



**UNIVERSITE D'ABOMEY-CALAVI
(UAC)
ECOLE DOCTORALE PLURIDISCIPLINAIRE
ESPACES, CULTURES ET DEVELOPPEMENT**



**Laboratoire de Géographie Rurale et d'Expertise
Agricole (LaGREA)**

***Journal de Géographie Rurale Appliquée et Développement
(J_GRAD)***



ISSN : 1840-9962

N°002, décembre 2023

Volume 4

COMITE DE PUBLICATION

- Directeur de Publication** : Professeur Moussa GIBIGAYE
Rédacteur en Chef : Professeur Bernard FANGNON
Conseiller Scientifique : Professeur Brice SINSIN

COMITE SCIENTIFIQUE

- | | |
|--|---|
| BOKO Michel (UAC, Bénin) | TCHAMIE Thiou Komlan, Université de Lomé (Togo) |
| SINSIN Brice (UAC, Bénin) | SAGNA Pascal, Université Cheikh Anta Diop (Sénégal) |
| ZOUNGRANA T. Pierre, Université de Ouagadougou, (Burkina Faso) | OGOOWALE Euloge (UAC, Bénin) |
| AFOUDA Fulgence (UAC, Bénin) | HOUNDENOU Constant (UAC, Bénin) |
| AGBOSSOU Euloge (UAC, Bénin) | CLEDJO Placide (UAC, Bénin) |
| TENTE A. H. Brice (UAC, Bénin) | CAMBERLIN Pierre, Université de Dijon (France) |
| TOHOZIN Antoine Yves (UAC, Bénin) | OREKAN Vincent O. A. (UAC, Bénin) |
| KOFFIE-BIKPO Cécile Yolande (UFHB, Côte d'Ivoire) | ODOULAMI Léocadie (UAC, Bénin) |
| GUEDEGBE DOSSOU Odile (UAC, Bénin) | KAMAGATE Bamory, Université Abobo-Adjamé, UFR-SGE (Côte d'Ivoire) |
| OFOUEME-BERTON Yolande (UMN, Congo) | YOUSSAOU ABDOU KARIM Issiaka (UAC, Bénin) |
| CHOPLIN Armelle (Université Paris 1 Panthéon-Sorbonne, France) | HOUINATO Marcel, (UAC, Bénin) |
| SOKEMAWU Koudzo (UL, Togo) | BABATOUNDE Sévérin (UAC, Bénin) |
| VISSIN Expédit Wilfrid (UAC, Bénin) | |

COMITE DE LECTURE

TENTE A. H. Brice (UAC, Bénin), DOSSOU GUEDEGBE Odile (UAC, Bénin), TOHOZIN Antoine (UAC, Bénin), VISSIN Expédit Wilfrid (UAC, Bénin), VIGNINOUS Toussaint (UAC, Bénin), GIBIGAYE Moussa (UAC, Bénin), YABI Ibouaïma (UAC, Bénin), ABOUDOU, YACOUBOU MAMA Aboudou Ramanou (UP, Bénin), AROUNA Ousséni (UNSTIM, Bénin), FANGNON Bernard (UAC, Bénin), GNELE José (UP, Bénin), OREKAN Vincent (UAC, Bénin), TOKO IMOROU Ismaïla (UAC, Bénin), VISSOH Sylvain (UAC, Bénin), AKINDELE A. Akibou (UAC, Bénin), BALOUBI David (UAC, Bénin), KOMBIENI Hervé (UAC, Bénin), OLOUKOÏ Joseph (AFRIGIS, Nigéria), TAKPE Auguste (UAC, Bénin), ABDOULAYE Djafarou (UAC, Bénin), DJAUGA Mama (UAC, Bénin), NOBIME George (UAC, Bénin), OUASSA KOUARO Monique (UAC, Bénin), GBENOU Pascal (UAC, Bénin), GUEDENON D. Janvier (UAC, Bénin), SABI YO BONI Azizou (UAC, Bénin), DAKOU B. Sylvestre (UAC, Bénin), TONDRO MAMAN Abdou Madjidou (UAC, Bénin)

ISSN : 1840-9962

Dépôt légal : N^o 12388 du 25-08-2020, 3ème trimestre Bibliothèque Nationale Bénin

SOMMAIRE		
N°	TITRES	Pages
1	ABDOULAYE AMIDOU Moucktarou, KPETERE Jean, SABI YO BONI ABOUBAKAR Azizou, Sahabou : Commercialisation du bois-énergie et amélioration des conditions de vie a Karimama au nord Bénin	05-20
2	SANGLI Gabriel : The schooling of children left-behind by the migration of parents along the Burkina -Faso - Ivory Coast corridor: a sociodemographic view	21-34
3	NGOUMA Damase : L'île Mbamou au Congo Brazzaville : conditions de circulation et liens avec la ville	35-48
4	AGBON Apollinaire Cyriaque : Cartographie de la dégradation des terres agricoles dans les arrondissements de Agame, Koudo, Houin et Ouèdèmè (Commune de Lokossa au Bénin	49-63
5	SANNI BIO Bayé, SOUNON BOUKO Boni, DJOHY Gildas Louis, YABI Jacob Afouda : Stratégies d'adaptation des exploitants agricoles de la commune de Parakou face aux dynamiques foncières urbaines et péri-urbaines	64-79
6	MOATILA Omad Laupem, NDZANI Ferdinand, BERTON-OFOUEME Yolande : Approvisionnement en eau de consommation et perception des maladies hydriques par les réfugiés de Yumbi (RDC) à Makotipoko (R. Congo)	80-94
7	ADOUM-FORTEYE Amadou, DJANGRANG Man-Na, SOKEMAWU Koudzo : Le parc national de Zakouma au Tchad : un eldorado animalier aux implications touristiques majeures	95-112
8	FONTON Tagnonnanon Edmonde, OGUIDI Babatundé Eugène, DOSSOU-YOVO Adrien et CLEDJO Placide : Impacts environnementaux des déchets artisanaux dans la Commune d'Abomey-Calavi	113-129
9	TIENE Inza : Numérique et valorisation du patrimoine artisanal dans le département de Katiola	130-142
10	EPANE NSAKO dejeannot : Dynamique de production et construction territoriale dans les agropoles du Mounjo, Caméroun	143-160
11	KRAMO Yao Valere, KOFFI Guy Roger Yoboué : Insécurité sanitaire et stratégies de résilience dans la sous-préfecture de Dania (ouest de la Côte-d'Ivoire)	161-176
12	HOUESSO Satognon Florent, OUASSA Pierre : Dynamique d'évolution du lit du fleuve Mono sur l'espace frontalier Bénin-Togo et impacts socioéconomiques	177-198

13	YEBOUE Konan Thiéry St Urbain : <i>Orpaillage, régression des superficies rizicoles et risque d'insécurité alimentaire dans la sous-préfecture de Bégbessou (centre-ouest de la Côte d'ivoire)</i>	199-217
14	FOFANA Karidja épouse KONE, KONE Moussa : <i>Impact de la cacao-culture sur l'environnement à Dedeafla au centre-ouest de la Côte d'ivoire</i>	218-232
15	YETONGNON Judith Eric Georges : <i>Typologie de pathologies chez les enfants de 0 à 5 ans dans le 1^{er} arrondissement de la ville de Cotonou au Bénin</i>	233-246
16	JACQUES Elie, ASSOUNI Janvier, ABOUDOU Y. M. A. Ramanou : <i>Contribution des organisations paysannes au développement socio-économique de la commune de Banikoara (Nord-Bénin)</i>	247-263
17	Mohamadou Mountaga DIALLO : <i>Urbanisation des villes frontalières et défis de gouvernance urbaine. Cas de Diaobé au Sénégal</i>	264-279

NUMERIQUE ET VALORISATION DU PATRIMOINE ARTISANAL DANS LE DEPARTEMENT DE KATIOLA

DIGITAL AND VALORIZATION OF ARTISANAL HERITAGE IN THE DEPARTMENT OF KATIOLA

TIENE Inza

Enseignant-chercheur, Département de Géographie, Université Alassane Ouattara (Bouaké, Côte d'Ivoire),
Courriel : tien.inza@yahoo.com / inzatiene28@gmail.com; Tel : +225 074 995 2331

RESUME

Dans le département de Katiola, l'artisanat est un secteur important à exploiter en vue de booster le développement socioéconomique local. Aussi, faut-il innover dans les stratégies de promotion pour assurer une importante visibilité géographique des œuvres de ces corps de métiers. Pour rappel, jusque-là, les stratégies de promotion et de valorisation des produits artisanaux sont essentiellement basées sur des expositions classiques, des foires commerciales, etc. Or, aujourd'hui, la galaxie des TIC offre incontestablement à l'artisanat, plusieurs services pour la valorisation et une visibilité géographique à l'échelle nationale et internationale. **Objectif** : Ainsi, dans cet article, il s'agit d'analyser les avantages qu'offrent les usages des ressources numériques aux artisans du département de Katiola. **Méthodes** : Une démarche méthodologique mixte basée sur des entretiens semi-directifs et des enquêtes par questionnaire a permis d'obtenir à la fois des données quantitatives et qualitatives. **Résultats** : À l'issue de cette démarche, les résultats obtenus indiquent que des artisans-usagers du numérique en l'occurrence des réseaux sociaux gagnent progressivement en visibilité. Pour preuve, 37% de ces artisans reçoivent régulièrement des commandes venant de l'extérieur du département de Katiola (21% des commandes au niveau national et 16% au niveau international). À l'échelle des Sous-préfectures, 26% des artisans sont membres d'une plateforme professionnelle sur l'Internet (réseaux sociaux) dans la Sous-préfecture de Katiola, 17% dans celle de Timbé et 15% au niveau la Sous-préfecture de Fronan. **Conclusion** : S'il est vrai que plusieurs artisans n'ont pas encore adopté le numérique dans le cadre de leurs activités, ceux qui l'on fait tirent des avantages en termes de valorisation, de visibilité et de compétitivité de leurs œuvres artisanales.

Mots clés : Côte d'Ivoire, Département de Katiola, artisanat, numérique, visibilité géographique

ABSTRACT

Subject description: In the department of Katiola, the craft industry is an important sector to exploit in order to boost local socio-economic development. Innovative promotion strategies are needed to ensure that the work of these trades is given a high profile. Until now, strategies for promoting and enhancing the value of craft products have essentially been based on traditional exhibitions, trade fairs and so on. Today, however, the ICT galaxy undoubtedly offers the craft industry a number of services to ensure geographical visibility on a national and international scale. **Objective:** The aim of this article is to analyse the opportunities offered by the use of digital resources for craftspeople in the department of Katiola. **Methods:** A mixed methodological approach based on semi-structured interviews and questionnaire surveys made it possible to obtain both quantitative and qualitative data. **Results:** At the end of this process, the results obtained indicate that artisan users of digital technology, in this case social networks, are gradually gaining visibility. As proof, 37% of these artisans regularly receive orders from outside the Katiola department (21% of orders at the national level and 16% at the international level). At sub-prefecture level, 26% of artisans are members of a professional platform on the Internet (social networks) in the Katiola sub-prefecture, 17% in the Timbé sub-prefecture and 15% in the Fronan sub-prefecture. **Conclusion:** While it is true that many craftspeople have not yet adopted digital technology as part of their activities, those who have are reaping the benefits in terms of enhancing the value, visibility and competitiveness of their craftwork.

Keywords: Ivory Coast, Department of Katiola, crafts, digital, geographical visibility

1 - INTRODUCTION

La pérennisation des entreprises artisanales représente des enjeux macroéconomiques, d'employabilité, de développement régional et d'aménagement du territoire (C. Picard et C. Thévenard-Puthod, 2004, p. 5). De ce fait, dans un contexte ambiant de société de l'information, la résilience et la compétitivité de ces entreprises passeraient par la prise en compte des ressources numériques. Les ressources digitales sont omniprésentes dans nos vies et jouent un rôle croissant dans les activités contemporaines (A. F. Loukou, 2021, p.9). En Afrique, c'est à partir des années 1990, que l'introduction ou la diffusion des TIC va connaître un véritable tournant sur le continent. Progressivement, celles-ci touchent plusieurs compartiments de la vie (économique, social, culturel, éducatif, etc.). Ainsi, l'Afrique en général et la Côte d'Ivoire en particulier s'embarquent dans un nouveau paradigme où l'information et la communication deviennent des rudiments nécessaires pour des actions des entreprises même celles considérées comme informelles (K. K. Florentin, 2021, p. 2). De plus en plus les transformations socio-spatiales découlant de la diffusion généralisée du digital sont nombreuses. Parmi les facteurs les plus marquants de ces mutations des systèmes de production et des modes de consommation, figure en bonne place, l'émergence de l'Internet, des réseaux sociaux ou médias sociaux, etc. (I. Tiéné, 2022, p.187). Le développement rapide des services et des réseaux va amplifier la mondialisation, la globalisation des marchés et l'internationalisation des acteurs.

La révolution numérique va alors régir à terme une part des activités socioéconomiques. Le fonctionnement et les usages actuels du système de l'Internet occasionnent des changements non seulement pour l'entreprise, les échanges financiers, les pratiques culturelles, les relations sociales ou encore socio-spatiales, etc. Cette révolution qualifiée de « troisième révolution industrielle » façonne le système de la mondialisation ou de la globalisation (N. Curien et A. Muet, 2003, p.31). Ces ressources qui révolutionnent les pratiques socioéconomiques et spatiales (A.F. Loukou, 2013, p.11) s'étendent de plus en plus à la moindre activité. La mise en place de cette société d'intense communication définit un monde où l'information représente la ressource de base de toute activité même la plus artisanale (I. Sylla, 2008, p.11).

En Côte d'Ivoire, dans un contexte post-crise, les activités artisanales se présentent comme de véritables sources pourvoyeuses d'emplois. Ainsi, ces activités méritent d'être valorisées, car elles contribuent à la réduction du chômage et occupent une place importante dans les politiques de développement national et régional (P. Pellan, 2002, p.45). En effet, l'activité artisanale regroupe de nombreux métiers exercés dans presque toutes les régions de Côte d'Ivoire. Selon les statistiques de la Chambre d'Artisanat et de Métier (CAM, 2006), ce secteur est pourvoyeur d'emplois en ce sens qu'une majorité d'artisans (67%) contribue à l'insertion des jeunes et à leur formation par l'apprentissage. Par exemple dans la ville de Grand-Bassam, l'artisanat occupe plus de 800 actifs (N. J. Aloko et Y. R. Ouattara 2014, p.10). Selon l'Union Européenne (2011), cette contribution du secteur artisanal au développement de la Côte d'Ivoire se perçoit à plusieurs niveaux. En plus d'occuper 40% de la population active, ce secteur contribue à 39% du PNB et à 11% du PIB. Sur cette base, l'artisanat peut être considéré comme un secteur prometteur en termes de dynamisme et d'emplois (B. Alioune, 2006, p. 16) ; d'où la nécessité d'accorder une place de choix aux TIC dans ce secteur.

Dans le Département de Katiola, en dépit du contexte de la société de l'information, la visibilité et la promotion des œuvres artisanales restent en partie tributaires à des pratiques anciennes en l'occurrence les foires et les expositions classiques.

Or, dans ce paradigme ambiant de la société de l'information, l'exploitation des potentialités liées aux ressources numériques peut aider à la promotion, à la valorisation et à la compétitivité du secteur artisanal. Cependant, comment l'usage des ressources numériques peut-il contribuer

à la valorisation et à la visibilité géographique du patrimoine artisanal du Département de Katiola ? L'intérêt scientifique du présent article résulte dans la réponse à cette interrogation.

Il s'agit donc d'analyser, dans le contexte de la société de l'information, de nouvelles stratégies de promotion et de valorisation des activités artisanales dans le Département de Katiola. En d'autres termes, il est question d'apporter une réflexion scientifique sur l'adoption ou l'intégration des ressources numériques dans la production et la commercialisation des produits artisanaux à travers une large visibilité géographique.

2 - APPROCHE THÉORIQUE, MATÉRIELS ET MÉTHODE DE RECHERCHE

2-1- Approche théorique et conceptuelle

La révolution numérique ayant engendré diverses ressources technologiques a conquis l'espace et la plupart des activités socioéconomiques, quelles que soient leurs tailles. L'activité artisanale qui regroupe de nombreux et divers métiers ou entreprises est progressivement impactée par cette révolution.

Par définition, est considéré comme artisan, toute personne qui exerce à titre d'activité principale et régulière une occupation dont le caractère manuel est dominant dans la production, la transformation ou l'offre de services. Seul ou avec le concours des membres de sa famille, d'associés, d'apprentis ou d'ouvriers, l'individu mène cette activité à son compte. La production et la commercialisation des produits qu'il confectionne sont gérées par lui-même. Selon une classification fonctionnelle dans le domaine artisanal, l'on peut distinguer essentiellement trois grands secteurs (type 1, 2 et 3) d'activités (B. Gérard, 2002, p.13). Ainsi, pour des activités qui sont, par nature, manuelles et non encore mécanisables dans l'état actuel de la technologie, on parle d'Artisanat de Production (type 1). Cela concerne par excellence le secteur de l'artisanat d'art. Pour des activités qui peuvent être en partie mécanisées, mais qui se justifient essentiellement par une production à l'unité puisqu'elles sont appelées à satisfaire des besoins individuels sont qualifiées d'Artisanat de Service (type 2). C'est celui qui produit « sur mesure » et à la commande. Entre les deux catégories, l'on peut considérer un type d'Artisanat Intermédiaire (type 3) particulièrement fort, résistant et réunissant les caractéristiques des deux types précédents. C'est le cas par exemple des métiers du bâtiment, à la fois manuels et fournisseurs du « sur mesure ».

À partir de cette catégorisation fonctionnelle faite par B. Gérard (2002, p.13) et pour être encore plus pointu au niveau des stratégies de production et de croissance propre à chacun de ces types, il faudra retenir deux autres catégories mixtes qui sont :

- Soit fondée sur la manualité, mais qui tente de se renforcer par une stratégie de services individualisés (type 4) ;
- Soit fondée sur le service, mais qui cherche à développer un contenu supplémentaire de manualité (type 5).

Dans le processus, l'artisan peut exploiter une innovation, c'est-à-dire « la réalisation et l'introduction dans un milieu donné d'une nouveauté porteuse de progrès, créatrice de valeur. L'innovation est donc caractérisée par deux attributs essentiels : la valeur et l'originalité » (C. Bruyat, 1993, p.87). C'est une conception historique et dynamique de l'artisanat dans la mesure où le statut même de l'artisan n'est pas figé. Encore plus, avec l'intégration des innovations technologiques dans la sphère artisanale, c'est un domaine en pleine transformation en termes d'amélioration de production, de compétitivité, de promotion et de visibilité géographique des œuvres (figure 1).

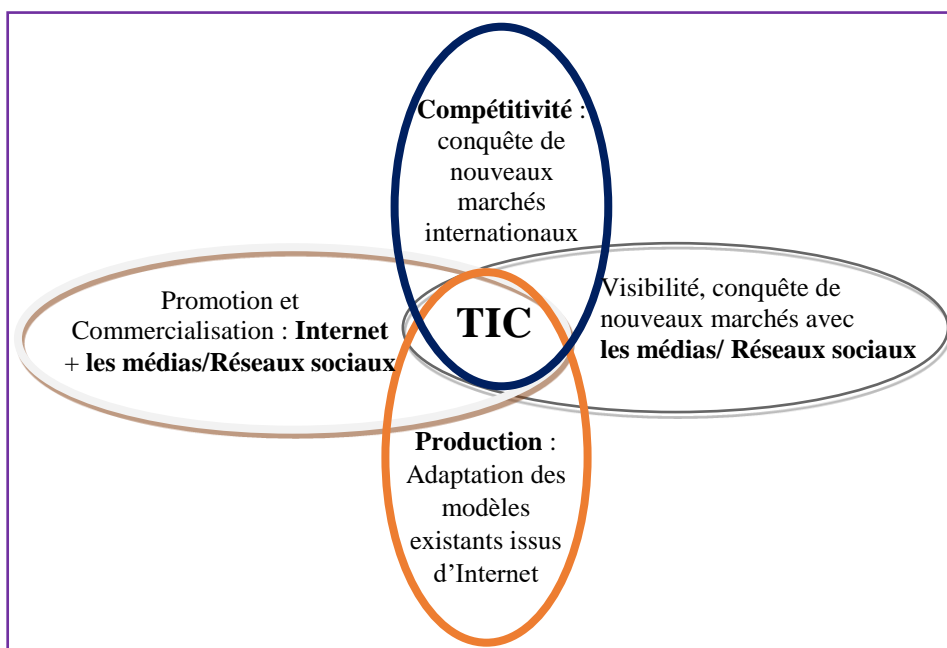


Figure 1 : L'apport théorique des ressources numériques dans le dynamisme de l'artisanat
Source : l'auteur, 2023

2-2- Matériels

La présente étude a mobilisé divers outils de travail scientifique. La carte du département de Katiola (Figure 2) a servi de support spatial pour localiser la zone d'étude en Côte d'Ivoire et dans la région du Hambol (centre nord de la Côte d'Ivoire). La collecte des données s'est appuyée sur des enquêtes primaires et secondaires. Dans cette optique, un questionnaire et un guide d'entretien (semi-directif) ont été adressés respectivement aux responsables d'association d'artisans et aux artisans eux-mêmes en tant que cible directe. Ainsi, pour le traitement cartographique et graphique des données collectées, les logiciels QGIS en accès libre via Internet et Microsoft Excel ont été essentiels. Pour la saisie, Word est le logiciel utilisé.

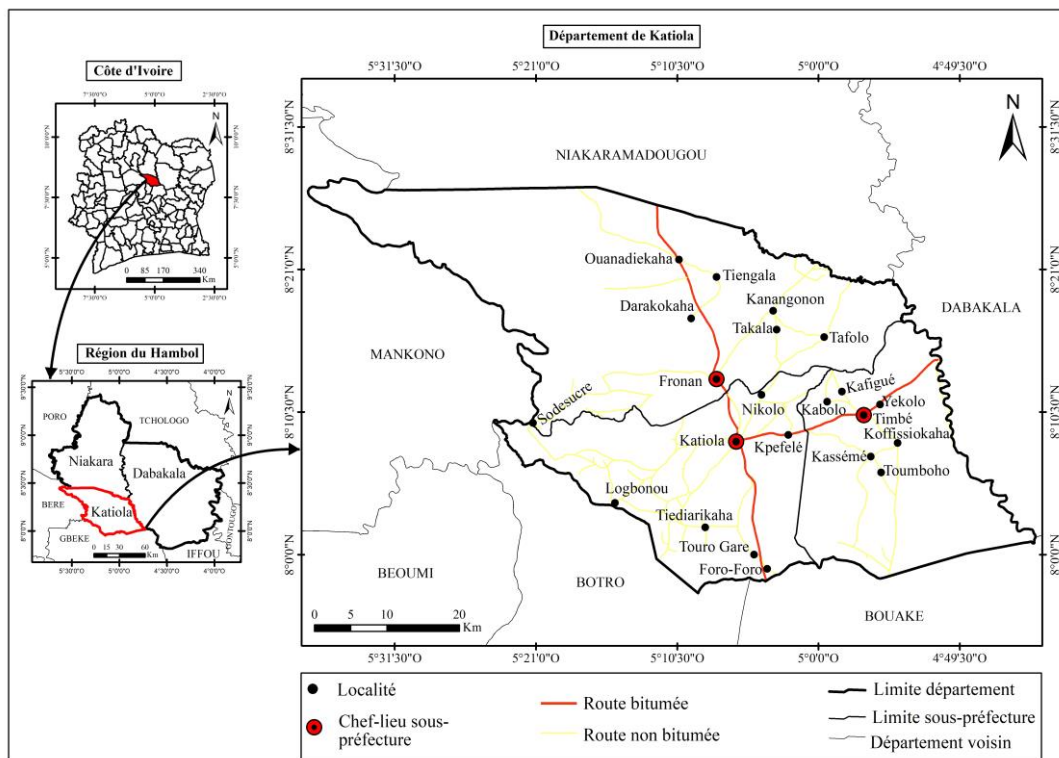


Figure 2: Localisation de la zone d'étude
Source : INS, 2014, Réalisateur : TIENE I., 2023

2-3- Méthode de recherche

La démarche adoptée lors de ce travail s'est faite selon les exigences méthodologiques des sciences sociales et surtout de la géographie (collecte de données quantitatives et qualitatives). À cet effet, l'on a eu recours à la littérature grise dans l'intérêt d'en faire l'état des connaissances sur l'évolution de l'activité artisanale (mode de production et de commercialisation) et l'usage des ressources numériques dans le sens de la promotion, la compétitivité et la visibilité des domaines qualifiés d'artisans. Ainsi, deux catégories de ressources bibliographiques (ouvrages, articles scientifiques, thèses, rapports d'étude, etc.) ont servi de référence. La première renvoie à l'exploitation des ressources bibliographiques en format physique (papier) accessible à la bibliothèque de l'Université Alassane Ouattara. Quant à la seconde, en format numérique, elle porte sur l'exploitation des ressources de l'Internet accessibles par le biais des moteurs de recherche, notamment Google, Yahoo ! Google scholar et www.pdfdrive.

Les enquêtes de terrain ont concerné 120 individus à l'échelle du département de Katiola. Le choix des individus enquêtés (30 par corps de métier et 40 par sous-préfecture en raison de 10 artisans) repose sur la méthode de choix raisonné. Celle-ci s'est basée fondamentalement sur deux principaux critères. Il s'agit avant tout d'être un artisan et de disposer :

- D'un atelier ou lieu de travail fixe ;

- Au moins un article ou terminal numérique permettant de faire usage de l'Internet et/ou des réseaux sociaux.

Le choix de la taille de l'échantillon qui est d'au moins 30 individus à enquêter par corps de métier et 40 individus par Sous-préfecture, s'appuie sur la loi de Student. En effet, selon cette loi⁵, la taille minimale d'un échantillon représentatif est à partir de 30 individus.

Quant au choix de métier, quatre (04) corps de métier ont été sélectionnés (tableau 1). Cela s'explique par le fait que ces métiers prédominent dans le département de Katiola et surtout parce que l'on veut tenir compte des trois (03) grandes catégories d'artisanats évoqués préalablement (Artisanat de production « Type 1 », Artisanat de service « Type 2 », Artisanat intermédiaire « Type 3 »).

Tableau 1 : Nombre d'artisans enquêtés par sous-préfecture et par corps de métier

Métiers	Poterie	Ferronnerie	Couture	Tisserand	Total
Sous-préfecture					
Katiola	10	10	10	10	40
Fronan	10	10	10	10	40
Timbé	10	10	10	10	40
Total	30	30	30	30	120

Source : L'auteur, 2023

En complément au questionnaire adressé aux artisans, un guide d'entretien semi-directif a été adressé à la direction régionale de la chambre des métiers de Côte d'Ivoire afin de comprendre la dimension juridique et la structuration des métiers que l'on qualifie d'artisanat dans le contexte ivoirien. À partir de cette démarche méthodologique, il ressort les résultats ci-après.

3- RÉSULTATS

Les résultats obtenus se structurent principalement en deux (02) points majeurs. Il s'agit de l'état d'équipement en ressources numériques des artisans du département de Katiola et la contribution desdites ressources dans la valorisation des œuvres artisanales.

3-1- État d'équipement en ressources numériques des artisans du Département de Katiola

Il s'agit d'analyser la diffusion des ressources numériques et leur accès par les artisans au niveau du Département de Katiola.

3-1-1- Normes technologiques et téléphones mobiles, des ressources numériques les plus démocratisées dans le Département de Katiola

Le vocable « ressources numériques » prend en compte divers outils et équipements dérivés de la révolution des Technologies de l'Information et de la Communication (TIC). Dans les territoires, la disponibilité et l'accessibilité à ces ressources diffèrent selon le niveau de développement du territoire, le besoin et le mode de consommation des populations.

En Côte d'Ivoire, l'on remarque une intégration importante de la téléphonie mobile et une couverture progressive des normes technologiques (2G, 3G et 4G) à travers toutes les régions du pays. Au 31 mars 2023, le taux national de pénétration de la téléphonie mobile est 164,5% selon Autorité de Régulation des Télécommunications/TIC de Côte d'Ivoire. Cela fait de ces

⁵ Cette loi est de Gosset qui se surnommait lui-même l'étudiant d'où l'appellation Student. Elle a été valorisée par Ronald.

ressources digitales, des outils de communication fortement ancrés dans les habitudes de gestion de données des populations ivoiriennes.

Concernant la diffusion des normes technologiques, ce sont 86,04% de localités couvertes et 92,80% de population couverte dans la Région du Hambol.

Pour revenir au cas précis de l'équipement des artisans du Département de Katiola, les ressources digitales les plus démocratisées restent les normes technologiques (la 2G, la 3G et la 4G couvrent les 100% des localités du Département), les réseaux sociaux (Facebook, WhatsApp, tik tok et YouTube) et le téléphone portable (téléphone android ou smartphone comme support). L'ensemble des ressources précitées sont à la portée des artisans. Sur 10 artisans, 6 disposent des ressources numériques soit 60% (Figure 3). Ainsi, avec un téléphone android et de donnée Internet, les artisans peuvent exploiter les médias ou réseaux sociaux afin de s'adapter au contexte nouveau dicté par la société de l'information pour valoriser les œuvres.

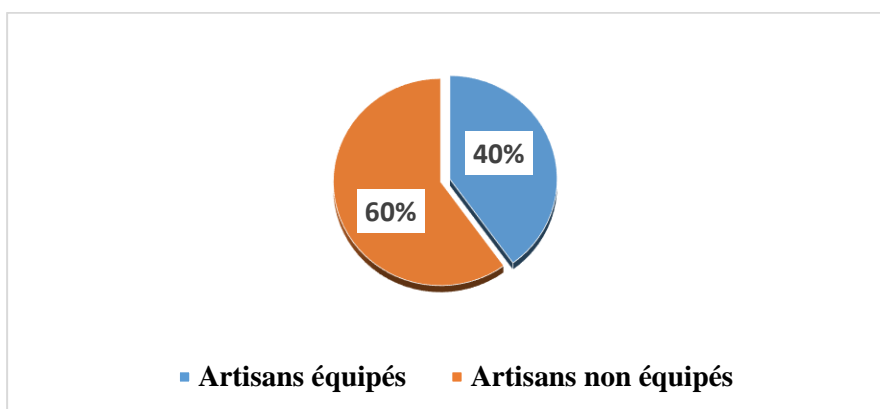


Figure 3 : Taux d'équipement des artisans en ressources numériques

Source : enquêtes de l'auteur, 2023

À l'analyse de cette figure, il convient de retenir deux catégories d'artisans : les artisans disposant d'un minimum d'équipement numérique et la catégorie non équipée. Ainsi, à l'échelle du Département de Katiola, ce sont 60% des artisans qui disposent d'au moins un équipement en ressources numériques. Ceux-ci s'équipent en fonction de la compétence d'usage et la préférence.

3-1-2- Réseaux sociaux, ressources numériques privilégiées des artisans

Les réseaux sociaux WhatsApp et Facebook sont les ressources digitales les plus attirantes chez les artisans du Département de Katiola. Dans la catégorie d'artisans disposant d'équipements ou outils numériques (60%), il y a 30% qui attestent avoir à la fois un compte WhatsApp et Facebook. Par contre, 24% des artisans estiment n'utiliser qu'un seul compte de ses deux (15% WhatsApp et 9% Facebook). Contre toute attente, 2% des artisans précisent être abonnés à d'autres types de réseaux sociaux (figure 4). C'est la preuve que les artisans dudit département exploitent les réseaux ou médias sociaux même si les trois Sous-préfectures ne sont pas logées à la même enseigne (Sous-préfecture de Katiola 31% ; Fronan 21% et Timbé 9%).

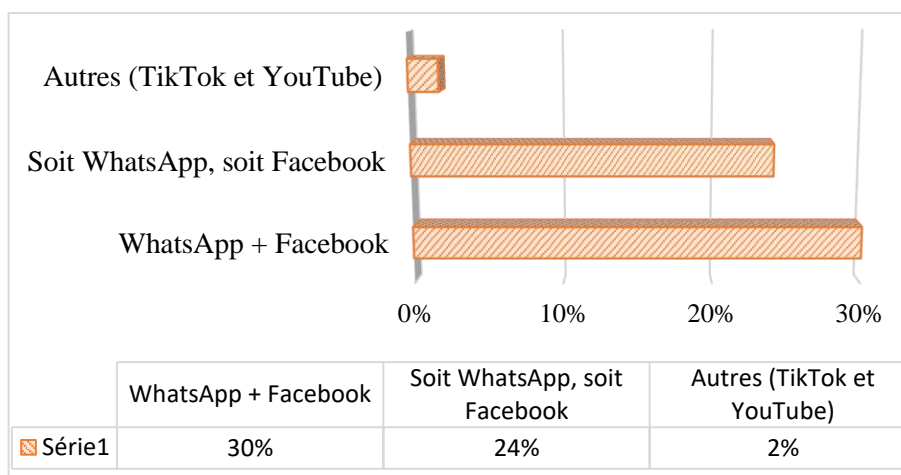


Figure 4 : Répartition des artisans équipés par type de réseaux sociaux utilisés
Source : Enquêtes de l’auteur, 2023

Il ressort de cette section que, quoique disposant de diverses ressources ou outils numériques, certains artisans ne font pas de véritables usages desdites ressources dans l’exercice de leur profession. En effet, sur les 60% qui disposent d’un outil numérique à l’échelle du département, ce sont en moyenne 31% qui utilisent ces outils dans le cadre de leur métier contre 29%.

3-2- Artisans du Département de Katiola face aux réseaux sociaux

L’analyse de cette deuxième articulation des résultats s’appuie fondamentalement sur les opportunités liées aux usages des réseaux sociaux.

3-2-1- Motifs d’usage des réseaux sociaux

Détecter de nouvelles opportunités, innover, se distraire ou passer du temps, justifient l’usage des médias sociaux pour les artisans enquêtés. Ceux qui aspirent à la créativité estiment qu’il faut exploiter les réseaux sociaux pour s’informer des réalités ou des nouvelles exigences de la société et leur domaine d’activité. Il s’agit donc, de s’inspirer d’autres modèles ou d’esprit de créativité comme l’indique ce témoignage de monsieur Koné de Fronan (tiré des enquêtes de terrain) : « *Les médias ou réseaux sociaux nous aident à voir ce qui se fait ailleurs et à faire connaître ce que nous on fait ici* ». Une analyse géostatistique a permis de dégager, par sous-préfectures, des tendances relatives aux mobiles des usages des ressources numériques (Figure 5). À cet effet, les raisons exprimées par les artisans relativement à l’usage des ressources digitales (en l’occurrence Internet et réseaux ou médias sociaux) sont diverses.

Pour une première catégorie, c’est le lieu de s’inspirer d’autres œuvres d’esprit ou modèles de création et rechercher des informations relatives à son domaine de métier (23% des artisans partagent cette idée comme motif du recours au numérique au niveau de la sous-préfecture de Katiola ; 21% au niveau de Fronan et 15% au niveau de Timbé).

Pour une deuxième catégorie, il est question de s’ouvrir au monde en allant à la recherche de nouveaux clients ou partenaires et en faisant une exposition de ses œuvres en ligne. Sur ce point, ce sont 16% des artisans à l’échelle de la sous-préfecture de Katiola qui défendent ce motif ; 11% au niveau de la sous-préfecture de Fronan et 8% au niveau de celle de Timbé.

Une troisième catégorie justifie qu’il s’agit pour eux de se distraire ou passer du temps sur les réseaux sociaux (en moyenne 69% à l’échelle du département). Ce motif est avancé par 18% des artisans au niveau de la sous-préfecture de Katiola ; 21% au niveau de celle de Fronan et 30% au niveau de Timbé).

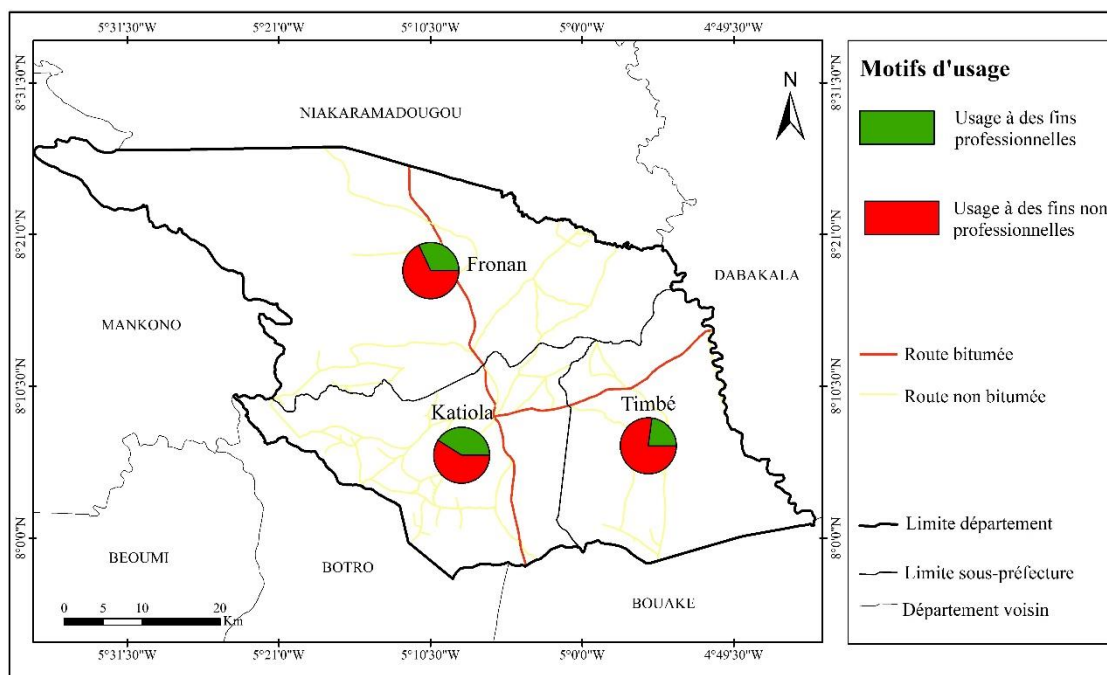


Figure 5 : Motifs d’usages des réseaux sociaux chez les artisans enquêtés en 2023
Source : INS, 2014, Réalisateur : TIENE I., 2023

Pour les artisans qui utilisent ces ressources dans le cadre de leur domaine d’activité, ces médias ou réseaux sociaux présentent de multiples opportunités. Ils constituent un facteur de promotion et de commercialisation en favorisant une visibilité géographique et une compétitivité de leurs œuvres. Cela permet la mise en place d’un marché ouvert.

3-2-2- Construire un marché du local au global avec les réseaux sociaux, une possibilité offerte aux artisans

Dans toutes les sphères d’activités, quelle que soit la taille de l’activité, l’adoption des ressources numériques est indéniablement manifeste. Cela part des ressources les plus performantes aux moins performantes selon les moyens, les compétences d’usages, le contexte ou l’environnement de l’entreprise. Pour les artisans du Département de Katiola, les ressources numériques les plus accessibles sont les médias ou réseaux sociaux. Les médias/réseaux sociaux constituent aujourd’hui une force de visibilité et de conquête de nouveaux marchés. Sur cette base, selon le contexte et l’environnement, les réseaux sociaux Facebook et WhatsApp paraissent les canaux les mieux adaptés et les plus utilisés pour la promotion des activités artisanales. Ils favorisent un réseautage professionnel qui peut booster la visibilité de l’entreprise artisanale (conquêtes de nouveaux marchés, la recherche de partenaires et fournisseurs, l’interaction avec des artisans d’autres horizons au plan national et international). Tout cela permet de renforcer, de consolider les liens professionnels et s’informer de l’actualité du secteur dans l’objectif de détecter de nouvelles opportunités. En effet, 14% des artisans abonnés sur WhatsApp témoignent avoir managé de nouveaux clients grâce au pouvoir de diffusion de ce média. Quant à Facebook, ce sont 38,5% des artisans usagers qui affirment avoir obtenu de nouveaux marchés ou clients grâce au pouvoir de visibilité que confère ce média. Il ressort de cet état des faits, que grâce aux réseaux sociaux, des artisans usagers du numérique gagnent progressivement en visibilité. À ce titre, 37% de ces artisans reçoivent régulièrement des commandes venant de l’extérieur du département de Katiola (21% des commandes au niveau national et 16% au niveau international) de leurs œuvres comme l’indique la figure 6.

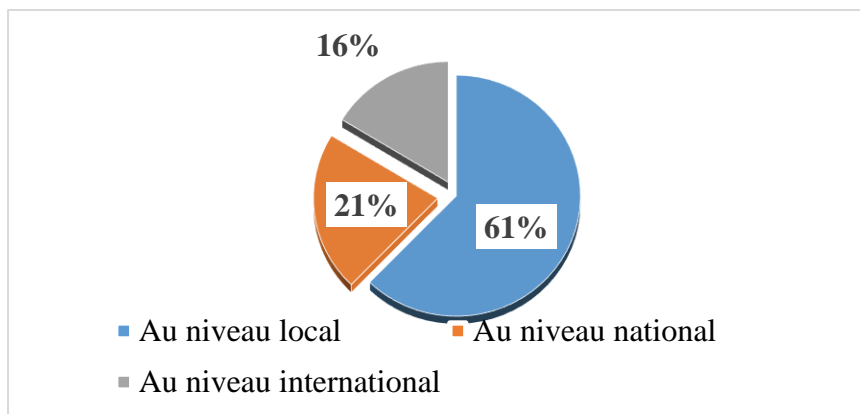


Figure 6 : Origines des commandes reçues à travers les médias sociaux

Source : Enquêtes de l’auteur, 2023

Se référant à ces différents taux, il convient de souligner que ces médias contribuent de façon concrète à l’internationalisation des artisans du Département de Katiola. Les réseaux sociaux, de façon générale et en particulier WhatsApp et Facebook dans le contexte de la Région du Hambol, constituent pour les artisans des instruments de communication marketing.

3-2-3- Créer et maintenir des liens professionnels, l’apport des réseaux sociaux numériques

Les réseaux sociaux sont d’excellents moyens de mise en œuvre et de maintien des plateformes professionnelles. En effet, à l’échelle du département, ce sont en moyenne 19.33% qui sont membres d’une plateforme professionnelle sur les réseaux sociaux en rapport avec leur métier (Facebook, Tik Tok, WhatsApp). À l’échelle des sous-préfectures, le taux reste relativement faible avec 26% dans la Sous-préfecture de Katiola, 17% et 15% respectivement dans celles de Timbé et Fronan (figure 7). Ces artisans estiment que les avantages d’appartenir à une plateforme professionnelle numérique sont nombreux. Au nombre de ces avantages, ils retiennent le partage d’expérience, des ouvertures qui permettent une visibilité et surtout l’accès à l’information en temps réel.

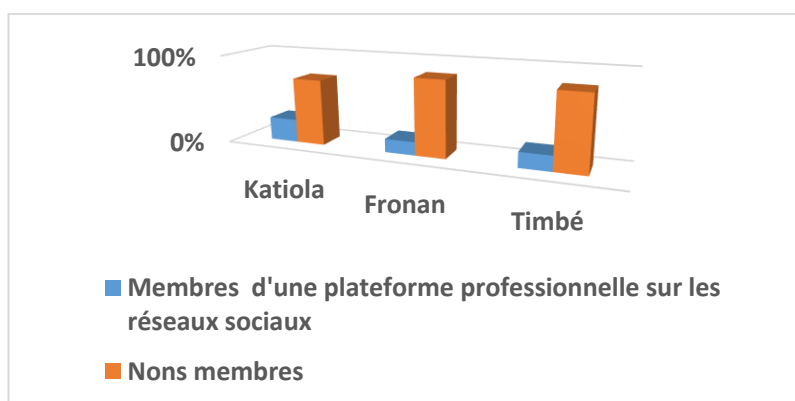


Figure 7 : Répartition par sous-préfecture des artisans membres d’un groupe professionnel sur les réseaux sociaux

Source : Enquêtes de l’auteur, 2023

À l’analyse de cette figure, il convient de retenir que les enjeux liés au caractère et à l’usage professionnel des ressources numériques tels que les réseaux restent encore faiblement intégrés dans les pratiques des artisans du Département de Katiola dans le cadre de leur profession.

4- DISCUSSION

Globalement, cette section de discussion se structure autour de deux points majeurs. Primo, la présente étude a démontré que les outils numériques permettent de valoriser et de promouvoir les activités artisanales à travers une visibilité allant du local à l'international. Cette analyse est en parfaite concordance avec les réflexions d'É. Huiban et d'A. Souquet (2012, p.11). Ces auteurs attestent que « *lorsque l'artisan possède un site d'Internet, ses objectifs principaux sont d'augmenter sa visibilité sur le marché* ». À partir des résultats du terrain, l'on retient que la politique de promotion et de communication traditionnelle ne peut pas véritablement garantir, dans ce contexte de la société de l'information, une visibilité des artisans. Cette argumentation est partagée par S. C. Nignan (2018, p.5) qui estime que les TIC et Internet transforment la façon de communiquer, d'interagir et offrent la possibilité de bénéficier d'une panoplie de services. Ce qui était jusque-là, impensable pour un artisan, vivant en plein cœur de l'Afrique, lui est désormais possible. Il peut maintenant, à partir des outils TIC, innover et promouvoir ses produits, tout en restant dans son pays, sa région, son département, sa sous-préfecture ou son village, grâce aux services ou avantages qu'offrent ces outils et applications. Le même auteur précise que, parmi ces services proposés, les médias sociaux occupent une place de choix. En effet, n'importe quel artisan avisé peut faire la promotion de son art et se faire une vitrine sur le monde, en utilisant des médias sociaux comme Facebook ou WhatsApp. Avec des enjeux énormes, les plateformes numériques ou les médias sociaux favorisent une large ouverture sur les marchés extérieurs (à l'attention des partenaires et clients internationaux). Tout ceci est la preuve qu'il faut associer aux stratégies classiques de promotion de l'artisanat, les TIC considérées comme des outils qui boostent la compétitivité, la valorisation et la visibilité. C'est d'ailleurs pourquoi A. F. Loukou (2012, p.2) estime que, loin d'être un luxe, l'accès aux ressources numériques est une nécessité. À travers sa production, il ressort que, quels que soient la taille et le type d'entreprise, l'accès aux ressources numériques offre diverses opportunités.

Secundo, cette réflexion n'a pas tenu compte, de façon profonde, des compétences des artisans en matière d'usage de diverses ressources numériques. Or, pour certains auteurs, le manque de compétence de façon générale, et en particulier en matière d'usage des TIC, est un handicap et peut réduire la visibilité des artisans (A. Omrane, A. Fayolle et B.S. Olfa Zeribi, 2011, p.3). C'est pourquoi, malgré son rôle déterminant au sein de la société et de la production nationale, force est d'observer à quel point l'artisan, en tant qu'acteur économique, reste souvent inconnu ou même ignoré. Certes, « *cette grande famille qui travaille dans le silence* » est en partie responsable de cette discrétion, mais celui-ci est dû aussi à l'image de marque archaïque et rétrograde projetée sur ce mode de production par tous ceux pour qui économie et modernité riment obligatoirement avec industrie (B. Gérard, 2002, p.2). Si « la trajectoire de l'artisan » se complexifie par une volonté de structure plus organisée, voire une société, avec un comportement de manager qui doit prendre en compte les TIC avec des compétences à la fois techniques et gestionnaires comme l'estime R. Paturel et K. Richomme-Huet (2007, p.10), alors la première des choses c'est de former celui-ci à l'usage des outils numériques dont la non-maîtrise pourrait compliquer le problème.

5 - CONCLUSION

Fondamentalement, deux points essentiels sont à retenir de ce travail qui questionne les enjeux liés à l'adoption des ressources numériques dans le domaine de l'artisanat. En premier lieu, il faut retenir que les techniques classiques (la publicité sur lieu de vente, lors des foires et les marchés hebdomadaires, des expositions individuelles dans les endroits publics...) utilisées par les artisans pour la promotion et la vente de leurs œuvres doivent s'inscrire dans les nouvelles logiques de la société de l'information. En second lieu, il ressort de cet article, avec certains cas pratiques, que les ressources numériques peuvent révolutionner le domaine de

l'artisanat dans le Département de Katiola. Tout dépend de comment utiliser ces outils pour en tirer profit. D'un point de vue géographique, l'étude a démontré que les ressources les plus démocratisées, adaptées et utilisées sont les réseaux sociaux. Grâce au pouvoir de visibilité et communication territoriale, de sa situation locale, l'artisan peut facilement passer à une dimension nationale et internationale. Autrement dit, à travers un réseautage virtuel et élargi, il a la possibilité de conquérir de nouveaux marchés ou clients, fournisseurs et partenaires au-delà de sa sous-préfecture, son département, sa région, voire de son pays. C'est le lieu de se faire un vaste carnet d'adresses, une large visibilité ou encore une ouverture au monde extérieur. Ce qu'il faut pour accompagner les acteurs de l'artisanat, c'est de leur offrir et ouvrir des cadres de formation et d'apprentissage aux usages des ressources numériques adaptées à leur domaine. Une sensibilisation sur les enjeux de ces outils dans le contexte de la société de l'information pourrait motiver plus d'un, car les campagnes publicitaires basées sur le numérique ne sont pas ancrées dans la culture commerciale des artisans du département.

RÉFÉRENCES BIBLIOGRAPHIQUES

- ALIOUNE Ba, 2006, « Artisans sans frontière », In *Marché et organisations*, n°1, pp. 121-152, DOI 10.391/maorg.001.0121
- ALOKO-N'GUESSAN Jérôme et OUATTARA Yagnama Rokia, 2014, « Les activités artisanales dans les villes de la région du Sud-Comoé (Côte d'Ivoire) », in *Revue de Géographie Tropicale et d'Environnement*, n° 1, pp. 96-109
- BRUYAT Christian, 1993, *Création d'entreprise : contributions épistémologiques et modélisation*, Thèse de doctorat en Sciences de gestion, Université Pierre Mendès, France, 250p.
- CURIEN Nicolas et MUET Pierre-Alain, 2003, *La Société de l'information*, Conseil d'Analyse Économique, La Documentation Française, 312 p.
- FAYOLLE Alain, 2004, « À la recherche du cœur de l'entrepreneuriat : vers une nouvelle vision du domaine », in *Revue internationale P.M.E.*, 17(1), pp.101-121. <https://doi.org/10.7202/1008453ar>, consulté le 20 Mai 2023 à 13 heures
- GÉRARD Barthélemy, 2002, *Artisanat et Emploi dans les Provinces de Settat et El Jadida*, Genève, Rapport BIT, 116p.
- HUIBAN Émilie et SOUQUET Adrien, 2012, « L'intégration des technologies de l'information et de la communication dans l'artisanat breton », <https://www.marsouin.org>, consulté le 08/05/2023, p.20
- KOUAMÉ KOUADIO Florentin, 2021, « Mobile money et inclusion financière : une contribution au développement territorial dans la Région du Gbêkê », LOUKOU Alain François (dir.), *Les réalités du numérique et la vision du développement contemporain en Afrique*, Éditions Generis Publishing, ISBN 978-1-63902-682-1, pp. 35-49
- LOUKOU Alain François, 2012, « Les TIC au service du développement en Afrique. Simple slogan, illusion ou réalité ? », In *Revue TIC et Société, IRD*, vol. 5, n°2-3, pp. 49-67.
- LOUKOU Alain François, 2013, « Les Techniques d'information et de communication et l'évolution de l'économie africaine : vers une hybridation des activités », in *Les Enjeux de l'information et de la communication*, vol.1, n° 14-1, pp.103-116
- LOUKOU Alain François, 2021, *Les réalités du numérique et la vision du développement contemporain en Afrique*, Éditions Generis Publishing, ISBN 978-1-63902-682-1, p. 177

OMRANE Amina, FAYOLLE Alain, OLFA ZERIBI Ben-Slimane, 2011, « Les compétences entrepreneuriales et le processus entrepreneurial : une approche dynamique », in *La Revue des Sciences de Gestion*, vol. 5, n° 251, pp. 91-100

PATUREL Robert, RICHOMME-HUET Katia, 2007, «Le devenir de l'activité artisanale passe-t-il par l'activité entrepreneuriale ? », in *Revue de l'Entrepreneuriat*, vol.6, n°1, p.12

PELLAN Pascal, 2002, *La revanche des artisans*, Collections ordinaires, Éditions Cloître, ISBN-10 : 2910981819-ISBN-13 : 978-2910981815, Paris, 201 p.

PICARD Christian et THÉVENARD-PUTHOD Catherine, 2004, « La reprise de l'entreprise artisanale : spécificités du processus et conditions de sa réussite », in *Revue internationale P.M.E.*, Vol. 17, n° 2, Presses de l'Université du Québec, pp.93-121
<https://doi.org/10.7202/1008459ar>

SANDRA Carine Nignan, 2018, *médias sociaux et promotion de l'artisanat au Burkina Fasso : cas du village artisanal de Ouagadougou*, mémoire de master, Université Université Ouaga I Professeur Joseph KI-ZERBO, 73p.

SYLLA Ibrahima, 2008, « TIC et accès des ruraux à l'information. L'exemple du Xam Marsé de Manobi au Sénégal, Sociétés africaines de l'information », in *Netcom*, vol.22, n°1-2, pp.87-108

TIENE Inza, 2022, *Le numérique au service de l'Intelligence Territoriale et du développement dans la région du Kabadougou (Nord-Ouest de la Côte d'Ivoire)*, Thèse unique de doctorat, Université Alassane Ouattara, Côte d'Ivoire, 421 p.

INSTRUCTIONS AUX AUTEURS

1- Contexte, Justification et Objectifs du journal

Le développement des territoires ruraux est une préoccupation prise en compte par de nombreux organismes internationaux que nationaux à travers les projets et programmes de développement.

En Afrique, le défi du développement est indissociable du devenir des espaces ruraux. Les territoires ruraux sont caractérisés par d'importantes activités rurales qui influencent sur la dynamique du monde rural et la restructuration des espaces ruraux.

En effet, de profondes mutations s'observent de plus en plus au sein du monde rural à travers les activités agricoles et extra agricoles. Des innovations s'insèrent dans les habitudes traditionnelles des ruraux. Cela affecte sans doute le système de production des biens et services et les relations entre les villes et campagnes.

Ainsi, dans ce contexte de mutation sociétale, de nouvelles formes d'organisation spatiale s'opèrent. Ces nouvelles formes dénotent en partie par les différents modes de faire-valoir. Aussi, plusieurs composantes environnementales sont-elles impactées et nécessitent donc une attention particulière qui interpelle aussi bien les dirigeants politiques, les organismes non étatiques et les populations locales pour une gestion durable des espaces ruraux.

Par ailleurs, le contexte de la décentralisation, le développement à la base implique toutes les couches sociales afin d'amorcer réellement le développement. Ainsi, la femme rurale, à travers le rôle qu'elle joue dans le système de production de biens et services, mérite une attention particulière sur le plan formation, information et place dans la société en pleine mutation.

Enfin, en analysant le contexte socioculturel et l'évolution de la croissance démographique que connaissent les campagnes, les questions d'assainissement en milieu rural doivent de plus en plus faire l'objet des préoccupations majeures à tous les niveaux de prises de décision afin de garantir à tous un cadre de vie sain et réduire l'extrême pauvreté en milieu rural.

Le premier numéro du Journal de Géographie Rurale Appliquée et Développement (*J_GRAD*) du Laboratoire de Géographie Rurale et d'Expertise Agricole (LaGREA) s'inscrit dans la logique de parcourir de façon profonde tous les aspects liés au monde rural. A ce titre, les axes thématiques prioritaires ci-après seront explorés.

Axe 1 : Dynamique des espaces ruraux et Aménagement de l'espace rural

- ✓ Mutations spatiales et dynamique des espaces ruraux ;
- ✓ Gestion du foncier rural et environnementale ;
- ✓ Climat, aménagements hydroagricoles ;
- ✓ SIG et gestion des territoires ruraux ;
- ✓ Gouvernance et planification des espaces ruraux.

Axe 2 : Economie rurale

- ✓ Activités agricoles et sécurité alimentaire ;
- ✓ Ecotourisme ;
- ✓ Artisanat rural ;
- ✓ Territoires, mobilité et cultures.

Axe 3 : Genre et développement rural

- ✓ Femmes et activités rurales ;
- ✓ Développement local ;
- ✓ Echanges transfrontaliers dans les espaces ruraux ;
- ✓ Hygiène et assainissement en milieu rural.

2. Instructions aux auteurs

2.1. Politique éditoriale

Le Journal de Géographie Rurale Appliquée et Développement (*J_GRAD*) publie des contributions originales en français ou en anglais dans tous les domaines de la science sociale.

Les contributions publiées par le journal représentent l'opinion des auteurs et non celle du comité de rédaction. Tous les auteurs sont considérés comme responsables de la totalité du contenu de leurs contributions.

Le Journal de Géographie Rurale Appliquée et Développement (*J_GRAD*) est semestrielle. Il apparaît deux fois par an, tous les six mois (juin et décembre).

2.2. Soumission et forme des manuscrits

Le manuscrit à soumettre au journal doit être original et n'ayant jamais été fait objet de publication au paravent. Le manuscrit doit comporter les adresses postales et électroniques et le numéro de téléphone de l'auteur à qui doivent être adressées les correspondances. Ce manuscrit soumis au journal doit impérativement respecter les exigences du journal.

La période de soumission des manuscrits est de : 10 août au 10 septembre 2022.

Retour d'évaluation : 10 octobre 2022.

Date de publication : 15 décembre 2022.

Les manuscrits sont envoyés sur le mail du journal de Géographie Rurale Appliquée et Développement (*J_GRAD*) à l'adresse: journalgrad35@gmail.com avec copie à Monsieur Moussa GIBIGAYE <moussa_gibigaye@yahoo.fr>.

2.2.1. Langue de publication

J_GRAD publie des articles en français ou en anglais. Toutefois, le titre, le résumé et les mots clés doivent être donnés dans deux langues (anglais et français).

2.2.2. Page de titre

La première page doit comporter le titre de l'article, les noms des auteurs, leur institution d'affiliation et leur adresse complète. Elle devra comporter également un titre courant ne dépassant pas une soixantaine de caractères ainsi que l'adresse postale de l'auteur, à qui les correspondances doivent être adressées.

- Le titre de l'article est en corps 14, majuscule et centré avec un espace de 12 pts après le titre (format > paragraphe > espace après : 12 pts).
- Les noms et prénoms des auteurs doivent apparaître en corps 12, majuscule et centré et en italique.
- Les coordonnées des auteurs (appartenance, adresse professionnelle et électronique) sont en corps 10 italique et alignés à gauche.

2.2.3. Résumé

Le résumé comporte de 250 à 300 mots et est présenté en Français et en Anglais. Il ne contient ni référence, ni tableau, ni figure et doit être lisible. Il doit obligatoirement être structuré en cinq parties ayant respectivement pour titres : « Description du sujet », « Objectifs », « Méthode », « Résultats » et « Conclusions ». Le résumé est accompagné d'au plus 05 mots-clés. Le résumé et les mots-clés sont composés en corps 9, en italique, en minuscule et justifiés.

2.2.4. Introduction

L'introduction doit fournir suffisamment d'informations de base, situant le contexte dans lequel l'étude a été réalisée. Elle doit permettre au lecteur de juger de l'étude et d'évaluer les résultats acquis.

2.2.5. Corps du sujet

Le corps du texte est structuré suivant le modèle IMReD. Chacune des parties joue un rôle précis. Elles représentent les étapes de la présentation.

2.2.5.1 Introduction

L'introduction doit indiquer le sujet et se référer à la littérature publiée. Elle doit présenter une question de recherche.

L'objectif de cette partie est de mettre en avant l'intérêt du travail qui est décrit dans l'article et de justifier le choix de la question de recherche et de la démarche scientifique.

2.2.5.2 Matériel et méthodes

Cette partie doit comprendre deux volets : présentation succincte du cadre de recherche et l'approche méthodologique adoptée.

2.2.5.3 Résultats

Les résultats sont présentés sous forme de figures, de tableaux et/ou de descriptions. Il n'y a pas d'interprétation des résultats dans cette partie. Il faut particulièrement veiller à ce qu'il n'y ait pas de redondance inutile entre le texte et les illustrations (tableaux ou figures) ou entre les illustrations elles-mêmes.

2.2.5.4 Discussion

La discussion met en rapport les résultats obtenus à ceux d'autres travaux de recherche. Dans cette partie, on peut rappeler l'originalité et l'intérêt de la recherche. A cet effet, il faut mettre en avant les conséquences pratiques qu'implique cette recherche. Il ne faut pas reprendre des éléments qui auraient leur place dans l'introduction.

2.2.6 Conclusion

Cette partie résume les principaux résultats et précise les questions qui attendent encore des réponses.

Les différentes parties du corps du sujet doivent apparaître dans un ordre logique.

L'ensemble du texte est en corps 12, minuscule, interligne simple, sans césure dans le texte, avec un alinéa de première ligne de 5 mm et justifié (Format > paragraphe > retrait > 1ère ligne > positif > 0,5 cm). Un espace de 6 pts est défini après chaque paragraphe (format > paragraphe > espace après : 6 pts). Les marges (haut, bas, gauche et droite) sont de 2,5 cm.

- Les titres (des parties) sont alignés à gauche, sans alinéa et en numérotation décimale
- La hiérarchie et le format des titres seront les suivants :

Titre de premier ordre : (1) MAJUSCULE GRAS justifié à gauche

Titre de 2ème ordre : (1-1) Minuscule gras justifié à gauche

Titre de 3ème ordre : (1-1-1) Minuscule gras italique justifié à gauche

Titre de 4ème ordre : (1-1-1-1) Minuscule maigre ou puces.

2.2.7. Rédaction du texte

La rédaction doit être faite dans un style simple et concis, avec des phrases courtes, en évitant les répétitions.

2.2.8. Remerciements

Les remerciements au personnel d'assistance ou à des supports financiers devront être adressés en terme concis.

2.2.9. Références

Les passages cités sont présentés en romain et entre guillemets. Lorsque la phrase citant et la citation dépassent trois lignes, il faut aller à la ligne, pour présenter la citation (interligne 1) en romain, en diminuant la taille de police d'un point. Les références de citation sont intégrées au texte citant, selon les cas, des façons suivantes :

- (Initiale(s) du Prénom ou des Prénoms de l'Auteur, année de publication, pages citées);

Exemples :

1-Selon C. Mathieu (1987, p. 139) aucune amélioration agricole ne peut être réalisée sans le plein accord des communautés locales et sans une base scientifique bien éprouvée ;

2-L'autre importance des activités non agricoles, c'est qu'elles permettent de sortir les paysans du cycle de dépendance dans laquelle enferment les aléas de la pluviométrie (M. Gueye, 2010, p. 21) ;

3-K. F. Yao *et al.*, (2018, p.127), estime que le conflit foncier intervient également dans les cas d'imprécision ou de violation des limites de la parcelle à mettre en valeur. Cette violation des limites de parcelles concédées engendre des empiètements et des installations d'autres migrants parfois à l'issue du donateur.

Les sources historiques, les références d'informations orales et les notes explicatives sont numérotées en série continue et présentées en bas de page. 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 Éditeur, les pages (pp.) des articles pour une revue.

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 Éditeur, 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 (ex : 2ndeéd.). Les références bibliographiques sont présentées par ordre alphabétique des noms d'auteur.

2.2.10. Références bibliographiques

Article dans revue

GIBIGAYE Moussa, HOUINSOU Auguste, SABI YO BONI Azizou, HOUNSOUNOU Julio, ISSIFOU Abdoulaye et DOSSOU GUEDEGBE Odile, 2017, Lotissement et mutations de l'espace dans la commune de Kouandé. *Revue Scientifiques Les Cahiers du CBRST*, **12**, 237-253

Ouvrages, rapport

IGUE Oguniola John, 2019, *les activités du secteur informel au Bénin : des rentes d'opportunité à la compétitivité nationale*, Paris, France, Karthala, 252 p.

Articles en ligne

BOUQUET Christian et KASSI-DJODJO Irène, 2014, « Déguerpir » pour reconquérir l'espace public à Abidjan. In : *L'Espace Politique*, mis en ligne 17 mars 2014, consultée le 04 août 2017. URL : <http://espacepolitique.revues.org/2963>

Chapitre d'ouvrage

OFOUEME-BERTON Yolande, 1993, Identification des comportements alimentaires des ménages congolais de Brazzaville : stratégies autour des plats, in Muchnik, José. (coord.). *Alimentation, techniques et innovations dans les régions tropicales*, 1993, Paris, L'harmattan, 167-174.

Thèse ou mémoire :

FANGNON Bernard, 2012, *Qualité des sols, systèmes de production agricole et impacts environnementaux et socioéconomiques dans le Département du Couffo au sud-ouest du Bénin*. Thèse de Doctorat en Géographie, EDP/FLASH/UAC, p.308

2.3. Frais d'inscription

Les frais de soumission sont fixés à 50.000 FCFA (cinquante mille Francs CFA).

Conformément à la recommandation du comité scientifique du Journal de Géographie Rurale Appliquée et Développement (*J_GRAD*), les soumissionnaires sont priés de bien vouloir s'acquitter de leur frais de publication dès la première soumission sur la plateforme de gestion des publications du Journal. Les articles ne seront envoyés aux évaluateurs qu'après paiement par les auteurs des frais d'instruction et de publication qui s'élèvent à cinquante mille francs (50.000 F CFA) par envoi RIA, MONEYGRAM ou par mobile money (**Préciser les noms et prénoms**) à **Monsieur SABI YO BONI Azizou** au numéro +229 97 53 40 77 (WhatsApp). Le reçu doit être scanné et envoyé à l'adresse suivante <journalgrad35@gmail.com> avec copie à **Monsieur Moussa GIBIGAYE** <moussa_gibigaye@yahoo.fr>.

2.4. Contacts

Pour tous autres renseignements, contacter l'une des personnes ci-après,

- Monsieur Moussa GIBIGAYE +229 95 32 19 53
- Monsieur FANGNON Bernard +229 97 09 93 59
- Monsieur SABI YO BONI Azizou +229 97 53 40 77