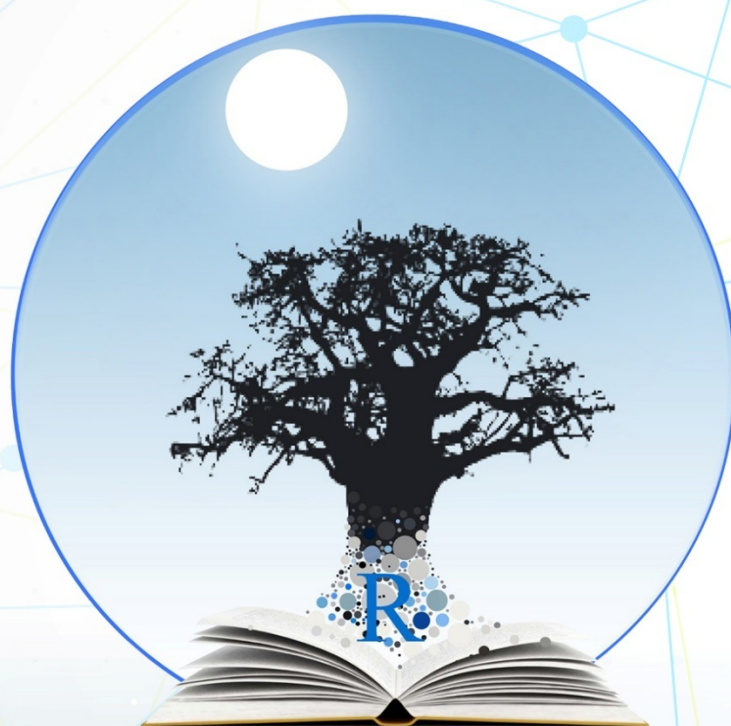


REL@COM

LANGAGE ET COMMUNICATION



revue électronique

Département des Sciences
du Langage et de la Communication

Université Alassane Ouattara
(Bouaké - Côte d'Ivoire)

ISSN: 2617-7560

Numéro 10 décembre 2025

REL@COM

LANGAGE ET COMMUNICATION



revue électronique

Département des Sciences
du Langage et de la Communication

Université Alassane Ouattara
(Bouaké - Côte d'Ivoire)

ISSN: 2617-7560

Numéro 10 décembre 2025

INDEXATIONS ET RÉFÉRENCEMENTS



<https://journal-index.org/index.php/asi/article/view/12689>



TOGETHER WE REACH THE GOAL

<https://sjifactor.com/passport.php?id=23413>

Impact Factor 2024 : 5.051



<https://reseau-mirabel.info/revue/14886/RELaCOM-Revue-Langage-et-communication?s=1muc9dl>



<https://aurehal.archives-ouvertes.fr/journal/read/id/352725>

REVUE ELECTRONIQUE LANGAGE & COMMUNICATION

ISSN : [2617-7560](#)

DIRECTEUR DE PUBLICATION : PROFESSEUR N'GORAN-POAMÉ LÉA M. L.

DIRECTEUR DE RÉDACTION : PROFESSEUR JEAN-CLAUDE OULAI

COMITÉ SCIENTIFIQUE

PROF. ABLOU CAMILLE ROGER, UNIVERSITÉ ALASSANE OUATTARA
PROF. ALAIN KIYINDOU, UNIVERSITÉ BORDEAUX-MONTAIGNE
PROF. AZOUMANA OUATTARA, UNIVERSITÉ ALASSANE OUATTARA
PROF. BAH HENRI, UNIVERSITÉ ALASSANE OUATTARA
PROF. BLÉ RAOUL GERMAIN, UNIVERSITÉ FÉLIX HOUPHOUËT-BOIGNY
PROF. CLAUDE LISHOU, UNIVERSITÉ CHEIKH ANTA DIOP
PROF. EDOUARD NGAMOUNSIKA, UNIVERSITÉ MARIEN NGOUABI
DR FRANCIS BARBEY, MCU, UNIVERSITÉ CATHOLIQUE LOMÉ
PROF. GORAN KOFFI MODESTE ARMAND, UNIVERSITÉ F. HOUPHOUËT-BOIGNY
DR JÉRÔME VALLUY, MCU, HDR, UNIVERSITÉ PANTHÉON-SORBONNE
PROF. JOSEPH P. ASSI-KAUDJHIS, UNIVERSITÉ ALASSANE OUATTARA
PROF. KOUAMÉ KOUAKOU, UNIVERSITÉ ALASSANE OUATTARA
PROF. MAKOSSO JEAN-FÉLIX, UNIVERSITÉ MARIEN NGOUABI
PROF. NANGA A. ANGÉLINE, UNIVERSITÉ FÉLIX HOUPHOUËT-BOIGNY
PROF. POAMÉ LAZARE MARCELIN, UNIVERSITÉ ALASSANE OUATTARA
PROF. TRO DÉHO ROGER, UNIVERSITÉ ALASSANE OUATTARA

COMITÉ DE RÉDACTION

PROF. ABLOU CAMILLE ROGER
PROF. JEAN-CLAUDE OULAI
PROF. KOUAMÉ KOUAKOU
PROF. NIAMKEY AKA
DR N'GATTA KOUKOUA ÉTIENNE, MCU
DR OUMAROU BOUKARI, MCU

COMITÉ DE LECTURE

PROF. IBO LYDIE
PROF. KOFFI EHOUMAN RENÉ
DR ASTÉ N'CHO JEAN-BAPTISTE, MCU
DR IRIÉ BI TIÉ BENJAMAIN, MCU
DR N'GATTA KOUKOUA ÉTIENNE, MCU
DR N'GUESSAN ADJOUA PAMELA, MCU
DR ADJUÉ ANONKPO JULIEN
DR COULIBALY DAOUDA
DR KOUAMÉ KHAN
DR OULAI CORINNE YÉLAKAN
DR YAO KOUAKOU GUILLAUME

MARKETING & PUBLICITÉ : DR KOUAMÉ KHAN

INFOGRAPHIE / WEB MASTER : DR TOURÉ K. D. ESPÉRANCE / SANGUEN KOUAKOU

ÉDITEUR : DSLC

TÉLÉPHONE : (+225 01 40 29 15 19 / 07 48 14 02 02)

COURRIEL : soumission@relacom-slc.org

SITE INTERNET : <http://relacom-slc.org>

LIGNE EDITORIALE

Au creuset des Sciences du Langage, de l'Information et de la Communication, la Revue Electronique du Département des Sciences du Langage et de la Communication **REL@COM** s'inscrit dans la compréhension des champs du possible et de l'impossible dans les recherches en SIC. Elle s'ouvre à une interdisciplinarité factuelle et actuelle, en engageant des recherches pour comprendre et cerner les dynamiques évolutives des Sciences du Langage et de la Communication ainsi que des Sciences Humaines et Sociales en Côte d'Ivoire, en Afrique, et dans le monde.

Elle entend ainsi, au-delà des barrières physiques, des frontières instrumentales, hâtivement et activement contribuer à la fertilité scientifique observée dans les recherches au sein de l'Université Alassane Ouattara.

La qualité et le large panel des intervenants du Comité Scientifique (Professeurs internationaux et nationaux) démontrent le positionnement hors champ de la **REL@COM**.

Comme le suggère son logo, la **REL@COM** met en relief le géant baobab des savanes d'Afrique, situation géographique de son université d'attache, comme pour symboliser l'arbre à palabre avec ses branches représentant les divers domaines dans leurs pluralités et ses racines puisant la sève nourricière dans le livre ouvert, symbole du savoir. En prime, nous avons le soleil levant pour traduire l'espoir et l'illumination que les sciences peuvent apporter à l'univers de la cité représenté par le cercle.

La Revue Electronique du DSLC vise plusieurs objectifs :

- Offrir une nouvelle plateforme d'exposition des recherches théoriques, épistémologiques et/ou empiriques, en sciences du langage et de la communication,
- Promouvoir les résultats des recherches dans son champ d'activité,
- Encourager la posture interdisciplinaire dans les recherches en Sciences du Langage et de la Communication,
- Inciter les jeunes chercheurs à la production scientifiques.

Chaque numéro est la résultante d'une sélection exclusive d'articles issus d'auteurs ayant rigoureusement et selon les normes du CAMES répondu à un appel thématique ou libre.

Elle offre donc la possibilité d'une cohabitation singulière entre des chercheurs chevronnés et des jeunes chercheurs, afin de célébrer la bilatéralité et l'universalité du partage de la connaissance autour d'objets auxquels l'humanité n'est aucunement étrangère.

Le Comité de Rédaction

RECOMMANDATIONS AUX AUTEURS & DISPOSITIONS PRATIQUES

La Revue Langage et Communication est une revue semestrielle. Elle publie des articles originaux en Sciences du Langage, Sciences de l'Information et de la Communication, Langue, Littérature et Sciences Sociales.

I. RECOMMANDATIONS AUX AUTEURS

Les articles sont recevables en langue française, anglaise, espagnole ou allemande. Nombre de page : minimum 10 pages, maximum 15 pages en interlignes simples. Numérotation numérique en chiffres arabes, en haut et à droite de la page concernée. Police : Times New Roman. Taille : 11. Orientation : Portrait, recto.

II. NORMES EDITORIALES (NORCAMES)

Pour répondre aux Normes CAMES, la structure des articles doit se présenter comme suit :

- ✚ Pour un article qui est une contribution théorique et fondamentale : Titre, Prénom et Nom de l'auteur, Institution d'attache, adresse électronique, Résumé en Français, Mots clés, Abstract, Key words, Introduction (justification du thème, problématique, hypothèses/objectifs scientifiques, approche), Développement articulé, Conclusion, Bibliographie.
- ✚ Pour un article qui résulte d'une recherche de terrain : Titre, Prénom et Nom de l'auteur, Institution d'attache, adresse électronique, Résumé en Français, Mots clés, Abstract, Key words, Introduction, Méthodologie, Résultats, Analyse et Discussion, Conclusion, Bibliographie.
- ✚ Les articulations d'un article, à l'exception de l'introduction, de la conclusion, de la bibliographie, doivent être titrées, et numérotées par des chiffres (exemples : 1. ; 1.1. ; 1.2 ; 2. ; 2.2. ; 2.2.1 ; 2.2.2. ; 3. ; etc.).

Les références de citation sont intégrées au texte citant, selon les cas, de la façon suivante : (Initiale (s) du Prénom ou des Prénoms de l'auteur. Nom de l'Auteur, année de publication, pages citées). Les divers éléments d'une référence bibliographique sont présentés comme suit : Nom et Prénom (s) de l'auteur, Année de publication, Zone titre, Lieu de publication, Zone Editeur, pages (p.) occupées par l'article dans la revue ou l'ouvrage collectif. Dans la zone titre, le titre d'un article est présenté en romain et entre guillemets, celui d'un ouvrage, d'un mémoire ou d'une thèse, d'un rapport, d'une revue ou d'un journal est présenté en italique. Dans la zone Editeur, on indique la Maison d'édition (pour un ouvrage), le Nom et le numéro/volume de la revue (pour un article). Au cas où un ouvrage est une traduction et/ou une réédition, il faut préciser après le titre le nom du traducteur et/ou l'édition.

Ne sont présentées dans les références bibliographiques que les références des documents cités. Les références bibliographiques sont présentées par ordre alphabétique des noms d'auteur.

III. RÈGLES D'ÉTHIQUES ET DE DÉONTOLOGIE

Toute soumission d'article sera systématiquement passée au contrôle anti-plagiat et tout contrevenant se verra définitivement exclu par le comité de rédaction de la revue.

SOMMAIRE

1. Nanon Pierre BROU (Université Alassane Ouattara, Bouaké-Côte d'Ivoire) / Jodvin Symphorien De Blahoua KOFFI (Université Alassane Ouattara, Bouaké-Côte d'Ivoire)
La dialectique comme fondement de l'éducation politique chez Platon 14
2. Salifou COULIBALY (Université Alassane Ouattara, Bouaké-Côte d'Ivoire)
Dynamique urbaine et risque de conflit dans la ville de Tiassalé 23
3. DJAHA Koffi Henri (Université Félix Houphouët-Boigny, Abidjan-Côte d'Ivoire) / YAO N'Goran Hubert (Université de Bondoukou) / LOBA Saga Bernard (Université Félix Houphouët-Boigny, Abidjan-Côte d'Ivoire)
Le suicide chez les jeunes adultes d'Abidjan selon leur religion et estime de soi 36
4. KONATÉ Djakaridja (Université Félix Houphouët-Boigny, Abidjan-Côte d'Ivoire)
Une analyse critique des discours sur le panafricanisme et la souveraineté en Afrique de l'ouest 47
5. Awa KAMATÉ (Université Alassane Ouattara, Bouaké-Côte d'Ivoire) / ATTIA Michel Akabilé (Université Alassane Ouattara, Bouaké-Côte d'Ivoire) / Gnénégnimin SORO (Université Alassane Ouattara, Bouaké-Côte d'Ivoire)
Rationalité locale et hésitation vaccinale : perceptions des maladies infantiles et limites du PEV à Odienné (Côte d'Ivoire) 64
6. Khan KOUAMÉ (Université Alassane Ouattara, Bouaké-Côte d'Ivoire)
Les Réseaux Sociaux Numériques (RSN) et les nouveaux visages de l'opinion publique ivoirienne 79
7. Koménan KOFFI (Université Félix Houphouët-Boigny, Abidjan-Côte d'Ivoire)
“Keine andere kunsform produziert so intensive und vielfältige gerfüll reationen wie das kino” : Zur emotivität des films un seine (aus) wirkungen das individuum und die gesellschaft 91
8. Kouamé Sylvestre KOUADIO (Université Félix Houphouët-Boigny, Abidjan-Côte d'Ivoire)
Heimat ist weder hier noch dort. Heimat ist in di roder nirgends : Eine postmoderne lektüre des heimat konstrukts bei stefanie zweig in karibu heisst willkommen 100

9. KOUAMÉ-KONATÉ Aya Carelle Prisca (Université Alassane Ouattara, Bouaké-Côte d'Ivoire)

L'Intelligence Artificielle à l'épreuve de la recherche ivoirienne : entre perception et réalité du rôle 110

10. KPANGBA Boni Hyacinthe (Université Alassane Ouattara, Bouaké-Côte d'Ivoire) / GOH Tianet Yannick Emmanuel (Université Alassane Ouattara, Bouaké-Côte d'Ivoire) / AHOULOU Mahipou Fernande Marie Josée (Université Alassane Ouattara, Bouaké-Côte d'Ivoire)

La communication socioculturelle : outil d'accès à l'information et d'émancipation économique des femme Abouré de Bonoua 120

11. Jean-Michel Kouakou Kan N'GUESSAN (Université Alassane Ouattara, Bouaké-Côte d'Ivoire) / KOUASSI Akissi Germaine (Université Alassane Ouattara, Bouaké-Côte d'Ivoire) / Jean-Claude OULAI (Université Alassane Ouattara, Bouaké-Côte d'Ivoire)

Geste populaire et marketing d'opportunité : étude d'un phénomène de récupération publicitaire dans l'espace numérique ivoirien 131

12. Koffi Gilles Olivier N'GUESSAN (Université Alassane Ouattara, Bouaké-Côte d'Ivoire)

Analyse et enjeux des messages de la plateforme de lutte contre la cybercriminalité (PLCC) en Côte d'Ivoire sur sa page Facebook pour un changement de comportement des populations 146

13. Aboubakar SYLLA (Université Alassane Ouattara, Bouaké-Côte d'Ivoire) / Lydie IBO (Université Alassane Ouattara, Bouaké-Côte d'Ivoire)

Les tribulations référentielles de la grammaticalisation espagnole du pronom « On » 163

14. THOAT Akoissy Clarisse-Leocadie (Institut National Supérieur des Arts et de l'Action Culturelle, Abidjan-Côte d'Ivoire)

Féminicide en Côte d'Ivoire : entre silence médiatique et contre-discours numériques, une analyse communicationnelle des récits de violence genrée 176

15. Hervé Kobenan YAO (Université Félix Houphouët-Boigny, Abidjan-Côte d'Ivoire)

Enjeux des théories de la démonstration et de la définition chez Aristote 190

16. Ange Thibaut Kahelad YAON (Université Félix Houphouët-Boigny, Abidjan-Côte d'Ivoire) / Oumar Go N'Golo Emmanuel SORO (Institut National Polytechnique Houphouët-Boigny, Yamoussoukro-Côte d'Ivoire)

Communication participative et modélisation organisationnelle pour l'autonomisation économique des femmes en milieu rural en Côte d'Ivoire 199

17. YOKORÉ Zibé Nestor (Institut National Supérieur des Arts et de l'Action Culturelle, Abidjan-Côte d'Ivoire)

La scène du deuil en pays Bété : analyse dramaturgique et sociologique des pleureuses professionnelles en Côte d'Ivoire 213

18. BOUDIMBOU Bienvenu (Université Marien Ngouabi, Brazzaville-Congo) **Les pratiques journalistiques à l'ère du numérique : mutation et défis au Congo**

224

COMMUNICATION PARTICIPATIVE ET MODÉLISATION ORGANISATIONNELLE POUR L'AUTONOMISATION ÉCONOMIQUE DES FEMMES EN MILIEU RURAL EN CÔTE D'IVOIRE

Ange-Thibaut Kahelad YAON

Université Felix Houphouët Boigny (Abidjan-Cocody)

angeyaon@gmail.com

Oumar Go N'golo Emmanuel SORO

Institut National Polytechnique Félix Houphouët Boigny

(Yamoussoukro-Côte d'Ivoire)

oumarsoro64@gmail.com

Résumé

En Côte d'Ivoire, l'autonomisation économique des femmes en milieu rural constitue un défi persistant, marqué par des obstacles structurels et sociaux. Cet article met en lumière la pertinence de combiner communication participative et modélisation organisationnelle pour relever ce défi. La communication participative, inspirée des idées de Paolo Freire, favorise l'éducation et la mobilisation des femmes rurales. Ce qui les intègre dans des processus décisionnels inclusifs et valorise leur rôle au sein de leurs communautés. Des initiatives comme "Majira Yangu" en Tanzanie illustrent l'efficacité de cette approche, qui permet aux femmes de prendre conscience de leur potentiel et de s'impliquer activement dans les changements locaux (P. Kulaba, 2017 : 112-128). D'un autre côté, la modélisation organisationnelle propose des solutions adaptées aux réalités locales, comme le prouve l'expérience de la Grameen Bank au Bangladesh. Une expérience qui a su établir des structures flexibles et pérennes pour améliorer l'accès des femmes aux ressources économiques. Des programmes tels que "SheTrade" du Commonwealth montrent qu'il est possible d'amplifier l'impact des interventions en fonction des besoins des bénéficiaires avec les ressources disponibles. Cette démarche, intégrée en Côte d'Ivoire, offre aux femmes rurales les outils nécessaires pour devenir des actrices centrales de leur propre autonomisation économique. Celles-ci contribuent désormais à un développement équitable et durable.

Mots-clés : Communication participative, modélisation organisationnelle, autonomisation économique, femmes rurales

Abstract

In Côte d'Ivoire, the economic empowerment of women in rural areas is a persistent challenge, marked by structural and social barriers. This article highlights the relevance of combining participatory communication and organizational modelling to address this challenge. Participatory communication, inspired by the ideas of Paolo Freire, promotes education and mobilization of rural women. This integrates them into inclusive decision-making processes and values their role within their communities. Initiatives such as 'Majira Yangu' in Tanzania illustrate the effectiveness of this approach, which enables women to realize their potential and become actively involved in local change (P. Kulaba, 2017 : 10). On the other hand, organizational modelling offers solutions tailored to local realities, as demonstrated by the experience of Grameen Bank in Bangladesh. This experience has established flexible and sustainable structures to improve women's access to economic resources. Programmes such as the Commonwealth's 'SheTrade' show that it is possible to amplify the impact of interventions according to the needs of beneficiaries with the resources available. This integrated approach in Côte d'Ivoire provides rural women with the tools they need to

become central actors in their own economic empowerment. They are now contributing to equitable and sustainable development.

Keywords : Participatory communication, organizational modelling, economic empowerment, rural women

Introduction

La Côte d'Ivoire, située en Afrique de l'Ouest, couvre une superficie de 322 462 km². Elle partage ses frontières avec le Mali et le Burkina Faso au nord, la Guinée et le Liberia à l'ouest, le Ghana à l'Est et est bordée au sud par l'océan Atlantique (MEAE, 2023). Son positionnement géographique équatorial, avec un climat sensiblement agréable et stable, lui permet de développer une agriculture pérenne. En effet, selon T. Collins (2022 : 7), la Côte d'Ivoire, en plus d'être le premier pays producteur de cacao, occupe une place de leader dans plusieurs secteurs agricoles, notamment l'hévéa, le palmier à huile et plusieurs autres cultures de rente.

Au dernier recensement général de la population en 2021, ce pays comptait 29 389 150 habitants dont 52,2% sont des hommes et 47,8% des femmes avec 75,6% de cette population qui a moins de 35 ans (RGPH, 2021). A y voir de plus près, on constate que les femmes sont également de grandes actrices du monde rural. Cela se perçoit en termes de main-d'œuvre agricole, surtout dans la production et la commercialisation des cultures vivrières. Selon ONU Femmes Côte d'Ivoire, elles sont présentes dans le secteur agricole à hauteur de 29,9%, dans l'industrie à 31,6%, à 59,5% dans le commerce et dans 39,5% dans les services (ONU Femmes Côte d'Ivoire, 2015). En dépit de cette forte présence féminine dans le secteur d'activité far du pays, leur niveau d'activité reste encore sous-évalué. L'impact de leurs actions sur l'activité économique rurale ne leur est pas rendu à juste titre.

Bien souvent, les femmes rencontrent des difficultés pour obtenir des terres, des financements et les outils nécessaires pour faire grandir leurs activités et gagner leur vie. L'accès à une bonne instruction et à des formations pratiques est aussi parfois limité. Cependant, les freins culturels et religieux sont autant de facteurs qui limitent les capacités féminines en zone rurale. Les normes patriarcales et les idées reçues sur le rôle des femmes contribuent à restreindre leurs chances de réussite économique et les empêcher de prendre leurs propres décisions. De plus, elles sont souvent accaparées par les tâches ménagères. Ce qui réduit leur temps et leur énergie en rapport à la vente de leurs produits et à l'accès aux marchés.

La communication participative favorise l'expression des besoins et la mobilisation locale. Elle doit nécessairement s'articuler à une modélisation organisationnelle pour garantir des effets durables. Comme le souligne G. Bessette (2007 : 240), la participation permet de révéler les attentes réelles des communautés. Mais c'est en les structurant dans un cadre organisationnel cohérent, tel que le propose P. Senge (1990 : 32), que ces dynamiques se traduisent en actions pérennes. L'une sans l'autre limite l'impact sur l'autonomisation, car seule leur complémentarité permet d'allier mobilisation communautaire et efficacité opérationnelle.

Le présent article explore la synergie entre la communication participative et la modélisation organisationnelle en tant que stratégie pour autonomiser économiquement les femmes en milieu rural. L'examen des concepts fondamentaux, et les applications pratiques permettront de construire un cadre complet de compréhension et d'action.

Malgré l'abondance de projets de soutien économique aux femmes rurales tels que : le Projet MAEVA (Marahoué Autonomisation Économique et Valorisation Agricole), les actions de l'Agence Française de Développement (AFD), l'impact durable reste limité. Ce constat interroge l'efficacité des approches descendantes. L'hypothèse centrale de cette étude est que la synergie entre communication participative et modélisation organisationnelle peut constituer un levier plus durable d'autonomisation.

Ce tableau met en évidence une réalité persistante : malgré la multiplication des initiatives visant à soutenir les femmes rurales, leur autonomisation économique reste limitée. Cette situation soulève la question centrale suivante : pourquoi les modèles classiques d'accompagnement économique des femmes échouent-ils à produire des effets durables ? Et en quoi une approche combinant communication participative et modélisation organisationnelle peut-elle combler cette lacune ?

L'objectif général de cette étude est de montrer comment l'intégration des stratégies de communication participative et de modélisation organisationnelle peut renforcer l'autonomisation économique des femmes en milieu rural en Côte d'Ivoire. De cet objectif général découlent les objectifs spécifiques suivants : identifier les opportunités économiques et les besoins spécifiques des femmes membres de coopératives (SCOOPS), en tenant compte de leurs contextes socioculturels. Analyser comment les pratiques de communication participative contribuent à la gouvernance et à la prise de décision au sein des coopératives féminines. Concevoir et proposer des mécanismes d'éducation financière adaptés au niveau d'instruction et aux réalités locales des femmes rurales. Examiner en quoi la modélisation organisationnelle peut améliorer la gestion interne, la performance économique et la pérennité des coopératives.

Des réponses anticipatives ont été émises d'où les hypothèses suivantes : H1 : L'usage de la communication participative favorise l'évolution des statuts juridiques des coopératives féminines. H2 : La modélisation organisationnelle améliore la gestion et la performance économique des coopératives rurales. H3 : L'accès à la formation et à l'éducation financière renforce l'autonomisation économique des femmes rurales.

1. Approche conceptuelle

1.1. Communication participative

La communication participative se définit comme un processus qui implique de façon active toutes les parties prenantes dans l'échange d'informations, la prise de décision et la mise en œuvre d'actions (P. Freire, 1970 : 183). Elle repose sur le dialogue, l'inclusion et la co-construction. Elle favorise la liberté d'expression des besoins et des idées. Dans le cadre de notre investigation, cette approche permet aux femmes de coopératives rurales d'identifier ensemble les obstacles à leur autonomisation économique et de proposer des solutions adaptées à leur réalité.

1.2. Modélisation organisationnelle

De son côté, la modélisation organisationnelle consiste à représenter une organisation sous forme de schémas, pour mieux comprendre sa structure et son fonctionnement. Pour garantir sa pérennité, M. P. Senge (1990 : 7-23) inclut des aspects tels que la hiérarchie organisationnelle, les responsabilités des employés, les processus opérationnels, le flux d'information et les objectifs stratégiques. Appliquée à cette étude dans la gestion de coopérative féminine rurale, elle va améliorer la prise de décision et

la gestion du changement. Elle permet de visualiser clairement comment une organisation fonctionne et comment elle peut être optimisée.

1.3. Autonomisation économique des femmes

ONU-Femmes considère l'autonomisation économique comme la capacité des femmes à participer au processus de croissance économique, à en tirer profit de manière équitable, tout en assurant la reconnaissance de la valeur de leurs apports et le respect de leur dignité (ONU Femmes Côte d'Ivoire, 2015). L'autonomisation économique des femmes, dans notre contexte, se définit comme un processus par lequel les femmes acquièrent la capacité d'accéder, de contrôler et de bénéficier de ressources économiques de manière équitable. Elle leur permet ainsi de prendre des décisions autonomes sur leurs revenus et leur vie économique.

1.4. Milieu rural

Le milieu rural englobe les zones situées hors des villes. Il se caractérise par une faible densité de population, une économie centrée sur l'agriculture et un accès limité aux services essentiels. En Côte d'Ivoire, les habitants des zones rurales font face à des défis comme l'isolement, la dépendance aux ressources naturelles et des traditions sociales bien ancrées. Pour promouvoir l'autonomisation économique, R. Chambers (1983 :45), pense qu'il est primordial d'adapter les initiatives à ces particularités. Il s'agit pour lui de mettre en place les stratégies d'autonomisation aux réalités locales.

2. Synergie entre communication participative et modélisation organisationnelle

La synergie entre ces deux approches réside du fait que la communication participative alimente la modélisation organisationnelle en informations issues du terrain. Cette collaboration place les femmes au centre du processus, non pas comme simples bénéficiaires, mais comme actrices clés.

Cette synergie contribue à rendre plus facile pour les femmes d'obtenir ce dont elles ont besoin pour réussir économiquement (argent, opportunités, compétences). Cette articulation leur donne plus de poids pour négocier et prendre des décisions importantes en matière économique. Elles les aident à grandir, individuellement et collectivement. Par exemple, lors d'une séance de concertation à Daloa, Madame Niahoré la présidente de coopérative expliquait : « *Nous savons comment nous travaillons, mais sur papier, ce n'est pas clair... si on pouvait mettre ça dans un plan, ce serait plus facile à suivre* ». Ce type de retour illustre comment l'expression collective sert de base à la formalisation organisationnelle, renforçant ainsi l'efficacité et la légitimité des actions menées. Dans ce contexte, la communication participative ne se limite pas à l'échange d'informations, elle devient un outil stratégique de gouvernance interne des coopératives.

3. Ancrage théorique

Ce sujet s'inscrit dans un contexte multidisciplinaire où plusieurs théories peuvent être mobilisées pour mieux comprendre et orienter les initiatives. Mais trois théories nous permettent d'expliquer le contexte de l'autonomisation économique des femmes en milieu rural. Il s'agit respectivement de la théorie de la communication participative, la théorie de l'organisation apprenante et la théorie de l'autonomisation du genre.

3.1. Théorie de la communication participative

La communication participative va au-delà de l'idée traditionnelle d'une simple transmission de messages d'un émetteur à un récepteur. Elle met l'accent sur l'échange et la collaboration active entre les participants. Contrairement à une communication linéaire, cette approche invite chacun à partager, réagir et co-crée du sens. Bien que la théorie ait été initialement formulée par Shannon et Weaver dans les années 1940, elle a été enrichie par des chercheurs comme Osgood et Schramm, qui ont introduit la notion d'interaction continue entre les acteurs. Toutefois, c'est l'approche de P. Freire (1970 : 183) qui a transformé cette théorie en un véritable outil de transformation sociale. Il a insisté sur l'importance de créer des espaces où les participants, notamment les femmes marginalisées, peuvent s'exprimer, échanger et être acteurs du changement.

Dans le cadre de l'autonomisation des femmes, la communication participative permet aux femmes rurales de partager leurs expériences, leurs idées et assurer leur participation activement aux décisions leur impactant. Cette approche renforce leur pouvoir d'agir et favorise leur engagement dans les processus de transformation sociale. Ainsi, la communication participative est une clé essentielle pour soutenir l'autonomisation des femmes rurales en Côte d'Ivoire, car elle crée un dialogue inclusif.

3.2. Théorie de l'organisation apprenante

La théorie de l'organisation apprenante, popularisée par P. Senge dans son ouvrage « La cinquième discipline » (1990), repose sur l'idée qu'une organisation doit constamment apprendre, s'adapter et innover pour rester performante. Une organisation apprenante valorise l'acquisition de nouvelles connaissances. La remise en question des pratiques établies et l'application des enseignements constituent pour elle une amélioration continuellement. Cette approche met l'accent sur la collaboration, la réflexion collective et l'expérimentation continue. Elle permet une adaptation rapide aux changements. Elle favorise l'innovation et améliore les compétences des membres de l'organisation. Dans ce contexte, les femmes rurales sont perçues comme une entité collective à guider et à accompagner dans leur apprentissage.

Appliquée à l'autonomisation économique des femmes, cette théorie souligne l'importance de modèles organisationnels flexibles, capables de s'adapter aux réalités locales. Ce modèle encourage les femmes à développer leurs capacités à innover et à surmonter les défis socio-économiques de manière autonome. La dynamique d'apprentissage collectif à travers la théorie de l'organisation apprenante devient un levier nécessaire pour renforcer leur rôle dans le développement économique en milieu rural.

3.3. Théorie de l'autonomisation du genre

La théorie de l'autonomisation du genre, développée par N. Kabeer (2005 : 13–24), met l'accent sur l'émancipation des femmes et la réduction des inégalités entre les sexes. Elle se concentre sur le processus par lequel les femmes acquièrent le pouvoir de faire valoir leurs droits et de participer activement aux décisions qui les concernent. Cette approche englobe des dimensions techniques telles que l'autonomie économique, l'accès à l'éducation, la participation politique et la lutte contre les normes oppressives. La justice sociale participe à renforcer la position des femmes dans la société et à favoriser un développement durable et équitable.

Appliquée à ce travail, cette théorie explore comment les femmes rurales surmontent les obstacles socio-économiques pour acquérir indépendance et pouvoir de décision.

Elle met en lumière les leviers et les freins de leur autonomisation. Cela, tout en tenant compte des dynamiques culturelles et sociopolitiques.

4. Méthodologie

Cette étude a été menée sur une période de quatre mois, entre février et mai 2024, dans quatre localités de Côte d'Ivoire : Korhogo, Bouaké, Daloa et Man. L'objectif était de comprendre comment la communication participative et la modélisation organisationnelle peuvent contribuer à l'autonomisation économique des femmes rurales.

Nous avons opté pour une approche mixte qui combine des techniques qualitatives et quantitatives. La partie qualitative s'est appuyée sur des entretiens semi-directifs réalisés auprès de dirigeantes de coopératives vivrières. Les questions portaient sur leur parcours, leurs pratiques de gestion, leur rapport aux institutions financières et leurs besoins en matière de formation et d'accompagnement. Prenons les cas de madame Koffi, une participante à Bouaké confiait : « *On nous parle souvent de changer notre statut, mais personne ne nous explique vraiment comment faire ni ce que ça peut apporter.* »

Au total, 120 dirigeantes issues de 40 coopératives ont été interrogées, ainsi qu'un responsable bancaire afin de croiser les points de vue. Les critères de sélection des participantes étaient les suivants : être une femme active dans une coopérative rurale, avoir ou non un accès au système bancaire, et être impliquée dans la production vivrière. Quant à la partie quantitative, elle a reposé sur un questionnaire structuré permettant de recueillir des données chiffrées sur la perception de l'évolution des statuts juridiques, l'accès au financement et les besoins de formation.

Les données ont été analysées manuellement, avec un traitement et un classement réalisé à l'aide des logiciels Word et Excel. Un soin particulier a été apporté au respect de l'anonymat et au recueil du consentement éclairé de toutes les participantes.

5. Résultats

Tableau 1 : Identification et analyse des données

Identifications		
4 Localités	Korhogo - Bouaké - Daloa – Man	
40 Coopératives	Exerçant dans le vivrier	
120 Dirigeants de Coopératives	Répartis sur l'étendue du territoire	
1. Les Coopératives entendent-elles faire évoluer leurs formes juridiques	Total	TRO
Réponses	40	100%
Changement de statuts	28	70%
Maintien de l'organisation actuelle	08	20%
Ne réponds pas	04	10%
2. Les Coopératives apprécient-elles le coaching	Total	TRO
Réponses	40	100%
Favorable à la formation, l'accompagnement et l'éducation financière	40	100%
Défavorable	0	0%
Ne réponds pas	0	0%

Source : Enquête de terrain, 2024

Les résultats présentés dans le tableau indiquent que 70% des coopératives féminines entendent faire évoluer leurs statuts juridiques. 100% des femmes des coopératives sont favorables à la formation ; l'accompagnement et l'éducation financière. Ces données

montrent un aperçu des aspirations et des besoins des coopératives féminines en ce qui concerne l'évolution de leurs statuts juridiques, de formation, d'accompagnement, et d'éducation financière.

Tableau 2 : L'accessibilité des services bancaires et besoin de financement

3. L'accessibilité des services bancaires de proximité	Total	TRO
Réponses	40	100%
Services financiers disponibles dans les zones rurales	5	12,5%
Services financiers non disponibles dans les zones rurales	31	77,5%
Aucune information	04	10%
4. L'accès au financement actuel	Total	TRO
Réponses	39	97,5%
Financement accessible	8	20%
Financement non accessible	30	75%
Ne réponds pas	1	2,5%
5. Le besoin de financement actuel	Total	TRO
Réponses	40	100%
Besoin de financement actuel	40	100%
Pas besoin de financement actuellement	0	0%
Pas de réponse	0	0%

Source : Enquête de terrain, 2024

Ce tableau met en lumière les difficultés d'accès aux services bancaires locaux, les problèmes d'obtention de prêts et les besoins financiers actuels des personnes interrogées. Ces trois aspects combinés donnent une idée des lacunes en matière d'accès aux services bancaires et de l'importance des besoins financiers non satisfaits. On constate que dans les zones rurales, les services financiers sont hors de portée pour plus des trois quarts des personnes (77,5%). L'accès au financement est difficile pour 75% d'entre elles, et 100% expriment un besoin de financement à l'heure actuelle.

Tableau 3 : Les scoops bancaires et l'adaptabilité aux besoins

6. Les Scoops sont-elles bancarisées	Total	TRO
Réponses	40	100%
Scoops bancarisées	18	45%
Scoops non bancarisées	15	37,5%
Aucune réponse	07	17%
7. L'accès au financement actuel	Total	TRO
Réponses	40	97,5%
Adéquation de l'offre d'entrer en relation	11	27,5%
Inadéquation de l'offre d'entrer en relation	14	35%
Ne sais pas	15	37,5%
8. Les scoops disposent-elles de garanties hypothécaires /Lliquide	Total	TRO
Réponses	38	95%
Garanties hypothécaires /titres fonciers ruraux	3	7,5%
Garanties Liquides	5	12,5%
Pas de garanties	30	75%

Source : Enquête de terrain, 2024

En gros, ce que nous montre ce tableau, c'est un portrait nuancé de la relation entre les personnes interrogées et les banques. On voit comment ils perçoivent les services

bancaires, si ces services répondent à leurs besoins, comment elles entrent en contact avec les banques, et la question d'obtention des garanties pour obtenir un prêt. Ce qui ressort principalement, c'est que moins de la moitié (45%) utilisent les services bancaires, tandis qu'un peu plus d'un tiers (37,5%) ne le font pas. Il y a aussi une part importante des personnes interrogées (37,5%) qui ne savent pas si les offres des banques correspondent à leurs besoins, et beaucoup (35%) pensent qu'il est difficile d'entrer en contact avec les banques. Enfin, une grande majorité (75%) indique qu'elles n'ont pas de biens à mettre en garantie pour obtenir un prêt.

6. Discussion des résultats

6.1. Identification et analyse des données des coopératives

6.1.1. Évolution des statuts juridiques

Les résultats montrent que la volonté de faire évoluer les statuts juridiques varie selon l'âge et le niveau d'instruction. Les femmes ayant un niveau secondaire ou supérieur (68 %) sont plus enclines à envisager un changement de statut que celles non scolarisées (52 %). Ce constat souligne le rôle déterminant de l'éducation dans la compréhension des enjeux juridiques et économiques.

Ces tendances rejoignent les observations du PNUD (2022 : 60) selon lesquelles le niveau de scolarisation conditionne la capacité d'adaptation organisationnelle en milieu rural. Ce constat s'inscrit dans la logique de la théorie de l'organisation apprenante (M. P. Senge, 1990 : 7–23.), qui met en avant la capacité des structures à évoluer par l'apprentissage collectif.

6.1.2. Formation, accompagnement et éducation financière

Il ressort que l'adhésion à la formation est universelle (100 %), mais les motivations varient selon les catégories socio-économiques. Les femmes âgées de moins de 35 ans, souvent plus instruites, associent la formation à l'accès à de nouvelles opportunités économiques, tandis que les plus âgées (plus de 50 ans) la perçoivent comme un moyen de sécuriser leurs activités existantes.

Cette analyse confirme les constats du MENA (2021 : 156), qui relève une corrélation entre le niveau d'instruction et la gestion autonome des activités économiques rurales. Une participante, membre d'une coopérative à Daloa, confie : « *On sait travailler, mais quand il faut calculer les bénéfices, ou parler aux gens de la banque, on se perd. Si on nous apprend, on pourra mieux défendre notre travail.* »

Ce constat rejoint les analyses de N. Kabeer (2005 : 247) et E. Duflo (2012 : 285) sur l'importance de l'éducation financière pour l'autonomisation. Il est également en cohérence avec le rapport du PNUD (2022 : 278), qui indique que l'insuffisance de formation limite la compétitivité des coopératives rurales. Ainsi, l'éducation financière apparaît non seulement comme un besoin exprimé, mais aussi comme un levier indispensable pour combler l'écart socio-économique et préparer les coopératives à accéder aux financements formels.

6.1.3. Implications pour la recherche et l'action

Les résultats soulignent la nécessité de concevoir des programmes de communication participative qui prennent réellement en compte les aspirations et les contraintes spécifiques des femmes en milieu rural. Comme le rappelle P. Kulaba (2017 : 112-128), la pertinence d'un programme dépend de sa capacité à dialoguer avec les bénéficiaires et à les associer aux prises de décision.

Prenons l'exemple de Man, certaines coopératives ont exprimé le souhait que les formations soient organisées après la saison des récoltes, afin que toutes les membres puissent y assister. Une responsable expliquait :

« Quand on nous convoque en pleine récolte, c'est difficile de venir... si on attend la fin, on pourra participer et bien suivre. »

Pour la recherche, cela ouvre la voie à des études plus fines sur la planification des interventions et sur la manière dont les contraintes saisonnières influencent la participation. Pour l'action, les résultats suggèrent que les acteurs du développement devraient s'appuyer sur les structures déjà existantes. Une responsable bancaire interviewée lors de l'étude explique :

« Lorsque les coopératives ont des statuts solides, cela facilite l'accès aux services financiers et renforce leur crédibilité. Mais cela nécessite un accompagnement adapté et une meilleure information. »

Les programmes de formation doivent également être adaptés au contexte local. Des ateliers interactifs et rencontres communautaires doivent être institués pour non seulement transmettre des connaissances, mais aussi encourager le partage d'expériences des participantes. Ces résultats appellent à une collaboration étroite entre les chercheurs, les décideurs politiques, et les communautés locales pour bâtir des solutions durables.

6.2. Accessibilité des services bancaires et besoin de financement

6.2.1. Accessibilité des services bancaires en milieu rural

L'enquête révèle que 77,5 % des femmes interrogées n'ont pas accès aux services financiers dans leur localité. Cette proportion grimpe à 84 % chez les femmes sans scolarisation, contre 68 % chez celles ayant atteint au moins le niveau secondaire. L'analyse montre ainsi que le niveau d'éducation détermine la capacité à interagir avec les institutions financières et à comprendre leurs procédures.

Le rapport du PNUD (2022 : 58-61) fait le même constat en soulignant que les disparités éducatives accentuent la fracture financière entre zones rurales et urbaines. Dans la région de Korhogo, par exemple, la rareté des agences bancaires et le faible taux d'alphabétisation constituent deux obstacles majeurs à l'inclusion financière des femmes rurales. Ces résultats appellent à la mise en place de dispositifs de microfinance de proximité, adaptés aux contraintes socioculturelles locales.

Ces données appellent à la mise en place de solutions financières de proximité, adaptées au profil socio-économique des femmes, afin de réduire l'écart d'inclusion entre zones rurales et urbaines.

6.2.2-Accès au financement et besoin de financement actuel

Les résultats montrent que 75% des répondants perçoivent le financement comme inaccessible. Ce qui constitue un obstacle au développement économique et à l'entrepreneuriat dans les zones rurales. Une responsable de coopérative à Bouaké explique :

« Nous avons de nombreux projets, mais sans financement, tout reste bloqué. Les banques ne nous considèrent pas comme des partenaires fiables, et cela nous décourage. »

Ce sentiment d'exclusion financière, partagé par une grande majorité des répondantes, reflète un frein structurel au développement économique. Le manque d'accès au crédit constitue une barrière importante pour les petites entreprises en milieu rural. Ce qui limite leur capacité à se développer et à créer de l'emploi.

De plus, le fait que 100% des répondantes expriment un besoin actuel de financement dénote l'urgence de la situation. Cette statistique illustre une demande généralisée et immédiate pour des soutiens financiers adaptés. Comme l'explique un responsable bancaire interviewé à Bouaké :

« Nous recevons de nombreuses sollicitations de la part des coopératives, mais il y a encore beaucoup de travail à faire pour leur offrir des produits financiers qui correspondent réellement à leurs besoins. »

Ces observations confirment les travaux de A.V. Banerjee et E. Duflo (2011 : 320), qui insistent sur l'importance de répondre aux besoins de financement pour stimuler l'activité économique et briser le cercle vicieux de la pauvreté. En effet, des solutions telles que des microcrédits, des financements participatifs, ou des partenariats avec des institutions bancaires peuvent jouer un rôle clé pour répondre à ces besoins pressants.

6.2.3. Implications pour la recherche et l'action

Face au manque d'accessibilité des services bancaires et aux besoins financiers exprimés par 100 % des participantes, l'urgence est portée sur la quête de solutions innovantes. Les travaux de N. J. Cull et al. (2009 : 14) montrent que les modèles de finance décentralisée comme la microfinance communautaire jouent un rôle clé. Lors de l'entretien avec Soro Simone, membre de coopérative de beurre de karité à Korhogo déclarait :

« Si on avait une caisse ici même au village, on n'aurait pas besoin d'aller jusqu'en ville pour chaque dépôt ou retrait. »

Cela ouvre des perspectives pour la recherche sur les modèles hybrides. Ces modèles associent institutions financières et structures communautaires. Il s'agit de renforcer les partenariats entre banques, associations et microfinance afin d'optimiser les réalités rurales. Des institutions bancaires telles que : Advans, Microcred, Baobab, etc. De par leur approche de proximité et leur flexibilité, elles offrent des produits financiers adaptés, comme des microcrédits et des épargnes collectives. À ce sujet, la banque témoigne :

« Les femmes des coopératives sont prêtes à rembourser, mais elles ont besoin de conditions souples et de solutions rapides, adaptées à leurs cycles économiques. »

Par ailleurs, cela implique non seulement l'ouverture de guichets bancaires dans les localités reculées, mais aussi l'utilisation des technologies mobiles pour élargir l'accès aux services financiers. Notamment, la création des plateformes de paiement mobile (Orange money, MTN mobile money, MOOV money, etc.) qui constituent un véritable game change.

6.3 Bancarisation et adaptabilité des offres

6.3.1. Bancarisation des enquêtées

Seuls 45 % des femmes interrogées possèdent un compte bancaire. Les taux varient selon les profils : 53 % des femmes de moins de 35 ans sont bancarisées

contre seulement 29 % chez celles de plus de 50 ans. De même, la bancarisation atteint 58 % chez les femmes ayant un niveau secondaire, mais chute à 32 % chez les non scolarisés.

Cette disparité générationnelle et éducative confirme l'importance de la culture financière dans l'inclusion économique. Les rapports du MENA (2021 : 156) et du PNUD (2022 : 61) attribuent ces écarts à la fracture numérique, à la méfiance vis-à-vis des institutions bancaires et à la méconnaissance des produits financiers. Cette situation met en évidence une faiblesse dans la communication bancaire et la conception des produits (J. Morduch, 1999 : 1569-1614). La responsable d'une coopérative à Korhogo précisait :

« La banque propose des choses, mais on ne comprend pas toujours... et souvent, ce n'est pas adapté à ce qu'on vit ici. »

En revanche, D. Karlan et J. Morduch (2010 : 4703–4784) soulignent que les barrières à la bancarisation ne se limitent pas aux contraintes économiques. Elles incluent également un faible niveau d'éducation financière ainsi que des lacunes dans la disponibilité et l'accessibilité géographique des institutions financières. Un nombre important des répondantes ignore les avantages et les services offerts par les banques. Les offres actuelles ne semblent pas répondre aux besoins spécifiques des populations rurales. Il existe une disparité en matière de microcrédit et d'épargne accessible. Pour relever ces défis et accroître le taux de bancarisation, plusieurs actions sont nécessaires. Il faut développer des campagnes de sensibilisation sur l'importance de la bancarisation et sur les avantages des services financiers. Ces résultats plaident pour une approche de communication financière contextualisée, qui tienne compte des niveaux de compréhension et des usages socioculturels des femmes rurales.

6.3.2. Implications pour la recherche et l'action

Les résultats révélant que 37,5% des enquêtes n'ont pas de connaissance sur l'adaptabilité de l'offre bancaire à leurs besoins, et que 35% estiment qu'il existe une inadéquation de l'offre d'entrer en relation dénotent l'importance de la communication et de la conception des services financiers. Le fait que plus d'un tiers des femmes ne perçoivent pas l'adéquation des produits bancaires à leurs besoins interroge directement la conception des offres. Cela rejoint les observations de S. Johnson et B. Rogaly (1997 : 198) sur l'importance d'intégrer les facteurs culturels et sociaux dans la conception des produits financiers. Une participante de Man nous confiait :

« On voudrait des prêts souples, qu'on rembourse après la vente des récoltes, pas tous les mois. ».

Pour la recherche, il est pertinent d'étudier les modèles de financement saisonnier dans les zones agricoles.

Pour l'action, les institutions financières doivent tester des produits adaptés aux cycles économiques locaux basés sur la communication participative. Cela va réduire le taux de non-remboursement et élargir la clientèle.

6.3.3. Garantie hypothécaire

L'absence de garanties hypothécaires est relevée par 75 % des participantes, avec un taux encore plus élevé (82 %) chez les femmes non scolarisées. Cette situation affecte particulièrement les coopératives récentes (moins de 5 ans

d'existence), souvent dépourvues d'actifs formalisés. Une transformatrice de manioc expliquait :

« On nous demande des papiers pour la maison ou le terrain... mais ici, beaucoup n'ont pas de titres. »

Cette situation est confirmée par les rapports du PNUD (2021 : 278) sur la sécurisation foncière rurale, qui précisent que les femmes représentent moins de 10 % des titulaires de certificats fonciers en Côte d'Ivoire. Ces résultats confirment les analyses de R. La Porta et al. (2002 : 1147-1170) sur la relation entre protections des investisseurs et accès au crédit. Dans le contexte ivoirien, la mise en place de fonds de garantie solidaires ou de mécanismes communautaires de cautionnement apparaît comme une alternative viable pour lever cet obstacle structurel.

Conclusion

Cette étude a montré que la communication participative et de modélisation organisationnelle joue un rôle important dans l'amélioration de l'autonomisation économique des femmes en milieu rural en Côte d'Ivoire. En gros, les résultats obtenus à Korhogo, Bouaké, Daloa et Man montrent qu'il y a un vrai potentiel, mais aussi des difficultés qui émergent. Ce n'est pas toujours facile d'accéder à des services financiers, car ce que les banques proposent n'est pas toujours adapté aux besoins, et le rythme des cultures pose des problèmes d'organisation.

Dans un premier temps, les données ont indiqué que 70% des coopératives féminines entendent faire évoluer leurs statuts juridiques. 100% des femmes des coopératives sont favorables à la formation ; à l'accompagnement et l'éducation financière. Ensuite, le manque d'accessibilité des services bancaires et le besoin de financement sont des indicateurs qui ont permis de mesurer l'ampleur de la disponibilité des banques en zone rurale. 77,5% d'indisponibilité des services financiers a été constaté dans les zones rurales. Un financement non accessible estimé à 75% et 100% de besoin de financement actuel. Par ailleurs, les enquêtes sur les scoops bancaires montrent la nécessité de connaître non seulement ces scoops, mais aussi l'adaptabilité des offres et la garantie hypothécaire. Il ressort de cela que seulement 45% des scoops sont bancarisées et 37,5% non bancaires. 37,5% n'ont pas de connaissance sur l'adaptabilité de l'offre sur les besoins et 35% estiment qu'il existe une inadéquation de l'offre d'entrer en relation. Du point de vue de la garantie hypothécaire des scoops, 75% ont répondu qu'il n'y a pas de garanties.

Cependant, il faut noter que la communication participative et la modélisation organisationnelle sont complémentaires de plusieurs manières. La communication participative a aidé à recueillir et les perspectives et les idées des femmes des communautés rurales. Ce qui a ensuite été utilisé dans le processus de modélisation organisationnelle. La modélisation organisationnelle fournit une structure et des mécanismes pour mettre en œuvre les idées et les décisions émergentes de la communication participative. Ensemble, ces approches favorisent l'autonomie économique des femmes en les impliquant dans le processus de décision. Il devient donc possible de transformer les défis identifiés en opportunités, gage d'un développement plus inclusif et durable.

Des efforts continus sont nécessaires pour surmonter les défis liés à l'accès aux ressources et à l'éducation financière des femmes rurales pour garantir leurs mises en œuvre de manière durable. La finance agricole pourrait-elle répondre aux attentes des femmes rurales ?

Références Bibliographiques

BANERJEE Abhijit, & Esther, DUFLO, (2011). *Poor Economics: A Radical Rethinking of the Way to Fight Global Poverty*. New York, Public Affairs, 320 p.

KARLAN Dean, & Jonathan, MORDUCH (2010). « Access to finance ». Dans Rodrik, Dani, & Rosenzweig, Mark R. (dir.), *Handbook of Development Economics* (Vol. 5). Amsterdam, Elsevier, pp. 4703-4784.

Esther, DUFLO, (2012). *Rethinking poverty*. Paris, Éditions du Seuil, 285 p.

BESSETTE Guy, (2007). *People, Land and Water: Participatory Development Communication for Natural Resource Management*. Ottawa, IDRC, 240 p.

MORDUCH Jonathan, (1999). « The microfinance promise ». *Journal of Economic Literature*, 37(4), pp. 1569-1614.

MENA, (2021). *Rapport sur l'éducation financière et l'autonomisation des femmes rurales*. Abidjan, Ministère de l'Éducation Nationale et de l'Alphabétisation, 156 p.

CULL Nicholas, (2009). « The cold war and the United States information agency: American propaganda and public diplomacy, 1945–1989 ». *Naval War College Review*, 62(2), pp. 14-25.

KABEER Naila, (2005). *Gender equality and women's empowerment: A critical analysis of the third millennium development goal*. Québec, Presses de l'Université Laval, 247 p.

Organisation des Nations Unies, FEMMES COTE D'IVOIRE, (2015). *Profil Genre : Côte d'Ivoire 2015*. Abidjan, ONU Femmes, 95 p.

Paulo, FREIRE, (1970). *Pedagogy of the Oppressed*. New York, Continuum, 183 p.

FREIRE Paulo, (2020). *L'éducation : pratique de la liberté*. Bibliothèque numérique, 210 p.

KULABA Patrick, (2017). « *Majira Yangu: Women's empowerment through participatory radio in Tanzania* ». *African Communication Research Journal*, 10(2), pp. 112-128.

Programme des Nations Unies pour le Développement, (2021). *Rapport sur le développement humain en Afrique 2021*. New York, UNDP, 278 p.

Programme des Nations Unies pour le Développement, (2022). *Rapport sur le développement humain en Afrique 2022*. New York, UNDP, 302 p.

SENGE Peter, (1990). « The art and practice of the learning organization ». *Sloan Management Review*, Fall, pp. 7-23.

CHAMBERS Robert, (1983). *Rural Development: Putting the Last First*. London, Longman, 246 p.

PORTA et al. (2002). « Investor protection and corporate valuation ». *The Journal of Finance*, 57(3), pp. 1147-1170.

JOHNSON Susan, ROGALY Ben, (1997). *Microfinance and poverty reduction*. Oxford, Oxfam, 198 p.

COLLINS Tims, (2022). *Agricultural Leadership in West Africa: Dynamics and Development Models*. Accra, WAAP Press, 180 p.