

Libérer l'accès des femmes entrepreneurs aux marchés



Centre du
Commerce
International

DES ÉCHANGES POUR UN DÉVELOPPEMENT DURABLE

© Centre du commerce international 2015

L'ITC (Centre du commerce International) est l'agence commune à l'Organisation mondiale du commerce (OMC) et aux Nations Unies.

Adresse postale : ITC
54-56, rue de Montbrillant
1202 Genève, Suisse

Adresse postale : ITC
Palais des Nations
1211 Genève 10, Suisse

Téléphone : +41-22 730 0111

Fax : +41-22 733 4439

E-mail : itcreg@intracen.org

Internet : <http://www.intracen.org>

Libérer l'accès des femmes entrepreneurs aux marchés



EXTRAIT DESTINÉ AUX SERVICES D'INFORMATION COMMERCIALE

ID=43187

2015

F-06.08.02 UNL If

Centre du commerce international (ITC)

Libérer l'accès des femmes entrepreneurs aux marchés

Genève : ITC, 2015. XIV, 64 pages.

Cette publication fournit des informations importantes aux principaux décideurs sur la participation des femmes au commerce et les défis à relever, inclut des données d'importateurs et d'exportateurs dans 20 pays en développement, indique où se trouvent les barrières commerciales, partage les modèles d'initiatives des secteurs publics et privés, émet des recommandations à l'attention des responsables politiques pour engager davantage les femmes entrepreneurs dans l'économie mondiale et comprend des références bibliographiques (p. 55-58).

Descripteurs : **Femmes entrepreneurs ; Mesures non tarifaires ; Barrières commerciales ; Pays en développement**

Anglais, français, espagnol (éditions distinctes)

ITC, Palais des Nations, 1211 Genève 10, Suisse (www.intracen.org)

Les désignations employées n'impliquent de la part du Centre du commerce international (ITC) aucune prise de position quant au statut juridique de pays, territoires, villes ou zones ou de leurs autorités, ni quant au tracé de leurs frontières ou limites.

Photo(s) numérique(s) sur la couverture et dans l'ensemble de la publication : © Shutterstock

© Centre du commerce international 2015

Tous droits réservés. Aucune partie de cette publication ne peut être reproduite, enregistrée dans un système de récupération ni transmise sous une quelconque forme ou par un quelconque moyen, qu'il s'agisse d'un support électronique, électrostatique, magnétique, mécanique, par photocopie ou autrement, sans l'autorisation écrite préalable du Centre du commerce international.

Doc. P356.F/DBIS/TS/15-XII**ISBN 978-92-9137-436-6**
Numéro de vente ONU F.16.III.T.1Centre du commerce international, Palais des Nations, 1211 Genève 10, Suisse
(www.intracen.org)



Avant-propos

Cette année, nous avons examiné et célébré les avancées obtenues depuis la signature de la Déclaration et du Programme d'action de Pékin par les Nations Unies il y a 20 ans, avec un plan détaillé de l'évolution des droits des femmes.

De gros progrès ont été réalisés. Les femmes vivent plus longtemps. Le nombre de femmes instruites a augmenté et elles sont plus nombreuses que les hommes à fréquenter l'université. La part des femmes dans la population active mondiale continue d'augmenter.

Les progrès sont encourageants mais l'objectif d'égalité des sexes est loin d'être atteint. L'égalité des sexes reste une condition préalable à la réalisation des Objectifs de développement durable, lesquels devraient mettre un terme à l'extrême pauvreté dans le monde.

Lorsque les femmes perçoivent un salaire, elles en dépensent une part supérieure à celle des hommes dans la santé, l'alimentation et l'éducation des enfants, une tendance qui, si elle est encouragée, devrait permettre de briser les cycles intergénérationnels de la pauvreté. Tout porte également à croire que les pays qui offrent davantage d'opportunités économiques aux femmes, notamment pour entreprendre, sont plus compétitifs au sein de l'économie mondiale.

Malgré cela, les inégalités persistent entre la participation des femmes et celle des hommes dans l'économie et en matière de revenus et de propriété des actifs. Aujourd'hui, 155 pays disposent encore de lois et de réglementations qui entravent les possibilités économiques des femmes et freinent leur pleine participation en tant qu'entrepreneures, employées et dirigeantes.

Nous savons que les PME exportatrices détenues par des femmes ont tendance à créer plus de revenus, à payer plus, à embaucher plus de personnel et à être plus productives que celles qui interviennent uniquement au niveau national. Néanmoins, les données du Centre du commerce international (ITC) contenues dans ce rapport indiquent qu'un cinquième seulement des entreprises exportatrices sont détenues par des femmes et que ces entreprises sont les plus à même de surmonter les obstacles au commerce.

Il est désormais temps pour nous de bouleverser le statu quo. La première étape consiste à connaître et mieux comprendre l'impact de la participation des femmes sur l'économie mondiale.

C'est la raison pour laquelle l'ITC a lancé un Appel mondial à l'action à São Paulo, au Brésil, en septembre 2015, afin de porter à au moins un million le nombre de nouvelles femmes entrepreneurs sur les marchés internationaux d'ici à 2020. L'Appel à l'action représente les points de vue des parties intéressées de la communauté du développement, du secteur privé et des gouvernements qui souhaitent créer des opportunités commerciales pour les femmes, notamment à travers les chaînes de valeurs mondiales, en rendant les règles du jeu plus équitables au sein des services publics et entreprises associés.

Basée sur les données ventilées par sexe issues d'enquêtes sur les entreprises commerciales individuelles, cette publication fournit des données et des analyses uniques susceptibles d'aider les responsables politiques et le secteur privé à organiser des interventions plus efficaces pour aider les femmes entrepreneurs.

La capacité à développer des économies performantes et des sociétés prospères exige de nous une réflexion qui aille au-delà de la croissance économique afin de comprendre à qui profite cette croissance et comment. Si nous réussissons à réduire les inégalités entre les sexes par une plus forte implication des femmes dans la vie économique, cela reviendrait à injecter une nouvelle Chine ou une nouvelle Inde dans l'économie mondiale. Cela devrait tous nous motiver. Engageons-nous dès maintenant à changer les mentalités, les lois et les pratiques afin d'accorder à la femme sa véritable place dans l'économie et la société.



Arancha González
Directrice exécutive
Centre du commerce international

Remerciements

Le concept et la préparation de ce livre ont été réalisés par Vanessa Erogbogbo, Directrice du programme Women and Trade.

Dorothy Tembo, Directrice exécutive adjointe, a formulé des directives générales, fait preuve de leadership et apporté des commentaires utiles.

Julie Weeks et Sushma Narain ont contribué aux recherches documentaires utilisées dans cette publication. Virginia Littlejohn a facilité les connexions avec les organisations aux pratiques exemplaires. Mona Shrestha Adhikari a apporté son soutien en matière de recherche et de coordination.

Nous remercions les anciens membres et les membres actuels de l'équipe des mesures non tarifaires de l'ITC qui ont réalisé les enquêtes sur les entreprises et collecté les données ventilées par sexe sur les entreprises exportatrices, utilisées dans/pour le chapitre deux. Nous remercions tout particulièrement Ursula Hermelink, Responsable du Programme de l'ITC sur les Mesures non tarifaires, Jonas Markgraf, Abdellatif Benzakri et Youssef Dhabbah pour la préparation des données, les rapports préliminaires, les analyses et leurs précieux commentaires.

L'ITC aimerait également remercier les grandes entreprises et les organisations qui ont partagé des études de cas et des informations intéressantes sur les bonnes pratiques afin de promouvoir la participation économique des femmes.

Natalie Domeisen a dirigé la gestion éditoriale et la production. C'est sous sa direction qu'Evelyn Seltier a coordonné la production et que Kristina Golubic a préparé la conception et la mise en page. Dianna Rienstra et Natalie Domeisen ont édité ce livre. L'impression a été réalisée par Serge Adeagbo et Franco Lacovino.

TABLE DES MATIÈRES

Avant-propos	V
Remerciements	VII
Abréviations	XII
RÉSUMÉ	XIII
Chapitre 1	
POURQUOI IMPLIQUER LES FEMMES DANS LE COMMERCE	1
Bénéfique pour la croissance	2
Bénéfique pour les sociétés	4
Bénéfique pour les femmes	4
Chapitre 2	
CE QUE NOUS DISENT LES DONNÉES	7
Qui participe ? Qui en profite ?	8
Enquêtes sur les mesures non tarifaires de l'ITC – Principales constatations	9
Les femmes entrepreneurs sont moins nombreuses à participer aux échanges commerciaux	10
Les femmes alliant activités d'exportation et d'importation sont moins nombreuses	11
Les femmes sont prépondérantes dans certains secteurs	12
Les femmes ont tendance à travailler dans des entreprises de plus grande taille	14
Les entreprises détenues et gérées par des femmes emploient plus de femmes	16
Le rôle des femmes dans le commerce varie selon les régions	16
Les entreprises exportatrices des pays insulaires emploient plus de femmes	22
Chapitre 3	
LES FEMMES EXPORTATRICES RENCONTRENT DES BARRIÈRES	25
Biais réglementaires	26
Les barrières liées à la maternité	27
Biais culturels	28
Travail ou famille ?	28

Accès au capital	29
Accès aux informations relatives aux marchés et aux réseaux	30
Inadéquations	30
Influence des politiques	31
Les mesures non tarifaires touchent plus durement les femmes	32
Chapitre 4	
FAIRE TOMBER LES BARRIÈRES AU COMMERCE	35
Les institutions d'appui au commerce et aux investissements investissent dans les femmes	36
Politiques et législation ayant un impact	38
La parité dans les stratégies de développement commercial	38
Régler le problème de la connectivité pour des résultats exceptionnels	39
Les marchés publics ouvrent leurs portes	40
Modèles de politiques éducatives	42
Initiatives financières	42
Formation et défense des droits	43
Marchés privés	44
La garde des enfants des travailleuses à faibles revenus	47
LITC lance un Appel mondial à l'action	48
Chapitre 5	
UNE FEUILLE DE ROUTE POUR LES FEMMES DANS LE COMMERCE	49
Des données plus précises	51
Une politique commerciale sensible	51
Marchés publics	52
Marchés privés	52
Certification	52
Un meilleur environnement commercial	52
Services financiers	53
Droits de propriété	53
RÉFÉRENCES	55

ANNEXES	59
ANNEXE I: MÉTHODOLOGIE DE L'ENQUÊTE, DE 2010 À 2014	60
ANNEXE II: ÉLIMINER LES OBSTACLES POUR LES FEMMES ENTREPRENEURS	64
MATRADE : Prendre soin des femmes exportatrices	64
Australie : Lutter contre le recul des femmes exportatrices	65
États-Unis : Création de politiques de défenses collaboratives	66
IBM : Choisir la bonne voie grâce à la diversité de fournisseurs	67
Accenture : Renforcer la base de fournisseurs femmes	68
Walmart : Augmenter la participation des femmes tout au long de la chaîne de valeur	69
ExxonMobil : Approvisionnements directs auprès des vendeuses	70
WEConnect International : Connecter les femmes aux marchés mondiaux	71

FIGURES

Figure 1.	Opportunités de compétitivité des femmes	3
Figure 2.	Les femmes brisent la spirale de la pauvreté	4
Figure 3.	Propriété des entreprises d'importation et d'exportation	12
Figure 4.	Part des femmes chefs d'entreprises, par secteur d'exportation	13
Figure 5.	Part des femmes employées dans les entreprises exportatrices	14
Figure 6.	Part des femmes employées dans les entreprises exportatrices, selon la taille de l'entreprise	14
Figure 7.	Part des femmes employées dans des entreprises exportatrices, par secteur	15
Figure 8.	Part des femmes employées dans les entreprises, selon le sexe du propriétaire	16
Figure 9.	Entreprises détenues et gérées par des femmes, par région	17
Figure 10.	Part des femmes employées dans des entreprises exportatrices par rapport à la main-d'œuvre totale, par région	18
Figure 11.	Part des entreprises exportatrices détenues ou gérées par des femmes, selon les pays (enclavés, insulaires et côtiers)	22
Figure 12.	Part des femmes employées dans la main-d'œuvre d'entreprises exportatrices, selon les pays (insulaires, côtiers et enclavés)	22

ENCADRÉS

Encadré 1 :	États-Unis – Le « supplément lié aux entreprises d'exportation » payé par les entreprises détenues par des femmes	3
Encadré 2 :	Données de l'ITC relatives aux disparités entre les sexes au sein des entreprises d'exportation de 20 pays en développement	9
Encadré 3 :	Promouvoir les femmes dans les secteurs non-traditionnels	13
Encadré 4 :	Perspectives régionales – Les femmes dans la main-d'œuvre	21
Encadré 5 :	Soutien aux femmes dans les petits États insulaires en développement	23
Encadré 6 :	Le fonds national de maternité innovant de Jordanie	27
Encadré 7 :	Le paradoxe régional Moyen-Orient/Afrique du Nord	29
Encadré 8 :	Les exportatrices australiennes rencontrent des difficultés financières	29
Encadré 9 :	Plus de femmes entrepreneurs touchées par les MNT en Palestine	33
Encadré 10 :	L'autonomisation des femmes grâce aux marchés publics	41
Encadré 11 :	Les Principes d'autonomisation des femmes des Nations Unies	47

TABLEAUX

Tableau 1.	Propriété et gestion des sociétés, par sexe	11
Tableau 2.	Principaux secteurs d'entrepreneuriat et d'emploi des femmes	15
Tableau 3.	Entreprises exportatrices détenues ou gérées par des femmes, par pays et région	18
Tableau 4.	Part des femmes employées dans des entreprises exportatrices par rapport à la main-d'œuvre totale, par région et pays	19

Abréviations

IAC	Institution d'appui au commerce et à l'investissement
IBM	International Business Machines Corporation
ITC	Centre du commerce international
IWCA	International Women in Coffee Association
MATRADE	Malaysia External Trade Development Corporation
MNT	Mesure non tarifaire
MOAN	Moyen-Orient et Afrique du Nord
OCDE	Organisation de coopération et de développement économiques
OIT	Organisation internationale du travail
OMC	Organisation mondiale du commerce
ONU	Organisation des Nations Unies
PEID	Petits États insulaires en développement
PIB	Produit intérieur brut
PME	Petite et moyenne entreprise
RM	Ringgit malais (devise)
SFI	Société financière internationale
SPS	Normes sanitaires et phytosanitaires
TI	Technologie de l'information

Résumé

« L'élimination des barrières qui maintiennent les femmes et les filles en marge de la vie économique, sociale, culturelle et politique doit constituer une priorité pour nous tous (entreprises, gouvernements, ONU et société civile) ».

Ban Ki-moon, Secrétaire général de l'ONU, Appel à l'autonomisation économique et aux droits des femmes, 2015¹

Cette publication fournit des informations importantes aux principaux décideurs au sujet de la participation des femmes au commerce et aux défis à relever. Elle fournit des données concernant des entreprises d'importation et d'exportation dans 20 pays en développement, souligne les barrières au commerce, partage des modèles d'initiatives des secteurs publics et privés et émet des recommandations à l'attention des décideurs politiques afin d'impliquer davantage les femmes entrepreneurs dans l'économie mondiale.

Les entreprises dirigées par des femmes engagées dans le commerce international sont beaucoup moins nombreuses que celles dirigées par des hommes. C'est ce que révèle l'analyse des enquêtes sur les Mesures non tarifaires de l'ITC menées dans 20 pays présentés dans ce rapport. Le plus souvent, les femmes détiennent ou gèrent de petites entreprises mais elles ont plus tendance à travailler dans de grandes entreprises. Les entreprises détenues et gérées par des femmes emploient plus de femmes. Les femmes sont bien plus représentées dans la main-d'œuvre des entreprises exportatrices des pays insulaires que dans celle des états enclavés et côtiers.

Les femmes alliant activités d'exportation et d'importation sont moins nombreuses. Ce constat vient du fait que les entreprises détenues par des femmes comptent souvent moins d'employés. Les petites entreprises manquent souvent de ressources pour se développer sur les marchés internationaux.

Les entreprises détenues et gérées par les femmes font partie de secteurs différents de celles détenues et gérées par des hommes. Les femmes et les hommes employés travaillent dans des secteurs d'exportation différents. Les entreprises d'exportation des secteurs traditionnellement associés aux activités des femmes présentent le taux d'emploi de femmes le plus élevé.

Les motifs à l'origine de la sous-représentation des entreprises détenues par des femmes dans le commerce international sont multiples. Les barrières culturelles et réglementaires rendent la création ou la gestion d'une entreprise difficile pour les femmes. En outre, les contraintes de temps qui pèsent sur les femmes qui élèvent des enfants sont supérieures à celles qui pèsent sur les hommes et dans de nombreux pays, ce sont les femmes qui assument la plupart des tâches ménagères.

Comme dans les précédentes enquêtes, ce rapport estime que les barrières culturelles et réglementaires, les contraintes de temps liées aux tâches familiales non rémunérées et les choix éducatifs peuvent avoir les effets suivants et expliquer ainsi la plus faible présence des entreprises détenues par des femmes sur les marchés internationaux :

1. ONU : <http://www.unwomen.org/en/news/stories/2015/3/press-release-secretary-general-ban-ki-moon-hillary-clintonand-business-leaders#sthash.3DamyXHK.dpuf>

- Les contraintes de temps qui pèsent sur les femmes dirigeantes ;
- L'accès limité aux ressources de production telles que les financements et le foncier ;
- L'accès limité aux informations et aux réseaux ;
- L'inadéquation des compétences.

Ensemble, ces barrières expliquent pourquoi les entreprises de femmes sont en moyenne plus petites et moins productives que celles des hommes. Du fait de leur petite taille, les entreprises détenues par des femmes subissent aussi de façon disproportionnée les coûts fixes associés au commerce tels que les mesures non tarifaires.

Ce rapport donne un aperçu des initiatives menées par les institutions d'appui au commerce et à l'investissement (IAC), les gouvernements et les multinationales qui visent à faciliter l'intégration des entreprises détenues par des femmes sur les marchés internationaux et dans les chaînes de valeur mondiales.

Cet aperçu révèle que la plupart des initiatives mises en place par les IAC, les multinationales, les organisations internationales et les ONG afin de permettre aux entreprises détenues par des femmes d'accéder aux marchés sont basées sur la combinaison des trois éléments suivants :

- Faciliter l'accès au financement ;
- Faciliter l'accès aux informations relatives aux marchés et aux réseaux ;
- Renforcer les capacités et la formation.

Les objectifs de sélection des entreprises détenues par des femmes sont souvent associés à des programmes du secteur privé afin d'augmenter l'approvisionnement auprès de ces entreprises. Ces objectifs sont aussi intégrés à des programmes de marchés publics. Les objectifs ne répondent à aucune source spécifique de sous-représentation des femmes. Ils peuvent toutefois avoir un effet important sur la réduction des barrières culturelles et l'augmentation de l'accès au marché pour l'activité du secteur privé des femmes.

Outre les politiques préférentielles, l'action gouvernementale visant à soutenir l'entrepreneuriat féminin inclut souvent des actions législatives facilitant l'accès au financement et au foncier, ce qui permet de lutter contre deux des principaux préjugés sexistes sous-jacents concernant les femmes dans le commerce. Deux types d'interventions gouvernementales peuvent être particulièrement propices à l'implication des entreprises détenues par des femmes dans le commerce :

- La plus grande transparence des réglementations gouvernementales permet de réduire les pertes de temps pour les dirigeantes qui y sont confrontées.
- La baisse des barrières non tarifaires au commerce profite aux petites entreprises, en particulier les sociétés généralement dirigées par des femmes.

Ce rapport révèle que de nombreux acteurs prennent des mesures pour intégrer les entreprises détenues par des femmes aux marchés mondiaux. Certains acteurs tentent de faire reculer les préjugés sexistes profonds alors que d'autres sont centrés sur la réduction des obstacles à l'intégration dérivés des préjugés sexistes. Le rapport dévoile différents outils utilisés pour régler ces problèmes.

Toutes ces interventions visent à renforcer le rôle de la femme sur les marchés internationaux. Elles devraient bénéficier d'une meilleure coordination entre les acteurs et les pays. Une approche coordonnée et multidimensionnelle est nécessaire pour éliminer plus vite les barrières pour les femmes entrepreneurs. C'est possible en supprimant plusieurs immédiatement et en coordonnant le travail des différentes parties concernées.

Des progrès importants ont été réalisés dans ce sens ces dernières années. La Plateforme mondiale de l'action en faveur d'un approvisionnement auprès des prestataires féminins dirigée par l'ITC et créée en septembre 2010, a constitué un réseau de partenaires qui achètent plus de 1 billion de \$E.-U. de biens et services tous les ans et représentent plus de 50 000 femmes entrepreneurs. Le réseau est un moyen pour les organisations engagées dans l'autonomisation économique des femmes d'opérationnaliser leurs engagements à augmenter le nombre de marchés publics attribués à des entreprises détenues par des femmes.

En septembre 2015, l'ITC a lancé un Appel à l'action sur cinq ans afin de permettre l'arrivée d'un million de femmes entrepreneurs sur le marché d'ici à 2020 en encourageant la participation des femmes au commerce. Ce rapport donne des informations pratiques et précises sur la façon de mener l'Appel à l'action. Il examine l'expérience des femmes dans les entreprises et le commerce et envisage les synergies possibles par les actions entreprises par les différents acteurs qui partagent cet objectif.

CHAPITRE 1

Pourquoi impliquer les femmes dans le commerce



Le commerce dispose du potentiel pour contribuer significativement à la croissance et à l'emploi. Les pays qui ont prôné l'ouverture ont mieux réussi à soutenir la croissance et à gravir l'échelle du développement que ceux qui ne l'ont pas fait. Dans les années 1990, le revenu réel par habitant a augmenté plus de trois fois plus vite dans les pays en développement qui ont réduit les barrières commerciales, selon la Banque mondiale (OCDE et al., 2010). Le commerce peut apporter une contribution essentielle au développement nécessaire pour en finir avec la pauvreté (Banque mondiale et OMC, 2015).

La participation des femmes au commerce peut donner une impulsion supplémentaire au potentiel de développement de l'ouverture d'esprit et à la viabilité de ce développement. Les économies offrant de meilleures opportunités pour les femmes sont plus compétitives. Ces économies profiteront plus de l'ouverture que les économies moins favorables à l'implication des femmes dans l'économie. Il est probable que l'augmentation du revenu des femmes implique des dépenses disproportionnées dans le bien-être et l'éducation des enfants. Au final, le revenu des femmes a une implication directe sur la réduction des inégalités de revenus et la croissance future grâce à son impact sur l'éducation.

Bénéfique pour la croissance

Les femmes contribuent au commerce international en tant que productrices, entrepreneures, employées et consommatrices. Mais c'est en tant que propriétaires et gérantes d'entreprises que les femmes y contribuent le mieux.

Les preuves de la participation des femmes dans l'économie mondiale sont limitées mais on sait que leur participation varie significativement d'un pays à l'autre. Il existe un consensus croissant concernant leur participation, laquelle entraînerait des bénéfices importants pour l'économie.

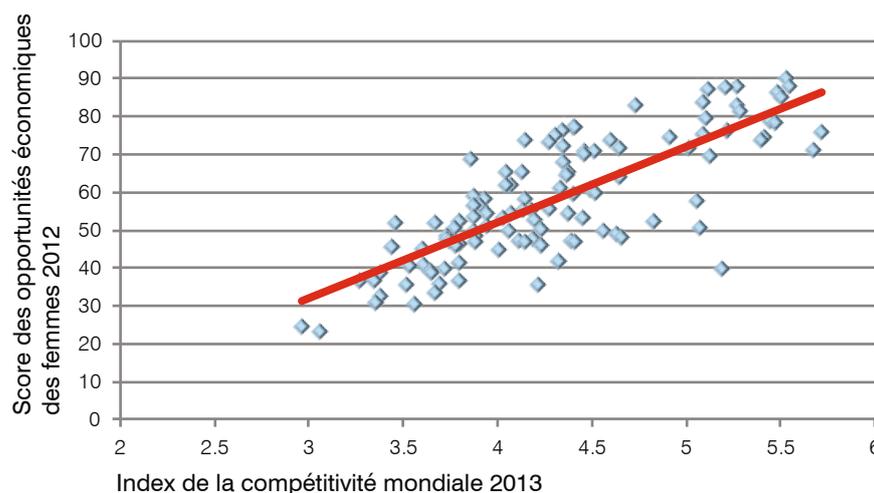
Le Dr. Linda Scott de l'école de commerce Saïd de l'Université d'Oxford (Scott, 2014) a comparé l'Indice des opportunités économiques des femmes de l'Economist Intelligence Unit au Score de compétitivité nationale, calculé par le Forum économique mondial.² Cette analyse a révélé une relation positive stable entre les opportunités économiques des femmes au niveau national et la compétitivité des pays correspondants (figure 1). Les pays qui offrent le plus d'opportunités économiques aux femmes, notamment en termes d'entrepreneuriat, sont donc plus compétitifs dans l'économie mondiale.

Les opportunités économiques pour les femmes sont bénéfiques pour l'économie. C'est particulièrement le cas si ces opportunités permettent aux femmes de participer au commerce international. Dans l'encadré 1, les données relatives aux États-Unis démontrent que lorsque les entreprises détenues par des femmes font du commerce, leur contribution à l'économie est supérieure à celle des entreprises non impliquées dans le commerce. Il s'agit des résultats du rapport « Perspective de la compétitivité des PME 2015 » de l'ITC, qui révèle que les entreprises d'import-export affichent une productivité supérieure à celle des entreprises dont les échanges sont réalisés dans un seul sens ou qui ne font pas de commerce.

Une autre étude concernant les importations, les exportations et l'innovation dans les pays en développement et qui s'appuie sur les données issues d'une enquête sur les entreprises de 43 pays confirme cette situation :

« Les entreprises engagées à l'échelle mondiale sont plus grandes, plus productives, plus exigeantes en termes d'investissements et paient des salaires plus élevés que les entreprises purement nationales. Les entreprises d'import-export se développent plus vite et innovent plus que n'importe quel autre groupe d'entreprises. En termes de performance, les entreprises d'import-export et les entreprises exportatrices sont plus en avance que les entreprises importatrices. Les entreprises non commerçantes représentent le groupe d'entreprises le moins florissant et le moins innovant ».³

Figure 1. Opportunités de compétitivité des femmes



Source : Scott (2014).

ENCADRÉ 1 : États-Unis – Le « supplément lié aux entreprises d'exportation » payé par les entreprises détenues par des femmes

Les exportations réalisées par des entreprises détenues par des femmes permettent aux travailleurs américains de bénéficier d'emplois mieux rémunérés. En moyenne, les PME exportatrices détenues par des femmes rémunèrent mieux, sont plus productives, emploient plus de personnel et vendent plus que la moyenne.

- Le salaire moyen des entreprises d'exportation détenues par des femmes est environ 1,6 fois supérieur à celui des entreprises qui n'exportent pas. Ce « supplément lié aux entreprises d'exportation », c'est-à-dire la somme que les entreprises exportatrices paient en plus par rapport aux entreprises qui n'exportent pas, est supérieure à celle versée par les entreprises détenues par des hommes. Il en ressort que la participation croissante à l'exportation des entreprises détenues par des femmes peut constituer un moyen de créer des revenus supérieurs au sein de la classe moyenne.
- Les entreprises détenues par des femmes et qui exportent sont en moyenne plus de 3,5 fois plus productives que les entreprises détenues par des femmes et qui n'exportent pas. Les entreprises exportatrices détenues par des femmes sont également environ 1,2 fois plus productives en moyenne que les entreprises exportatrices détenues par des hommes.
- Les entreprises exportatrices détenues par des femmes emploient une moyenne de 42 personnes, contre huit en moyenne pour leurs entreprises de femmes qui n'exportent pas. Ces données sont comparables à celles de l'Organisation de coopération et de développement économiques (OCDE) qui indiquent que les PME moyennes emploient moins de 10 personnes, alors que la majorité des exportations et investissements internationaux des PME proviennent de PME qui emploient plus de 50 ou 100 employés.
- Les entreprises exportatrices détenues par des femmes affichent un chiffre d'affaires moyen de 16,3 millions de \$E.-U., contre 816 000 \$E.-U. pour les entreprises qui n'exportent pas.

Source : https://www.whitehouse.gov/sites/default/files/image/strategic_case_for_women_and_trade.pdf

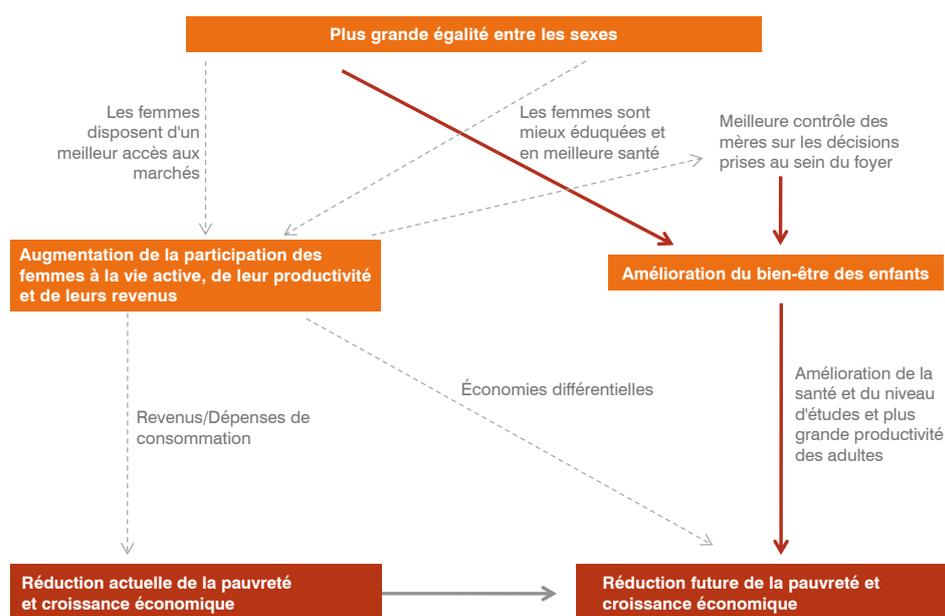
Bénéfique pour les sociétés

La valeur des contributions des femmes est légalement appuyée par la ratification quasi universelle de la Convention des Nations Unies sur l'élimination de toutes les formes de discrimination à l'égard des femmes. La communauté internationale a également réaffirmé son engagement envers l'égalité des sexes et l'autonomisation des femmes dans les Objectifs mondiaux pour le développement durable récemment adoptés.

Une société juste et égalitaire est un objectif louable. Les données relatives au bien-être révèlent toutefois qu'il est possible d'obtenir des avantages contemporains pour la société en rendant les femmes autonomes sur le plan économique.

Les femmes instruites ont des enfants en meilleure santé. Les femmes ont plus tendance que les hommes à utiliser leur plus fort pouvoir de négociation pour acheter des biens et services susceptibles d'améliorer le bien-être familial en réinvestissant leurs revenus dans l'éducation et la santé des enfants. Les femmes investissent plus que les hommes dans l'éducation et la santé de leurs enfants : soit 90 % de leurs revenus contre 30 à 40 % pour les hommes. Cette tendance a le potentiel de briser les cycles intergénérationnels de la pauvreté.

Figure 2. Les femmes brisent la spirale de la pauvreté



Source : Banque mondiale (2007).

Bénéfique pour les femmes

Une femme est autonome sur le plan économique lorsqu'elle a la capacité à réussir et à évoluer sur le plan économique et lorsqu'elle dispose du pouvoir de prendre et d'appliquer des décisions économiques.⁴

L'autonomisation des femmes est obligatoire pour pouvoir participer activement à la création des institutions, des normes sociales et du bien-être de leur communautés. L'autonomisation permet aux femmes de mieux prendre part aux décisions concernant leur foyer.⁵

Avec plus de connaissances et une meilleure analyse, telles que celles contenues dans cette publication, les décideurs politiques peuvent créer des cadres plus efficaces afin d'exploiter le pouvoir des femmes dans le commerce.

NOTES DE FIN

2. <http://www.forbes.com/sites/forbeswomanfiles/2014/04/15/why-we-all-should-care-about-the-womens-economy/>
3. Seker M. (2011).
4. <http://www.icrw.org/sites/default/files/publications/Understanding-measuring-womens-economic-empowerment.pdf>
5. Banque mondiale. (2011).



CHAPITRE 2

Ce que nous disent les données

Les entreprises qui réalisent des échanges avec l'extérieur sont plus productives que les entreprises orientées vers le marché intérieur. Les salaires des employées des entreprises d'exportation sont supérieurs à ceux des employées des entreprises nationales.

Alors que le commerce a augmenté les possibilités d'emploi pour les femmes dans les secteurs orientés vers l'exportation et les chaînes de valeur internationales, les femmes sont souvent concentrées dans des secteurs spécifiques et sur certains types de postes.⁶ La demande en main-d'œuvre flexible et à faible coût des industries orientées vers l'exportation a souvent entraîné des revenus relativement faibles et de mauvaises conditions de travail à ces « postes occupés par des femmes ». Les entreprises détenues par des femmes sont souvent actives dans les activités à plus faible valeur ajoutée.

Pour que les femmes puissent développer leur activité, devenir plus productives et innover, elles ont besoin d'un meilleur accès aux marchés nationaux, régionaux et internationaux. Le fait d'arriver sur les marchés grâce aux chaînes de valeur des secteurs publics et privés offre d'énormes opportunités pour les entreprises détenues par des femmes.

Ce chapitre présente les données ventilées par sexe concernant les entreprises exportatrices qui permettront de développer des politiques et programmes éclairés et d'augmenter ainsi le nombre de femmes entrepreneurs et employées.

Qui participe ? Qui en profite ?

Le débat va bien au-delà de l'activité commerciale elle-même pour se concentrer sur les participants et les bénéficiaires de ce commerce. Pour que les avantages liés au commerce profitent à tous, la première étape pour chaque pays consiste à comprendre son profil d'exportation collectif. Par exemple :

- Tous les exportateurs et exportateurs potentiels ont-ils les mêmes opportunités ?
- Les défis à relever sont-ils différenciés ?
- Le taux de participation aux exportations est-il identique pour les deux sexes ?
- Interviennent-ils dans les mêmes secteurs ?

La réponse à ces questions requiert des données plus précises.

Un nombre croissant de bases de données telles que les enquêtes sur les entreprises de la Banque mondiale⁷ collectent des données sur la propriété et la gestion des entreprises par des femmes. Cependant, les preuves recueillies concernant le nombre d'entreprises gérées et détenues par des femmes impliquées dans le commerce international, sur le type de produits exportés et sur les barrières qui découragent les femmes à s'impliquer dans le commerce international sont faibles.

Les données relatives à la participation des femmes dans les chaînes d'approvisionnement sont rares. Il est donc difficile de dresser un inventaire complet de la participation des femmes dans le commerce international.

Enquêtes sur les mesures non tarifaires de l'ITC – Principales constatations

Les enquêtes sur les MNT de l'ITC concernant les entreprises impliquées dans le commerce contribuent à combler les lacunes statistiques relatives aux entreprises gérées et détenues par des femmes⁸. Les enquêtes menées dans 25 pays en développement depuis 2010 fournissent des données intéressantes sur les entreprises d'exportation et d'importation dans les pays en développement. Les constatations permettent de mieux comprendre la participation limitée des femmes dans les échanges internationaux.

Les données ventilées par sexe issues de 20 pays étudiés révèlent les caractéristiques des entreprises telles que leur taille, les secteurs, la part de l'emploi féminin et le sexe du propriétaire de l'entreprise. Par souci de simplicité, l'analyse se concentre sur les entreprises exportatrices, y compris celles qui sont impliquées dans l'importation et l'exportation. Les entreprises impliquées uniquement dans des activités d'importation n'ont pas été incluses dans cette analyse.

ENCADRÉ 2 : Données de l'ITC relatives aux disparités entre les sexes au sein des entreprises d'exportation de 20 pays en développement

Sur les 25 enquêtes de l'ITC sur les MNT menées depuis 2010, 20 ont été examinées afin de ventiler les données par sexe. Elles sont répertoriées ci-dessous par région.

Asie : Cambodge, Indonésie, Sri Lanka

Amériques : Jamaïque, Paraguay, Trinité-et-Tobago

Moyen-Orient et Afrique du Nord : Égypte, Maroc, Palestine, Tunisie

Afrique de l'Est : Kenya, Madagascar, Malawi, Maurice, Rwanda, République-Unie de Tanzanie

Afrique occidentale : Burkina Faso, Côte d'Ivoire, Guinée, Sénégal

Les questions relatives à la propriété et à l'emploi des femmes ont d'abord été étudiées pour le Pérou et l'Uruguay en 2010. Les données relatives à ces deux pays n'ont pas été utilisées car elles ne sont pas comparables avec les données recueillies dans les enquêtes plus récentes de l'ITC sur les MNT.

Source : Enquêtes de l'ITC sur les MNT dans 20 pays en développement, de 2010 à 2014. Disponibles à l'adresse : www.ntmsurvey.org

Des comparaisons régionales sont fournies à titre indicatif, étant donné que seuls 20 pays ont été analysés. Les comparaisons seront extrêmement significatives car d'autres pays sont étudiés et seront ajoutés à la deuxième édition de ce rapport. Autre mise en garde : Les données concernent uniquement les femmes associées à des sociétés commerciales enregistrées. Les négociantes informelles ne sont pas incluses dans ces enquêtes.

Alors que ces données sont utiles pour comparer la performance commerciale dans le contexte des caractéristiques et politiques spécifiques, elles ne remplacent pas le besoin d'élaborer une enquête supplémentaire adaptée aux questions nationales et aux études approfondies sur les inégalités entre les sexes.

Sept constatations principales émergent d'une analyse comparative entre les sexes des données sur les entreprises de l'ITC :

- **Seule une entreprise exportatrice sur cinq est dirigée par une femme.** Ce chiffre est supérieur en Amérique latine et dans les Caraïbes et inférieur en Afrique occidentale.
- **Les femmes ont davantage tendance à travailler dans de grandes entreprises.**

- **Les grandes entreprises d'exportation emploient une part de femmes supérieure à celle des petites entreprises.**
- **Les femmes alliant activités d'exportation et d'importation sont moins nombreuses.** Les femmes ont tendance à diriger des entreprises plus petites en termes d'employés que celles des hommes. Les petites entreprises manquent souvent de ressources pour créer une activité d'import-export.
- **Les femmes et les hommes détiennent et gèrent des entreprises associées à des secteurs d'exportation différents.** Les femmes chefs d'entreprises sont plus nombreuses dans le secteur du textile et de l'habillement. Le nombre de femmes chefs d'entreprises est également supérieur à la moyenne dans les secteurs de l'informatique, des télécommunications et de l'électronique grand public (23 %), traditionnellement associés à une activité masculine.
- **Les femmes et les hommes employés travaillent dans des secteurs d'exportation différents.** Les secteurs exportateurs traditionnellement associés aux activités des femmes affichent le taux d'emploi féminin le plus élevé. Les femmes ont plus tendance à travailler dans des entreprises des secteurs de la filature, du tissu et du textile, de l'habillement et du cuir ainsi que des produits en cuir. Les femmes sont moins représentées dans la main-d'œuvre des entreprises associées aux secteurs du matériel de transport, des machines non électriques et du métal et d'autres secteurs manufacturiers de base.
- **Les femmes des pays insulaires sont mieux représentées dans la main-d'œuvre des entreprises d'exportation.** Les entreprises exportatrices des pays enclavés sont plus actives dans le secteur agricole ainsi que dans le bois et le secteur du papier mais pas dans les secteurs à prédominance féminine de l'habillement et de l'industrie manufacturière diverse. Les entreprises étudiées dans les pays insulaires sont particulièrement actives dans l'industrie manufacturière diverse et l'habillement et sont sous-représentées dans les produits agricoles non transformés.

La documentation quantitative rapporte également que les femmes ont tendance à diriger des entreprises plus petites. Les enquêtes sur les entreprises de la Banque mondiale (plus de 20 000 entreprises inscrites dans le secteur manufacturier et les services dans 62 pays en développement) ont révélé que les entreprises détenues par des femmes étaient beaucoup plus petites en termes de chiffre d'affaires que celles détenues par des hommes.

Deux études de la Banque mondiale corroborent cette situation : Amin (2014) s'est appuyé sur les données issues d'une enquête concernant plus de 600 entreprises dans six pays africains (Burkina Faso, Cameroun, Cap-Vert, Côte d'Ivoire, Madagascar et Maurice). Sabarwal and Terrell (2008) ont étudié 26 pays en transition. Ces études indiquent clairement que les entreprises détenues par des femmes sont beaucoup plus petites en termes d'emploi total et de chiffre d'affaires global que les entreprises dirigées par des hommes.

Les femmes entrepreneurs sont moins nombreuses à participer aux échanges commerciaux

Seules 20 % des sociétés commerciales interrogées dans les pays en développement étudiés étaient détenues et/ou gérées par une femme. Cette moyenne masque toutefois les écarts importants entre les pays (tableau 1).

Un examen plus approfondi d'un sous-ensemble de huit pays permet de mieux distinguer les entreprises d'exportation détenues par des femmes, des entreprises gérées par une femme ou les deux (tableau 1).

Tableau 1. Propriété et gestion des sociétés, par sexe

	Détenues et gérées par des hommes	Détenues par des femmes	Gérées par des femmes	Détenues et gérées par des femmes
Cambodge	79,00 %	5,10 %	8,90 %	7,00 %
Côte d'Ivoire	93,70 %	2,00 %	2,30 %	2,00 %
Guinée	89,90 %	2,20 %	0,70 %	7,20 %
Jamaïque	64,90 %	13,70 %	5,00 %	16,40 %
Sénégal	89,60 %	3,50 %	7,00 %	0,00 %
Tanzanie (République-Unie de)	92,30 %	6,20 %	1,00 %	0,50 %
Trinité-et-Tobago	76,90 %	9,00 %	9,90 %	4,20 %
Tunisie	92,70 %	0,70 %	6,00 %	0,70 %
Total général	85,30 %	5,50 %	4,90 %	4,30 %

Source : Enquêtes de l'ITC sur les MNT dans 20 pays en développement, de 2010 à 2014. Disponibles à l'adresse : www.ntmsurvey.org

Remarque : Le total représente une moyenne pondérée. Consulter l'annexe 1 pour obtenir les détails méthodologiques sur la ventilation des données des enquêtes par pays.

- Les entreprises gérées par des femmes sont plus courantes que les entreprises détenues par des femmes en Tunisie, au Cambodge et au Sénégal.
- En République-Unie de Tanzanie et en Jamaïque, les femmes propriétaires d'une entreprise exportatrice sont plus nombreuses que les femmes gérantes d'une entreprise d'exportation.
- La Jamaïque constitue une exception avec une part plus importante de femmes propriétaires et dirigeantes que dans d'autres pays.⁹

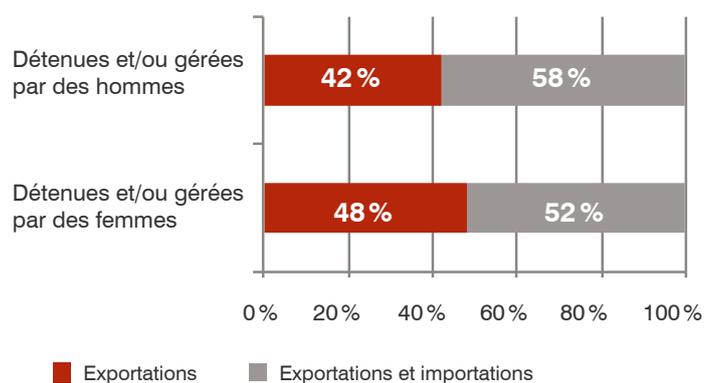
Comme l'échantillon de l'enquête sur les MNT est petit, aucun modèle géographique significatif ne peut être établi relativement à la propriété et à la gestion. Certains modèles intéressants ont toutefois déjà émergé.

En Jamaïque par exemple, la plupart des entreprises dans lesquelles des femmes occupent des postes importants sont détenues ou détenues et gérées par des femmes. Seules quelques entreprises sont gérées par des femmes bien que détenues par des hommes. Au Cambodge, la plupart des entreprises sont gérées par des femmes mais pas détenues par des femmes.

En Tunisie, les quelques entreprises étudiées avec des femmes occupant des postes importants sont presque exclusivement gérées par des femmes. Les sociétés commerciales détenues par des femmes sont quasi-inexistantes. En République-Unie de Tanzanie, les quelques entreprises pas entièrement gérées et détenues par des hommes sont majoritairement détenues par des femmes mais ce ne sont pas elles qui les dirigent (tableau 1).

Les femmes alliant activités d'exportation et d'importation sont moins nombreuses

La figure 3 montre que les entreprises exportatrices détenues/gérées par des femmes sont moins à même de s'engager dans les importations que celles de leurs homologues masculins : 58 % des entreprises d'exportation gérées et détenues par des hommes importent également des marchandises, en tant qu'intrants ou à des fins de revente. Pour les entreprises exportatrices détenues ou gérées par des femmes, la part est de 52 %.

Figure 3. Propriété des entreprises d'importation et d'exportation

Source : Enquêtes de l'ITC sur les MNT dans 20 pays en développement, de 2010 à 2014. Disponibles à l'adresse : www.ntmsurvey.org

Remarque : Les entreprises qui ne font qu'importer ne sont pas représentées sur la figure.

Cette situation est sans doute due au fait que les femmes sont à la tête d'entreprises plus petites et manquent de ressources pour se développer. D'autres recherches sont nécessaires pour comprendre les liens de cause à effet entre la propriété des entreprises, leur taille, le secteur d'activité et la productivité.

Les femmes entrepreneurs importent plus activement des intrants tels que des textiles pour l'exportation de vêtements ou des intrants électroniques pour l'exportation de matériel informatique et d'électronique grand public.

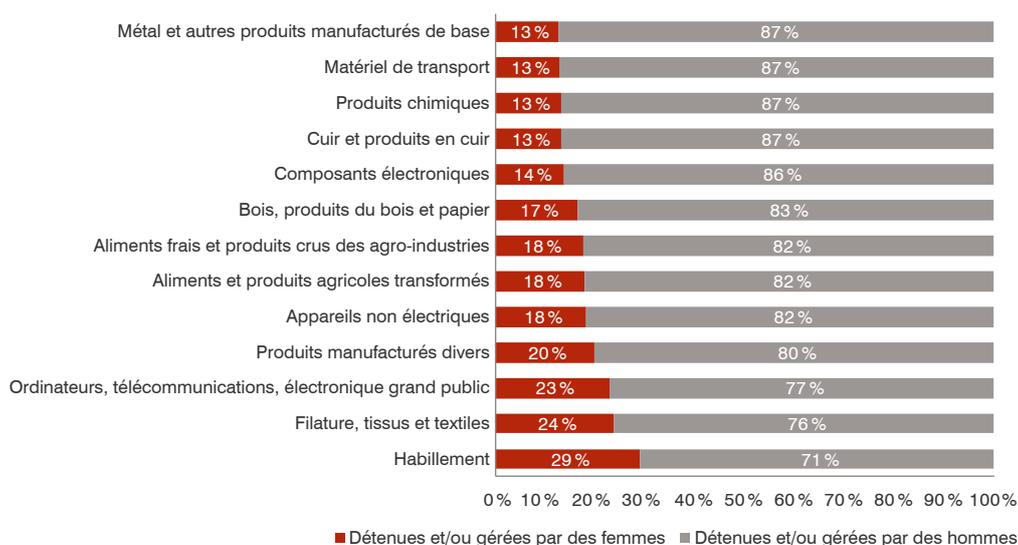
Les femmes sont prépondérantes dans certains secteurs

Les femmes et les hommes détiennent et gèrent des entreprises associées à des secteurs d'exportation différents. Les femmes entrepreneurs sont plus nombreuses dans les secteurs du textile et de l'habillement (figure 4). Le secteur de l'habillement affiche un taux relativement élevé de femmes entrepreneurs (29 %). La part des femmes entrepreneurs et cadres dans certains secteurs est relativement élevée : informatique, télécommunications et électronique grand public (23 %) et dans une moindre proportion les machines non électriques (18 %).

Les entreprises commerciales dans les secteurs du métal et autres productions de base, du matériel de transport et des produits chimiques sont rarement détenues ou gérées par des femmes (13 %). Malgré l'affinité pour les secteurs du textile et de l'habillement, la part de femmes entrepreneurs et cadres dans les sociétés exportatrices de cuir et de produits en cuir est très faible. Dans le secteur agricole (produits alimentaires transformés et agro-alimentaires), environ 18 % des sociétés d'exportation sont détenues et gérées par une femme.

Une étude récente de la Banque mondiale portant sur plusieurs pays a révélé que 50 % des emplois étaient considérés comme « des postes masculins ou des postes féminins ». Ces visions traditionnelles de ce qui constitue un travail féminin ou masculin peuvent créer des barrières à l'arrivée des femmes dans certains secteurs et à certains postes. Cette situation est corroborée par les données sur les entreprises des enquêtes de l'ITC sur les MNT.

Figure 4. Part des femmes chefs d'entreprises, par secteur d'exportation



Source : Enquêtes de IITC sur les MNT dans 20 pays en développement, de 2010 à 2014. Disponibles à l'adresse : www.ntmsurvey.org

ENCADRÉ 3 : Promouvoir les femmes dans les secteurs non-traditionnels

Un nombre croissant d'entreprises proposent des initiatives pour augmenter l'emploi des femmes dans des secteurs considérés comme non traditionnels, selon une récente étude de la Société financière internationale (SFI). Anglo American, par exemple, l'une des plus grandes entreprises minières au monde, est basée à Londres et œuvre en Afrique, en Europe, en Amérique du Sud et en Amérique du Nord, en Australie et en Asie ; 85 % de ses 150 000 employés et entrepreneurs interviennent dans des pays en développement. La stratégie de l'entreprise visant à recruter des femmes repose sur le besoin pressant de penser autrement en matière de recrutement et de sélection afin de répondre à l'augmentation de la demande de travailleurs, des chauffeurs aux cadres.

La société a reconnu il y a longtemps le besoin de commencer à planifier cette pénurie de main-d'œuvre et à élargir sa vision du recrutement. « Face à la pénurie de compétences, le fait de négliger une moitié de la main-d'œuvre n'a pas de sens au niveau commercial », a déclaré le Président directeur général Seamus French. « Nous avons besoin d'attirer plus de gens des secteurs non traditionnels et en particulier plus de femmes dans notre activité ».

Lors de la construction d'un site chimique sur un terrain dégagé en Inde, le fabricant de produits chimiques Meghmani a mené des consultations pour encourager les candidatures de femmes. La société a informé les femmes et leurs familles sur le fait que le site disposait de vestiaires séparés pour les femmes et les hommes. Les consultations ont également permis de détecter les autres problèmes susceptibles d'entraver le recrutement des femmes.

Odebrecht, une société brésilienne active dans les secteurs de l'ingénierie, de la construction, de l'immobilier et de la pétrochimie, a promu ses programmes d'acquisition de nouvelles compétences sur son site de Santo Antônio. Elle a mené des consultations et réalisé une campagne publicitaire qui visait des organisations communautaires. De nombreuses femmes présentes à ces consultations sont parties, pensant que l'offre de formation s'adressait davantage aux hommes. Certaines sont restées et se sont inscrites. Lorsque ces femmes ont décroché un emploi, cela a incité d'autres femmes à postuler.

Certaines femmes peuvent craindre de ne pas être capables d'acquérir de nouvelles compétences ou de combiner leur travail à leurs responsabilités familiales. Les sociétés peuvent communiquer avec les femmes au cours des consultations communautaires ou des entretiens d'embauche et expliquer comment d'autres femmes trouvent un équilibre entre leur travail et leurs responsabilités familiales.

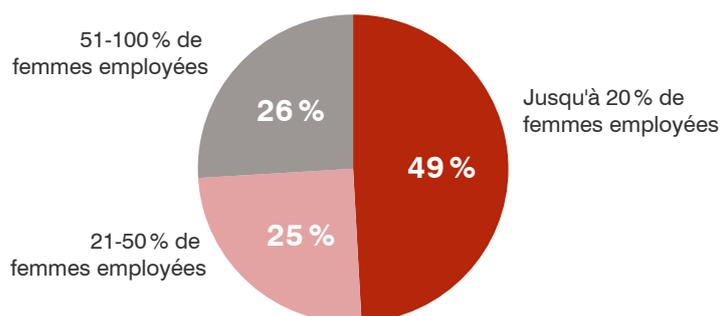
« Certaines femmes ont automatiquement considéré que le travail par postes dans les mines était incompatible avec leur vie de famille », a déclaré Daniel Dominguez, Responsable des ressources humaines d'Anglo American, de la fonderie de cuivre de Chagres au Chili. « Dès que nous avons expliqué que d'autres femmes réussissaient à combiner leur emploi à leurs responsabilités familiales, en faisant garder leurs enfants par exemple, elles ont changé d'avis et décidé d'accepter l'emploi ».

Source : SFI (2013).

Les femmes ont tendance à travailler dans des entreprises de plus grande taille

Dans tous les pays étudiés, le taux d'emploi des femmes est assez bas. Dans presque la moitié des entreprises d'exportation, moins de 20 % des employés sont des femmes (figure 5). Dans presque les trois-quarts des entreprises exportatrices des pays étudiés, le taux d'emploi des femmes est inférieur à 50 %.

Figure 5. Part des femmes employées dans les entreprises exportatrices

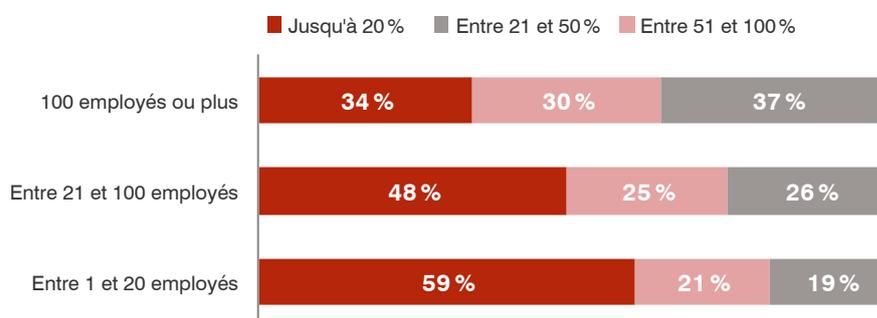


Source : Enquêtes de l'ITC sur les MNT dans 20 pays en développement, de 2010 à 2014. Disponibles à l'adresse : www.ntmsurvey.org

Les grandes entreprises exportatrices (100 employés et plus) emploient une part de femmes supérieure à celle des plus petites entreprises (entre 1 et 20 employés). Dans 80 % des petites entreprises, le nombre d'hommes est supérieur au nombre de femmes au sein de la main-d'œuvre. Les femmes représentent moins de 50 % des employés. Comme l'indique la figure 6, ce chiffre est bien inférieur à celui des grandes entreprises (64 %).

Ce chiffre est particulièrement important car les femmes ont plus tendance à posséder de petites entreprises et cela indique que l'emploi et la propriété des femmes doivent être analysés comme des catégories indépendantes.

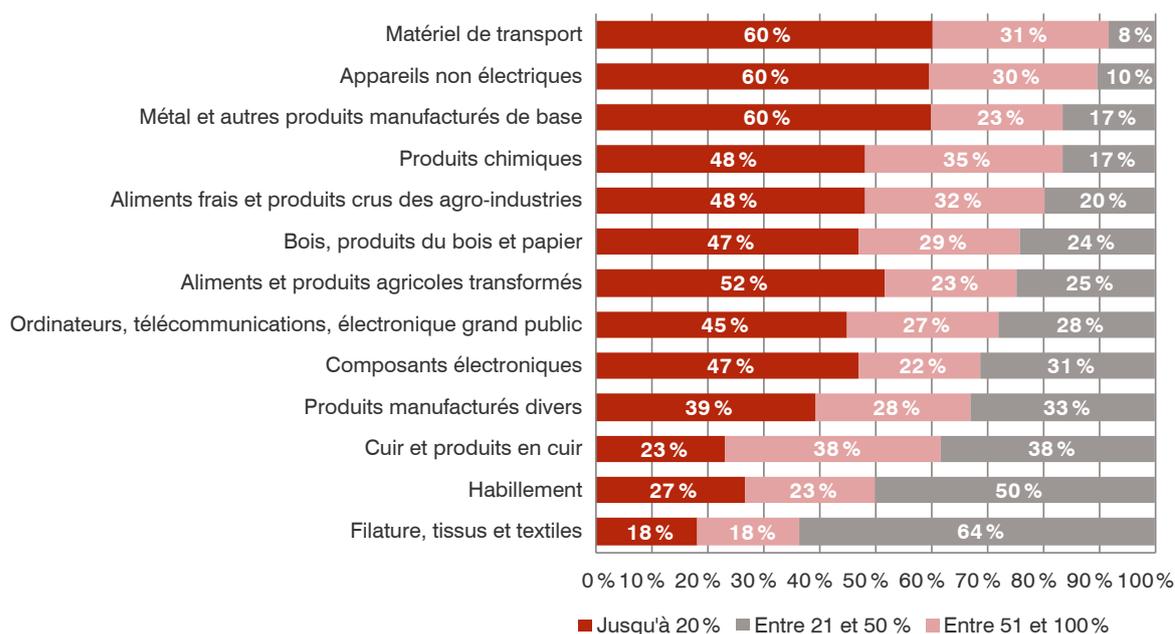
Figure 6. Part des femmes employées dans les entreprises exportatrices, selon la taille de l'entreprise



Source : Enquêtes de l'ITC sur les MNT dans 20 pays en développement, de 2010 à 2014. Disponibles à l'adresse : www.ntmsurvey.org

Les femmes ont plus tendance à travailler dans les secteurs de la filature, du tissu et du textile, de l'habillement et des produits en cuir. Elles sont moins représentées dans la main-d'œuvre des entreprises commerciales associées au matériel de transport, aux machines non électriques et au métal et à d'autres secteurs manufacturiers de base (figure 7).

Figure 7. Part des femmes employées dans des entreprises exportatrices, par secteur



Source : Enquêtes de IITC sur les MNT dans 20 pays en développement, de 2010 à 2014. Disponibles à l'adresse : www.ntmsurvey.org

Dans la plupart des entreprises exportatrices étudiées associées aux secteurs de la filature, du tissu et des textiles (64 %) mais aussi de l'habillement (50 %), les femmes sont plus nombreuses que les hommes dans la main-d'œuvre. Seulement 8 % des entreprises exportant du matériel de transport emploient plus de femmes que d'hommes. Les femmes sont très faiblement représentées (moins de 20 %) dans la main-d'œuvre de la plupart des entreprises.

Ces constatations font écho aux résultats concernant la propriété/gestion des entreprises selon les secteurs qui révèlent que les femmes sont plus nombreuses dans les secteurs de l'habillement, de la filature, du tissu et du textile. Une exception toutefois : le secteur du cuir où l'emploi des femmes est relativement élevé alors que les femmes entrepreneurs sont très peu nombreuses dans cette filière.

Le plus souvent, les femmes détiennent ou gèrent des petites entreprises mais ont tendance à travailler dans de grandes entreprises. Les femmes chefs d'entreprises et l'emploi des femmes sont prédominants dans les secteurs similaires, à l'exception toutefois du secteur du cuir. Le rapport entre l'entrepreneuriat et l'emploi des femmes doit être analysé de façon plus précise.

Tableau 2. Principaux secteurs d'entrepreneuriat et d'emploi des femmes

	Principaux secteurs de propriété féminine/gestion par des femmes	Principaux secteurs d'emploi des femmes
1	Habillement	Filature, tissus et textiles
2	Filature, tissus et textiles	Habillement
3	Production de cuir et de produits en cuir	Production de cuir et de produits en cuir
4	Produits manufacturés divers	Produits manufacturés divers
5	Appareils non électriques	Composants électroniques

Source : Enquêtes de IITC sur les MNT dans 20 pays en développement, de 2010 à 2014. Disponibles à l'adresse : www.ntmsurvey.org

Les entreprises détenues et gérées par des femmes emploient plus de femmes

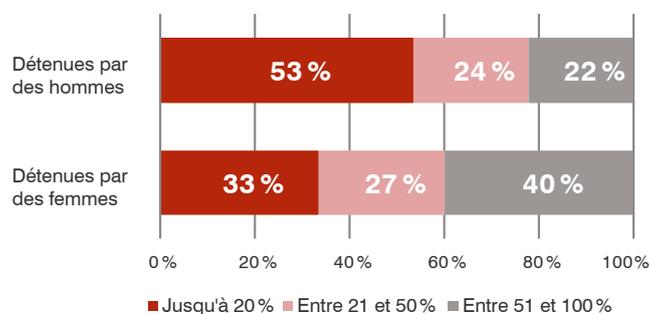
Les femmes entrepreneurs créent plus d'emploi pour les femmes. La figure 8 indique que dans 40 % des entreprises appartenant à des femmes, la majorité des employés sont des femmes contre seulement 22 % dans les entreprises détenues et gérées par des hommes.

Plus de la moitié des entreprises d'exportation détenues par des hommes comptent moins de 20 % de femmes dans leur main-d'œuvre. L'activité du secteur a un impact plus important que la taille de l'entreprise sur l'emploi et la propriété des femmes. D'autres recherches et analyses statistiques sont nécessaires pour corroborer les constatations et déterminer le lien de causalité (le cas échéant).

Des recherches et des analyses statistiques sont nécessaires pour déterminer si les femmes ont davantage tendance à embaucher des femmes ou si les entreprises et les secteurs comptant une plus grande part de femmes employées offrent de plus grandes opportunités pour les femmes d'accéder à des postes d'encadrement ou de créer leur propre entreprise.

Une étude de la Banque mondiale utilisant les données des études sur les entreprises des pays en développement confirme que la part des femmes employées à plein temps est considérablement plus importante dans les entreprises gérées par des femmes que dans celles gérées par des hommes, que ce soit dans l'industrie manufacturière ou dans les services.

Figure 8. Part des femmes employées dans les entreprises, selon le sexe du propriétaire



Source : Enquêtes de l'ITC sur les MNT dans 20 pays en développement, de 2010 à 2014. Disponibles à l'adresse : www.ntmsurvey.org

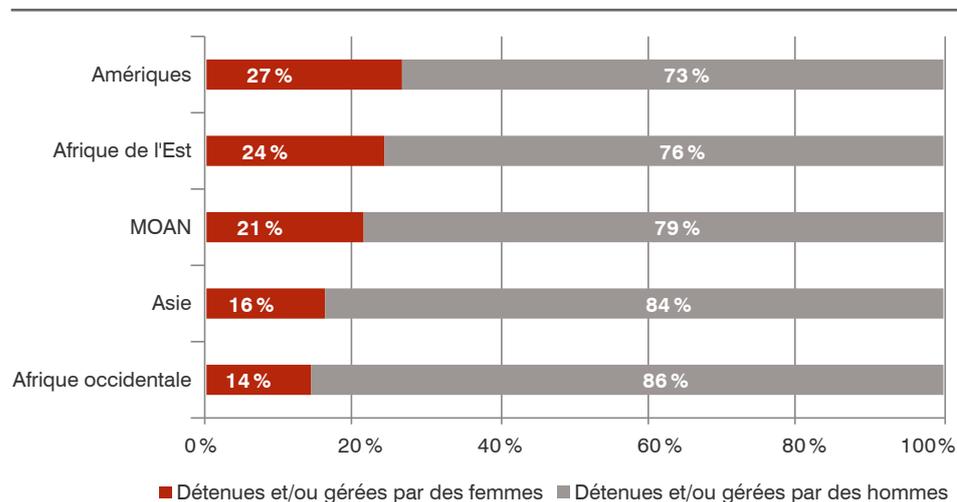
Le rôle des femmes dans le commerce varie selon les régions

Les différentes régions et caractéristiques géographiques de pays tels que les pays enclavés ou les états insulaires, varient en termes d'économies et de secteurs. Les études de l'ITC sur les MNT soulignent des différences régionales en termes d'inégalités entre les sexes.

Les constatations peuvent s'avérer utiles pour les entreprises et pays d'importation qui cherchent à s'approvisionner auprès d'entreprises détenues par des femmes. Toutefois, ces comparaisons régionales sont fournies à titre indicatif et dépendent des résultats des pays individuels, étant donné que seuls 20 pays sont pris en compte.

L'entrepreneuriat des femmes varie significativement au sein même des régions et entre les régions (figure 9 et tableau 3). En moyenne, l'entrepreneuriat des femmes est supérieur dans les pays des Caraïbes et d'Amérique latine (27 %) suivis de l'Afrique de l'Est (24 %). Dans la région du Moyen-Orient et d'Afrique du Nord (MOAN), l'entrepreneuriat des femmes est de 21 %. Les entreprises détenues et gérées par des femmes sont rares en Afrique occidentale (14 %) et en Asie (16 %).

Figure 9. Entreprises détenues et gérées par des femmes, par région



Source : Enquêtes de ITC sur les MNT dans 20 pays en développement, de 2010 à 2014. Disponibles à l'adresse : www.ntmsurvey.org

Une analyse plus approfondie des statistiques par pays (tableau 3) indique que le chiffre élevé sur le continent américain est le résultat d'un nombre important de femmes chefs d'entreprises en Jamaïque (35 %).

Les pays d'Afrique de l'Est sont hétérogènes. Certains pays incluent une large part d'entreprises exportatrices gérées ou détenues par des femmes, comme par exemple le Kenya (46 %) et Madagascar (36 %). Dans d'autres, ces entreprises sont peu nombreuses (8 % au Malawi et 8 % en République-Unie de Tanzanie).

Les pays d'Asie et d'Afrique occidentale sont plus homogènes avec une part relativement faible de femmes chefs d'entreprises exportatrices. Le Burkina Faso est une exception en Afrique occidentale. Une part relativement élevée de 24 % des entreprises étudiées est détenue ou gérée par des femmes.

Les entreprises exportatrices détenues par des femmes dans la région MOAN sont généralement peu nombreuses à l'exception de l'Égypte où la part des entreprises d'exportation appartenant à des femmes figure parmi les plus élevées de l'ensemble des pays étudiés (38 %). Les comparaisons entre les régions seront plus significatives dès que les données de l'enquête de l'ITC sur les MNT concernant les nouveaux pays seront disponibles.

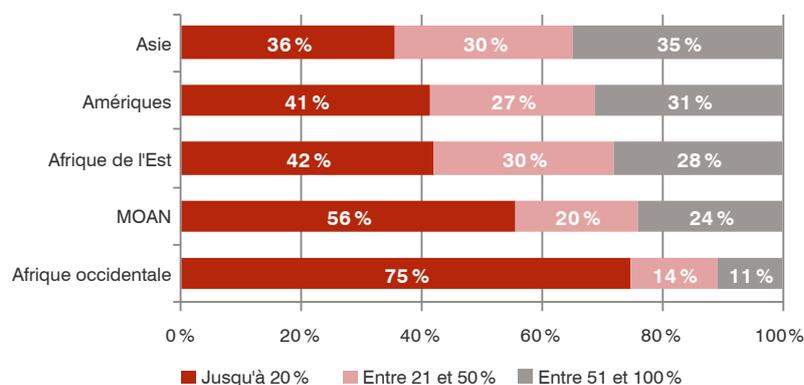
Parmi les régions, l'Asie affiche la part d'employées la plus élevée et l'Afrique occidentale, la part la plus faible. Les entreprises étudiées en Asie affichent la part d'employées la plus élevée (35 % des entreprises exportatrices étudiées emploient plus de femmes que d'hommes), viennent ensuite l'Amérique latine et les Caraïbes avec plus de 30 %. L'emploi des femmes est très faible dans le secteur des exportations des pays d'Afrique occidentale. Dans 75 % des entreprises interrogées, les femmes représentent moins de 20 % de la main-d'œuvre de l'entreprise et seulement une entreprise d'exportation sur 10 emploie plus de femmes que d'hommes (figure 10).

Tableau 3. Entreprises exportatrices détenues ou gérées par des femmes, par pays et région

	Détenues et/ou gérées par des femmes	Détenues et/ou gérées par des hommes
Amériques	27 %	73 %
Jamaïque	38 %	62 %
Paraguay	20 %	80 %
Trinité-et-Tobago	23 %	77 %
Asie	16 %	84 %
Cambodge	24 %	76 %
Indonésie	17 %	83 %
Sri Lanka	12 %	88 %
MOAN	21 %	79 %
Égypte	41 %	59 %
Maroc	16 %	84 %
Palestine	14 %	86 %
Tunisie	8 %	92 %
Afrique occidentale	14 %	86 %
Burkina Faso	24 %	76 %
Côte d'Ivoire	6 %	94 %
Guinée	11 %	89 %
Sénégal	14 %	86 %
Afrique de l'Est	24 %	76 %
Kenya	46 %	54 %
Madagascar	36 %	64 %
Malawi	7 %	93 %
Maurice	22 %	78 %
Rwanda	27 %	73 %
Tanzanie (République-Unie de)	8 %	92 %

Source : Enquêtes de l'ITC sur les MNT dans 20 pays en développement, de 2010 à 2014. Disponibles à l'adresse : www.ntmsurvey.org

Remarque : Le total régional correspond à des moyennes pondérées. Voir l'Annexe 1, Enquêtes de l'ITC sur les MNT (2015a), détails méthodologiques sur la ventilation de données des enquêtes.

Figure 10. Part des femmes employées dans des entreprises exportatrices par rapport à la main-d'œuvre totale, par région


Source : Enquêtes de l'ITC sur les MNT dans 20 pays en développement, de 2010 à 2014. Disponibles à l'adresse : www.ntmsurvey.org

Les groupes régionaux affichent différents niveaux d'homogénéité (tableau 4). En Asie, les entreprises d'exportation étudiées affichent des taux d'emploi des femmes modérés à très élevés alors que les taux d'emploi des femmes en Afrique occidentale sont tous très bas.

Tableau 4. Part des femmes employées dans des entreprises exportatrices par rapport à la main-d'œuvre totale, par région et pays

	Jusqu'à 20 %	Entre 21 et 50 %	Entre 51 et 100 %
Asie	36 %	30 %	35 %
Cambodge	22 %	29 %	49 %
Indonésie	34 %	33 %	34 %
Sri Lanka	44 %	26 %	30 %
Amériques	41 %	27 %	31 %
Jamaïque	36 %	25 %	38 %
Paraguay	78 %	12 %	10 %
Trinité-et-Tobago	26 %	37 %	38 %
Afrique de l'Est	42 %	30 %	28 %
Kenya	41 %	37 %	22 %
Madagascar	25 %	23 %	52 %
Malawi	61 %	32 %	7 %
Maurice	23 %	30 %	47 %
Rwanda	19 %	38 %	43 %
Tanzanie (République-Unie de)	72 %	24 %	4 %
MOAN	56 %	20 %	24 %
Égypte	60 %	28 %	12 %
Maroc	33 %	28 %	39 %
Palestine	83 %	10 %	7 %
Tunisie	38 %	15 %	47 %
Afrique occidentale	75 %	14 %	11 %
Burkina Faso	69 %	10 %	21 %
Côte d'Ivoire	72 %	23 %	5 %
Guinée	93 %	3 %	4 %
Sénégal	66 %	23 %	11 %

Source : Enquêtes de ITC sur les MNT dans 20 pays en développement, de 2010 à 2014. Disponibles à l'adresse : www.ntmsurvey.org

Dans la région Amériques, la part des femmes dans la main-d'œuvre des entreprises exportatrices est en moyenne élevée même si le Paraguay affiche un taux d'emploi des femmes très faible. Dans la région MOAN, l'Égypte (12 %) et la Palestine affichent des taux d'emploi des femmes très bas au sein des sociétés commerciales. En Tunisie et au Maroc, les femmes représentent souvent la majorité des employés, soit 47 et 39 % des sociétés commerciales respectivement.¹⁰

L'Égypte constitue un cas intéressant. Le pourcentage élevé des femmes propriétaires d'entreprises d'exportation (41 % de l'échantillon des sociétés commerciales) contraste avec le faible taux d'activité des femmes de l'échantillon (12 %). Cela reflète le faible taux d'activité global qui est de 24,2 %.¹¹ Les données de l'enquête applicables aux entreprises manufacturières indiquent un taux d'activité global faible des femmes propriétaires (16,1 %), employées (11,8 %) et occupant des postes de cadres supérieurs (7%).

En Afrique de l'Est, la situation est contrastée, avec un taux d'activité très faible des femmes en République-Unie de Tanzanie où seulement 4 % des entreprises emploient plus de femmes que d'hommes et au Malawi (7 %) mais des taux d'activité élevés à Madagascar (52 %) et à Maurice (47 %).

Dans les deux pays présentant les niveaux d'activité des femmes les plus faibles, la Guinée et la Palestine, la majorité des entreprises étudiées n'emploient pas du tout de femmes : 63 % et 54 % des sociétés commerciales en Guinée et en Palestine n'ont pas de femmes dans leur main-d'œuvre.

La part des femmes dans la population active et l'entrepreneuriat varie considérablement (encadré 4). C'est ce qui ressort de l'étude du Fonds Monétaire International (FMI) de 2015 portant sur presque 100 pays. L'étude révèle des disparités significatives entre les sexes au sein de la population active de nombreuses régions, avec un large fossé dans la région Moyen-Orient et Afrique du Nord (51 %), un peu moins en Asie du Sud et en Amérique centrale (plus de 35 %) et des niveaux plus faibles dans les pays de l'OCDE, en Afrique de l'Est et en Afrique moyenne (environ 12 %).

L'étude du FMI révèle que les droits de propriété plus équitables et une plus grande égalité des droits pour obtenir un emploi ou exercer une profession sont associés à de plus faibles disparités entre les sexes au sein de la population active. Par exemple, dans des pays dont les droits de succession présentent des inégalités entre les filles et les garçons, la main-d'œuvre féminine varie de 23 à presque 60 %, alors que les pays dans lesquels les droits de succession sont égaux affichent une main-d'œuvre féminine comprise entre 40 et 60 %. Cela indique que d'autres caractéristiques telles que la démographie, les préférences et les politiques jouent aussi un rôle important.¹²

Il existe des différences entre les régions en termes de propriété et d'emploi dans les entreprises d'exportation :

- Alors que l'emploi et l'entrepreneuriat des femmes dans la région Amériques sont plutôt élevés, l'Afrique occidentale présente en moyenne les niveaux d'activité, de propriété et de gestion par des femmes les plus bas.
- En Asie, les femmes chefs d'entreprises d'exportation sont très peu nombreuses (à la deuxième place des régions étudiées) alors que l'emploi des femmes est le plus élevé de l'ensemble des régions.
- L'analyse transrégionale confirme le fait que la propriété ou la gestion d'entreprises par des femmes et l'emploi doivent être analysés de façon indépendante.
- Les variations intra-régionales importantes doivent être étudiées plus en profondeur afin d'évaluer la situation dans chaque pays.

Les comparaisons entre les régions devront être réévaluées dès que les données concernant d'autres pays seront disponibles.

Il existe une légère différence en matière de propriété des sociétés commerciales par les femmes dans les pays enclavés, insulaires et dans d'autres pays, même si elles travaillent dans des secteurs différents. Les sociétés commerciales des pays enclavés sont actives dans les secteurs de l'agriculture, du bois et du papier mais pas dans les secteurs à prédominance féminine de l'habillement et des produits manufacturés divers.

ENCADRÉ 4 : Perspectives régionales – Les femmes dans la main-d'œuvre

Asie orientale et Pacifique : Les disparités entre les sexes se sont réduites au sein de la population active mais les différences intrarégionales persistent. Alors que l'accès à l'éducation de base a cessé de constituer un problème majeur dans la plupart des pays, la problématique hommes-femmes et la persistance des stéréotypes dans les programmes scolaires constituent des sujets de préoccupation. Les disparités entre les sexes concernant la propriété et le contrôle des moyens de production persistent et semblent moins réceptives à la croissance économique que les investissements dans le capital humain.

Europe et Asie centrale : La contraction du secteur manufacturier a surtout touché les hommes alors que la croissance dans les services a créé des opportunités supplémentaires pour les femmes. Les revenus des femmes sont toutefois bien inférieurs à ceux des hommes et moins de femmes sont entrepreneurs. Une population très vieillissante signifie que les anciens seront plus nombreux, en particulier les femmes, vulnérables à la pauvreté lorsqu'elles sont âgées, ce qui augmentera les besoins en matière de santé.

Amérique latine et Caraïbes : La forte progression de la part de femmes dans la population active est largement due à l'augmentation de l'éducation et aux plus faibles taux de fécondité. Les rôles attribués à chaque sexe et les contraintes de temps persistent. Les femmes les plus pauvres font face à des contraintes plus importantes. Par exemple, le mariage prédit une baisse du taux d'activité des femmes à faibles revenus, alors que le taux d'activité est supérieur chez femmes aux revenus élevés.

Moyen-Orient et Afrique du Nord : La progression du taux d'activité des femmes a été faible. Outre les facteurs qui sont à l'origine du travail des femmes dans le monde tels que la baisse de la fécondité et une meilleure éducation, les normes sociales rigides concernant les rôles assignés à chacun des sexes et la prise de décisions par des femmes sont particulièrement influentes. La ségrégation professionnelle est profonde. Les femmes en Égypte par exemple se concentrent davantage dans les secteurs de l'éducation, de l'agriculture et du secteur public. Les subventions

bien intentionnées ont l'effet pervers d'encourager les femmes à rester à la maison.

Pays de l'OCDE : La scolarisation est presque universelle dans les pays de l'OCDE. Les garçons sont plus susceptibles d'arrêter l'école secondaire, laissant les filles de plus en plus instruites. Cependant, les domaines en forte croissance tels que les sciences, la technologie et l'ingénierie restent dominés par les hommes. Les inégalités de salaire entre les hommes et les femmes persistent et les femmes sont sous-représentées dans le leadership d'entreprise. Les politiques accessibles en faveur des familles et en matière de garde des enfants, qui prévoient des congés payés pour le père, sont nécessaires pour répondre aux contraintes de temps des femmes.

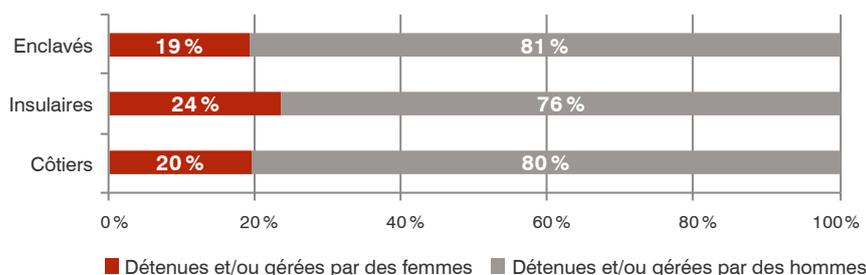
Asie du Sud : Le taux d'activité des femmes est faible, en particulier dans les zones urbaines et les femmes gagnent de 20 à 40 % de moins que les hommes, malgré le contrôle de certains facteurs tels que l'éducation et le type d'emploi. La plupart des femmes qui travaillent dans les zones rurales sont employées dans l'agriculture traditionnelle. Les femmes indépendantes ont plus tendance que les hommes à être considérées comme des travailleuses d'entreprises familiales plutôt que comme des personnes travaillant à leur compte. Les femmes et les filles restent particulièrement pénalisées en termes d'éducation, ce qui contribue à la ségrégation professionnelle.

Afrique subsaharienne : Alors que le taux d'activité des femmes est élevée dans de nombreux pays subsahariens, la plupart des emplois sont basés sur la subsistance et limités aux entreprises agricoles et familiales. Les écarts de salaires entre les hommes et les femmes persistent. Ces écarts sont largement dus aux différences qui existent en termes de variables du capital humain telles que l'éducation, la formation et l'expérience. Les femmes et les filles ont moins d'opportunités d'éducation et plus de responsabilités domestiques. L'accès défectueux aux infrastructures d'eau et d'électricité est à l'origine des contraintes culturelles qui pèsent sur les femmes.

Source : Banque mondiale (2013b).

Cependant, les entreprises des pays insulaires sont actives dans les industries manufacturières diverses et l'habillement, et sous-représentées dans le secteur des produits agricoles non transformés (figure 11)¹³.

Figure 11. Part des entreprises exportatrices détenues ou gérées par des femmes, selon les pays (enclavés, insulaires et côtiers)



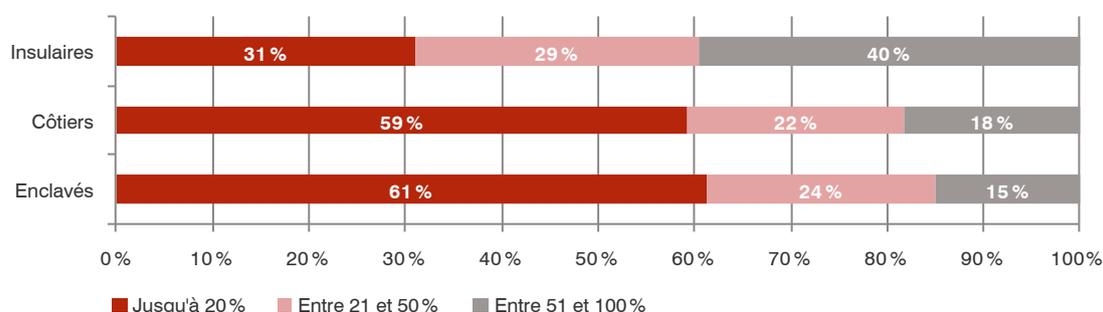
Source : Enquêtes de IITC sur les MNT dans 20 pays en développement, de 2010 à 2014. Disponibles à l'adresse : www.ntmsurvey.org

Les entreprises exportatrices des pays insulaires emploient plus de femmes

Les femmes sont mieux représentées dans la main-d'œuvre des entreprises exportatrices des pays insulaires. Dans 40 % des sociétés commerciales des états insulaires, les femmes représentent la majorité des employés. Cela révèle que les femmes sont représentées à parts presque égales au sein de la population active dans les sociétés commerciales des états insulaires. Les taux d'emploi des femmes dans les pays côtiers et enclavés sont très similaires (figure 12). Seulement 15 à 18 % des entreprises étudiées dans ces pays emploient plus de femmes que d'hommes.

Les différences entre les pays enclavés, insulaires et autres méritent d'être analysées plus en profondeur.

Figure 12. Part des femmes employées dans la main-d'œuvre d'entreprises exportatrices selon les pays (insulaires, côtiers et enclavés)



Source : Enquêtes de IITC sur les MNT dans 20 pays en développement, de 2010 à 2014. Disponibles à l'adresse : www.ntmsurvey.org

ENCADRÉ 5 : Soutien aux femmes dans les petits États insulaires en développement

Les femmes jouent un rôle essentiel dans les économies des petits États insulaires en développement (PEID). L'ITC soutient les femmes dans les PEID en les associant aux chaînes de valeur mondiales. La réussite de la productrice de café Marey Yogiyo de Papouasie-Nouvelle Guinée, récemment devenue la première femme exportatrice de café à obtenir une récompense d'un acheteur international, montre pourquoi il est important de soutenir les femmes entrepreneurs.

Olam International est l'un des principaux acheteurs de denrées alimentaires au monde (avec un chiffre d'affaires annuel de 15 milliards de \$E.-U. et une présence dans 65 pays). L'entreprise a acheté 60 sacs de café à l'entreprise de Yogiyo en 2014 pour un montant de 18 000 de \$E.-U.

« C'est bien vrai. Je suis désormais une exportatrice » a déclaré Yogiyo, 56 ans, mère de 5 enfants.

Yogiyo vend son café à des acheteurs de Papouasie-Nouvelle-Guinée, son pays natal depuis 17 ans. Elle a rencontré son nouvel acheteur dans un groupe de mentorat d'acheteurs organisé par l'ITC et l'International Women Coffee Alliance, en marge de la conférence annuelle de la Specialty Coffee Association of America à Seattle en avril 2014. La formation de l'ITC visait à délivrer aux participants les connaissances et compétences nécessaires pour répondre aux demandes des acheteurs internationaux, à positionner leur café à une place plus compétitive sur les marchés internationaux et à obtenir des prix plus élevés.

Avant de pouvoir vendre à l'étranger, Yogiyo a eu besoin d'une autorisation. Suite à son retour,

l'ITC a fait le lien avec l'agence de promotion des investissements en Papouasie-Nouvelle-Guinée, pour faciliter la délivrance de sa licence d'exportation. En juillet 2014, elle est devenue la toute première femme du secteur du café à obtenir une licence d'exportation. Rapidement, elle a vu son prix s'élever à 63 % au-dessus du tarif local.

Les premiers sacs de café Bauka Blue ont été expédiés vers les États-Unis peu de temps après qu'elle a reçu sa licence. « Après dix ans de travail constant en vue de perfectionner la qualité et de trouver des marchés, la première commande d'Olam a revitalisé Bauka Women Coffee, lui permettant ainsi de tenir dix ans de plus », a-t-elle déclaré.

Sur son site Internet destiné aux acheteurs industriels, Olam s'intéresse à l'histoire et à la vision de Yogiyo en vue de créer un produit original. Sur le site Internet d'Olam, on trouve le commentaire suivant : « Elle a fondé ce groupe pour encourager les femmes à considérer le café comme un mode de vie, afin de pouvoir subvenir à leurs propres besoins et à ceux de leurs familles ».

La réussite de Yogiyo dans l'exportation semble devrait se poursuivre : au milieu de l'année 2015, une équipe d'Olam a rendu visite à Yogiyo dans son exploitation des collines de Papouasie-Nouvelle-Guinée pour reproduire l'activité. On s'attend à ce que le contrat négocié soit multiplié par cinq d'ici à la fin 2015, avec une vente qui pourrait atteindre 300 sacs de café à Olam.

Source : ITC (2015c).

NOTES DE FIN

6. Cette section utilise l'analyse des chaînes de valeur mondiales dans Staritz, C.; Reis, J. (2013).
7. <http://www.enterprisesurveys.org/data/exploretopics/gender>
8. Consulter l'annexe 1 pour en savoir plus. Des informations supplémentaires concernant les enquêtes de l'ITC sur les MNT et les conclusions selon les pays sont disponibles dans « The Invisible Barriers to Trade – How businesses experience non-tariff measures » (Les barrières invisibles au commerce - Comment les entreprises expérimentent les mesures non tarifaires), ITC (2015a). La série de publications de l'ITC sur les MNT inclut également des rapports nationaux individuels, disponibles à l'adresse : www.intracen.org/publications/ntm. Les résultats des enquêtes sur les MNT sont accessibles et comparés à l'adresse suivante : www.ntmsurvey.org.
9. Pour les pays dont les entreprises sont rarement détenues ou gérées par des femmes, l'examen des résultats révèle des chiffres très faibles dans chaque catégorie.
10. La Tunisie et l'Égypte constituent des cas intéressants pour une comparaison approfondie. L'Égypte comporte une part relativement élevée de sociétés commerciales détenues par des femmes mais la main-d'œuvre comprend peu de femmes. En Tunisie, le taux d'emploi des femmes dans les sociétés commerciales est assez élevé mais seules quelques entreprises sont détenues et/ou gérées par des femmes.
11. Données de l'IOIT ; Banque mondiale (2013a).
12. FMI (2015).
13. Par conséquent, les effets sectoriels ont tendance à être brouillés par les différences importantes à l'intérieur des groupes.

CHAPITRE 3

Les femmes exportatrices rencontrent des barrières

Les femmes préfèrent-elles garder leurs entreprises petites et informelles ou sont-elles contraintes à le faire ? Très peu d'études examinent la raison pour laquelle peu de femmes réalisent des activités commerciales transfrontalières. Ce chapitre démontre que même si les hommes et les femmes rencontrent des barrières communes, les barrières commerciales sont plus importantes pour les femmes à cause des contraintes culturelles et légales.

Les efforts réalisés par les femmes entrepreneurs pour se faire une place dans les chaînes de valeur mondiales et accéder aux activités à forte valeur sont « compliqués par l'accès limité aux apports majeurs tels que les terres, le financement et les informations commerciales », selon l'étude menée en 2013 par la Banque mondiale sur l'égalité des sexes et les chaînes de valeur mondiales.

Les disparités entre les sexes ne peuvent pas s'expliquer entièrement par une discrimination explicite des lois et réglementations. Les barrières culturelles et le rôle des femmes au sein de leurs familles font qu'il est difficile pour elles d'atteindre des niveaux de productivité élevés et de développer suffisamment la taille de leurs entreprises pour les rendre compétitives sur les marchés internationaux.

Biais réglementaires

Les barrières légales et réglementaires sont plus importantes pour les femmes. Le rapport sur les femmes, le commerce et la loi de 2016 « Women, Business and the Law 2016 » (Banque mondiale, 2015), en donne la preuve : au moins une loi entraverait les possibilités économiques des femmes dans 90 % des 173 économies étudiées. Dans les économies présentant des différences légales, les entreprises détenues et gérées par des femmes qui ont répondu à l'enquête affirment payer plus de dessous-de-table. Cela indique qu'une disparité légale entraîne des frais supplémentaires pour les entreprises détenues par des femmes¹⁴.

Dans de nombreux pays, les barrières légales restreignent les droits de femmes à travailler et à détenir des actifs. Ces inégalités commencent avec les droits de succession. D'après les données du rapport, dans 33 pays sur les 173, les fils et les filles n'ont pas les mêmes droits lorsqu'ils héritent de leurs parents ; 18 de ces pays se trouvent dans la région MOAN.

Le Dell Scorecard¹⁵ souligne de fortes disparités entre les sexes dans 31 pays, en particulier en ce qui concerne les droits légaux. Les femmes mariées sont particulièrement désavantagées. En Égypte, en Malaisie et dans 26 autres pays, le mari dispose d'un droit de veto légal en tant que décideur final du foyer. En Inde, au Pakistan et en Tunisie, l'inégalité des droits de succession et les restrictions en matière professionnelle limitent l'accès des femmes au capital de départ et aux garanties. Le chapitre 4 décrit les initiatives des réformes visant à réduire ce biais dans trois pays africains.

Dans la région MOAN, les taux d'entrepreneuriat des femmes sont les plus bas au monde¹⁶. L'enregistrement d'une entreprise est plus difficile, en partie du fait que certains

pays exigent l'autorisation d'un tuteur de sexe masculin. Lorsque les droits relatifs au capital familial à des fins de garantie sont limités, les femmes ont du mal à accéder au crédit. Entre 50 et 75 % des femmes entrepreneurs de cinq pays (Bahreïn, Jordanie, Liban, Tunisie et Émirats arabes unis) ont fait des demandes de financements extérieurs pour leurs entreprises et la plupart des demandes n'ont pas abouti. Les barrières comprennent des taux d'intérêt élevés, des exigences en termes de garantie, l'absence de références et un processus de candidature complexe¹⁷. De plus, dans 127 pays couverts par les données de la Banque mondiale, la loi n'interdit pas la discrimination par les créanciers sur la base du sexe pour l'accès au crédit.

L'absence de droits de propriété, de propriété foncière et d'actifs les freine pour emprunter lorsque des garanties sont exigées, en particulier lorsque les taux de remboursement élevés des prêts ne sont pas pris en compte par les agences d'évaluation du crédit qui leur refusent l'avantage de l'historique de solvabilité¹⁸. Les politiques nationales qui s'appliquent à la propriété foncière et à l'égalité des droits à posséder et à louer permettent d'éliminer ces contraintes. Dans la pratique, les politiques foncières nationales sont politiquement chargées et difficiles à mettre en place¹⁹.

Les approches innovantes en matière de crédit non basées sur la propriété foncière offrent des opportunités alternatives pour développer l'accès au capital pour les femmes²⁰. En général, les marchés du crédit manquent encore d'innovation pour les prêts basés sur les flux de trésorerie ou le crédit des exportateurs. Le chapitre 4 décrit certaines des innovations qui permettent d'éliminer cette barrière.

Les barrières liées à la maternité

De nombreuses entreprises craignent que la maternité ne vienne interrompre l'emploi des femmes, avec des congés maternité et du personnel de remplacement onéreux pour les employeurs. D'après les données du rapport « Women, Business and the Law 2016 » (Banque mondiale, 2015), 167 pays sur les 173 étudiés rendent obligatoires les congés maternité, qu'ils soient payés ou non. Dans 49 pays, les avantages des congés maternité sont totalement assumés par les employeurs et dans 32 pays, l'employeur prend une partie des coûts en charge. Dans les pays qui garantissent des congés maternité payés aux femmes et (co-)financés par les employeurs, les femmes sont plus coûteuses en termes de frais à court terme, ce qui empêche les entreprises de les embaucher ou réduit leur salaire.

ENCADRÉ 6 : Le fonds national de maternité innovant de Jordanie

Les préoccupations des employeurs en matière de maternité peuvent être surmontées en réformant les lois commerciales afin d'inciter les employeurs et les employés à contribuer à un fonds national de maternité. Cela pourrait réduire le coût pour les employeurs qui embauchent des femmes avec des enfants en bas âge. Les réformes récentes en Jordanie constituent un modèle pour réussir la création d'un fonds national de maternité.

Le Parlement jordanien a récemment fait passer une grande loi sur la réforme de l'assurance sociale qui étend la couverture aux micro-entreprises et ajoute des prestations de chômage, de santé et de maternité à l'ensemble des mesures. Il y a peu de

temps encore, le coût total des congés maternité, notamment les 10 semaines de congés maternité payés, était supporté par l'employeur. Cela décourageait certains employeurs à embaucher des femmes et contribuait sans doute au très faible taux d'activité des femmes dans le secteur privé.

La réforme finance les congés maternité grâce à un prélèvement de 0,75 % sur les salaires de tous les salariés, quel que soit leur sexe. Les employeurs et les employés contribuent à un fonds de maternité, géré par le système de sécurité sociale de Jordanie (Social Security Corporation).

Source : Banque mondiale (2013a).

Biais culturels

D'après le rapport de l'ONU sur les femmes dans le monde « World's Women » (2010)²¹, dans toutes les régions du monde, les femmes consacrent au moins deux fois plus de temps que les hommes aux tâches domestiques non payées. Lorsque le travail non rémunéré est pris en compte, le nombre total d'heures de travail des femmes est plus élevé que celui des hommes.

En République-Unie de Tanzanie, les femmes ont tendance à quitter la vie active plus jeunes que les hommes à cause de leurs responsabilités familiales, d'après l'étude de l'Organisation internationale du travail (OIT) de 2010. Les femmes ont plus tendance que les hommes à s'engager dans le travail domestique et à travailler à leur compte, alors que les hommes ont plus tendance à vouloir gagner de l'argent et à s'engager dans l'emploi salarié²².

Le temps n'est pas le seul obstacle à une pleine participation économique, les préjugés sexistes constituent aussi un facteur de frein dans les pays développés et en développement. Par exemple, une majorité des PME exportatrices canadiennes détenues par des femmes estiment que le genre joue un rôle dans le fonctionnement et l'internationalisation de leurs entreprises. Une enquête révèle que 75 % d'entre elles estiment que le genre joue un rôle, et ont notamment « perçu un manque de respect des hommes chefs d'entreprises, des bravades, du chauvinisme ; elles ne sont pas toujours prises au sérieux ; certains hommes d'affaires refusent de faire affaire avec une femme et les décisions sont vérifiées par des employés masculins ». Les entreprises détenues par des femmes ont donc moins tendance à se développer et à s'internationaliser²³.

Travail ou famille ?

Dans la plupart des économies, c'est la femme qui assume la principale responsabilité du travail de reproduction et non rémunéré, notamment les tâches ménagères, la garde des enfants et la prise en charge des malades et des personnes âgées. Les femmes, qui manquent de temps, rencontrent plus de difficultés que les hommes à s'ouvrir aux nouvelles possibilités économiques.

Dans de nombreux pays, on s'attend toujours à ce que les femmes quittent leur emploi dès qu'elles ont des enfants car elles continuent à supporter seules la charge des tâches domestiques. Un sondage par panel concernant le marché du travail en Jordanie²⁴ a révélé que malgré les niveaux de formation des femmes (qui dépassent désormais ceux des hommes), l'âge plus avancé du mariage des femmes, la baisse du taux de fécondité et le développement du secteur privé, les femmes « estiment qu'il est difficile de concilier un travail dans le secteur privé et leurs responsabilités familiales ».

La pénurie de services sociaux tels que les garderies à faibles coûts et les problèmes de transport découragent certaines femmes à chercher un emploi dans le secteur privé.

Les femmes sont donc obligées de travailler à leur compte à cause du manque de possibilités d'emploi dans un secteur public restreint, un secteur privé réticent à embaucher à cause des allocations de maternité obligatoires et du rôle domestique des femmes.

La création d'une entreprise n'est pas toujours un choix positif pour les femmes mais plutôt le résultat d'une absence de perspectives d'emploi. Elles estiment aussi que l'environnement commercial n'est pas favorable. L'Égypte constitue un exemple. Une évaluation 2015 du Global Entrepreneurship Development Institute (Institut National du Développement de l'Entrepreneuriat), qui a étudié les difficultés pour les femmes à développer des entreprises dans 31 pays du monde, place l'Égypte à la 28^{ème} place²⁵.

ENCADRÉ 7 : Le paradoxe régional Moyen-Orient/Afrique du Nord

Les investissements dans le capital humain, les niveaux supérieurs d'instruction des femmes et les indications d'âge repoussé du mariage ne se sont pas encore traduits par des augmentations de la participation des femmes à la vie économique de la région.

Cette situation est connue comme étant le « paradoxe MOAN ». La faible participation des femmes à l'économie est attribuée à des facteurs socio-économiques, culturels, individuels, structurels et institutionnels intimement liés.

Le marché du travail de la plupart des pays du MOAN est fortement segmenté, avec un cloisonnement de l'activité des entreprises et du travail des femmes à un nombre restreint de secteurs considérés comme culturellement appropriés. Les femmes sont sur-représentées dans le secteur public, lequel est perçu comme plus accueillant que le secteur privé, en particulier pour les femmes mariées. Alors que la part des femmes dans l'agriculture varie selon les pays, les preuves soulignent la « féminisation croissante de l'agriculture » dans la région.

La majeure partie du travail des femmes est informel, offrant peu d'assurance sociale et de droits et des revenus faibles. Une part importante du travail des femmes dans la région est considérée « vulnérable », avec pour conséquence une faible protection contre les chocs économiques.

Les études mondiales sur l'entrepreneuriat montrent que dans la région, les femmes sont moins engagées dans les activités entrepreneuriales que les hommes. Les femmes entrepreneurs gèrent souvent des entreprises plus jeunes, dont plus des deux tiers sont plutôt associées aux industries des secteurs de la consommation et aux services personnels. Dans la région dans son ensemble, seulement 54 % des femmes propriétaires d'une entreprise dirigent aussi leur entreprise, contre 90 % pour les hommes. Dans la région, seule une petite proportion de femmes occupent des postes de haute direction ou d'encadrement.

Source : Government Social and Development Resource Center (2013).

Accès au capital

L'accès limité à la propriété foncière et aux financements entraîne plus de contraintes pour les femmes que pour les hommes. Les femmes ont moins facilement accès aux financements car elles ont moins d'historique de solvabilité et de biens à offrir en garantie. Cela peut expliquer la raison pour laquelle elles se concentrent davantage dans les entreprises à moins forte capacité capitalistique.

Les femmes australiennes impliquées dans le commerce international par exemple, estiment qu'il est difficile d'attirer les capitaux nécessaires des institutions financières locales. « Il s'agit d'une lourde contrainte qui pèse sur leurs ambitions d'internationalisation et un frein au développement futur de l'économie australienne »²⁶ (encadré 8).

ENCADRÉ 8 : Les exportatrices australiennes rencontrent des difficultés financières

Une étude sur les femmes exportatrices en Australie révèle que 74 % des propriétaires gérantes engagées sur le plan international souhaitent augmenter le nombre de pays dans lesquels elles sont présentes. Lorsqu'on leur demande d'indiquer dans quelle mesure certaines barrières ont entravé leurs efforts d'expansion, les femmes propriétaires et gérantes déclarent être contraintes par un accès limité aux financements.

La plupart des entreprises détenues par des femmes ne font pas appel aux banques comme

source principale de capitaux. La majorité dépend des profits réinvestis. L'épargne personnelle est utilisée par 17 % des entreprises engagées au niveau international et 26 % d'entre elles sont sur le point de s'internationaliser. Les crédits bancaires étaient la principale source de financement pour seulement 20 % des organisations internationales et légèrement moins (17 %) pour les entreprises nationales.

Source : WIGB-UNIMELB (2015).

Accès aux informations relatives aux marchés et aux réseaux

Les femmes dans le monde des affaires sont moins nombreuses que les hommes à appartenir à des réseaux commerciaux formels. Les réseaux commerciaux offrent une formation formelle, des informations, des conseils, permettent un accès aux marchés, aux partenariats et à un plaidoyer politique mais aussi des encouragements et de l'aide. Cependant, les normes et barrières sociales peuvent empêcher les femmes d'intégrer les réseaux d'entreprises.

D'après le rapport sur les femmes de 2010 « 2010 Women's Report » du Global Entrepreneurship Monitor, les femmes entrepreneurs de plusieurs pays faisaient partie de réseaux moins divers et plus petits et avaient tendance à s'appuyer davantage sur leurs contacts personnels.

L'impact des réseaux sur les entreprises des femmes en Argentine a été étudié par le Vital Voices Global Partnership. L'équilibre entre les responsabilités familiales et professionnelles a été considéré comme un obstacle majeur ou significatif par 44 % des femmes chefs d'entreprises au Nigéria et par 37 % d'entre elles en Argentine. Cette difficulté était plus marquée pour les femmes gérantes, cadres et exerçant une activité libérale. Les femmes argentines étaient moins nombreuses à déclarer rencontrer des difficultés (peut-être aussi parce que 51 % déclaraient ne pas avoir d'enfants à la maison contre 28 % pour les Nigérianes). Certaines entreprises interrogées avaient demandé à ce que les événements aient lieu à l'heure du déjeuner ou à d'autres moments de la journée de travail afin de faciliter la présence des femmes qui ne pouvaient pas venir en dehors des heures de bureau.

Les téléphones mobiles peuvent favoriser l'accès aux informations (voir le chapitre 4). Les femmes possèdent toutefois moins de téléphones mobiles. D'après le rapport de la GSMA Cherie Blair Foundation de 2010, les femmes sont 300 millions moins nombreuses que les hommes à posséder un téléphone mobile. L'étude de la GSMA a révélé que le coût et l'impression que le téléphone mobile n'est pas nécessaire constituent les deux principaux obstacles à la connexion des femmes dans les pays en développement²⁷.

Les femmes productrices estiment que les opportunités du marché sont difficiles à identifier et à saisir. L'accès au marché et la croissance peuvent être particulièrement problématiques pour les femmes de l'économie informelle. L'Organisation des Nations Unies pour l'alimentation et l'agriculture (FAO) remarque par exemple qu'il existe des lacunes en matière de participation des femmes au développement et aux services de formation.²⁸

En Afrique, les exploitants étaient tout à fait disposés à travailler avec des femmes productrices afin de promouvoir les nouvelles cultures et changer les pratiques existantes. Ce sont les agents de vulgarisation agricole et les techniciens qui ont imposé les barrières les plus lourdes ; même les femmes productrices se sont évertuées à changer leur vision des choses, leurs paradigmes et leur approche. La résistance a été forte. Elles ont dû travailler avec plus d'acharnement pour apporter de nouvelles idées et utiliser des techniques participatives permettant de promouvoir davantage de pratiques inclusives et de diagnostics.

Inadéquations

Le décalage entre la formation et les compétences nécessaires aux emplois du secteur privé concerne davantage les femmes que les hommes. Les systèmes de formation définissent des normes de genre avec des répercussions importantes²⁹, et les écoles et universités n'offrent pas toujours aux filles un environnement propice à l'apprentissage³⁰.

Malgré le niveau d'instruction élevé atteint dans la région MOAN, une étude de la Banque mondiale révèle que ³¹:

« Il existe un décalage entre ce que les étudiants apprennent et ce que les emplois de production requièrent et ce problème est plus marqué pour les femmes. D'après les normes de genre, les femmes ont tendance à suivre des études dans les domaines de l'éducation, de la santé et du bien-être, des lettres et sciences humaines, et de l'art. Ces spécialités limitent les opportunités d'emploi des femmes qualifiées au secteur public dont les postes sont disponibles dans l'éducation, la santé et l'administration. Malheureusement, compte tenu des contraintes budgétaires, le nombre de nouveaux postes dans ces domaines est en baisse ».

Une étude menée par la Conférence des Nations Unies sur le commerce et le développement³² a révélé que les secteurs des hautes technologies associés aux produits chimiques, électriques, électroniques et aux applications, mais aussi aux machines industrielles et au matériel de transport, ont des conséquences indirectes sur les exportations de services. Certains secteurs utilisent des services spécialisés. Le faible taux d'activité des femmes dans ces secteurs constitue une entrave à la répartition équitable des bénéfices.

D'après cette étude, le faible taux d'activité des femmes dans les industries des hautes technologies doit être rectifié afin d'améliorer l'égalité entre les sexes. L'étude recommande de mener des initiatives telles que l'attribution de bourses afin d'inciter les femmes à entreprendre des études de sciences et d'ingénieur et d'améliorer ainsi leur accès aux technologies.

Les initiatives innovantes visant à former les femmes à des postes d'encadrement sont importantes. Plusieurs initiatives sont décrites dans le chapitre 4 et devraient permettre de rectifier ce problème.

Influence des politiques

Les conclusions générales relatives à la taille des entreprises et à leur rentabilité constituent une base rationnelle pour « une meilleure égalité entre les sexes en ce qui concerne la propriété des entreprises, grâce notamment à des politiques visant à encourager la présence de femmes à la tête des grandes entreprises »³³.

Les défis abordés dans ce chapitre soulignent les raisons pour lesquelles les femmes sont moins nombreuses que les hommes à détenir et à gérer des entreprises internationales. Plusieurs preuves viennent étayer le fait que les femmes gèrent des entreprises plus petites et se concentrent sur un éventail plus réduit de secteurs à forte intensité de main-d'œuvre³⁴.

Les entreprises gérées par des femmes exportent vers les pays voisins alors que leurs homologues masculins exportent plus loin, selon une étude de la Banque mondiale sur les femmes dans le commerce en Afrique. Cette étude conclut que les entreprises détenues par des femmes rencontrent plus de contraintes commerciales au-delà de la frontière avec la Tanzanie que les entreprises détenues par des hommes.³⁵

Ces conclusions reflètent la faible productivité et la faible participation des femmes dans l'économie formelle. Les entreprises manufacturières détenues par des femmes sont proportionnellement moins nombreuses que celles détenues par des hommes dans toutes les régions, à l'exception de l'Asie-Pacifique. Les femmes sont par ailleurs beaucoup moins nombreuses aux postes de direction³⁶.

D'autres études ont révélé que les entreprises détenues par des femmes dans le secteur formel étaient beaucoup moins rentables que celles des hommes. Les différences dans la participation sectorielle constituent une raison majeure des écarts de performances entre les sexes. La plupart de ces différences sont attribuables à la taille relativement plus petite des entreprises détenues par des femmes.³⁷

Les mesures non tarifaires touchent plus durement les femmes

Les barrières modernes au commerce prennent la forme de mesures non tarifaires (MNT) telles que les normes ou les réglementations. Elles peuvent aussi prendre la forme de procédures douanières et de manutention portuaire fastidieuses. L'une des caractéristiques des MNT est qu'elles entraînent souvent des coûts fixes pour les exportateurs, qui ne changent pas en fonction du nombre ou de la quantité de produits exportés.

Les PME sont souvent touchées de façon disproportionnée par ces coûts commerciaux (ITC et OIT, 2014). Contrairement aux grandes entreprises, la plupart des PME ne disposent pas de services commerciaux ou internationaux internes avec des experts qui savent comment réduire efficacement les coûts commerciaux applicables. Les PME ont tendance à disposer de ressources limitées et d'un seuil réduit d'absorption des risques, en particulier sur des marchés extrêmement concurrentiels (OCDE, 2006). En outre, comme les PME échangent souvent de plus petites quantités, les coûts commerciaux fixes augmentent le coût unitaire de leurs marchandises par rapport à celui des concurrents qui exportent de plus gros volumes. Comme les entreprises détenues par des femmes sont souvent plus petites que celles des hommes, elles subissent souvent les MNT de façon plus marquée.

Une récente étude de l'ITC basée sur les données issues des enquêtes sur les MNT de 11 500 entreprises réparties dans 23 pays en développement invite à réduire les barrières par l'allègement des démarches administratives et de la bureaucratie aux frontières pour abaisser considérablement les coûts commerciaux. Ces barrières ont des conséquences sur les entreprises détenues par des femmes mais aussi sur celles des hommes.

Les enquêtes de l'ITC révèlent que les MNT sont particulièrement lourdes pour les petites entreprises des pays en développement. Les conséquences sont plus importantes encore pour les entreprises détenues par des femmes car elles sont souvent plus petites. L'analyse de l'ITC en Palestine par exemple indique que les MNT sont plus lourdes pour les entreprises détenues par des femmes (encadré 9).

C'est dans le secteur agroalimentaire que les MNT telles que les normes sanitaires et phytosanitaires (SPS) ont les conséquences les plus fortes. Une étude de la Banque mondiale de 2013 montre que les normes SPS et l'absence d'harmonisation constituent une charge pour les petits producteurs, qui sont souvent des femmes, dans les pays en développement³⁸.

ENCADRÉ 9 : Plus de femmes entrepreneurs touchées par les MNT en Palestine

L'enquête de l'ITC sur les MNT en Palestine révèle que 56,5 % des entreprises d'exportation palestiniennes sont concernées par des MNT lourdes ou des obstacles liés au commerce. Cela correspond au taux moyen des pays étudiés par l'ITC.

L'ampleur du phénomène dépend du fait de savoir si une entreprise est détenue et gérée par une

femme ou non. Alors que le nombre d'entreprises détenues par des femmes dans l'étude est trop faible pour en tirer des inférences statistiques, les moyennes suggèrent que les entreprises détenues par des femmes sont plus souvent affectées : 73,5 % des entreprises détenues par des femmes soulignent des MNT contraignantes contre 53,6 % des entreprises détenues par des hommes.

Source : ITC (2015c).

NOTES DE FIN

14. SFI, (2011).
15. Le barème Scorecard Global Women Entrepreneur Leaders de 2015, parrainé par Dell Inc. et produit par ACG Inc., est un outil de diagnostic basé sur des données qui identifie les entraves à l'entrepreneuriat à fort potentiel des femmes et présente des mesures destinées à améliorer les conditions de développement de l'entrepreneuriat féminin à fort potentiel au niveau national. Le barème comprend un classement et fournit des mesures susceptibles de permettre aux gouvernements, aux grandes entreprises, aux médias et aux entrepreneurs d'augmenter le nombre de femmes d'entreprises à fort potentiel. L'initiative souligne aussi les bonnes pratiques telles que les politiques, les programmes et les initiatives prometteuses pour l'entrepreneuriat des femmes à fort potentiel. Disponible à l'adresse <http://i.dell.com/sites/doccontent/corporate/secure/en/Documents/2015-GWEL-Country-Category-Scores.pdf>
16. Chamlou, N., Klapper, L. and Muzi, S. (2008).
17. SFI (2011).
18. Narain, S. (2009).
19. Banque mondiale, 2013b.
20. Narain, 2009.
21. Nations Unies (2010).
22. OIT (2010a).
23. Orser, Cartier and Townsend, (2004).
24. Assaad, R., Hendy, R. and Yassine, C. (2012).
25. Dell Scorecard (2015).
26. WIGB-UNIMELB (2015).
27. GSMA (2010).
28. FAO (nd).
29. ESCWA (2012).
30. GSDRC (2013).
31. Banque mondiale (2013a).
32. Banga and Bansal (2011).
33. Amin, (2010).
34. Fontana, (2009), Banque mondiale (2013a).
35. Brenton et.al. (2013).
36. Données issues de l'enquête sur les entreprises de la Banque mondiale. Disponibles à l'adresse <http://www.enterprisesurveys.org/data/exploretopics/gender>
37. Sabarwal and Terrell, (2008).
38. Banque mondiale (nd).

CHAPITRE 4

Faire tomber les barrières au commerce

Les Institutions d'aide au commerce et à l'investissement (IAC), les gouvernements, les multinationales et les organisations non-gouvernementales s'attaquent aux barrières commerciales présentées au chapitre 3. Ces initiatives permettent d'intégrer les entreprises détenues par des femmes sur les marchés internationaux et dans les chaînes de valeur. Ce chapitre donne des exemples de réussites et démontre les liens entre les barrières et les solutions.

Les conclusions soulignent le besoin d'adopter une approche multidimensionnelle et coordonnée visant à éliminer des barrières pour les femmes entrepreneurs en supprimant plusieurs obstacles immédiatement et en coordonnant le travail des différentes parties prenantes.

Ce chapitre révèle que les initiatives entreprises par les IAC, les multinationales et les ONG pour augmenter la participation des femmes aux échanges combinent souvent les éléments suivants :

- Un meilleur accès au financement ;
- Un meilleur accès aux informations sur les marchés ;
- Le renforcement des capacités et la formation.

Les objectifs visant à s'approvisionner auprès d'entreprises détenues par des femmes constituent un quatrième élément contenu dans les programmes d'approvisionnement des secteurs public et privé. De plus, l'action gouvernementale inclut souvent des mesures législatives permettant d'améliorer l'accès aux financements et à la propriété foncière par les femmes.

Les institutions d'appui au commerce et à l'investissement investissent dans les femmes

L'un des obstacles soulignés au chapitre 3 est l'inadéquation des compétences. Les IAC sont particulièrement actives dans ce domaine et permettent un renforcement spécifique des capacités et une facilitation du marché visant à soutenir les femmes entrepreneurs.

La Malaysia External Trade Development Corporation (MATRADE), par exemple, a démarré en 2005, dans le but d'aider les exportatrices à se développer dans les secteurs non-traditionnels. L'accompagnement personnalisé, l'aide à la commercialisation des produits et services, la formation à l'amélioration des compétences et les autres services de soutien aux exportations en font partie intégrante. Les programmes d'accompagnement lient les exportateurs aux établissements financiers et aux autres groupes de soutien afin de stimuler leur croissance. L'accompagnement personnalisé des entreprises est complété par des liens avec le financement du commerce, les marchés et les renseignements commerciaux, mettant ainsi à profit le réseau MATRADE qui est composé de 42 agences réparties dans 35 villes.

Les femmes entrepreneurs et les associations commerciales de femmes doivent impérativement participer à l'élaboration du programme par le biais d'un processus consultatif. MATRADE mène des enquêtes et interroge les femmes entrepreneurs concernant les contraintes et les défis qu'elles doivent relever en tant qu'exportatrices, et ce afin de justifier l'élaboration du programme.

MATRADE participe également à l'élimination des barrières culturelles et à la lutte contre les stéréotypes. Elle sensibilise également les hauts fonctionnaires associés au commerce aux questions de genre dans le domaine commercial en matière de douanes, d'autorisations et d'inspections. (Des informations supplémentaires sont disponibles à l'Annexe II concernant le travail de MATRADE).

L'International Women's Coffee Alliance (IWCA) constitue un autre exemple de renforcement des capacités. L'organisation accompagne ses membres (productrices de café, torréfactrices, exportatrices et acheteuses) pour obtenir la meilleure qualité possible en matière de production et de transformation du café. Elle forme les femmes entrepreneurs pour une gestion plus efficace de leurs entreprises, en expliquant par exemple comment ouvrir et tenir un compte bancaire. L'ITC travaille aussi avec l'IWCA en République-Unie de Tanzanie, au Burundi, au Rwanda et en Ouganda afin de renforcer les compétences de ces femmes entrepreneurs et de leur permettre d'accéder au marché dans ces pays.

En Australie, les femmes entrepreneurs constituent l'un des segments commerciaux dont la croissance est la plus rapide dans le pays. Elles sont toutefois moins susceptibles de devenir exportatrices. En réponse à cela, l'Australian Trade Commission (Austrade)³⁹ a défini le programme Women in Global Business pour augmenter leur participation au commerce et aux investissements internationaux et pour leur offrir des avantages économiques et créer des emplois grâce à une plus grande diversité.

Le programme inclut plusieurs composants qui visent à renforcer les capacités et à améliorer la connectivité. Il fournit des informations et des ressources, des services de soutien, de défense des intérêts, de connexion et de communication avec les femmes d'affaires australiennes. Il travaille en étroite collaboration avec les parties prenantes et les partenaires du secteur privé, en offrant un programme d'accompagnement, un renforcement des compétences et des capacités, des ateliers et des événements, des activités de recherche sur les barrières et motivations des femmes lorsqu'elles s'engagent dans les marchés internationaux, des informations et des relations ainsi que la défense des intérêts sur les plans domestiques et internationaux. Son modèle de « guichet unique » a ouvert le premier chapitre international en 2015, en Indonésie, et devrait rapidement s'appliquer à d'autres pays, notamment la République populaire de Chine, le Pérou et le Viet Nam. (L'Annexe II comprend des informations supplémentaires sur le programme de l'Austrade).

Au Pérou, plusieurs organisations travaillent avec des femmes entrepreneurs afin d'améliorer l'accès au marché et la connectivité. Par exemple, le projet de l'ITC appelé Autonomisation des entreprises péruviennes appartenant à des femmes dans le secteur de l'alpaga relie les entreprises détenues par des femmes au marché américain. PromPeru (l'autorité de promotion des exportations du Pérou), ISUR (Instituto del Sur), Dircetur Puno (Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo Puno) et Amcham (Chambre de commerce américaine au Pérou) étaient impliqués dans la formation des femmes sur les exigences du marché des États-Unis. PromPeru a également organisé un événement de promotion des exportations pour ces entreprises détenues par des femmes afin qu'elles puissent rencontrer des acheteurs, notamment deux instituts de la mode importants de Los Angeles. Ces rencontres entre les acheteurs et les vendeurs ont permis aux femmes entrepreneurs de réaliser des transactions, ce qui crée des relations potentiellement productives.

Politiques et législation ayant un impact

Les femmes entrepreneurs subissent les conséquences de l'absence de cadres légaux et réglementaires et de l'application insatisfaisante de la loi. Les gouvernements sont mieux armés pour lutter contre ces barrières. Plusieurs pays ont pris des mesures importantes dans ce sens.

L'Éthiopie par exemple, a modifié sa loi sur la famille en 2000. Elle a relevé l'âge légal minimum du mariage pour les femmes, éliminant ainsi la possibilité pour l'homme de refuser que sa femme travaille à l'extérieur de la maison et exige le consentement des deux époux pour la gestion des biens matrimoniaux. Le cas de l'Éthiopie montre que les réformes qui accordent plus de droits aux femmes ont un impact mesurable sur l'emploi.

Grâce à deux enquêtes sur les ménages représentatives sur le plan national (une en 2000 juste avant la réforme et une autre cinq années plus tard), Hallward-Driemeier et Ousman (2015) ont constaté un changement substantiel dans les activités économiques des femmes. Leur participation aux tâches nécessitant de travailler hors de la maison, les temps pleins et le développement des compétences ont augmenté lorsque la réforme a été adoptée. La réforme initialement mise en œuvre dans certaines régions et villes a désormais été généralisée à l'ensemble du pays.

Les femmes rwandaises ont plus de chances de posséder des biens et fournissent des garanties de prêt plus facilement que dans les pays voisins. Cela peut s'expliquer par le fait que le pays a modifié sa loi matrimoniale et son droit successoral en 1999, accordant des droits de propriété aux femmes, notamment le droit d'hériter des terres de leurs parents. La loi sur les biens matrimoniaux et les successions protège le principe de non-discrimination et remplace les traditions qui excluent les femmes de la propriété des terres. La loi organique portant régime foncier adoptée en 2005 décrit le cadre des relations foncières et stipule que les femmes et les hommes ont des droits égaux en matière de terres. Les réformes foncières sont attribuables au moins en partie au rôle prédominant joué par les femmes après le génocide.

Souvent les pays qui accordent l'égalité des droits peuvent voir leur application restreinte par les lois coutumières. La Namibie accorde l'égalité des droits de propriété sur les biens et tente de changer les pratiques coutumières en matière de succession. Dans la région Centre-Nord d'Ondonga, où les femmes acquièrent les terres par succession, les coutumes ont été changés afin de favoriser les jeunes femmes plutôt que les jeunes hommes. Par conséquent, le nombre de familles dirigées par des femmes jeunes est en augmentation.

La parité dans les stratégies de développement commercial

Les barrières légales à l'entrepreneuriat des femmes peuvent également être éliminées par un autre canal, la création d'un cadre spécifique au genre par exemple. Une stratégie de développement commercial intégrant la question du genre permettrait d'examiner et de gérer les contraintes spécifiques au genre rencontrées par les femmes dans les transactions commerciales.

En 2010, l'ITC a travaillé avec le gouvernement ougandais pour intégrer une dimension de genre dans sa stratégie de développement commercial. Les femmes étaient présentes dans le secteur du café mais ne dégageaient pas de bénéfices économiques pour leur travail et ne recevaient pas les intrants agricoles dont elles avaient besoin pour augmenter leur productivité. Cette stratégie de développement commercial a lancé un projet afin de soutenir les femmes dans le secteur du café dans le pays et dans la région. L'ITC a travaillé avec l'WCA pour créer des chapitres nationaux au Burundi, au Rwanda, en République-Unie de Tanzanie, au Kenya et en Ouganda.

L'ITC a soutenu les groupes du café en Éthiopie, en République démocratique du Congo et au Cameroun. Ces groupes ont permis aux petits producteurs informels de prendre part à l'économie formelle. Les chapitres ont fourni un canal de commercialisation pour leur café et ont obtenu plus de 3 millions de \$.-U. pour leurs exportations de café vers les acheteurs internationaux à la recherche de petites quantités de café haut de gamme.

L'expérience des premiers adeptes de stratégies de développement commercial orientées vers l'égalité des sexes telles que celle développée par l'ITC et l'Ouganda, montre que les stratégies bien articulées et bien intentionnées ne sont pas toujours faciles à mettre en œuvre. Plusieurs défis émergent de la première série de stratégies nationales d'exportation intégrant la question du genre :

- Le manque de connaissances, de compréhension et de volonté au niveau national pour intégrer la question du genre et articuler les interventions spécifiques au plan d'action de la stratégie de développement commercial ;
- Le manque de données ventilées par sexe pour étayer la politique et mieux cibler les stratégies en cours d'élaboration ;
- Le manque d'expertise concernant les disparités liées au sexe au sein des principaux ministères responsables de la définition de la politique publique, notamment les ministères de l'agriculture, de l'industrie et de la pêche.

Un nombre croissant de pays, notamment le Botswana, la Jamaïque, l'Ouganda et la Grenade, ont terminé leur migration ou sont en train de migrer vers la deuxième étape de conception et de mise en œuvre de la stratégie de développement commercial impliquant la dimension de genre. Ces pays intègrent les leçons tirées de leurs expériences passées concernant la mise en œuvre de ces politiques.

Régler le problème de la connectivité pour des résultats exceptionnels

Les gouvernements jouent un rôle actif pour améliorer la connectivité des femmes entrepreneurs. Les Technologies de l'information et de la communication (TIC) pourraient faciliter la connectivité et améliorer l'accès aux marchés pour les femmes. La Banque mondiale (2013a) donne des exemples de la façon dont la technologie mobile a contribué à améliorer l'efficacité commerciale dans plusieurs pays.

Le Ghana a informatisé ses services douaniers pour gérer les taxes et réglementations transfrontalières. Cela a permis de réduire les rapports d'abus et de harcèlement sexuel, mais aussi d'environ la corruption à hauteur de 35 % (USAID 2012). En Inde et au Kenya, les systèmes téléphoniques ont amélioré la connectivité des femmes à la campagne, avec notamment un meilleur accès aux informations sur les prix des cultures vivrières, ce qui leur a permis de négocier de meilleurs prix avec les intermédiaires.

La Banque mondiale (2013a) souligne l'importance des actions complémentaires et des outils. L'innovation de nouveaux services de TIC doit s'accompagner d'ateliers de développement des compétences qui se tiendront à des endroits et des heures qui conviendront aux femmes.⁴⁰

Les marchés publics ouvrent leurs portes

L'identification des opportunités offertes par le marché est un domaine dans lequel les gouvernements peuvent jouer un rôle important pour réduire les difficultés. Les marchés publics et les objectifs associés constituent une option pour stimuler la participation des entreprises détenues par des femmes.

Les marchés publics représentent plus de 30 % du Produit intérieur brut (PIB) dans les pays en développement et 10 % du PIB dans les pays développés.⁴¹ Les gouvernements dépensent environ 10 billions de \$E.-U. par an pour l'achat de biens et services. Environ 1 % seulement de ces marchés est attribué à des entreprises appartenant à des femmes. L'investissement des gouvernements dans des réformes et une aide ciblée pour développer l'accès aux marchés publics peut donc profiter aux femmes et à leurs communautés. Les femmes déplorent l'absence d'informations sur les directives, réglementations et procédures gouvernementales en matière de passation de marchés. La taille relativement petite de leurs entreprises entrave leur capacité à accéder à des marchés importants.

Le guide de l'ITC 2014 sur « L'autonomisation des femmes par le biais de marchés publics » fait partie intégrante d'une initiative mondiale lancée en septembre 2014. L'initiative fait appel aux agences gouvernementales nationales, régionales et locales pour augmenter les approvisionnements auprès de prestataires femmes. Le guide de l'ITC a été développé après une série de larges consultations et définit un cadre détaillé pour aider les décideurs politiques à élaborer des politiques de marchés publics inclusives et créer un environnement plus propice aux affaires pour les entreprises appartenant à des femmes (encadré 10).

En 2015, l'ITC a lancé un cours d'apprentissage en ligne pour former les responsables des marchés publics sur la mise en œuvre de politiques et interventions inclusives. Une carte des marchés publics a été publiée pour présenter la façon dont plusieurs gouvernements abordaient la question.

La formation peut permettre aux femmes de mieux gérer la bureaucratie gouvernementale, les processus de marchés publics, les offres et les normes de qualité. Les formations utiles sur les marchés publics abordent plusieurs thèmes : la préparation et la soumission d'offres, la compréhension des termes et conditions du contrat et les façons de travailler avec les représentants du gouvernement. Cette formation peut aider les femmes à développer leurs entreprises, à s'implanter au-delà des frontières en tant qu'exportatrices et à interagir avec les gouvernements, groupes et agences à l'étranger.

Les pratiques et points de vue ancrés et délicats qui rendent difficile l'inclusion de politiques de marchés publics soucieuses de l'égalité des sexes nécessitent une forte volonté politique, un engagement ouvert et un plus large dialogue sur les besoins, comme l'a indiqué l'étude du Secrétariat du Commonwealth de 2013.⁴²

ENCADRÉ 10 : L'autonomisation des femmes grâce aux marchés publics

L'ITC recommande les mesures suivantes pour augmenter la participation des entreprises détenues par des femmes aux marchés publics :

- Publier toutes les possibilités de collaboration sur le site Web du Centre d'échange de documentation électronique et diffuser les mêmes informations directement aux organisations commerciales gérées par des femmes.
- Simplifier et normaliser la documentation relative aux appels d'offres et les procédures de présélection parmi les entités adjudicatrices.
- Permettre aux entreprises détenues par des femmes de présélectionner des groupes de contrats ou certaines catégories de marchandises, travaux et services.
- Veiller à ce qu'une agence d'approvisionnement puisse utiliser les résultats des procédures de présélection menées par une autre.
- Adapter les exigences techniques, financières et les autres exigences de présélection et de sélection à la taille et à la complexité des possibilités d'approvisionnement.
- Éviter d'inclure de multiples exigences dans un seul gros contrat.
- Laisser suffisamment de temps aux entreprises pour préparer les appels d'offres.
- Encourager l'utilisation des critères de récompenses les plus intéressants et les plus avantageux d'un point de vue économique lorsque c'est possible. (Cependant, les critères de récompenses les plus avantageux peuvent se révéler inappropriés lorsque cela implique une corruption ou augmente la complexité).
- Faire des commentaires dignes d'intérêt aux soumissionnaires non retenues sur les atouts et les faiblesses de leurs appels d'offres et suggérer des points d'amélioration.
- Mettre en place et appliquer des règles relatives au paiement rapide des entreprises détenues par des femmes par les maîtres

d'œuvre et les sous-traitants ; rendre les entités adjudicatrices et les dirigeants gouvernementaux responsables de ces règles.

L'initiative de l'ITC comprend les services suivants :

- **Un cours de formation en ligne** destiné aux responsables des marchés publics afin de les sensibiliser à l'importance des entreprises détenues par des femmes pour une économie saine. Le cours enseigne comment définir des procédures et une aide ciblée permettant aux entreprises détenues par des femmes d'accéder aux opportunités.
- **Une carte des marchés publics** fournit des données concernant plusieurs des 70 000 à 100 000 appels d'offres publics estimés et émis dans le monde tous les jours, ainsi que des informations sur la législation préférentielle relative aux marchés publics dans les pays.

La carte permet aux femmes entrepreneurs d'identifier les opportunités de passer des contrats avec les gouvernements et de créer un répertoire de la législation relative aux marchés publics dans le monde entier ciblant tout particulièrement les femmes entrepreneurs.

- **Cours de formation** destinés aux entreprises appartenant à des femmes. Le nivellement du champ d'action des marchés publics représente seulement la moitié de la solution. L'augmentation de la compétitivité par l'éducation, la formation et l'accompagnement correspond à l'autre moitié.

Les gouvernements qui créent des opportunités grâce à des zones protégées ou des objectifs peuvent aussi soutenir la formation des femmes. Une assistance technique peut être apportée par les agences gouvernementales, les IAC telles que les associations et organisations commerciales de femmes et les institutions de formation.

Source : ITC (2014).

Modèles de politiques éducatives

Les gouvernements peuvent jouer un rôle fondamental dans la réduction des disparités entre éducation et compétences des femmes entrepreneurs en intervenant à la source : l'éducation des filles.

Les politiques éducatives doivent promouvoir la scolarisation des filles et garantir qu'elle suivent jusqu'au bout le cycle scolaire. À ce sujet, l'approche des transferts d'argent conditionnels a été mise en œuvre dans plusieurs pays et semble être une politique prometteuse (OIT, 2011). Ce type de politiques cible les foyers dont les revenus sont les plus bas en créant des incitations économiques afin d'encourager une scolarisation à long terme des filles (Latapí et de la Rocha, 2009).

Les résultats du projet grâce à cette approche font apparaître une augmentation de la scolarisation des filles, une amélioration de la santé des enfants et une réduction de la pauvreté liée aux revenus. Ces schémas devraient également améliorer la qualité de l'éducation. Il est important de promouvoir le développement de compétences en encourageant les filles à étudier dans des domaines qui ne reproduisent pas les modèles de ségrégation par sexes de l'emploi faiblement rémunéré⁴³.

Initiatives financières

Les contraintes financières sont étroitement liées aux barrières légales et culturelles. Par exemple, les droits restreints en matière de possession des terres peuvent limiter l'accès au financement des femmes. Plusieurs programmes ont tenté de faciliter l'accès innovant au financement pour les femmes tels que des prêts basés sur le flux de trésorerie avec des garanties flexibles, un crédit direct des exportateurs aux producteurs ou des services financiers via les téléphones mobiles.

En Colombie, au Paraguay et au Pérou, la Banque mondiale des femmes a lancé un projet pour trouver des solutions aux besoins financiers non satisfaits des femmes, en accordant des prêts individuels sur la base d'une meilleure analyse des flux de trésorerie.

La comparaison des analyses des flux de trésorerie des ménages inclus dans le projet et les réponses données par les femmes lors des entretiens ont révélé une contradiction frappante. Les contributions économiques des femmes ont été perçues comme peu importantes par rapport aux principales contributions des cultures commerciales (généralement du point de vue du mari). Néanmoins, le revenu des femmes était souvent important en termes absolus et essentiel en termes de trésorerie et pour entretenir le bien-être de la famille hors saisons.

L'organisation non gouvernementale (ONG) a travaillé avec des prestataires de services financiers pour développer un prêt destiné à tous les clients ayant une activité de production, avec des exigences minimales en matière de documentation et des garanties flexibles. La flexibilité des garanties constitue un élément important pour les femmes car les actifs, en particulier la terre, appartiennent traditionnellement aux hommes.

En Ouganda, les femmes doivent se battre pour accéder aux crédits. Elles possèdent environ 39 % des entreprises qui disposent de locaux enregistrés, mais ne reçoivent que 9 % de crédit commercial. En 2007, la banque commerciale Development Finance Company d'Ouganda, en collaboration avec la SFI et l'Uganda Women Entrepreneur's Association, ont lancé le Women in Business Programme. L'attention particulière portée aux PME permet de proposer des prêts pour les femmes entrepreneurs sans besoin de mettre des terres en garantie.⁴⁴

Au Honduras, les crédits accordés aux femmes ont été proposés directement par les exportateurs. Le marché du crédit du pays est remarquablement tendu et l'accès au financement pour les projets agricoles à haut risque, avec ou sans propriété et quel que soit le sexe du propriétaire, est extrêmement restreint. Les prêts accordés aux femmes rurales sont plus petits que ceux accordés aux hommes pour des activités similaires⁴⁵.

Le Honduras a développé ses exportations de légumes orientaux. La production de ces légumes est strictement orientée vers les exportations car il n'existe aucun marché intérieur pour ces produits. Les exportateurs fournissent les intrants et accordent des crédits aux producteurs, à cause des marchés relativement fermés du crédit. Un exportateur a remarqué que les retards de remboursement des crédits des femmes productrices étaient presque nuls, ce qui n'est pas le cas pour les hommes qui affichent des niveaux de retard importants. Les coûts de financement pour l'exportateur étaient inférieurs avec les femmes productrices. L'exportateur recrute désormais activement des femmes productrices dans son équipe. La part de productrices de légumes orientaux a augmenté jusqu'à 30 % ces 15 dernières années.

Les téléphones mobiles rendent les femmes autonomes

Le téléphone mobile constitue une révolution à faible coût pour démocratiser l'accès aux services financiers. Il peut aider les femmes à augmenter leur épargne en leur permettant de réaliser régulièrement des dépôts. Les téléphones mobiles et d'autres modes de communication permettent aux établissements financiers de toucher les marchés distants susceptibles d'être trop coûteux ou difficiles à servir.

La Banque mondiale des femmes teste des moyens pour les marchands locaux d'accepter des dépôts par le biais de bornes installées dans des points de vente mais également par le biais de banques par téléphone mobile comme outil d'épargne.

M-PESA au Kenya est un exemple de service basé sur la téléphonie mobile qui permet de réaliser des transactions monétaires moins chères, plus vite et plus facilement. Les recherches ethnographiques révèlent que M-PESA aide les femmes rurales à moins dépendre de leur mari car la possibilité de réaliser des transactions grâce à leurs téléphones mobiles leur permet d'éviter de se déplacer jusqu'à la banque ou dans le bureau de poste le plus proche⁴⁶.

Formation et défense des droits

Certaines initiatives montrent comment éliminer plusieurs barrières simultanément. WEConnect International, une organisation mondiale à but non lucratif dirigée par des entreprises et qui travaille à améliorer la connectivité et les compétences des femmes entrepreneurs⁴⁷, forme, enregistre et certifie des entreprises commerciales féminines détenues et gérées à 51 % par une ou plusieurs femme(s). Son but est d'augmenter les revenus financiers des femmes qui approvisionnent les grandes organisations, notamment des sociétés, des gouvernements et des groupes multilatéraux. (Les principaux facteurs de réussite et le processus sont disponibles dans l'Annexe II).

WEConnect International a identifié les problématiques suivantes :

- Le manque de moyens financiers pour répondre à la demande ;
- Le manque de clarté concernant le meilleur modèle commercial d'expansion ;
- Le manque de connaissances et d'infrastructures pour répondre aux contraintes financières ;

- L'absence de certification que les acheteurs et les vendeurs doivent comprendre hors des États-Unis.

L'Initiative de Goldman Sachs 10 000 Women constitue un autre exemple de renforcement des capacités. Lancée en 2008, l'initiative offre une formation commerciale et de gestion dans le monde entier aux femmes mal desservies, par le biais de partenariats entre les universités britanniques et américaines et les écoles de commerce dans les pays cibles.

Le programme est développé par les écoles de commerce et adapté au contexte culturel et aux contraintes des femmes dans chaque pays. En Égypte, l'initiative offre un programme de certificat entièrement financé, de cinq semaines, dans l'entrepreneuriat et le leadership pour certaines femmes entrepreneurs. L'initiative devrait certifier 500 femmes sur cinq ans. Une récente évaluation indépendante du programme en Inde a rapporté un impact positif sur les compétences et la confiance des femmes à diriger des entreprises prospères.

Les entreprises et les ONG peuvent aussi intervenir lorsque des politiques collectives et la défense des intérêts sont nécessaires pour faciliter et suivre la mise en œuvre de la législation gouvernementale et des objectifs.

La politique Women Impacting Public Policy, créée en 2001 aux États-Unis avec le programme American Express OPEN the Give Me 5 Program pour garantir que le gouvernement fédéral « mis de côté » ne reste pas seulement dans la case des statuts mais devient bien une réalité. (Pour en savoir plus, consulter l'Annexe II).

Cette initiative répond aux demandes de mesures positives et aux mandats pendant les années 60 et 70 en soutien aux entreprises commerciales des femmes. Les statistiques ne révèlent pas d'amélioration. En 2000, le Président américain Bill Clinton a signé une loi, promulguée en février 2011, stipulant que le gouvernement fédéral devait confier au moins 5 % de ses marchés publics à de petites entreprises détenues par des femmes. Malgré cela, selon l'Administration américaine des petites entreprises, seulement 4 % des dépenses fédérales étaient allouées à de petites entreprises détenues par des femmes.

La Women Impacting Public Policy (WIPP) forme les femmes chefs d'entreprises sur la façon d'utiliser et de garantir des opportunités de marchés publics fédéraux. WIPP International a ensuite été utilisée pour étendre l'initiative à d'autres pays, en renforçant les capacités des modèles de leadership et de collaboration, en accompagnant et en mettant en œuvre des programmes d'éducation solides. Elle préconise les mesures suivantes :

- Engager un pourcentage des opportunités d'achat fédérales pour les femmes propriétaires d'entreprises ;
- Considérer qu'une femme est propriétaire d'une entreprise lorsqu'elle en possède au moins 51 % et mandater des certifications industrielles ;
- Faciliter l'accès aux différents types de capitaux ;
- Garantir la recherche pour justifier l'état de l'entrepreneuriat féminin.

Marchés privés

Les initiatives des marchés privés sont également précieuses dans l'optique d'accès aux marchés. L'amélioration de la performance de leur chaîne d'approvisionnement constitue un stimulant pour définir les programmes de diversité. Toutefois, la situation économique d'une chaîne d'approvisionnement incluse n'est pas bien comprise au niveau international. Les barrières à l'augmentation de la part de femmes dans les marchés privés restent les suivantes :

- Les femmes entrepreneurs ne savent pas quelles organisations en ont besoin.
- Les grandes sociétés considèrent qu'il est difficile de trouver des entreprises appartenant à des femmes et qui remplissent les conditions requises. C'est problématique dans les pays où les données relatives aux entreprises détenues par des femmes font défaut.
- Même lorsque les acheteurs et les vendeurs peuvent entrer en contact les uns avec les autres, il existe souvent des limites aux quantités qu'il est possible de livrer et concernant la capacité des vendeurs à répondre aux spécifications des grandes entreprises.

Les grandes entreprises déploient leurs initiatives de diversité des fournisseurs dans les pays en développement. Certaines recherchent activement des entreprises détenues par des femmes pour leurs chaînes d'approvisionnement et renforcent leurs compétences pour répondre à leurs exigences.

International Business Machines Corporation (IBM) constitue un exemple de compagnie qui recherche proactivement des entreprises détenues par des femmes. La société a créé des processus pour se conformer aux lois locales et garantir des possibilités pour les fournisseurs qualifiés. (Pour en savoir plus, se reporter à l'Annexe II). Les sociétés certifiées peuvent s'inscrire comme fournisseurs diversifiés sur un portail d'inscription de fournisseurs diversifiés. IBM garantit que les fournisseurs minoritaires sont inclus dans chaque demande d'approvisionnement. IBM souhaite offrir un avantage compétitif à sa chaîne d'approvisionnement tout en veillant à ce que tous les fournisseurs qualifiés, quels que soient leur race, leur sexe, leur invalidité et leur appartenance sexuelle, bénéficient de la chance de participer au processus d'approvisionnement.

Accenture constitue un autre exemple (détaillé à l'Annexe II). Son programme mondial d'inclusion et de diversité des fournisseurs a été lancé en 2002 aux États-Unis et s'étend désormais dans plus de 16 pays et trois régions. Le but est d'intégrer plus d'entreprises de femmes dans les chaînes d'approvisionnement. Accenture s'approvisionne activement auprès d'entreprises détenues par des femmes dans 14 pays. Pour que les femmes fournisseurs puissent répondre aux exigences d'Accenture, la société a promu plusieurs initiatives, notamment :

- Former les femmes ramasseuses de déchets, membres de l'Association des femmes indépendantes (SEWA) en Inde, à fabriquer des articles de papeterie avec le papier recyclé. Accenture achète des produits à SEWA par l'intermédiaire de Giftlinks, une entreprise de fabrication d'articles-cadeaux et de papeterie détenue par une femme et certifiée par Accenture.
- S'engager dans des projets pour former des centaines de femmes chefs d'entreprises au Nigéria, notamment dans le domaine de l'innovation.
- Investir dans des programmes pour former des femmes chefs d'entreprises en Turquie.

L'approvisionnement auprès d'entreprises détenues par des femmes a amélioré inclusivement le principe de base d'Accenture, et ce de plusieurs façons : grâce à des offres innovantes qui répondent et dépassent les spécifications techniques ; grâce à une satisfaction accrue du client et de nouvelles opportunités commerciales ; grâce aux économies réalisées suite à la réduction des délais et aux améliorations technologiques, par exemple ; mais aussi grâce au développement et à la rétention de personnes engagées personnellement et qui trouvent cela stimulant et motivant.

L'initiative mondiale d'autonomisation économique des femmes de Walmart exploite la taille et l'envergure mondiale de l'entreprise pour autonomiser les femmes tout au long de la chaîne d'approvisionnement. Cet exemple (détaillé dans l'Annexe II) montre que la participation aux chaînes de valeur doit être associée à une formation adéquate des compétences. Cette initiative s'est engagée à :

- Augmenter l'approvisionnement auprès des entreprises détenues par des femmes ;
- Autonomiser les femmes dans les exploitations agricoles et les usines par la formation, l'accès au marché et les opportunités de carrière et aider les femmes employées dans les exploitations à participer plus complètement aux chaînes d'approvisionnement de l'agriculture ;
- Augmenter la diversité des genres parmi les principaux fournisseurs ;
- Réaliser des contributions philanthropiques envers l'autonomisation économique des femmes.

Depuis le lancement de l'initiative mondiale d'autonomisation économique des femmes de Walmart, sur cinq marchés internationaux suivis, la société a augmenté ses dépenses annuelles pour les femmes de plus de 21 % entre 2012 et 2015. Les principales initiatives de Walmart visant à soutenir les femmes sont les suivantes :

- **Répertoire.** Un répertoire mondial des entreprises détenues par des femmes afin que les acheteurs puissent identifier les entreprises appartenant à des femmes avec le meilleur potentiel de croissance sur tous ses marchés internationaux.
- **Formation.** Une initiative en partenariat avec WEConnect International visant à créer six modules de formation en ligne en espagnol et en anglais afin d'aider les fournisseurs actuels et potentiels à naviguer dans le processus d'approvisionnement de Walmart.
- **Plateforme de PME.** Empowering Women Together, une plateforme dédiée aux opportunités des petites entreprises dont le chiffre d'affaires annuel est inférieur à 10 millions de \$E.-U.
- **Marque.** La page Women-Owned de Walmart.com propose des produits d'entreprises détenues par des femmes et certifiées et des milliers de produits portant le nouveau logo « women-owned ».

ExxonMobil a réalisé des efforts importants en matière de diversité et d'intégration dans ses chaînes d'approvisionnement. Le programme de diversité des fournisseurs d'ExxonMobil basé aux États-Unis (détaillé dans l'Annexe II) inclut proactivement des entreprises commerciales qualifiées appartenant à des femmes et des minorités dans son processus d'approvisionnement, pour un montant supérieur à 1 milliard de \$E.-U. en 2014 par l'intermédiaire d'achats directs et ses principaux fournisseurs.

Depuis 2005, ExxonMobil et l'ExxonMobil Foundation ont aidé des femmes dans plus de 90 pays en investissant dans l'entrepreneuriat des femmes entrepreneurs et responsables d'exploitations, en soutenant la recherche afin d'identifier les interventions efficaces et en déployant des technologies qui accélèrent l'avancée économique des femmes.

En 2014, ExxonMobil a commencé à s'approvisionner directement auprès de femmes entrepreneurs. La Fondation ExxonMobil et l'organisation d'approvisionnement local, en association avec WEConnect International, ont hébergé plus de 300 femmes au cours de quatre séances de rencontre avec les acheteurs au Nigéria. Les ateliers organisés dans le pays visaient à :

- Donner un aperçu des options d'accès aux opportunités commerciales d'entreprise ;
- Former les femmes chefs d'entreprises sur la façon d'interagir avec des sociétés multinationales ;
- Favoriser la compétitivité par la formation sur les pratiques en matière d'approvisionnement, de réduction des coûts totaux liés au système et de collaboration stratégique ;
- Intégrer les entreprises détenues par des femmes aux programmes de diversité d'ExxonMobil.

Les ateliers ont également aidé les participants à créer des liens avec les agences gouvernementales centrées sur les femmes afin de leur garantir l'accès aux ressources dont elles ont besoin pour se développer et entretenir leurs entreprises.

ENCADRÉ 11 : Les Principes d'autonomisation des femmes des Nations Unies

Le Pacte mondial des Nations Unies est l'initiative volontaire de durabilité des entreprises la plus importante au monde. Il guide les entreprises sur la façon d'aligner leurs opérations et leurs stratégies sur 10 principes universels dans les domaines des droits de l'homme, du travail, de l'environnement et de la lutte contre la corruption.

En 2010, le Pacte mondial des Nations Unies, en partenariat avec ONU Femmes, a lancé les principes d'autonomisation des femmes, sept principes commerciaux sur la façon d'autonomiser les femmes sur le lieu de travail, sur le marché et au sein de la communauté.

Ces principes volontaires insistent sur l'intérêt commercial de l'action de l'entreprise pour promouvoir l'égalité des sexes et visent à élaborer la dimension spécifique au genre de la responsabilité d'entreprise, le Pacte mondial des Nations Unies et le rôle des entreprises dans le développement durable. Pour répondre aux demandes des entreprises, l'initiative a développé une orientation spécifique au genre, offrant des conseils pratiques sur la façon de créer des rapports concernant la mise en œuvre de chacun des sept principes.

Une analyse récente montre comment les entreprises rédigent des rapports sur l'égalité des sexes. Parmi

les entreprises étudiées (185 sur les 819 signataires), les initiatives liées au marché étudiées par les organisations sont moins nombreuses (28 %) que les initiatives relatives à la participation des femmes à la vie active (82 %). Le pourcentage de femmes fournisseurs faisait également partie des catégories les moins souvent citées. Clairement, le chemin est encore long.

Pour faciliter le respect des principes, l'initiative Principes d'autonomisation des femmes a été associée à la Plateforme mondiale dirigée par l'ITC. Pour les grands groupes, elle permet de :

- Élargir le vivier de fournisseurs et accéder à de nouvelles options de produits et services ;
- Identifier les opportunités d'expansion et d'investissements dans des entreprises appartenant à des femmes ;
- Faire évoluer la responsabilité sociale d'entreprise et les engagements et objectifs sur la diversité de fournisseurs ;
- Contribuer à l'autonomisation économique des femmes et au développement durable.

Source : Principes d'autonomisation des femmes http://wepinciples.org/files/attachments/Call_to_Action_Support_and_Invest_in_Women's_Entrepreneurship.pdf

La garde des enfants des travailleuses à faibles revenus

Les stéréotypes relatifs aux options moins performantes d'emploi et d'engagement de la main-d'œuvre féminine sont nourris par l'absence de politiques et d'initiatives dans le domaine des tâches ménagères non rémunérées des femmes, selon Berik (OIT, 2011). La plupart des initiatives menées sur le lieu de travail offrent des possibilités de garde d'enfants pour les travailleurs de haut niveau des grandes entreprises et dans les services financiers et commerciaux. Cependant, la demande liée à la garde des enfants des travailleurs à faibles revenus n'est pas satisfaite (Hein et Cassirer, OIT, 2010b). Les auteurs rapportent que le Chili, le Kenya et la Thaïlande fournissent des exemples de systèmes de garde d'enfants pour les travailleurs agricoles de manière équitable grâce à des partenariats public-privé et des incitations fiscales pour les employeurs (OIT, 2010b).

L'ITC lance un Appel mondial à l'action

Les initiatives présentées dans ce chapitre montrent ce qui a été fait pour soutenir les femmes entrepreneurs et leur permettre de surmonter les obstacles qu'elles rencontrent. Plus important encore, ce rapport souligne les difficultés persistantes. Les difficultés sont également mises en avant par le Pacte mondial des Nations Unies (encadré 11), dont les principes d'autonomisation des femmes montrent que le chemin est encore long.

Les exemples prouvent que les barrières et les solutions sont liées. Cela souligne le besoin d'adopter une approche multidimensionnelle et coordonnée visant à éliminer les barrières pour les femmes entrepreneurs en supprimant plusieurs obstacles immédiatement et en coordonnant le travail de différentes parties prenantes.

L'ITC a accompli d'importants progrès dans ce sens. La Plateforme mondiale dirigée par l'ITC, établie en septembre 2010, s'est développée au sein d'un réseau de partenaires qui achètent pour plus de 1 billions de biens et services par an et représentent plus de 50 000 femmes chefs d'entreprises. Elle offre un moyen pour les organisations engagées dans l'autonomisation économique des femmes d'opérationnaliser leurs engagements à augmenter l'intégration des entreprises détenues par des femmes dans l'économie mondiale.

Cette année constitue une étape importante en termes d'engagement des partenaires à soutenir les femmes entrepreneurs et à élargir l'impact. En septembre 2015, les partenaires du monde entier se sont retrouvés à São Paulo au Brésil et ont lancé un Appel à l'action sur cinq ans afin d'attirer un million d'entrepreneurs sur le marché à l'horizon 2020. Le but est de développer l'économie mondiale par la participation des femmes au commerce.

L'Appel à l'action de l'ITC fait suite à de nombreuses consultations avec les gouvernements, le secteur privé et les organisations de la société civile dans le monde. C'est le résultat d'une conception commune et de l'urgence : à savoir que les entreprises commerciales détenues par des femmes peuvent favoriser la croissance mondiale et le développement inclusif et durable. Cela reflète également les expériences partagées de ce qu'il faut faire et de la façon de le faire, afin de libérer le potentiel économique total des femmes.

NOTES DE FIN

39. Gouvernements des États et Territoires australiens, soutenus par l'Austrade.
40. Banque mondiale.
41. Kirton, (2013).
42. *ibid.*
43. OIT (2011).
44. SFI (2009).
45. Fletschner and Kenney (2011).
46. Morawczynski and Pickens (2009).
47. WECConnect International a été lancée fin 2009 par plusieurs des groupes les plus importants et les plus inclusifs au monde : Accenture, Alacatel-Lucent ; AT&T, Cisco Systems, Inc. ; EY ; Hewlett-Packard Company ; IBM Corporation ; Intel ; Manpower, Inc. ; Motorola Solutions, Inc. ; Pacific Gas and Electric Company ; The Boeing Company ; Verizon et Walmart Stores, Inc.

CHAPITRE 5

Une feuille de route pour les femmes dans le commerce

Les Objectifs mondiaux pour le développement durable offrent une opportunité de placer l'autonomisation économique des femmes en première ligne de la politique mondiale de développement économique. Cela représenterait un changement important. D'après un rapport récent du Secrétaire général de l'ONU, seulement 2 % de l'aide internationale au développement économique cible explicitement l'égalité entre les sexes.

Même s'il n'existe aucune solution miracle, l'ITC a élaboré une feuille de route pour les femmes impliquées dans le commerce, adoptée en septembre 2015 à São Paulo, au Brésil (voir le chapitre 4). L'initiative a réuni les stratèges des tendances mondiales, notamment les représentants de réseaux composés d'environ 50 000 femmes d'entreprises, des organisations de soutien commercial, le secteur privé et des décideurs politiques du monde entier.

Sur la base de nombreuses consultations, ils ont lancé un Appel à l'action sur cinq ans afin de permettre l'arrivée d'un million de femmes entrepreneurs sur le marché d'ici à 2020 pour encourager la participation des femmes au commerce. Les efforts de collaboration associés à l'Appel à l'action visant l'arrivée d'un million de femmes sur le marché ont permis d'élaborer une feuille de route permettant de stimuler rapidement la participation des femmes à l'économie mondiale. L'action de programmation et la politique comportent huit piliers :

- **Des données plus précises.** Collecter, analyser et diffuser les données sur la participation économique des femmes, pour constituer des politiques et des programmes avec un impact.
- **Des politiques commerciales sensibles.** Créer des politiques et des accords commerciaux permettant d'améliorer la participation des femmes au commerce.
- **L'accès aux marchés publics.** Autonomiser les entreprises détenues par des femmes afin qu'elles puissent participer aux marchés publics annuels à hauteur de 10 billions de \$E.-U. Leur part actuelle est estimée entre 1 et 5 %.
- **La diversité des marchés privés.** Créer des programmes de marchés privés intégrant la diversité et une inclusion aux chaînes de valeur.
- **La certification des entreprises détenues par des femmes.** Définir des mécanismes certifiant la propriété et l'admissibilité des entreprises détenues par des femmes.
- **Amélioration des environnements commerciaux.** Régler les contraintes liés aux approvisionnements qui touchent tout particulièrement les entreprises détenues par des femmes.
- **Comblent les lacunes financières.** Comblent le fossé entre les hommes et les femmes concernant l'accès aux services financiers.
- **Adoption de réformes.** Veiller à ce que les réformes législatives et administratives garantissent les droits des femmes à posséder et à contrôler les ressources.

Des données plus précises

Les données relatives aux activités commerciales internationales des femmes sont rares. Avec l'engagement politique, les institutions associées au commerce peuvent rapidement intégrer la collecte, l'analyse et la diffusion des données à leurs recherches existantes. Concernant les besoins en matière de recherche de données :

- Quels facteurs influencent l'entrée, les types d'entreprises, les secteurs et les décisions en matière de développement des entreprises exportatrices détenues et gérées par des femmes. Qui décide de l'internationalisation et pourquoi ? Quelles sont les barrières d'entrée des entreprises d'exportation ? Qu'est-ce qui restreint l'expansion ?
- Que démontrent les études comparatives sur les différences de genre concernant l'impact des mesures non tarifaires et des barrières commerciales associées ? Les MNT affectent-elles le développement et la diversification des entreprises détenues par des femmes ?
- Les modèles d'emploi et de propriété des femmes dans les entreprises commerciales sont-ils différents de la représentation globale des femmes dans la main-d'œuvre et en tant qu'entrepreneurs ? Dans quelle mesure ces modèles diffèrent-ils selon les régions ?
- Quels sont les effets de l'inclusion de femmes plus nombreuses dans les chaînes de valeur mondiales ?

L'ITC par exemple s'est engagé à contribuer à la création, à l'analyse et à la divulgation des données sur les femmes dans le commerce.

Ses futures enquêtes sur les MNT sont adaptées pour refléter les MNT qui affectent les femmes.

L'ITC suivra également la progression de l'Appel à l'action sur une base annuelle, dans le cadre de son travail continu.

MATRADE constitue un bon modèle en ce qui concerne la collecte, l'analyse et la divulgation de données, associées à la participation économique des femmes. Leurs enquêtes et entretiens avec les femmes entrepreneurs concernant les contraintes et les défis à relever en tant qu'exportatrices leur permettent de créer des politiques et des programmes.

Ces efforts sont nécessaires pour fournir les éléments de base qui décrivent le développement de politiques et programmes significatifs et garantissent les achats par les parties prenantes.

Une politique commerciale sensible

Les politiques actuelles ne tiennent pas compte ou peu des inconvénients rencontrés par les femmes entrepreneurs.

Les inégalités entre les sexes affectent les résultats des politiques commerciales et l'accès des femmes aux marchés, d'après les recherches menées par la Conférence des Nations Unies sur le commerce et le développement.

Marchés publics

Les marchés publics représentent jusqu'à 10-15 % du PIB des pays développés et jusqu'à 30-40 % du PIB des 50 pays les plus pauvres au monde, d'après les recherches de l'ITC. Les entreprises détenues par des femmes reçoivent une infime partie du marché. Elles ont été largement exclues du marché à cause du manque d'accès aux informations sur les offres, de leur incompréhension des procédures et de leur incapacité à répondre aux exigences.

Les gouvernements peuvent combiner leurs rôles d'acheteurs et de décideurs politiques. Pour les marchés publics, la législation d'inclusion, les réglementations, les décrets-lois, les politiques, les pratiques et la formation institutionnelle des entreprises détenues par des femmes n'augmentent pas les coûts pour les contribuables et génèrent des avantages sociaux. Les IAC contribuent aussi aux marchés publics en formant des entreprises détenues par des femmes à participer aux processus d'appels d'offre.

La publication récente de l'ITC, « L'autonomisation des femmes par le biais de marchés publics », oriente les gouvernements dans les ajustements au processus de marchés publics et pour le renforcement des capacités en matière d'approvisionnements (www.intracen.org/publication/Empowering-Women-Through-Public-Procurement).

Marchés privés

L'action positive du gouvernement sert d'exemple solide pour les entreprises afin qu'elles puissent augmenter l'inclusivité des chaînes d'approvisionnement du secteur privé.

Les programmes des marchés privés peuvent permettre d'intégrer la diversité et l'inclusion aux chaînes de valeur mondiales présentées dans les cas d'IBM, d'Accenture et d'Exxon Mobil (voir le chapitre 4 et l'Annexe II).

Certification

Pour cibler les fournisseurs, les initiatives de formation et la progression du suivi, les entreprises détenues par des femmes doivent faire valider leur statut.

Les Gouvernements et les IAC peuvent créer des organismes de certification ou travailler avec des organismes existants afin d'évaluer et d'examiner la propriété et la gestion des entreprises détenues par des femmes sur une base annuelle.

Un meilleur environnement commercial

Les gouvernements nationaux doivent résolument tenir les rênes afin de lutter contre les obstacles rencontrés par les femmes pour la création d'entreprises, en participant aux marchés publics et privés et en étendant leur rayon d'action aux secteurs productifs du commerce international.

Cela va bien au-delà de la mise en œuvre de réformes qui concernent directement les femmes. En améliorant la loi et l'ordre, en luttant contre la corruption et en développant la transparence et l'efficacité, les mesures non discriminatoires ont un impact profond

sur les femmes qui manquent de temps et de ressources et qui ont souvent moins d'expérience en systèmes de navigation.

Les réformes qui augmentent l'accès à l'eau, améliorent les routes, sécurisent le trajet jusqu'au lieu de travail et garantissent la fiabilité de l'électricité sont semblables par nature.

Parmi les mesures relatives à l'environnement commercial spécifique aux femmes, certaines garantissent un accès équitable au système juridique, notamment par le biais de méthodes alternatives de règlement des litiges.

Les politiques et services qui incitent les femmes à conserver leur emploi rémunéré, tels que la garde des enfants, les dispositions en matière de santé, les congés maternité et paternité peuvent contribuer à la participation des femmes au commerce international.

Services financiers

Les femmes entrepreneurs ont plus tendance que leurs homologues masculins à citer l'accès au financement comme une contrainte majeure ou sévère sur leurs opérations commerciales. Parfois, les femmes sont aussi gênées par le manque d'information et de culture financière. Certaines mesures restreignent l'accès des femmes au financement : les mesures qui interdisent aux femmes d'ouvrir un compte bancaire, de passer un contrat ou de travailler dans le consentement de leur mari.

Les institutions financières n'ont pas encore complètement compris les opportunités que représente la réponse aux besoins des femmes entrepreneurs en tant que groupe de clients différent.

La technologie mobile peut probablement participer à la résolution de ce problème.

Droits de propriété

Les droits de propriété permettent aux femmes de démarrer des entreprises et de fournir les garanties nécessaires pour financer la croissance et se développer sur les marchés internationaux.

Presque tous les gouvernements ont signé les traités et disposent de constitutions nationales qui soutiennent les droits des femmes.

Un droit doit cependant être rapidement abordé par les gouvernements : l'égalité concernant les droits de propriété pour les femmes. Sans droits de propriété, il est difficile de démarrer une entreprise et d'obtenir les capitaux nécessaires pour se développer et s'internationaliser.

A professional woman with long dark hair, wearing a black blazer over a light blue collared shirt, is smiling warmly. The background is a blurred cityscape with tall buildings. A vibrant, multi-colored abstract graphic of flowing lines in shades of purple, yellow, red, blue, and green arches across the top of the image. A horizontal pinkish-red band is positioned below the graphic, containing the word 'RÉFÉRENCES' in white capital letters.

RÉFÉRENCES

Références

- Amin, M. (2010). Gender and firm-size: Evidence from Africa. *Economic Bulletin*, 30(1), 663–668. Récupéré sur le site http://www.enterprisesurveys.org/~media/GIAWB/EnterpriseSurveys/Documents/ResearchPapers/Gender_and_Firm_Size.pdf
- Assaad, R., Hendy, R. and Yassine, C. (2012). Gender and the Jordanian Labor Market. Document de travail 701, The Economic Research Forum (ERF), 2012. Disponible à l'adresse https://www.hhh.umn.edu/people/rassaad/pdf/Gender_in_Jordan.pdf
- Banga, R. and Bansal, R. (2009). Impact of trade in services on gender employment in India. Projet CNUCED-Inde. Disponible à l'adresse http://mpr.ub.uni-muenchen.de/35071/1/MPRA_paper_35071.pdf
- Bardasi, E., Sabarwal, S. and Terrell, K. (2011). How do Female Entrepreneurs Perform? Evidence from Three Developing Regions. *Small Business Economics*, 37(4), 417–441. Récupéré sur le site http://econpapers.repec.org/article/kapsbusec/v_3a37_3ay_3a2011_3ai_3a4_3ap_3a417-441.htm <http://dx.doi.org/10.1007/s11187-011-9374-z>
- Brenton, P., Gamberoni, E. and Catherine, S. (Eds.). (2013). *Women and Trade in Africa: Realizing the Potential*. La Banque mondiale ; Disponible sur le site <https://openknowledge.worldbank.org/bitstream/handle/10986/16629/825200WP0Women00Box379865B00PUBLIC0.pdf?sequence=1>
- Chamlou, N., Klapper, L. and Muzi, S. (2008). *The Environment for Women's Entrepreneurship in the Middle East and North Africa (Orientations in Development)*. Série : *Orientations in Development*. La Banque mondiale. <http://dx.doi.org/10.1596/978-0-8213-7495-5>
- Dell Scorecard (2015). « The 2015 Global Women Entrepreneur Leaders Scorecard » Disponible sur le site <http://i.dell.com/sites/doccontent/corporate/secure/en/Documents/2015-GWEL-Country-Category-Scores.pdf>
- Escobar Latapí, A. and González de la Rocha, M. (2009). Girls, Mothers, and Poverty Reduction in Mexico: Evaluating Progres-a-Oportunidades. In S. Ravazi (Ed.), *The Gendered Impacts of Liberalization: Towards Embedded Liberalism?* New York : Routledge/UNRISD.
- Commission économique et sociale pour l'Asie de l'Ouest (2012) : Addressing Barriers to Women's Economic Participation in the Arab Region. Disponible sur le site http://www.escwa.un.org/information/publications/edit/upload/E_ESCWA_ECW_12_1_E.pdf
- Fletschner D. and L. Kenney (2011) : Rural women's access to financial services Credit, savings and insurance, AES Document de travail n° 11-07, Organisation des Nations unies pour l'alimentation et l'agriculture. Disponible sur le site <http://www.fao.org/3/a-am312e.pdf>
- Fontana, M. (2009). The gender effects of trade liberalization in developing countries: a review of the literature in Maurizio Bussolo and Rafael E. De Hoyos (eds.) *Gender Aspects of the Trade and Poverty Nexus. A Macro-Micro Approach*. Palgrave Macmillan et la Banque mondiale. Disponible sur le site <https://openknowledge.worldbank.org/bitstream/handle/10986/13264/48455.pdf?sequence=1>
- GSMA (2010). *Women & Mobile : A Global Opportunity: A study on the mobile phone gender gap in low and middle-income countries*. Disponible sur le site http://www.gsma.com/mobilefordevelopment/wp-content/uploads/2013/01/GSMA_Women_and_Mobile-A_Global_Opportunity.pdf
- Government Social and Development Resource Center (GSDRC, 2013): *Women's economic role in the Middle East and North Africa*, à l'adresse www.gsdr.org/docs/open/HDQ889.pdf
- International Financial Corporation (2011), *Strengthening Access to Finance for Women-Owned SMEs in Developing Countries*, IFC/Global Partnership for Financial Inclusion (GPFI). Disponible sur le site http://www.ifc.org/wps/wcm/connect/a4774a004a3f66539f0f9f8969adcc27/G20_Women_Report.pdf?MOD=AJPERES
- Société Financière Internationale (2013). « Investing in Women's Employment Good for Business, Good for Development ». Disponible sur le site http://www.skillsforemployment.org/wcmstest4/groups/skills/documents/skpccontent/ddrf/mtix/~edisp/wcmstest4_121248.pdf
- Organisation internationale du travail (2010a). « Women in labour markets: Measuring progress and identifying challenges ». Disponible sur le site http://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---ed_emp/---emp_elm/---trends/documents/publication/wcms_123835.pdf
- Organisation internationale du travail (2010b). *Workplace solutions for childcare*, Disponible sur le site http://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/@dgreports/@dcomm/@publ/documents/publication/wcms_110397.pdf
- Organisation internationale du travail (2011). « Trade and Employment: *From Myths to Facts* » Disponible à l'adresse http://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---ed_emp/documents/publication/wcms_162297.pdf
- Fonds Monétaire International (2015). « Fair Play: More Equal Laws Boost Female Labor Force Participation ». Disponible à l'adresse <http://www.imf.org/external/pubs/ft/sdn/2015/sdn1502.htm>
- Centre du commerce international (2014). *Guide des approvisionnements, L'autonomisation des femmes par le biais de marchés publics*. Disponible à l'adresse <http://www.intracen.org/uploadedFiles/intracenorg/Content/Publications/Women%20procurement%20guide-final-web.pdf>
- Centre du commerce international (2015a). *The Invisible Barriers to Trade – How businesses experience non-tariff measures*. Disponible à l'adresse <http://www.intracen.org/publication/The-Invisible-Barriers-to-Trade---How-Businesses-Experience-Non-Tariff-Measures/>
- Centre du commerce international (2015b). *Perspective de la compétitivité des PME 2015*, Genève. Disponible à l'adresse <http://www.intracen.org/publication/SME-Competitiveness-Outlook-2015/>

- Centre du commerce international (2015c). Connecter les marchés, transformer les vies, l'ITC au travail. Disponible à l'adresse [http://www.intracen.org/uploadedFiles/intracen.org/Content/About_ITC/Corporate_Documents/Impact-Stories-web\(1\).pdf](http://www.intracen.org/uploadedFiles/intracen.org/Content/About_ITC/Corporate_Documents/Impact-Stories-web(1).pdf)
- Centre du commerce international (2015d). State of Palestine : Company Perspectives – An ITC Series on Non-Tariff Measures. Disponible à l'adresse <http://www.intracen.org/publication/State-of-Palestine-Company-Perspectives-An-ITC-Series-on-Non-Tariff-Measures/>
- Mark Kirton, R., (2013). Gender, Trade and Public Procurement Policy. The Commonwealth. Disponible à l'adresse <http://thecommonwealth.org/sites/default/files/news-items/documents/Gender,%20Trade%20and%20Public%20Procurement%20Policy.pdf>
- Morawczynski, O. and Pickens, M. (2009). *Poor People Using Mobile Financial Services : Observations on Customer Usage and Impact from M-PESA*. Washington, D.C. : Banque mondiale ; Disponible à l'adresse <https://openknowledge.worldbank.org/handle/10986/9492>
- Narain, S. (2009). Gender and Access to Finance. Document d'analyse, Banque mondiale. Disponible à l'adresse <http://siteresources.worldbank.org/EXTGENDERSTATS/Resources/SushmaNarain-AccessstoFinanceAnaly>
- OCDE, OIT, Banque mondiale et OIT (2010). « Seizing the benefits of trade for growth and employment », Rapport préparé à des fins de soumission au Sommet du G-20 à Séoul (Corée), 11-12 novembre 2010. <http://www.oecd.org/trade/benefitlib/46353240.pdf>
- Orser, Cartier and Towsend, (2004). Exporting as a Means of Growth for Women-Owned Canadian SMEs. Disponible à l'adresse http://www.cartierwomensinitiative.com/docs/Exporting_for_Fem_Entrep_in_Canada.pdf
- Sabarwal, S. and Terrell, K. (2008). *Does Gender Matter for Firm Performance? Evidence from Eastern Europe and Central Asia. Document de travail de recherche de la politique de la Banque mondiale n°4705*. Washington, D.C. : Banque mondiale ; Disponible à l'adresse <http://ftp.iza.org/dp3758.pdf>
- Scott, Lisa (2014). Why We Should All Care About the Women's Economy. *Forbes*. *Forbes*. Woman, 15 avril 2014. Disponible à l'adresse <http://www.forbes.com/sites/forbeswomanfiles/2014/04/15/why-we-all-should-care-about-the-womens-economy/>
- Şeker, M. (2012, May). Importing, Exporting and Innovation in Developing Countries. *Review of International Economics*, 20(2), 299–314. Récupéré à l'adresse <http://www.enterprisesurveys.org/~media/GIAWB/EnterpriseSurveys/Documents/ResearchPapers/Importing-Exporting-Innovation.pdf> <http://dx.doi.org/10.1111/j.1467-9396.2012.01023.x>
- Staritz, C. and Reis, J. (2013). *Global value chains, economic upgrading, and gender: case studies of the horticulture, tourism, and call center industries*. Washington, D.C. : Banque mondiale ; Disponible à l'adresse <http://documents.worldbank.org/curated/en/2013/01/18621419/global-value-chains-economic-upgrading-gender-case-studies-horticulture-tourism-call-center-industries>
- CNUCED (2013). A survey on women's entrepreneurship and innovation, Disponible à l'adresse http://www.unctadxi.org/Sections/DITE/empretec/docs/UNCTAD_DIAE_ED_2013_1.pdf
- Nations Unies (2010). The World's Women 2010, Tendances et statistiques. Disponible à l'adresse http://unstats.un.org/unsd/demographic/products/Worldswomen/WW_full%20report_BV.pdf
- Nations Unies (2013). A New Global Partnership: Eradicate Poverty and Transform Economies Through Sustainable Development ; The Report of the High-Level Panel of Eminent Persons on the Post-2015 Development Agenda, Disponible à l'adresse http://www.un.org/sg/management/pdf/HLP_P2015_Report.pdf
- Women In Global Business-University of Melbourne (WIGB-UNIMELB, 2015). « Women, Global trade and What it takes to succeed ». Disponible à l'adresse <http://www.wigb.gov.au>
- Banque mondiale (2007). Gender Equality, Poverty and Economic Growth, Document de travail « Policy Research » 4349, Washington D.C. : Disponible à l'adresse <https://openknowledge.worldbank.org/bitstream/handle/10986/7321/wps4349.pdf?sequence=1>
- Banque mondiale (2013a). Opening Doors: Gender Equality and Development in the Middle East and North Africa, Banque mondiale, D.C. : Disponible à l'adresse <https://openknowledge.worldbank.org/bitstream/handle/10986/12552/751810PUB0EPI002060130Opening0doors.pdf?sequence=1>
- Banque mondiale (2013b). Gender at work: A Companion to the World Development Disponible à l'adresse : http://www.worldbank.org/content/dam/Worldbank/document/Gender/GenderAtWork_web.pdf
- Banque mondiale (nd) Women and Trade in Africa: Realising the Potential. Disponible à l'adresse <https://openknowledge.worldbank.org/bitstream/handle/10986/16629/825200WP0Women00Box379865B00PUBLIC0.pdf?sequence=1>
- Banque mondiale (2011). « World Development Report 2012: Gender Equality and Development ». Washington, D.C. : La Banque mondiale. Disponible à l'adresse <https://openknowledge.worldbank.org/handle/10986/4391>
- Banque mondiale (2015). Women, Business and the Law 2016. Disponible à l'adresse <http://wbl.worldbank.org/~media/WBG/WBL/Documents/Reports/2016/Women-Business-and-the-Law-2016.pdf>
- Groupe de la Banque mondiale et Organisation mondiale du commerce, 2015. *The Role of Trade in Ending Poverty*. Organisation mondiale du commerce : Genève. https://www.wto.org/english/res_e/booksp_e/worldbankandwto15_e.pdf

Sites Internet

<http://i.dell.com/sites/doccontent/corporate/secure/en/Documents/2015-GWEL-Country-Category-Scores.pdf>

<http://news.walmart.com/news-archive/2011/09/14/walmart-launches-global-womens-economic-empowerment-initiative>

http://weprinciples.org/files/attachments/Call_to_Action_-_Support_and_Invest_in_Women's_Entrepreneurship.pdf

<http://www.enterprisesurveys.org/data/exploretopics/gender>

<http://www.icrw.org/sites/default/files/publications/Understanding-measuring-womens-economic-empowerment.pdf>

http://www.nytimes.com/2015/03/03/upshot/fewer-women-run-big-companies-than-men-named-john.html?_r=0

<http://www.unwomen.org/en/news/stories/2015/3/press-release-secretary-general-ban-ki-moon-hillary-clinton-and-business-leaders#sthash.3DamyXHK.dpuf>

https://www.whitehouse.gov/sites/default/files/image/strategic_case_for_women_and_trade.pdf

www.cherieblairfoundation.org/women-and-mobile-a-global-opportunity/

ANNEXES



Annexe I

Méthodologie de l'enquête, de 2010 à 2014

« *Aucune société n'est devenue prospère sans une contribution majeure de ses femmes.* »⁴⁸

Voici un résumé des principaux éléments de la méthodologie de l'enquête sur les MNT. Pour en savoir plus sur la mise en œuvre et les résultats dans certains pays spécifiques, il convient de consulter les rapports nationaux de la série de publications de l'ITC sur les mesures non tarifaires (www.intracen.org/publications/ntm) ainsi que le site Internet sur les données de l'enquête sur les MNT à l'adresse www.ntmsurvey.org.

D'autres informations sur la méthodologie, notamment les méthodes de ventilation et la pondération des pays sont disponibles auprès de l'ITC (2015), *The Invisible Barriers to Trade – How businesses experience non-tariff measures* (Les barrières invisibles au commerce – Comment les entreprises expérimentent les mesures non tarifaires) (www.intracen.org/publication/The-Invisible-Barriers-to-Trade---How-Businesses-Experience-Non-Tariff-Measures/).

Enquêtes de l'ITC sur les mesures non tarifaires

Les enquêtes de l'ITC sur les MNT sont mises en œuvre à la demande des gouvernements et dans le cadre du programme de l'ITC sur les mesures non tarifaires. Les enquêtes identifient les entraves au commerce pour les exportations et les importations à partir ou vers les pays étudiés au niveau du pays du partenaire et du produit. La base de données complète obtenue au sujet des obstacles commerciaux réglementaires ou procéduraux met en lumière les conditions d'accès au marché de facto rencontrées par les entreprises et permet d'élaborer des mesures facilitant les importations et les exportations. Depuis 2010, l'ITC a mené des enquêtes sur les MNT dans plus de 25 pays en développement et moins développés sur tous les continents.

Les enquêtes sont basées sur une méthodologie mondiale. L'essentiel de la méthodologie de l'enquête sur les MNT est identique dans tous les pays, permettant ainsi de procéder à des analyses et à des comparaisons entre les pays. Les questions de l'enquête sur la propriété et la gestion des entreprises par des femmes et sur la part de femmes employées sont essentielles. Une section spécifique au pays permet une certaine flexibilité dans le traitement des exigences et des besoins de chaque pays participant.

Portée et couverture des enquêtes sur les mesures non tarifaires

Les enquêtes sur les MNT nécessitent un échantillon représentatif permettant l'extrapolation des résultats au niveau national. Les enquêtes sur les MNT sont réalisées dans les entreprises qui exportent et importent des biens. Les entreprises qui vendent des services sont exclues car une enquête sur les MNT dans les services nécessiterait une approche et une méthodologie différentes. Toutefois, l'enquête sur les MNT inclut des entreprises spécialisées dans le processus et les services d'import-export tels que les agents, les courtiers et les entreprises de transit. Les réponses données par ces agents commerciaux sont le plus souvent analysées séparément des réponses des entreprises qui exportent leurs propres produits.

Les enquêtes couvrent au moins 90 % de la valeur totale des exportations de chaque pays participant, à l'exception des minéraux et des armes. L'économie se divise en 13 secteurs :

- Les aliments frais et produits crus des agro-industries ;
- Les aliments et produits transformés des agro-industries ;
- Le bois, les produits du bois et le papier ;
- La filature, le tissu et le textile ;
- Les produits chimiques ;
- Le cuir ;
- Le métal et les autres produits manufacturés de base ;
- Les appareils non électriques ;
- Les ordinateurs, télécommunications, l'électronique grand public ;
- Les composants électroniques ;
- Le matériel de transport ;
- L'habillement ;
- Les produits manufacturés divers.

Généralement, tous les secteurs présentant une part inférieure à 2 % des exportations totales sont inclus dans l'enquête. Les sociétés qui vendent des armes et des minéraux sont exclues.

Les enquêtes sur les MNT couvrent les sociétés dûment enregistrées de toutes tailles et tout type de propriété. Selon la taille et la géographie du pays, une région géographique sur quatre présentant des concentrations élevées d'activités économiques (un grand nombre d'entreprises) est incluse dans l'échantillon. Les registres commerciaux utilisés pour les enquêtes sur les MNT contiennent uniquement des sociétés dûment enregistrées. L'ITC s'appuie généralement sur les registres commerciaux fournis par le gouvernement national et/ou les associations commerciales et de commerce local (notamment les associations commerciales de femmes). Il est impossible de garantir que les registres sont représentatifs de la dimension de genre.

Approche en deux étapes

Les représentants des entreprises interrogées, généralement des spécialistes de l'import-export ou des cadres dirigeants, sont invités à consigner les obstacles commerciaux réglementaires et procéduraux rencontrés par leurs sociétés l'année précédente. Le processus d'enquête comprend des entretiens téléphoniques avec toutes les sociétés de l'échantillon (étape 1) et des entretiens en face à face menés avec les sociétés ayant rapporté des difficultés avec les MNT au cours des entretiens téléphoniques (étape 2). Les données relatives à la direction/gestion par des femmes et à l'emploi des femmes sont collectées au cours de l'étape 1.

Questions posées lors de l'enquête sur la propriété des entreprises et l'emploi

Lors de l'entretien téléphonique, deux questions visent à obtenir des données selon le sexe sur la propriété/gestion des entreprises et l'emploi :⁴⁹

Votre société est-elle détenue ou gérée par une femme ?

- *Non*
- *Oui, la société appartient à une femme*
- *Oui, la société est gérée par une femme*
- *Oui, la société est détenue et gérée par une femme*
- *Je ne sais pas*

Quel pourcentage de vos employés sont des femmes ?

- *Aucune femme*
- *Moins de 5 %*
- *Entre 5 et 10 %*
- *Entre 11 et 20 %*
- *Entre 21 et 30 %*
- *Entre 31 et 40 %*
- *Entre 41 et 50 %*
- *Entre 51 et 60 %*
- *Entre 61 et 70 %*
- *Entre 71 et 80 %*
- *Entre 81 et 90 %*
- *Plus de 90 %*
- *Je ne sais pas*

La base de données de l'ITC contient des réponses de plus de 6 400 entreprises commerciales de 20 pays couverts par ce rapport. Tous les résultats présentés dans ce rapport sont basés sur les réponses d'entreprises commerciales et ne permettent pas de tirer des conclusions de la représentation générale des femmes dans la main-d'œuvre ni de la propriété générale des femmes dans ces pays.

Confidentialité

L'enquête sur les MNT est confidentielle. La confidentialité des données est capitale pour assurer le plus haut niveau de participation, d'intégrité et de confiance à l'égard de la qualité des données. Les données obtenues électroniquement et à partir de documents papier sont transmises à l'ITC à la fin de l'enquête.

Technique d'échantillonnage et taille des échantillons

La sélection des entreprises pour les entretiens téléphoniques de l'enquête sur les MNT est basée sur l'échantillonnage aléatoire stratifié. Les entreprises sont stratifiées par secteur car le type et l'incidence des MNT sont souvent spécifiques au produit. Des échantillons aléatoires simples sont ensuite sélectionnés dans chaque secteur.

Les enquêtes sur les MNT ont pour but de représenter le pays. Les entreprises interrogées doivent être suffisamment nombreuses dans chaque secteur d'exportation afin de garantir que la part des entreprises subissant des MNT lourdes est correctement

estimée et peut être extrapolée au secteur dans son ensemble. Pour atteindre cet objectif, la taille de l'échantillon des entretiens téléphoniques avec les entreprises d'exportation est déterminée indépendamment pour chaque secteur d'exportation. Pour les entreprises d'importation, la taille de l'échantillon est définie au niveau national.

Les entreprises d'exportation rencontrent des problèmes avec les réglementations nationales et les réglementations appliquées par les pays partenaires qui importent leurs produits. Même si la taille de l'échantillon n'est pas stratifiée selon les destinations d'exportations des entreprises, un échantillon de taille importante permet une bonne sélection des rapports associés aux différents marchés d'exportation (réglementations appliquées par les pays partenaires). De fait, les gros partenaires commerciaux sont plus souvent cités au cours de l'enquête, simplement parce que l'entreprise sélectionnée de façon aléatoire exporte souvent vers l'un des principaux pays exportateurs.

Le nombre d'entretiens téléphoniques réalisés est compris entre 150 et 1 000, avec un nombre d'entretiens en face à face compris entre 100 et 350. Le nombre d'entretiens téléphoniques de l'échantillon dépend principalement de la taille et de la structure de l'économie, de la disponibilité et de la qualité du registre des entreprises et du taux de réponse. La taille de l'échantillon d'entretiens en face à face dépend du nombre d'entreprises concernées et de leur volonté à participer à ces entretiens.

Analyse des données de l'enquête

L'analyse des données de l'enquête vise à composer des statistiques de fréquence et de couverture selon plusieurs critères, notamment le produit et le secteur, les principaux types de MNT et plusieurs caractéristiques des entreprises étudiées.

Mises en garde

Des efforts ont été réalisés pour garantir la représentativité et la qualité supérieure des résultats de l'étude. Plusieurs mises en garde doivent toutefois être émises.

Tout d'abord, les enquêtes sur les MNT génèrent des données de perception car il a été demandé aux participants de consigner la lourdeur des réglementations représentant une entrave importante à leurs exportations ou à leurs importations. Elles peuvent avoir des grilles de lecture différentes sur ce qui constitue un obstacle. Les différences peuvent être davantage marquées lorsque les résultats des enquêtes sont comparées entre les pays, notamment en ce qui concerne les différences culturelles, politiques, sociales, économiques et linguistiques. Par ailleurs, certaines incohérences sont possibles entre les enquêteurs (par exemple lors de l'attribution des codes de classification des MNT aux mesures consignées) du fait de la nature complexe des MNT.

Deuxièmement, dans de nombreux pays, le registre systématique des entreprises couvrant tous les secteurs est indisponible ou incomplet. Par conséquent, il peut s'avérer difficile de garantir un échantillonnage aléatoire dans chaque secteur, et un taux de participation suffisant dans les secteurs plus petits. Le cas échéant, les limites de l'étude sont explicitement fournies dans le rapport d'enquête national correspondant.

NOTE DE FIN

48. Nations Unies (2013).

49. Il convient de noter que le questionnaire a été légèrement modifié au milieu de l'année 2011, ce qui a affecté les options de réponses aux questions ayant trait à l'égalité des sexes. Quant à la gestion/propriété des femmes, les études lancées avant juillet 2011 permettaient seulement de faire la distinction entre les entreprises détenues et gérées par un homme et les entreprises gérées et/ou détenues par une femme, sans distinguer les entreprises gérées, détenues ou à la fois gérées et détenues par une femme. En termes d'emploi, les premières enquêtes ne contenaient pas la première option de réponse « Aucune femme ».

Annexe II

Éliminer les obstacles pour les femmes entrepreneurs

MATRADE : Prendre soin des femmes exportatrices

La Malaysia External Trade Development Corporation (MATRADE) dispose d'un modèle intéressant de promotion de la participation des femmes au commerce.

Le Programme de développement des femmes exportatrices de la MATRADE a démarré en 2005. Sur trois ans, les exportations ont grimpé à 9,8 millions de RM (soit environ 2,2 millions d'euros). À partir d'une base de 10 entreprises appartenant à des femmes, le programme a retenu 1 700 femmes exportatrices sur les 14 000 exportatrices actives. La plupart travaillent dans des secteurs non traditionnels tels que les produits chimiques, les composants électroniques et le matériel médical.

Le soutien de MATRADE comprend un accompagnement personnalisé, une aide à la commercialisation des produits et services, une formation à l'amélioration des compétences et d'autres services de soutien aux exportations. Les entreprises sont sélectionnées pour participer au programme après une visite sur le site ou dans l'usine de l'entreprise et après évaluation des aptitudes à exporter.

Le soutien de MATRADE aux femmes entrepreneurs commence par l'identification des exportatrices potentielles. Ces dernières sont ensuite accompagnées dans leur développement. Les programmes d'accompagnement connectent les exportatrices aux institutions financières et aux autres groupes de soutien afin de stimuler leur croissance. L'accompagnement personnalisé des entreprises est complété par des liens avec le financement du commerce, les marchés et les renseignements commerciaux, mettant ainsi à profit le réseau MATRADE qui est composé de 42 agences réparties dans 35 villes.

Dans le cadre du programme, il est impératif que les femmes entrepreneurs et les associations commerciales de femmes participent à son élaboration par le biais d'un processus consultatif. MATRADE mène des enquêtes et interroge des femmes entrepreneurs concernant les contraintes et les défis qu'elles doivent relever en tant qu'exportatrices, et ce afin d'éclairer l'élaboration du programme à la fin de chaque séance.

Le savoir-faire, le financement et les contacts sont les trois éléments délicats pour les femmes, comme MATRADE peut le constater.

Sa série des « Comment ? » répond aux besoins d'information des femmes dans un cadre plus général pour les exportatrices, afin de les sensibiliser davantage encore aux procédures et processus commerciaux logistiques. MATRADE sensibilise également les hauts fonctionnaires associés au commerce aux questions de genre dans le domaine commercial en matière de douanes, d'autorisations et d'inspections. Elle encourage les images positives en publiant les histoires réussies de femmes dans les affaires, lesquelles contribuent à la croissance inclusive et à l'économie du pays.

« MATRADE m'a permis d'accéder à de nouveaux marchés et à développer notre potentiel de vente de produits. Je suis arrivée sur des marchés que je n'aurais sans cela peut-être jamais visités, comme par exemple le Moyen-Orient et l'Inde » a déclaré Cindy

Chong, Fondatrice et Directrice générale de NCL Solutions, une entreprise participant au programme.

« Les réunions commerciales et les présentations réalisées sous couvert de la MATRADE augmentent la crédibilité de nos efforts en matière de développement du commerce international ».

Source : *Entretien avec le Dr. Wong Lai Sum, ancienne Directrice générale, MATRADE*

Australie : Lutter contre le recul des femmes exportatrices

Un groupe australien a mené une enquête entre 2007 et 2009, laquelle a révélé que le nombre d'entreprises d'exportations dirigées par des femmes était faible et en baisse (passant de 11 à 9 %). Le gouvernement australien était inquiet. Les femmes entrepreneurs constituent l'un des segments commerciaux dont la croissance est la plus rapide dans le pays. Elles sont toutefois moins susceptibles de devenir des exportatrices. Il est clair que certaines inégalités n'ont pas été corrigées par les programmes de soutien existants du gouvernement.

L'Australie a défini le Women in Global Business Programme pour inciter les femmes entrepreneurs à s'engager dans le commerce. « Si vous soutenez les femmes dans leurs activités commerciales, leurs indicateurs commerciaux seront tous meilleurs. Cela développe l'économie et crée des emplois. Le programme n'a pas été défini comme un programme visant l'égalité des sexes » a déclaré l'Austrade. Suite à la réussite du programme, il a été reproduit dans d'autres pays.

Le programme est une initiative commune des Gouvernements des États et Territoires australiens, soutenue par l'Austrade. L'objectif est d'augmenter la participation des femmes dans le commerce international et l'investissement, d'offrir des avantages économiques et de créer des emplois par une plus grande diversité.

Le programme fournit des informations et des ressources, des services de soutien, de défense des intérêts, de mise en rapport et de communication avec les femmes chefs d'entreprises australiennes. Il travaille en étroite collaboration avec les parties prenantes et les partenaires du secteur privé, en offrant un programme d'accompagnement, un renforcement des compétences et des capacités, des ateliers et des événements, des activités de recherche sur les barrières et motivations des femmes lorsqu'elles s'engagent dans les marchés internationaux, des informations et des relations ainsi que la défense des intérêts sur les plans domestiques et internationaux. Après quatre ans et demi de fonctionnement, le Women in Global Business Programme a développé un modèle de guichet unique, un organe gouvernemental destiné aux entreprises de femmes exportatrices développées, émergentes et potentielles.

Le principe a été validé par la reconnaissance nationale et internationale du programme, son développement et l'évaluation des résultats. En mars 2015, le premier chapitre international a été lancé en Indonésie. Le programme s'appliquera en Chine fin 2015, début 2016. Le Pérou, le Viet Nam, les Philippines, la Papouasie-Nouvelle-Guinée et d'autres sont intéressés. Le Ministère du commerce britannique s'est dit intéressé par la mise en œuvre d'un programme similaire.

Le but est de disposer de plaques tournantes régionales d'IAC Women in Global Business ou d'autres organisations pertinentes, chacune établissant un partenariat et collaborant, partageant un savoir-faire et une expérience avec la même mission : inspirer et autonomiser les femmes chefs d'entreprises afin qu'elles puissent développer leurs activités à l'international. Plutôt que de réinventer la roue avec chaque chapitre, chacun peut accélérer les choses en partageant les meilleures pratiques.

Pour définir ce programme, un pays doit définir sa raison d'être. La première étape consiste à identifier les données qui indiquent si toutes les exportatrices actives et potentielles bénéficient à parts égales des programmes fournis par les IAC. Par exemple, si les entreprises dirigées par des femmes exportent à des niveaux plus faibles, un programme est alors clairement nécessaire pour contrer cela. L'endroit le plus à même d'héberger ce programme serait les IAC nationales, pour accorder de la crédibilité et développer des connexions. Dans les pays où le gouvernement est considéré comme une gêne, le partenariat avec une organisation du secteur privé prend tout son sens.

Source : *Entretien avec Cynthia Balogh, Responsable du programme national, Women in Global Business (WIGB)*

États-Unis : Création de politiques de défenses collaboratives

La Women Impacting Public Policy (WIPP) est une coalition de défense basée aux États-Unis qui utilise sa seule voix pour construire des capacités et défendre les politiques et permettre aux femmes entrepreneurs de bénéficier d'un objectif de 5 % de contrats fédéraux destinés aux entreprises appartenant à des femmes.

Fondée en 2001, la coalition compte cinq millions de femmes chefs d'entreprises dans 80 organisations commerciales. Son succès l'a amené à développer également des chapitres internationaux.

Voici les principales difficultés rencontrées par la coalition lors de l'élaboration à cette initiative :

- Les législateurs fédéraux ne comprennent pas bien l'impact des entreprises détenues par des femmes sur l'économie.
- Les femmes entrepreneurs comprennent mal les difficultés rencontrées par leurs entreprises.
- Les femmes entrepreneurs ont besoin de se défendre seules, tout comme la communauté des femmes d'entreprises.

Le Give Me 5 Program, nommé après l'objectif de 5 % de contrats fédéraux destinés aux entreprises détenues par des femmes, a été créé par la WIPP et American Express OPEN pour enseigner aux femmes chefs d'entreprises comment demander et garantir des opportunités de marchés fédéraux.

Le principal enseignement de la WIPP est le suivant : « Il a été difficile de faire comprendre aux responsables d'organisations qu'il était nécessaire de collaborer et de travailler ensemble pour le bien de la communauté des femmes chefs d'entreprises. Cependant, les entreprises solides ont des responsables qui comprennent les liens entre politique, éducation, défense des intérêts et leadership. Ils deviennent des défenseurs convaincus et construisent des entreprises saines orientées vers la croissance ».

La réussite du groupe est basée sur la mise en œuvre d'un modèle de défense collaborative pour les femmes entrepreneurs en associant politique, éducation et défense des intérêts à des avancées législatives significatives.

Source : *Entretien avec Jennifer Bisceglie, Présidente, WIPP International*

IBM : Choisir la bonne voie grâce à la diversité de fournisseurs

Pour International Business Machines Corporation (IBM), la diversité des fournisseurs n'est pas seulement la bonne chose à réaliser, c'est aussi et surtout « la valeur apportée à ses clients, produits et services et à son principe de base ». Cette stratégie multidimensionnelle permet à IBM de garantir que cela ne ferme pas les portes aux fournisseurs sans avoir compris leur proposition de valeur. En même temps, cela évite à IBM de laisser échapper la prochaine percée technologique.

Michael K. Robinson, Directeur du Global Procurement Program, Diversité des fournisseurs et Liens avec les fournisseurs, déclare : « Pour que la diversité des fournisseurs soit durable, les entreprises doivent tout simplement rechercher le meilleur fournisseur comme le fait IBM et elles découvriront que la diversité des fournisseurs apportent de la valeur ».

La diversité n'est pas nouvelle chez IBM. Robinson s'explique : « C'est inscrit dans notre ADN et tout a commencé avec notre premier Directeur général, Thomas Watson. Cette philosophie se poursuit avec notre Directeur général actuel, l'équipe des cadres supérieurs d'IBM, notre Chef du service des Achats et l'ensemble de l'organisation mondiale des approvisionnements. Elle permet de rechercher les meilleurs employés, quel que soit leur race ou leur sexe, depuis les années 1800 et nous avons élargi cette règle pour inclure l'orientation sexuelle, l'invalidité, etc. Grâce à l'ingéniosité, l'innovation et l'impact sur les revenus, associés à une main-d'œuvre variée, la transition naturelle consistait à créer notre Programme de diversité des fournisseurs ».

Pour l'avenir, IBM souhaite ajouter un avantage compétitif à sa chaîne d'approvisionnement tout en veillant à ce que tous les fournisseurs qualifiés, quels que soient leur race, leur sexe, leur invalidité et leur appartenance sexuelle, aient la chance de participer au processus d'approvisionnement. Malgré les difficultés persistantes, IBM croit encore qu'il est possible « de tracer de nouvelles voies ».

L'un des plus importants défis de l'entreprise était de garantir que des fournisseurs divers pouvaient avoir la chance de participer à la chaîne d'approvisionnement d'IBM dans le monde entier. Pour ce faire, IBM a dû créer des processus mondiaux respectueux des lois locales et assure qu'une chance a été donnée aux fournisseurs qualifiés. L'entreprise précise également pourquoi cela s'est avéré essentiel à la croissance d'IBM.

Pour d'autres grandes entreprises pas encore convaincues de l'intérêt commercial, voici le message qu'IBM souhaite faire passer : « Il existe un intérêt commercial à sous-traiter le produit/service fourni, sinon il ne le serait pas ». Si vous n'incluez pas tous les fournisseurs qui disposent de la technologie, sont innovants, responsables, économiques et flexibles, dans le processus d'approvisionnement, vous ne donnez pas de valeur à votre chaîne d'approvisionnement et à votre entreprise ».

Pour les femmes entrepreneurs qui recherchent des partenariats avec les grandes entreprises, voici le message d'IBM : « Comprenez ce que vous vendez, vos principales compétences et votre client. Vous pouvez adorer le produit/service que votre entreprise fournit mais s'il n'entre pas dans la chaîne d'approvisionnement d'une grande entreprise, ce n'est pas votre client ».

Source : *Entretien avec Michael K. Robinson, Directeur du Global Procurement Program, Diversité des fournisseurs et Liens avec les fournisseurs, IBM*

Accenture : Renforcer la base de fournisseurs femmes

Pour Accenture, entreprise leader dans le domaine des services professionnels, être inclusif signifie représenter le monde que l'on sert dans sa chaîne d'approvisionnement mais aussi dans ses murs. « Accenture dispose d'une excellente occasion d'utiliser notre organisation des approvisionnements pour créer une valeur à long terme pour nos clients et promouvoir des pratiques commerciales durables et inclusives au sein de notre réseau de fournisseurs et de leurs communautés du monde entier ».

Le programme mondial de diversité et d'inclusion de fournisseurs d'Accenture reflète cet objectif. Lancé en 2002 aux États-Unis, le programme s'étend désormais à plus de 16 pays et 3 régions. La perspective mondiale de ce programme est d'intégrer plus d'entreprises appartenant à des femmes dans les chaînes d'approvisionnement.

Dans 14 de ces pays, Accenture s'approvisionne activement auprès d'entreprises détenues par des femmes et forme les femmes entrepreneurs en association avec ses partenaires. L'initiative citoyenne d'entreprise Skills to Succeed (les compétences pour réussir) offre des opportunités d'emploi et d'entrepreneuriat dans le monde entier. Avec ses partenaires stratégiques, Accenture souhaite donner à plus de trois millions de personnes des compétences qui leur permettront d'obtenir un emploi ou de créer une entreprise d'ici à la fin de l'année fiscale 2020.

Le renforcement de la base de fournisseurs femmes est essentiel pour créer un plus fort impact socio-économique et promouvoir la valeur partagée. Voici plusieurs des initiatives d'Accenture visant à soutenir les femmes entrepreneurs :

- Former un groupe de femmes ramasseuses de déchets, membres de l'Association des femmes indépendantes (SEWA) en Inde, à fabriquer des articles de papeterie avec le papier recyclé. Accenture achète des produits à SEWA par l'intermédiaire de Giftlinks, une entreprise de fabrication d'articles-cadeaux et de papeterie détenue par une femme et certifiée par Accenture.
- S'engager dans des projets pour former des centaines d'entreprises détenues par des femmes au Nigéria, notamment dans l'innovation et en collaboration avec WEConnect International Nigeria et un client important du secteur énergétique.
- Investir dans plusieurs tranches de financement et compétences par le biais de programmes visant à former des femmes entrepreneurs et à favoriser l'implantation de WEConnect International en Turquie.

L'approvisionnement auprès d'entreprises détenues par des femmes a amélioré inclusivement le principe de base d'Accenture, et ce de plusieurs façons : grâce des offres innovantes qui répondent et dépassent les spécifications techniques ; grâce à une satisfaction accrue du client et de nouvelles opportunités commerciales ; grâce aux économies réalisées suite à la réduction des délais et aux améliorations technologiques, par exemple ; mais aussi grâce au développement et à la rétention de personnes engagées personnellement et qui trouvent cela stimulant et motivant.

Voici plusieurs facteurs clés de réussite du programme de diversité et d'inclusion de fournisseurs d'Accenture :

- Choisir les pays dans lesquels il faut être actif et les éléments sur lesquels se concentrer ;
- Comprendre l'environnement commercial et législatif local ;
- Encourager et reconnaître les champions locaux, qui encouragent d'autres champions à impliquer ;

- Pouvoir compter sur les bons partenaires et les bonnes collaborations. Le partenariat d'Accenture avec WEConnect International dans 12 pays sur les 14 constitue un exemple de ce qui fonctionne avec les femmes entrepreneurs. Aux États-Unis, Accenture travaille avec le Women's Business Enterprise National Council. Ces collaborations, avec un large éventail de parties prenantes dans l'écosystème, permettent de pouvoir tirer profit des ressources combinées des partenaires.

À l'avenir, de plus gros efforts de collaboration seront nécessaires pour atteindre l'objectif qui vise à intégrer plus de femmes dans les chaînes de valeur car « c'est par une collaboration puissante que nous créons une valeur partagée de façon inclusive et durable », déclare Marianne Schoenig, Responsable de la diversité et de l'inclusion des fournisseurs mondiaux aux États-Unis chez Accenture.

Source : *Entretien avec Marianne Schoenig, Responsable de la diversité et de l'inclusion des fournisseurs mondiaux aux États-Unis, Accenture*

Walmart : Augmenter la participation des femmes tout au long de la chaîne de valeur

L'initiative mondiale d'autonomisation économique des femmes dans le monde de Walmart, lancée en 2011, a défini cinq objectifs :

Augmenter les approvisionnements auprès d'entreprises détenues par des femmes : Entre 2011 et 2016, la société s'est engagée à dépenser 20 milliards de \$E.-U. en approvisionnements auprès d'entreprises détenues par des femmes aux États-Unis et à doubler les approvisionnements auprès de femmes fournisseurs au niveau international.

Autonomiser les femmes dans les fermes et les usines grâce à la formation, à l'accès au marché et aux opportunités de carrière : De nouveaux programmes permettant d'aider 60 000 femmes à travailler dans les usines qui fournissent des produits à Walmart et à d'autres détaillants développent les compétences dont les femmes ont besoin pour devenir des décideuses plus actives dans leur travail et pour leurs familles. L'initiative aide aussi les travailleuses agricoles à participer plus pleinement aux chaînes d'approvisionnement agricoles.

Autonomiser les femmes grâce à la formation professionnelle et à l'éducation : Les programmes de formation réussis seront développés pour aider 200 000 femmes au niveau international. Aux États-Unis, Walmart soutiendra 200 000 femmes issues de foyers à faibles revenus à développer des compétences professionnelles et à accéder à l'éducation supérieure.

Augmenter la diversité des genres parmi les principaux fournisseurs : L'entreprise travaille avec les principales entreprises de services professionnels et fournisseurs de marchandises pour un chiffre d'affaires supérieur à 1 milliard de \$E.-U. afin d'augmenter la représentation des minorités et des femmes sur les comptes de Walmart.

Réaliser des contributions philanthropiques pour l'autonomisation économique des femmes : La société soutient ces programmes en accordant plus de 100 millions de \$E.-U. de subventions afin d'avancer dans la réalisation des principaux objectifs. Le financement provient de la Fondation Walmart et des dons directement versés par les entreprises internationales de Walmart.

Source : <http://news.walmart.com/news-archive/2011/09/14/walmart-launches-global-womens-economic-empowerment-initiative>

ExxonMobil : Approvisionnements directs auprès des vendeuses

ExxonMobil pense que le soutien apporté aux femmes constitue un « effet multiplicateur puissant bénéfique pour l'ensemble de la société ». Cette croyance se reflète dans l'ensemble des efforts d'inclusion et de diversité d'ExxonMobil dans sa chaîne d'approvisionnement. Cette dimension démographique stratégique s'inscrit dans le travail de l'entreprise pour le développement économique dans les secteurs où elle fait du commerce, souvent appelé « contenu local ».

Le programme de diversité des fournisseurs d'ExxonMobil basé aux États-Unis inclut proactivement des entreprises commerciales qualifiées détenues par des femmes et des minorités dans son processus d'approvisionnement, dont les dépenses ont dépassé 1 milliard de \$E.-U. en 2014 par l'intermédiaire d'achats directs et de ses principaux fournisseurs. Reconnaisant ses efforts, le Women's Business Enterprise National Council a nommé ExxonMobil comme 'Top Corporation' pour les neuf dernières années.

Depuis 2005, ExxonMobil et la Fondation ExxonMobil ont aidé des femmes dans plus de 90 pays à réaliser leur potentiel économique et à apporter des changements sociaux et économiques dans leurs communautés. ExxonMobil a investi plus de 82 millions de \$E.-U. pour aider les organisations mondiales et communautaires à mettre en œuvre des programmes qui profitent directement à des dizaines de milliers de femmes en développant les entreprises de femmes dans le commerce et l'agriculture ; en soutenant la recherche afin d'identifier les interventions efficaces ; et en déployant des technologies qui accélèrent l'avancée économique des femmes.

Sur la base de ces initiatives et en travaillant en étroite collaboration avec WEConnect International, en 2014 ExxonMobil a commencé à s'approvisionner directement auprès de femmes entrepreneurs. La Fondation ExxonMobil et l'organisation d'approvisionnement local, en association avec WEConnect International, ont hébergé plus de 300 femmes au cours de quatre séances de rencontre avec les acheteurs au Nigéria. Les ateliers d'une journée qui se sont tenus à Abuja, Akwa Ibom, Lagos et Port Harcourt ont donné aux femmes chefs d'entreprises l'opportunité de s'engager et de se former aux côtés des représentants d'ExxonMobil et WEConnect International. Les objectifs de ces séances étaient les suivants :

- Donner un aperçu des barrières et options possibles dans l'accès aux opportunités commerciales d'entreprise ;
- Former des entreprises appartenant à des femmes sur la façon d'interagir avec les sociétés multinationales ;
- Permettre aux femmes entrepreneurs de devenir des fournisseurs plus compétitifs grâce à une formation aux pratiques en matière d'approvisionnement, à la réduction totale des coûts du système et à une collaboration stratégique ;
- Introduire des entreprises appartenant à des femmes dans les programmes de diversité d'ExxonMobil.

Ces ateliers ont permis aux participants de partager des profils commerciaux, des stratégies, des défis et des projets futurs. Ils ont permis de présenter les femmes à plusieurs organisations et programmes soutenus par la Fondation ExxonMobil, notamment l'atelier Global Women in Management de Vital Voices, Solar Sister et Plan International. Ils ont également aidé les participants à créer des liens avec les agences gouvernementales centrées sur les femmes afin de leur garantir l'accès aux ressources dont elles ont besoin pour se développer et entretenir leurs entreprises. Suite à l'atelier, deux entreprises nigérianes appartenant à des femmes, Le Look Nigeria et Mazuka Nigeria Ltd, ont obtenu des contrats avec ExxonMobil.

En travaillant avec WEConnect International, ExxonMobil souhaite continuer à accompagner et à encourager la viabilité des entreprises détenues par des femmes dans les pays où elle intervient. Même s'il est encore trop tôt pour tirer des conclusions majeures concernant son initiative internationale de diversité des fournisseurs qui vise à inclure des vendeuses, ExxonMobil considère ses relations clés avec les organisations telles que WEConnect International comme essentielles à la réussite du programme.

Source : *Entretien avec Natalie Stirling-Sanders, Directrice mondiale, Contenu local, Diversité des fournisseurs et Approvisionnement durable, ExxonMobil*

WEConnect International : Connecter les femmes aux marchés mondiaux

En 2007, le Women's Business Enterprise National Council (WBENC), principal organisme certificateur d'entreprises détenues, contrôlé et dirigé par des femmes aux États-Unis, a lancé un comité de gestion mondial présidé par AT&T. Les membres de ce comité ont travaillé avec l'organisation à but non lucratif Quantum Leaps sur une stratégie permettant de fournir une éducation commerciale et une certification aux entreprises détenues par des femmes installées hors des États-Unis.

Les membres de l'entreprise ont considéré que si le fait d'acheter à des femmes fournisseurs installées aux États-Unis constituait une bonne pratique, cela devait également être le cas en achetant à des femmes fournisseurs sur tous les marchés desservis. WBENC a décidé de rester concentré sur le marché nord-américain et de soutenir le lancement d'un organisme similaire mais indépendant susceptible de pouvoir servir les entreprises détenues par des femmes hors des États-Unis.

WEConnect International a été lancée fin 2009 par plusieurs des groupes les plus importants et les plus inclusifs au monde : Accenture, Alcatel-Lucent ; AT&T, Cisco Systems, Inc. ; EY ; Hewlett-Packard Company ; IBM Corporation ; Intel ; Manpower, Inc. ; Motorola Solutions, Inc. ; Pacific Gas and Electric Company ; The Boeing Company ; Verizon et Walmart Stores, Inc.

Principales difficultés rencontrées par WEConnect International :

- L'insuffisance des fonds pour répondre à la demande signifie qu'ils ont dû faire plus avec moins ;
- Le fait de ne pas être au clair sur le meilleur modèle commercial d'expansion signifie qu'ils ont dû apprendre de leurs tentatives et de leurs erreurs, de leurs défaillances rapides, mais aussi partager les enseignements, s'affiner et s'améliorer ;
- Le fait de ne pas travailler avec un écosystème formé signifie qu'ils ont dû former le secteur public, le secteur privé et la société civile sur leurs actions et la façon de s'engager ;
- Le fait de ne pas offrir de certifications comprises par les acheteurs et les vendeurs hors des États-Unis signifie qu'ils ont dû vendre la valeur aux acheteurs et aux vendeurs sur chaque marché cible.

Facteurs clés de réussite:

- De grandes entreprises ont fondé l'organisation car elles veulent acheter plus aux femmes ;
- La structure à but non lucratif 501(c)3 permet de pouvoir disposer d'une association mutuelle ;
- Les femmes chefs d'entreprises disposent d'un accès direct aux connaissances et aux réseaux commerciaux ;
- Les acheteurs et les vendeurs mettent leurs informations à jour tous les ans afin de pouvoir collecter des données de qualité ;
- Une attention soutenue portée à la mission et à l'impact mesurable.

Réalisations

Depuis son incorporation en 2009, WEConnect International :

- S'est positionnée en tant qu'ONG internationale leader afin d'offrir aux femmes un accès direct aux acheteurs ;
- Estime à 3 milliards de \$E.-U. les dépenses réalisées par ses membres aux femmes fournisseurs ;
- A formé plus de 7 000 femmes chefs d'entreprises basées dans 90 pays ;
- A créé un eNetwork de recherche breveté avec 5 200 entreprises appartenant à des femmes ;
- A proposé des services locaux dans 17 pays représentant la moitié de la population mondiale.

Source : *Entretien avec Elizabeth A. Vazquez, Directrice générale et Co-fondatrice de WEConnect International*

Imprimé par ITC Digital Printing Service sur du papier FSC, respectueux de l'environnement (sans chlore) utilisant des encres végétales. Le support est recyclable.

Un pdf gratuit est disponible sur le site Web de l'ITC : www.intracen.org/publications.

