes commerçantes du site marchand de la Skifa El Kahla se sentent bien en sécurité. La totalité des femmes artisanes s'accorde à accepter cette affirmation.

- **« Les femmes attirent les agressions en raison de leur comportement ou la manière de s'habiller, de marchander, etc. ».**

La violence envers les femmes est l'un des principaux obstacles à la réalisation de l'égalité des genres. Dans la société tunisienne, des considérations culturelles à propos des comportements ou des manières de s'habiller des femmes peuvent produire de la violence à leur rencontre. Ainsi, à propos des réactions des commerçantes face aux raisons évoquées des agressions subies par les femmes, 83,9% des commerçantes interrogées contestent ces raisons contre seulement 16,1% qui approuvent. Le fait que certaine catégorie de femmes, telle celle qui compose la majorité des commerçantes du site marchand de la Skifa El Kahla, jouissent d'une certaine émancipation active, de par leurs fonctions sociale et économique, peut largement expliquer ce taux élevé de rejet de l'affirmation proposée qui a été rejetée en totalité par les femmes artisanes.

- **« Des femmes prennent part aux événements de participation citoyenne ».**

Le renforcement des pratiques de participation citoyenne à l'échelle locale et nationale en insistant sur le besoin de la parité peut constituer un levier pour la promotion des femmes dans l'espace politique que l'on sait discriminatoire. Ce point de vue est partagé par presque les trois quarts des commerçantes interrogées (67,7%) et la totalité des femmes artisanes, contre 32,3% des suffrages de la première population qui conviennent qu'il existe

une différence dans la participation des femmes aux postes de représentation citoyenne.

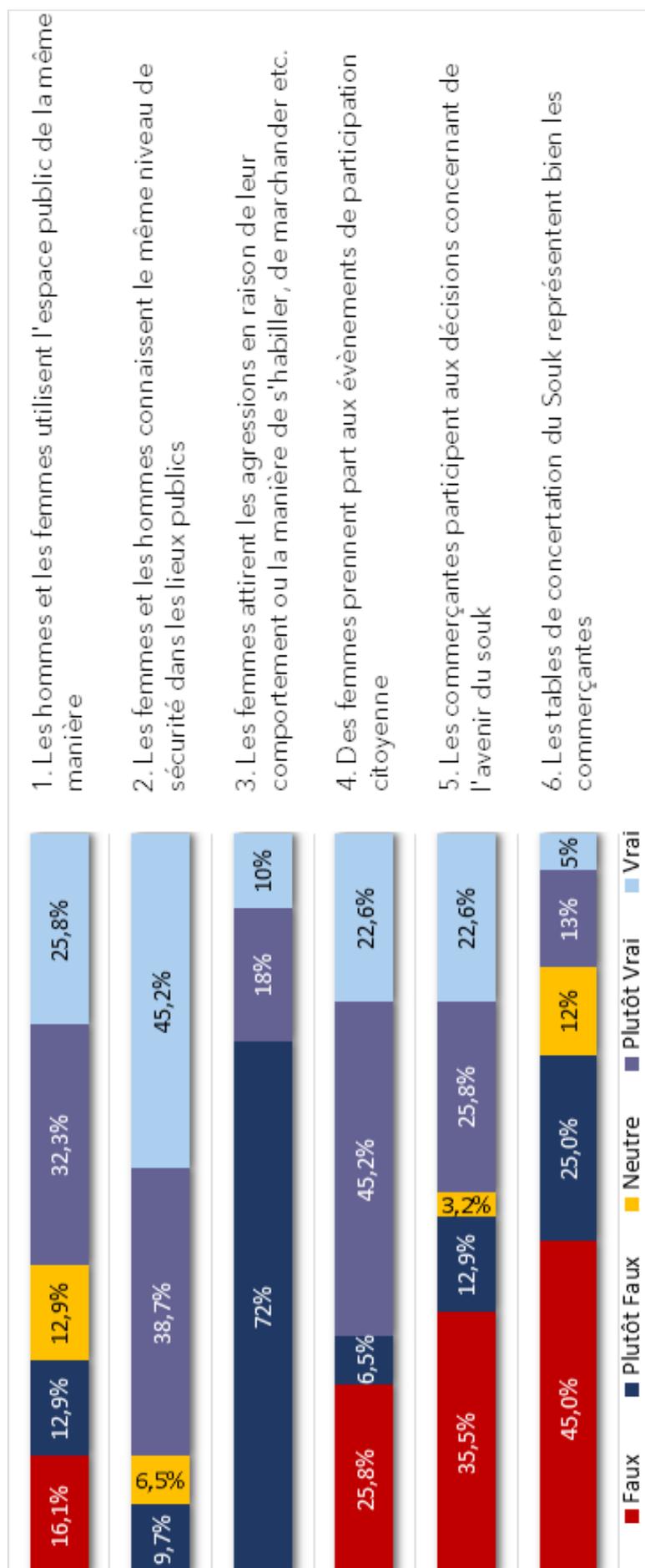
- Les espaces de rencontres entre femmes étaient essentiellement les espaces domestiques de la maison traditionnelle où la femme régnait sur les activités et le groupe domestique. Les espaces publics urbains étaient des espaces masculins. Suite à une évolution de la condition de la femme, nous assistons actuellement à une relation plus étroite entre l'espace urbain et la population féminine. Qu'en est-il alors de la prise de décisions concernant l'avenir d'un espace urbain marchand dédié aux femmes comme le cas de l'espace marchand de la Skifa El Kahla de la médina de la ville de Mahdia. À travers les réponses recueillies auprès des commerçantes à la question « Les commerçantes participent aux décisions de l'avenir du Souk ? », l'enquête quantitative a révélé que les avis sont partagés. En effet, presque une femme commerçante sur deux (48,4%) perçoit qu'elle ne peut codécider de l'avenir du site marchand de la Skifa El Kahla d'une manière démocratique afin de soutenir l'appropriation de ce lieu public marchand par les commerçantes, maintenir son existence, booster son animation et prendre part aux dispositifs de sa gestion. Par contre, presque avec la même proportion (45,2%), les commerçantes ont déclaré un avis contraire à celles des précédentes répondantes.

L'espace public dans ses dimensions sociale, économique, culturelle, politique et urbaine est un sujet central dans la fabrique d'une ville. La réflexion sur les

- enjeux d'un espace urbain marchand dédié aux femmes nécessite de la concertation. Mieux comprendre les obstacles au bon fonctionnement du site marchand de la Skifa El Kahla et les attentes des commerçantes de ce lieu public urbain marchand permet de tirer des conjectures sur l'avenir. Dans ce cadre de réflexion, les commerçantes du Souk ont été invitées à

donner leur avis sur l'affirmation formulée par « Les tables de concertation du Souk représentent bien les commerçantes ». Le recueil des réponses des interrogées révèle qu'une proportion de l'ordre de 80,7% des commerçantes étaient en désaccord avec ce propos. Un tel constat explique largement que les femmes du Souk se trouvent actuellement exclues des décisions concernant l'avenir du site marchand de la Skifa El Kahla.

La Figure 22 ci-dessous fournit toutes les informations précitées ainsi que d'autres qui confirment le sentiment de la majorité des commerçantes du Souk que plusieurs obstacles persistent devant l'égalité du genre et la cohésion sociale que ces dernières le considèrent comme un sujet majeur.



22. Obstacles perçus à l'égalité du genre et l'inclusion sociale

2.5.3. Abus, violation des droits humains et VBG

En général, l'espace public suscite moins de crainte chez les hommes que chez les femmes, mais les deux placent la menace des violences faites aux femmes en haut de l'échelle. Les femmes qualifient souvent l'espace public de dangereux, mélangé, incertain, non sécurisant, etc.

L'analyse des réponses des enquêtées aux questions précédentes, la question de la sécurité dans le Souk et celle connexe des agressions et des violences envers les femmes ont émergé d'elles-mêmes, très rapidement, comme si elles faisaient partie intrinsèque de l'expérience que font les femmes des espaces publics.

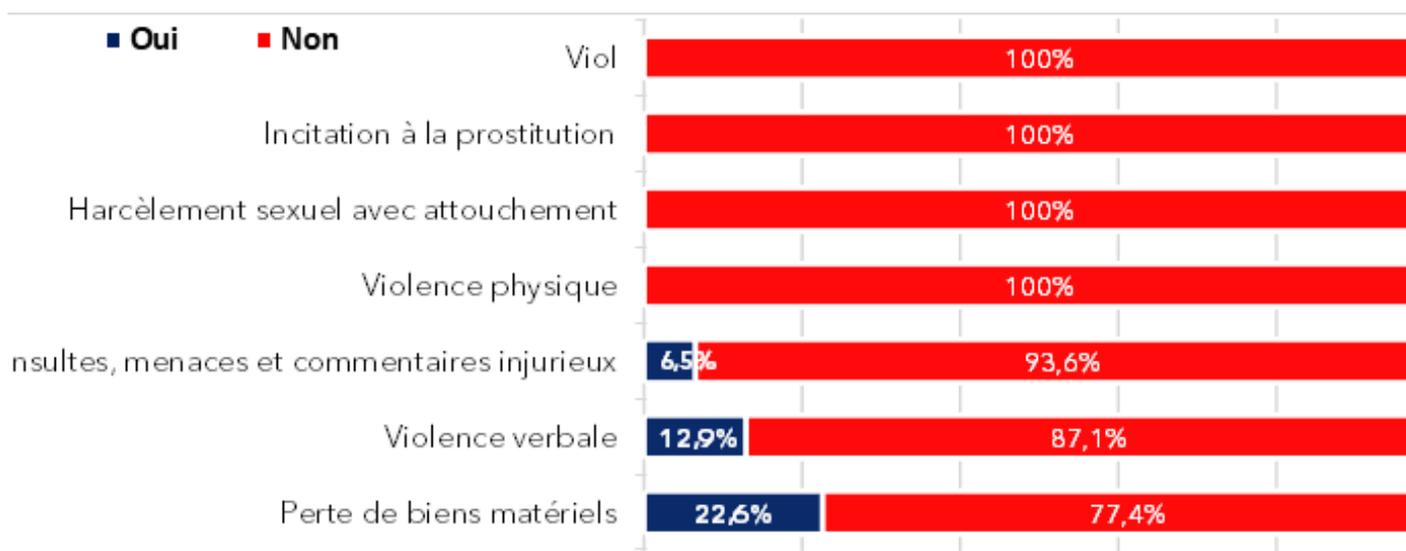
Alors que la définition ambiguë des espaces publics renvoie avant tout à des représentations et au sentiment de ne pas être en sécurité. Cette association entre féminité, espace public marchand et danger est également renforcée par des expériences d'insultes, de menaces, de vol, d'agressions et des actes effectifs qui viennent rappeler aux femmes qu'elles se doivent de négocier leur présence et leur légitimité lorsqu'elles déambulent dans les espaces publics ou, particulièrement pour nos enquêtées, lorsqu'elles occupent ces espaces publics pour créer des revenus et de richesses afin de soutenir et améliorer les conditions de vie de la famille.

Cependant, à travers les réponses aux questions du septième volet du premier questionnaire de l'enquête administré aux femmes commerçantes du site de la Skifa El Kahla, et du sixième volet du deuxième questionnaire de l'enquête administré aux femmes artisanes de la médina de la ville de Mahdia, les différentes femmes interrogées n'ont pas témoigné d'entraves qu'elles rencontrent et des violences dont elles sont la cible.

Plus exactement, lorsqu'on a demandé aux commerçantes du Souk « Au cours des trois dernières années, étiez-vous victime des faits suivants dans le Souk ? », la réponse de la majorité d'entre elles était négative : un peu plus d'une femme commerçante sur cinq (22,6%) a cité la « perte de biens matériels ». « La violence verbale » et « les insultes, les menaces et les commentaires injurieux » ont capitalisé respectivement 12,9% et 6,5% des réponses des interrogées.

Ils ont ainsi constitué les deux principaux et derniers types de violence mentionnés qui suivent.

Quant à « la violence physique », « le harcèlement sexuel avec attouchement », « l'incitation à la prostitution » et « le viol », comme prévalence de types de violence, n'ont été cités en aucun cas par les commerçantes de la Skifa El Kahla.



23. Violence contre les commerçantes au Souk

Le profil des auteurs des violences et/ou des agressions reste une interrogation importante.

Dans la présente enquête, les préjugés relatifs au nombre et à l'âge des auteurs se dissipent au bénéfice d'une description plus précise, en fonction des cas.

Les auteurs ne sont pas, de manière significative, plus souvent seuls qu'en groupe, leur profil renvoie plutôt à des hommes jeunes (15 - 34 ans avec une proportion de l'ordre de 85%),

en ce qui concerne les phénomènes d'insultes, menaces et commentaires injurieux à des hommes plus âgés.

Bien que l'espace public marchand de la Skifa El Kahla présente quelques caractéristiques négatives, les premières participantes à l'enquête quantitative considèrent que ce lieu se distingue par des caractéristiques positives telles que son milieu communautaire, les attributs de son territoire et son environnement socioéconomique et ses usagers.

2.6. Travail - Emploi - Revenu

Le commerce informel, à fort contenu en emplois, constitue la branche phare du secteur informel (la définition de ce concept est donnée ci-après) du fait qu'il vise à satisfaire les besoins essentiels et crée des emplois à moindres coûts.

En général, ces deux phénomènes affectent les catégories les plus vulnérables de la société, touchant en particulier les femmes.

En effet, la vulnérabilité sociale des femmes travaillant dans le commerce informel est ancrée dans des contextes sociaux, économiques et politiques dominés par des phénomènes tels que le chômage, les inégalités socio-économiques, la pauvreté et le ralentissement économique.

C'est dans ce cadre que l'enquête quantitative s'est intéressée, entre autres aspects et thèmes, à la nature du travail, à l'emploi et aux revenus générés par l'activité commerciale des femmes dans un espace public marchand.

L'analyse des réponses recueillies pour ce volet de l'enquête s'est focalisée sur la présentation des principales caractéristiques économiques des micro-entreprises (dénommées dans ce rapport : unités de production informelles commerciales (UPIC)) et des entrepreneures (les commerçantes de la Skifa El Kahla et les artisanes de la médina de la ville de Mahdia) et aussi celles de l'emploi, des revenus générés dans ce secteur d'activités commerciales.

2.6.1. Critères d’informalité et raisons d’installation dans l’informel

Plusieurs définitions ont été proposées dans la littérature pour mieux saisir la réalité de ce qu’on appelle aujourd’hui secteur informel.

À l’occasion, on rappelle ici la définition proposée par le Bureau International du Travail qui considère le secteur informel comme relevant de « toute activité non enregistrée et/ou dépourvue de comptabilité formelle, écrite, exercée à titre d’emploi principal ou secondaire par une personne en tant que patron à son propre compte. Cette personne active ou occupée est alors considérée comme chef d’unité de production informelle ».

Au regard des réponses recueillies aux deux questions adressées respectivement à l’ensemble des commerçantes du site marchand de la Skifa El Kahla et des artisanes de la médina de la ville de Mahdia : « L’entité dans laquelle vous travaillez a-t-elle une patente ? » et « Êtes-vous affiliée à un régime de sécurité sociale ? », la totalité des UPIC sont des micro-unités dont 90,3% ne sont pas enregistrées à la patente et réparties selon le statut de la personne qui s’en occupe comme suit : 29% de ces micro-unités sont dirigées par des

femmes indépendantes (ou travailleuses pour leur propre compte) et 71% d’entre elles sont dirigées par des artisanes gérantes.

En ce qui concerne les femmes artisanes, presque deux artisanes sur trois, soit une proportion de l’ordre de 63,6%, travaillent dans des micro-unités qui ne sont pas enregistrées à la patente. Plus de 93% des femmes commerçantes qui n’ont pas de patente, n’ont pas essayé d’en avoir, car elles jugent que leurs activités commerciales ne nécessitent pas une patente (83,9%) ou qu’elles ne peuvent pas payer les impôts (80,6%).

Ces dernières statistiques prouvent encore une fois que la femme dans l’économie informelle est regardée comme une fatalité et laisse une proportion importante non couverte par le système de sécurité sociale.

En effet, les données résumées dans le tableau 3 ci-dessous justifient bien la précarité de l’emploi de la femme dans le secteur informel.

	Commerçante	Artisane	Total
Oui à la CNSS	7,1%	9,5%	16,7%
Non	66,7%	16,7%	83,3%
Total	73,8%	26,2%	100%

6. Répartition des enquêtées selon l’affiliation à la CNSS

Source: Le Bureau International du Travail (BIT) est le secrétariat permanent de l’Organisation Internationale du Travail (OIT).

Il ressort des données du tableau 3 ci-dessus que plus de huit femmes sur dix (83,3%) ne sont pas affiliées au régime de la sécurité sociale.

Cette forte proportion de non-affiliées au système de couverture sociale constitue l'un des principaux obstacles à la formalité : la méconnaissance totale des droits et obligation vis-à-vis du système de couverture sociale qui a été créé depuis la fin des années 50, c'est-à-dire au lendemain de l'indépendance ou bien le refus d'affiliation à cause du montant de la cotisation jugé trop élevé respectivement pour 71,4% des commerçantes et la totalité des femmes artisanes interviewées et non affiliées.

Ainsi, les résultats de l'enquête signalent une très forte prépondérance des femmes commerçantes de la Skifa El Kahla travaille dans le secteur du commerce informel de produits traditionnels et artisanaux et constituent ainsi des personnes occupées en tant que chefs d'unités de commerce informel. Ce même constat est aussi vrai pour les femmes artisanes de la médina de la ville de Mahdia.

De ce fait, la grande majorité de ces micro-unités commerciales et artisanales reste inconnue des autorités publiques et les seuls enregistrements sont relatifs à la patente et à l'affiliation à la CNSS.

Par conséquent, le constat le plus important

qui se dégage de l'analyse de ces données est la précarité des conditions de travail des commerçantes du site marchand de la Skifa El Kahla ainsi que les femmes artisanes de la médina de la ville de Mahdia puisque la totalité des UPIC des femmes ne disposent pas d'un local fonctionnel spécifique dans le cadre de l'exercice de leur activité, justifié certainement par le manque de moyen pour la location ou l'achat d'un local.

Enfin, les principales raisons invoquées par les interrogées et chefs des UPIC pour la création de l'activité commerciale dans le secteur informel et pour s'être mis à leur compte dans l'espace public marchand sont principalement pour être indépendantes, obtenir un meilleur revenu ou encore parce qu'elles ne sont pas parvenues à trouver un emploi de salarié dans le secteur formel ou informel.

De plus, le travail informel, qui occupe presque la totalité des commerçantes interrogées, constitue pour les femmes jeunes et moins jeunes et exclues du marché du travail formel une « bouée de sauvetage » sociale, dans la mesure où les activités commerciales informelles génératrices de revenus permettent aussi aux femmes de construire du lien, de nourrir des relations et de développer un réseau social.

2.6.2. Niveau de rémunération de l'activité commerciale/artisanales informelles

L'économie informelle est une économie de survie et de pauvreté indispensable mêlant réseau social, famille, faible dimension de l'activité, etc.

Elle regroupe des activités qui ne sont pas ou peu observées ou encore qui échappent à l'observation et au contrôle fiscal. C'est à ce titre qu'elle est caractérisée par la manière dont elle « échappe » aux institutions tant d'un point de vue légal que social, un aveu d'ignorance en quelque sorte, aveu assorti de prescriptions sécuritaires : la structuration d'un État policier devrait permettre la maîtrise et la réduction de l'économie informelle et sa transformation en économie formelle comme mode d'institutionnalisation, réduction qui tiendrait lieu de situation normale.

Peu d'investissement de départ. L'entrée dans l'activité commerciale informelle pourrait s'expliquer par le fait que le statut d'indépendant informel ne requiert généralement ni formation préalable, ni moyens matériels et financiers importants. C'est donc l'une des raisons explicatives qui ont poussé les femmes commerçantes du site marchand de la Skifa El Kahla à s'y installer et à mener des activités commerciales informelles.

Les activités étant en totalité commerciales sur le site marchand de la Skifa El Kahla, il s'agit souvent pour les femmes commerçantes de réunir l'argent pour acheter le stock de marchandises tout en tenant compte de l'effet saisonnier des activités.

Nous avons interrogé les commerçantes sur le montant et les modalités de leurs investissements de départ, et si elles étaient obligées d'avoir un crédit pour se lancer dans l'activité commerciale au Souk. Les mêmes interrogations ont été soulevées pour les femmes artisanes.

L'analyse des résultats de l'enquête a révélé les informations suivantes : presque les deux tiers de l'ensemble des interrogées (61,9%) ont démarré leur activité grâce uniquement à leurs fonds propres contre plus d'un tiers (38,1%) qui a bénéficié soit d'un prêt d'amis, soit d'un crédit bancaire ou bien une aide ou un emprunt familial pour une telle action : l'institution de microfinance Enda Tamweel constitue un premier pourvoyeur de crédit (57,1%) pour les artisanes contre seulement une proportion de l'ordre de 22,2% pour les commerçantes.

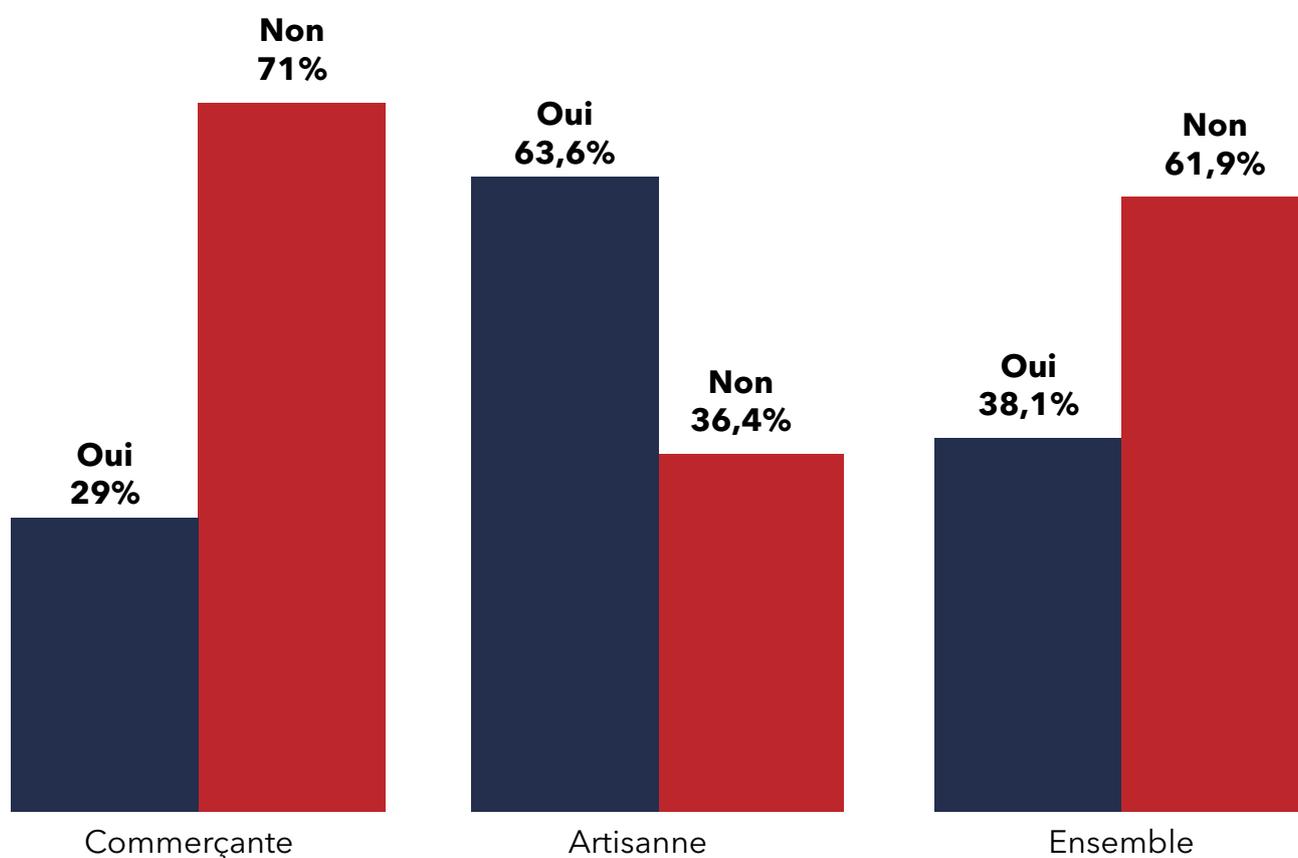
Le crédit fournisseur avec une proportion de l'ordre 44,4% constitue le premier pourvoyeur de crédit pour les femmes commerçantes contre seulement une proportion de l'ordre de 14,3% pour les artisanes.

Enfin, l'épargne personnelle ou familiale avec une proportion de l'ordre de 11,1% pour les commerçantes et 14,3% pour les artisanes ont constitué aussi des sources de financement utilisées par les femmes interrogées afin d'accéder à leur emploi actuel.



Question :

Étiez-vous obligée d'avoir un crédit pour accéder à votre travail actuel?



24. Répartition selon le besoin d'un crédit pour accéder au travail actuel

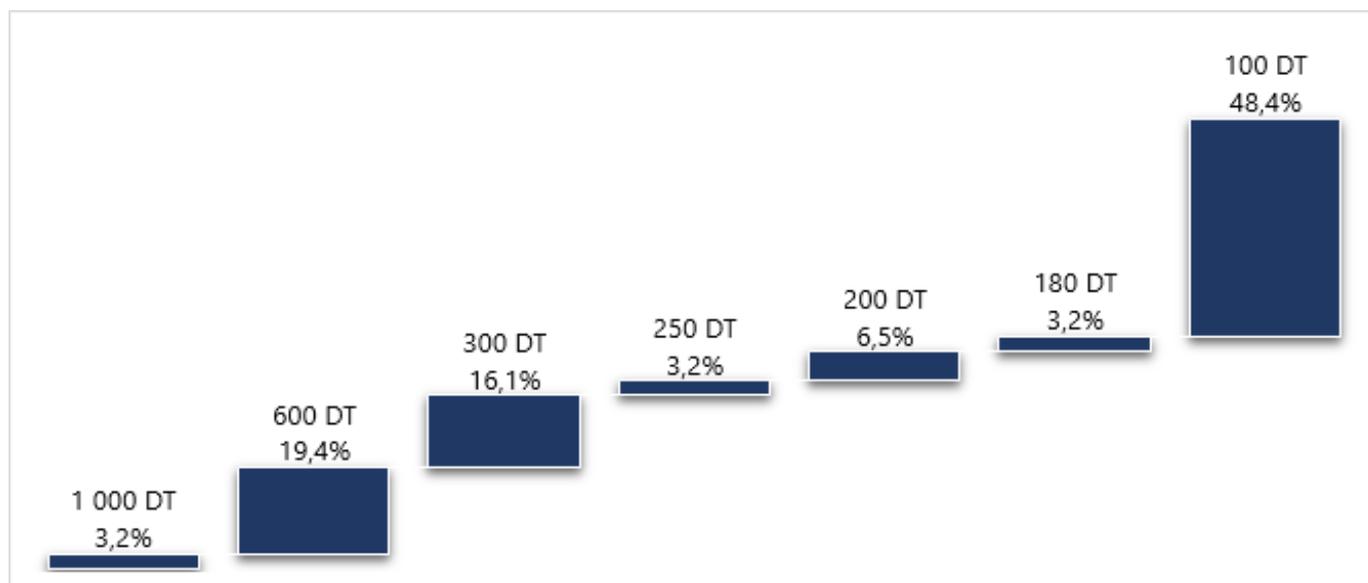
Revenu moyen mensuel. L'intérêt d'étudier une telle variable réside dans le fait que la possession de ressources économiques propres qu'une femme gagne constitue une des premières conditions d'accès à son autonomie. Par ailleurs, nous signalons au départ que seulement 19,4% des commerçantes et 14,3% des artisanes ont respectivement répondu à la question « À combien estimez-vous le revenu moyen généré par votre activité professionnelle ? ».

L'analyse des données recueillies montre que le rythme des rentrées d'argent provenant des activités commerciales des commerçantes du souk de la Skifa El Kahla varie en fonction de plusieurs facteurs (l'activité, le moment de l'année, la périodicité de l'ouverture du Souk, etc.). Il est à noter que la rentrée d'argent aussi bien pour les commerçantes que pour les artisanes est fortement corrélée avec la période des mariages.

La Figure 25 ci-dessous donne le revenu moyen mensuel d'une commerçante pour l'année 2023.

Il est à remarquer que plus de trois commerçantes sur quatre (77,4%) disposent d'un revenu mensuel moyen entre 100 et 300 Dinars. En revanche, en moyenne seulement 22,6% des femmes commerçantes ont un revenu moyen mensuel entre 600 et 1 000 Dinars.

Quant au revenu mensuel moyen médian (le revenu mensuel moyen qui partage la population en deux groupes de même effectif) est de l'ordre de 189,907 Dinars, largement au-dessous du salaire mensuel minimum interprofessionnel garanti (SMIG) qui est de 459,2 Dinars depuis octobre 2022.



25. Revenu mensuel moyen des commerçantes du Souk pour l'année 2023

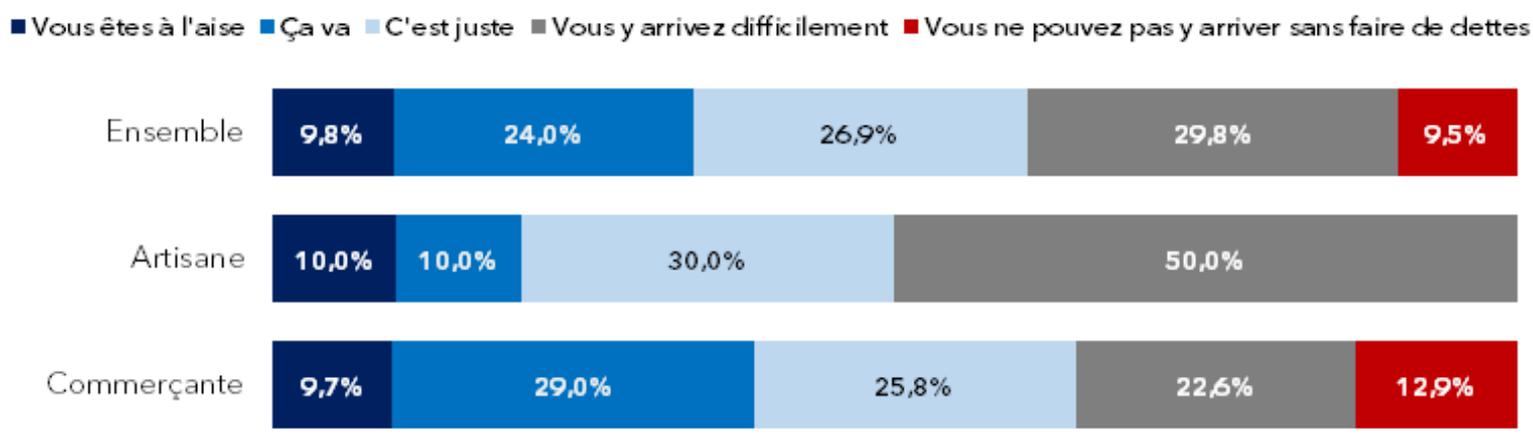
2.6.3. Précarité des commerçantes et artisanes de la médina de Mahdia

L'enquête quantitative auprès des commerçantes du site marchand de la Skifa El Kahla et des artisanes de la médina de la ville de Mahdia a essayé d'identifier la précarité des femmes au travers de la perception des interrogées sur les ressources financières de leurs ménages.

Interrogées sur cet aspect par le biais de la question : « Actuellement, diriez-vous qu'au sein de votre foyer, financièrement : », la plus grande partie des réponses des enquêtées souligne qu'elle arrive difficilement (29,8% : la moitié chez les artisanes et presque le quart (22,6%) chez les commerçantes), et si elle arrive alors c'est seulement grâce aux emprunts (9,5%). Ainsi, la part des artisanes déclarant rencontrer des difficultés financières au sein de leurs ménages est de l'ordre de la moitié (50%) et un peu plus du tiers (35,5%) chez les commerçantes.

Par contre, 25,8% des commerçantes et 30% des artisanes évoquent que « c'est juste », et seulement presque le quart des femmes interrogées (24%) 12,8% qui ont déclaré qu'elles sont en situation financière relativement confortable.

Enfin, presque une femme sur dix se déclare à l'aise sur l'aspect financier. Ainsi, les données de la Figure 25 ci-dessous font ressortir une sorte de fragilité relativement élevée des revenus des ménages des commerçantes comme des artisanes, et témoigne de la précarité des femmes de la médina de la ville de Mahdia.



26. Perceptions sur les ressources financières des ménages

2.7. Questions générales

2.7.1. Degré de confiance dans les institutions locales

Dans un contexte marqué par des inquiétudes récurrentes quant à l'avenir de la démocratie et de l'État de droit en Tunisie, la confiance des citoyens dans les institutions locales est un enjeu majeur.

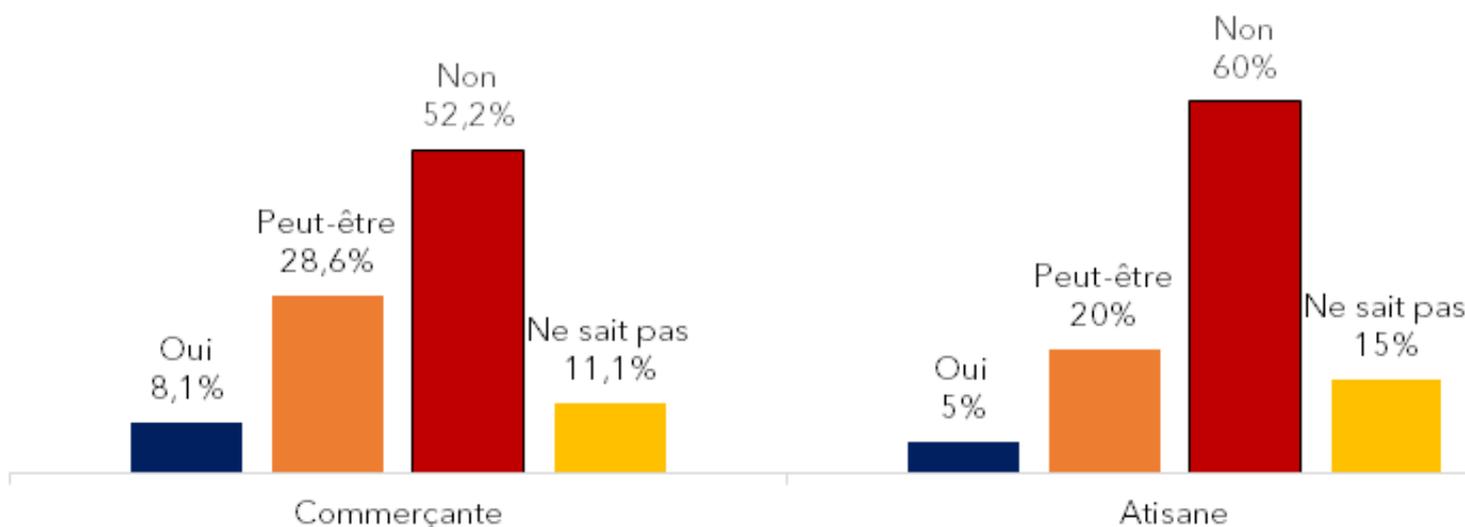
Interrogées sur l'aide possible des autorités locales, toutes les commerçantes du site marchand de la Skifa El Kahla ainsi qu'un ensemble de femmes artisanes de la médina de la ville de Mahdia ont exprimé respectivement une vraisemblance éventuelle avec une approbation de l'ordre de 36,8% et 25%.

Il ressort aussi des données de l'enquête que

plus d'une femme commerçante sur deux (52,2%), et six artisanes sur dix (60%) estiment que les autorités locales ne peuvent venir à leur secours contre respectivement moins d'une commerçante sur dix (8,2%) et une femme artisane sur vingt (5%).

Les données de la Figure 27 ci-dessous résument l'analyse des réponses recueillies auprès de toutes les femmes interviewées.

Pensez-vous que les autorités locales pourraient vous aider ?



27. Degré de confiance dans les institutions locales

2.7.2. Participation citoyenne, politique et civique



Les résultats de l'enquête reflètent bien la prévalence chez les femmes commerçantes du site marchand de la Skifa El Kahla ainsi que chez les artisanes d'une attitude négative à l'égard de la politique et, dans une moindre mesure, de l'engagement associatif.

L'enquête révèle que le taux de participation des commerçantes dans les organisations locales de la société civile atteint 22,6%, que la totalité ne s'intéresse pas à la politique ou ne lui accordent aucune importance et une minorité de l'ordre de 6,5% peut s'intéresser à un travail de syndicat.

Les principales raisons à cette situation sont liées à la détérioration des conditions socio-économiques des femmes vulnérables, au sentiment d'exclusion et de manque de reconnaissance de leur rôle et capacités ainsi qu'au manque de confiance des femmes à l'égard de toute forme de participation formelle et institutionnelle.

Pour dire que, en alternative à toute forme de régulation imposée ou jugée intrusive, les individus orientent leurs actions et se créent implicitement un schéma de régulation propre ou un contrat social tacite aux relations de la vie quotidienne.

Dans les paragraphes précédents, nous avons signalé un mélange de défiance et méfiance par rapport à l'autorité locale, au point que les femmes interrogées ne voient pas l'utilité de s'organiser à travers un comité de Souk par exemple. C'est ainsi que les commerçantes de la Skifa El Kahla refusent de coopérer avec les autorités locales et ont tendance à prendre leur distance par rapport aux événements de participation citoyenne et ne s'impliquent activement dans les décisions concernant l'avenir du marché hebdomadaire de la ville de Mahdia.

III. Recommandation

En se référant aux témoignages des acteurs institutionnels interviewés et des femmes artisanes à Mahdia, certaines suggestions ont été divulguées pour préserver les murs du site, l'inclusion économique des femmes artisanes et l'aménagement des espaces communs en respectant l'égalité de genre.

1. Revisiter l'identité historique de la médina de Mahdia

Dans cette perspective, les actions les plus adaptées sont :

- Renforcer les capacités de l'Association de Sauvegarde de la Ville de Mahdia afin qu'elle puisse poursuivre son engagement en matière de préservation du patrimoine local.
- Accroître la connaissance de l'histoire locale parmi les citoyens, et pour cela, il serait bénéfique de mettre en place des cercles de discussion ainsi que des forums dédiés à cet objectif précis.
- Embellir et valoriser les sites mémoriels dont la gestion incombe à la municipalité

2. Amélioration des moyens indispensables pour une participation convenable à l'économie locale

Dans cette perspective, les actions les plus adaptées sont :

- Renforcer les capacités des femmes artisanes à Mahdia à travers des programmes de formations par objectifs
- Faciliter l'accès des femmes artisanes à une gamme diversifiée de crédits adaptés à leurs besoins spécifiques et à leurs projets.
- Investir dans les micro-entreprises gérées par des femmes et soutenir les entrepreneures féminines grâce à des mécanismes de financement inclusifs et à une gamme exhaustive de formations.
- Mettre en place des filets de sécurité sociale pour protéger les femmes artisanes vulnérables, garantir des conditions de travail décentes et encourager la participation équitable à la croissance de l'économie locale

3. Promouvoir le tourisme local

Pour la réalisation de cet objectif, il est opportun d'adopter ces recommandations

- Organisation d'événements culturels avec la mise en place régulièrement des événements culturels tels que des festivals de musique et des spectacles traditionnels pour attirer les touristes et les habitants locaux. Ces événements peuvent mettre en valeur la richesse culturelle de Mahdia et offrir des expériences uniques aux visiteurs.
- Mettre en place des campagnes de promotion mettant en avant les produits artisanaux et culinaires locaux de Mahdia. Cela peut se faire à travers des marchés locaux, des foires artisanales et des dégustations de produits locaux dans les restaurants et les hôtels de la région.
- Collaboration avec les artisans, les agriculteurs, les restaurateurs et les acteurs du tourisme pour développer des offres touristiques intégrant les produits locaux. Cela peut inclure des visites d'ateliers artisanaux, des dégustations de produits locaux et des séjours dans des hébergements de charme gérés par des locaux.
- Utilisation des plateformes en ligne et des réseaux sociaux pour promouvoir les attractions touristiques locales, les événements culturels et les produits artisanaux. Cela permettra d'atteindre un public plus large et de susciter l'intérêt pour le tourisme local.

4. Aménagement de l'espace surmonter les obstacles et favoriser le processus d'autonomisation économique des femmes artisanes

- Aménager les espaces publics à la Médina de Mahdia tels que l'espace de " دار الحرثي ", « Souk Essouf » et « La Maison Lab » favorisant l'engagement des femmes dans une variété d'activités, qu'elles soient professionnelles ou récréatives, tout en assurant un environnement sûr et sécurisé.
- Organiser des sessions de sensibilisation pour les femmes commerçantes et artisanales sur l'importance de préserver les espaces et le patrimoine culturel et historique de la skifa elkahla. Organiser des ateliers de réflexion afin de fournir des informations sur les méthodes alternatives d'exposition de leurs produits qui n'endommagent pas les murs, comme l'utilisation de supports autoportants ou de stands temporaires.
- Élaborer des règlements et des directives spécifiques régissant l'utilisation des murs de l'espace de la skifa elkahla pour l'exposition des produits. Ces directives pourraient inclure des interdictions sur l'utilisation de clous ou d'autres fixations dans les murs, ainsi que des exigences concernant l'utilisation de supports non invasifs.
- Mettre en place des supports spéciaux ou des systèmes d'accrochage temporaires qui permettent aux femmes d'exposer leurs produits sans endommager les murs. Ces supports pourraient être conçus pour être facilement installés et retirés sans laisser de traces sur les murs.

- Mettre en place un programme de surveillance et de maintenance régulières pour inspecter les murs de la skifa elkahla et détecter tout dommage potentiel causé par l'utilisation commerciale. Effectuer des réparations et des travaux de conservation dès que nécessaire pour préserver l'intégrité du site.
- Travailler en étroite collaboration avec les femmes commerçantes et artisanales, ainsi qu'avec d'autres parties prenantes concernées, pour développer des solutions adaptées qui concilient les besoins économiques avec la préservation des espaces du patrimoine culturel. Encourager le dialogue et la coopération pour trouver des compromis acceptables pour toutes les parties impliquées.

Toutes les photos © Cities Alliance

Sauf indication contraire.

Toutes les illustrations correspondent à celles de freepik.



Schweizerische Eidgenossenschaft
Confédération Suisse
Confederazione Svizzera
Confederaziun svizra

Direction du développement
et de la coopération DDC



Cities Alliance
Cities Without Slums

Hosted by
 **UNOPS**

Cities Alliance
UN House
Boulevard du Régent 37
1000 Brussels, Belgium

Cities Alliance Tunisie
Immeuble Saray B6
Rue du Lac Huron
1053 Les berges du lac , Tunis

 www.citiesalliance.org

 @Cities Alliance

 @CitiesAlliance