

Cultivatrice de maïs,
Mawathawewa (Sri Lanka).

A woman in a colorful patterned headscarf and a dark blue long-sleeved shirt is carrying a large, full sack of yellow corn on her shoulder. She is smiling broadly and looking towards the camera. The background shows a field of corn plants under a cloudy sky. A large white geometric shape, resembling a stylized 'A' or a large letter, is overlaid on the left side of the image.

**Égalité des
genres,
autonomisation
économique
des femmes
et commerce
durable**



140

Intégration des politiques d'égalité des genres dans les stratégies de développement et les instruments juridiques

147

Promouvoir l'autonomisation économique des femmes dans l'Aide pour le commerce

152

Catégories des programmes d'Aide pour le commerce liées à l'égalité des genres

161

Contraintes en matière d'Aide pour le commerce et alignement des donateurs et des partenaires

164

Défis concernant l'intégration des questions de genre dans l'Aide pour le commerce



L'Aide pour le commerce contribue à faire progresser l'autonomisation économique des femmes

96%

des pays en développement reconnaissent le rôle qu'elle peut jouer pour remédier aux contraintes liées au commerce auxquelles les femmes sont confrontées

La question de l'autonomisation économique des femmes est intégrée dans les stratégies d'Aide pour le commerce...

92%

des pays en développement intègrent la question de l'autonomisation économique des femmes dans leurs stratégies de développement

...et dans les stratégies de développement du commerce

42%

des pays en développement intègrent des considérations liées à l'autonomisation économique des femmes dans leurs stratégies de développement du commerce et d'exportation



83%

des projets financés par des donateurs en faveur de l'autonomisation économique des femmes **mettent l'accent sur le renforcement des capacités des femmes à participer au commerce**



75%

des donateurs ont financé des programmes de formation et des activités de soutien destinés aux entrepreneuses



92%

des pays en développement indiquent que le soutien futur en faveur de l'autonomisation économique des femmes devrait être axé sur les secteurs des services et de l'agriculture, et



83%

mentionnent les secteurs industriels

La collecte de données reste un défi...



62%

des pays en développement recueillent des données ventilées par genre relatives au commerce, mais pas de façon systématique

Seulement



50%

des parties interrogées disposent d'un cadre de suivi et d'évaluation des résultats des programmes d'Aide pour le commerce en faveur des femmes

Principales contraintes auxquelles se heurtent les femmes dans les pays en développement :

- difficultés d'accès aux services financiers, **87%**
- emploi informel, **75%**
- accès insuffisant aux services numériques, **49%**

La question de l'égalité des genres fait partie intégrante de l'initiative Aide pour le commerce depuis sa création. Le rapport final¹ de l'Équipe spéciale de l'OMC chargée de l'Aide pour le commerce, publié en 2006, contenait la recommandation suivante: « L'Aide pour le commerce devrait être fournie de façon cohérente en tenant pleinement compte, entre autres, des considérations de genre et de l'objectif global de développement durable. »

Le Secrétariat de l'OMC, chargé de mener l'exercice conjoint OCDE-OMC de suivi et d'évaluation de l'Aide pour le commerce de 2022, a remanié pour la première fois le questionnaire d'enquête visant à recueillir des données afin de mieux faire apparaître les effets que l'Aide pour le commerce avait eus sur l'égalité des genres et l'autonomisation économique des femmes, ainsi que de rassembler de nouvelles données qui ne figuraient pas dans les exercices de suivi et d'évaluation précédents.

Dans l'ensemble, les données recueillies montrent comment l'Aide pour le commerce favorise l'autonomisation économique des femmes, comment les objectifs et les priorités des donateurs et des pays partenaires en matière d'Aide pour le commerce se rejoignent s'agissant des questions de genre (ce qui n'était pas le cas auparavant) et en quoi l'intégration des questions de genre reste un défi, notamment parce que les données commerciales ventilées par genre et les capacités en matière de collecte des pouvoirs publics sont insuffisantes, et parce que la plupart de ces derniers n'évaluent pas l'impact de leurs programmes d'Aide pour le commerce.

Élaboré à partir des réponses au questionnaire, ce chapitre présente une analyse des nouvelles données et informations recueillies dans le cadre de l'exercice de suivi et d'évaluation, examine comment les questions de genre ont été intégrées aux programmes d'Aide pour le commerce et souligne les tendances générales qui ressortent des constatations et des exemples tirés des renseignements supplémentaires.

Les résultats de l'exercice de suivi et d'évaluation ont été divisés en différentes sections, comme suit :

- intégration des politiques d'égalité des genres dans les stratégies de développement et les instruments juridiques ;
- promotion de l'autonomisation économique des femmes dans l'Aide pour le commerce ;
- catégories du programme d'Aide pour le commerce liées à l'égalité des genres ;
- contraintes en matière d'Aide pour le commerce et alignement des donateurs et des partenaires ;
- défis concernant l'intégration des questions de genre dans l'Aide pour le commerce.

Ce chapitre contient également les études de cas suivantes :

- Bénin : méthodes d'évaluation tenant compte de l'égalité des genres dans le cadre des programmes d'Aide pour le commerce ;
- Colombie : intégration des questions de genre dans les instruments de politique générale ;
- Union européenne : évaluation de l'impact en fonction du genre de l'UE – ce qui est mesuré peut être géré ;
- Pérou : intégration des questions de genre dans les politiques commerciales et liées au commerce.

Récolte de riz
à Ngazi (République
démocratique du Congo).



Intégration des politiques d'égalité des genres dans les stratégies de développement et les instruments juridiques

Les donateurs comme les pays partenaires élaborent des programmes d'Aide pour le commerce spécifiquement axés sur l'égalité des genres. Sur les 53 pays en développement participants, 92% environ considèrent l'autonomisation économique comme une priorité dans leurs plans et objectifs de développement. Ce taux était de 100% pour l'Afrique et pour l'Asie et le Pacifique.

De même, 90% des donateurs ont intégré les questions de genre dans leur aide au développement liée au commerce, comme en témoignent les réponses des parties régionales interrogées et des partenaires Sud-Sud.

Cette tendance positive se poursuit depuis l'exercice de suivi et d'évaluation de 2019, qui avait permis de constater que l'autonomisation économique des femmes figurait en bonne place dans l'ordre du jour tant des donateurs (84%) que des pays participants (85%). De fait, les recherches menées par l'OMC confirment que l'accent mis sur l'autonomisation économique des femmes dans le cadre de l'Aide pour le commerce n'a cessé de s'accroître depuis 2007 (der Boghossian, 2019).

Une étude réalisée par la Banque mondiale en 2011 a également démontré que les interventions au titre de l'Aide pour le commerce pouvaient contribuer à soutenir les commerçantes et les entrepreneuses. Cette étude a permis de définir les principaux obstacles au commerce que rencontrent les femmes lorsqu'elles souhaitent améliorer leur accès aux marchés et ainsi leurs revenus (Gamberoni et Guilherme, 2011).

Plus particulièrement, les volets de l'Aide pour le commerce qui soutiennent la facilitation des échanges pourraient aider les entrepreneuses

à accroître leur participation au commerce mondial. Lorsque l'étude de la Banque mondiale a été publiée, les pays commençaient à intégrer davantage les questions de genre à leurs objectifs en matière d'Aide pour le commerce et à réorienter leurs programmes vers l'égalité des genres (der Boghossian, 2019).

Les pays intègrent les questions de genre dans un large éventail d'instruments et de politiques, à commencer par leurs stratégies globales de développement. Ils élaborent des instruments spécifiques qui mettent l'accent sur l'égalité des genres et tiennent compte des questions en la matière dans le cadre d'un champ d'action donné, en accordant la priorité à certaines mesures comme les suivantes (voir le tableau 1 pour plus de détails) :

- soutenir la reprise après la COVID-19 ;
- aborder les questions de genre relatives aux changements climatiques, à l'environnement et aux ressources naturelles ;
- promouvoir le commerce électronique et la numérisation ;
- intégrer les questions de genre dans le développement du secteur des services ;
- favoriser la finance inclusive et la microfinance en faveur des femmes au niveau local ;
- soutenir les commerçants transfrontières du secteur informel ;
- renforcer le développement industriel et l'entrepreneuriat féminin.

Des pays comme la Guinée-Bissau et la Zambie intègrent les questions de genre dans leurs stratégies qui ont un impact au niveau local. De fait, de nombreux pays associent leurs stratégies de développement à une politique en faveur de l'égalité des genres, renforçant ainsi les deux instruments. Par exemple, la Colombie combine deux ou trois types d'instruments afin

Tableau 1 : Intégration des politiques d'égalité des genres dans les stratégies de développement

Régions	Réponses au questionnaire
Afrique	
Guinée-Bissau	Données ventilées par genre intégrées dans la stratégie de développement du commerce
République démocratique du Congo	Question de l'égalité des genres intégrée dans la Constitution
Zambie	Questions de genre figurant dans les stratégies et politiques ayant une incidence au niveau local
Asie et Pacifique	
Pakistan	<p>Aide pour le commerce perçue comme une variable de grande importance pour l'intégration des femmes dans la structure actuelle du marché, et comme :</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ susceptible d'ouvrir, pour les jeunes femmes en particulier, des segments plus récents de l'économie (comme le commerce électronique), qui peuvent apporter des gains plus importants et améliorer la mobilité sociale ▪ susceptible de combler les déficits techniques ou de connaissances que les pays en développement peuvent avoir pour que les femmes réalisent leur véritable potentiel économique
Amérique latine et Caraïbes	
Sainte-Lucie	<p>Stratégie de prise en compte des questions de genre visant à soutenir la prise en compte des perspectives liées au genre dans l'élaboration des politiques</p> <p>Les Ministères et Départements se tournent vers une culture transparente et fondée sur les données qui recourt à l'analyse des questions de genre dans le cadre de la planification</p> <p>Le développement des capacités constituera un moyen d'arriver à une fin ; les possibilités pratiques en matière de commerce devront ainsi être intégrées à l'aide de façon à accroître la viabilité des formations</p>

d'intégrer les questions de genre dans ses stratégies et programmes d'Aide pour le commerce (voir l'étude de cas).

Maurice, le Pakistan et le Vanuatu font partie des rares pays qui intègrent directement les questions de genre dans leurs politiques commerciales et dans leurs stratégies d'exportation. Cependant, l'intégration des questions de genre dans la politique commerciale demeure un défi pour de nombreux pays. Lorsqu'ils le font, les pays intègrent généralement les questions liées au commerce et à l'égalité des genres dans des stratégies relatives à l'entrepreneuriat et dans des activités de soutien aux exportatrices (comme c'est le cas du Guatemala, de l'Ouganda et du Paraguay).



Dans la province de Tbong Khmum (Cambodge), de petites exploitantes agricoles génèrent davantage de revenus grâce à un plus grand nombre de produits agricoles.

Étude de cas

Colombie : Intégration des questions de genre dans les instruments de politique générale

Plan national de développement

La Colombie intègre les questions de genre à plusieurs instruments de politique générale. Le plan national de développement pour la période 2018-2022 contient un chapitre consacré à l'autonomisation économique des femmes.* Il garantit l'égalité des genres et la non-discrimination au moyen de stratégies ad hoc et dans différents domaines (comme l'éducation ou l'emploi).

La Colombie reconnaît également que les femmes des zones rurales jouent un rôle en faveur d'une transformation structurelle, et elle soutient un développement rural équitable en favorisant la formation de revenu et un meilleur accès au financement, et en créant des conditions plus propices à l'employabilité et à l'entrepreneuriat.

Programme Equipares

En collaboration avec le Programme des Nations Unies pour le développement (PNUD), la Colombie a mis sur pied le programme Equipares :

- pour éliminer les discriminations fondées sur le genre s'agissant de l'emploi et des salaires ;
- pour promouvoir des conditions garantissant l'égalité des genres ;
- pour prévenir, éliminer et sanctionner toutes les formes de violence à l'encontre des femmes dans les micro, petites et moyennes entreprises (MPME).

Le programme Equipares promeut également des conditions de travail flexibles pour les femmes (heures de travail réduites, prolongation volontaire des congés maternité et paternité, télétravail, etc.).



Une agricultrice élève des volailles dans le cadre d'une association de producteurs à La Eugenia, en Colombie.

Politique publique nationale en faveur de l'égalité des genres

En 2012, la Colombie a adopté sa politique publique nationale sur 10 ans en faveur de l'égalité des genres, afin d'orienter les mesures relatives aux droits des femmes dans le pays, y compris en matière d'autonomisation économique.** La Colombie travaille actuellement à l'élaboration d'une nouvelle politique nationale qui sera axée sur les questions de développement social et productif liées au genre, visant notamment à :

- éliminer les pratiques discriminatoires à l'encontre des femmes sur le marché du travail ;
- encourager le développement des activités commerciales et le commerce extérieur ;
- promouvoir l'entrepreneuriat féminin ;
- améliorer l'accès des femmes au financement ;
- réduire la fracture numérique.

Questions de genre intégrées dans d'autres politiques publiques

Les questions de genre sont intégrées dans d'autres politiques publiques intègrent, en particulier pour ce qui est de l'autonomisation économique des femmes, par exemple :

- la politique nationale pour l'entrepreneuriat***, qui contient une stratégie globale d'assistance technique destinée à soutenir le développement de l'entrepreneuriat féminin ;
- le Fonds pour les entrepreneuses+, qui vise à financer et à renforcer les capacités des entrepreneuses ;
- la politique en faveur de la relance, de la redynamisation et d'une croissance durable et inclusive**, qui est axée sur la formation de revenu pour les femmes des communautés rurales, l'accent étant mis sur la viabilité des entreprises rurales et la création de programmes de formation.

L'égalité des genres est également un objectif central qui est intégré de manière transversale dans d'autres politiques sectorielles, par exemple dans le cadre des programmes menés à bien par le Bureau de la Vice-Présidence et le Bureau consultatif présidentiel chargé de l'équité pour les femmes, qui portent principalement sur :

- des conditions de travail décentes pour les femmes salariées ;
- la promotion du renforcement des capacités pour les entrepreneuses et de la participation des femmes dans des secteurs où elles sont traditionnellement peu présentes, comme les transports et les infrastructures, les mines et l'énergie, et l'économie verte.

La Colombie a également hissé l'équité entre les genres au rang d'objectif central dans la mise en œuvre des Objectifs de développement durable (ODD) des Nations Unies, en définissant des indicateurs et des cibles spécifiques portant sur l'employabilité des femmes, les écarts de revenus et l'accès à la technologie.

* Voir <https://colaboracion.dnp.gov.co/CDT/Prensa/BasesPND2018-2022n.pdf>.

** Voir <https://colaboracion.dnp.gov.co/cdt/conpes/social/161.pdf>.

*** Voir <https://colaboracion.dnp.gov.co/CDT/Conpes/Econ%C3%B3micos/4011.pdf>.

+ Voir <https://www.apccolombia.gov.co/proyectos/fondo-mujer-emprende>.

** Voir <https://colaboracion.dnp.gov.co/CDT/Conpes/Econ%C3%B3micos/4023.pdf>.

Étude de cas

Pérou : Intégration des questions de genre dans les politiques commerciales et liées au commerce

Politique nationale pour l'égalité des genres

Le Pérou a adopté une série d'instruments afin de mieux remédier aux inégalités entre les genres et de soutenir l'autonomisation économique des femmes au moyen du commerce. Par exemple, la politique nationale pour l'égalité des genres de 2019* aborde les discriminations structurelles à l'encontre des femmes. L'un des objectifs prioritaires consiste à garantir l'exercice des droits économiques et sociaux des femmes, en passant notamment par :

- la mise place d'un système national d'aide et de soins qui met l'accent sur les questions de genre ;
- l'amélioration de l'accès des femmes aux ressources naturelles et productives et le renforcement de leur pouvoir dans ce domaine ;
- l'accroissement de la participation des femmes sur le marché du travail formel ;
- des mesures visant à garantir les droits sociaux des femmes.

Directives techniques pour la promotion de l'autonomie économique des femmes

En 2021, le Pérou a élaboré des directives techniques afin de promouvoir l'autonomie économique des femmes dans toute leur diversité**, le principal objectif étant d'établir des dispositions qui permettent aux institutions publiques et privées de mettre en œuvre des stratégies favorisant l'autonomisation économique des femmes et l'égalité des droits, ainsi que des possibilités dans l'emploi et dans la sphère sociale, portant par exemple sur :

- la production de plus de renseignements sur l'autonomisation économique des femmes ;
- la promotion de programmes de formation pour les travailleuses ;
- l'élimination des discriminations fondées sur le genre dans l'emploi ;
- la conciliation des responsabilités familiales et des perspectives de carrière pour les femmes ;
- la promotion de l'entrepreneuriat féminin ;
- la garantie d'un accès égal aux terres et aux ressources pour les femmes ;
- l'amélioration de l'accès des femmes au financement.

PROMPERU

Dans la même veine que les instruments susmentionnés, la Commission péruvienne pour la promotion des exportations et du tourisme (PROMPERU)*** met en œuvre le programme Ella Exporta, qui vise à renforcer les capacités des entrepreneuses en matière de gestion d'entreprises et d'exportations. Depuis 2017, plus de 100 entrepreneuses ont participé à des formations sur la réglementation relative aux exportations, les procédures et les coûts, l'accès au financement, la responsabilité sociale des entreprises, la sécurité sur le lieu de travail, la commercialisation numérique et les négociations. Le Pérou a également assuré un suivi de l'intégration des participantes dans le commerce afin d'évaluer l'efficacité du programme, dont les résultats sont positifs.

Soutien au titre de l'Aide pour le commerce

Le Pérou a demandé à recevoir un soutien au titre de l'Aide pour le commerce afin de renforcer la participation des femmes au commerce. Par exemple, il met en œuvre un programme financé par le Programme d'aide directe de l'Australie afin de développer le secteur de la mode dans le centre de textiles et de vêtements de Gamarra et de renforcer les capacités des entreprises dirigées par des femmes dans ce domaine. Dans le cadre de ce programme, les entrepreneuses bénéficient de formations sur les techniques de conception et de gestion afin d'améliorer leur compétitivité sur les marchés internationaux.

Le programme « Les femmes dans le commerce pour une croissance inclusive et durable », financé par le Bureau de promotion du commerce Canada et l'Alliance mondiale pour la facilitation des échanges, vise à accroître la participation des femmes au commerce au moyen des trois mesures suivantes :

- renforcer les capacités de PROMPERU dans le domaine de l'égalité des genres et de l'inclusion sociale ;
- renforcer les capacités de 113 entreprises du secteur agricole, dont 86 sont dirigées par des femmes ;
- inviter 40 de ces entreprises à des foires internationales ou à des missions commerciales au Canada.

Dans le but d'intégrer les questions de genre à l'ensemble des politiques et programmes du Pérou, le gouvernement, avec le soutien de la Banque interaméricaine de développement (BID), réfléchit actuellement à la façon de tenir compte de ces questions dans le cadre de son plan national d'exportation afin de favoriser l'accès des femmes aux possibilités commerciales.

* Voir https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/305292/ds_008_2019_mimp.pdf.

** Voir https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/2035718/rm_196_2021_mimp.pdf.

*** Voir <https://institucional.promperu.gob.pe>.



Une agricultrice andine partage son savoir sur les tubercules indigènes au Pérou.

Gros plan : Travaux en cours des Membres de l'OMC sur l'Aide pour le commerce et l'égalité des genres

Au cours des 5 dernières années, dans le cadre de leurs travaux à l'OMC, les Membres ont examiné les questions de genre liées à l'Aide pour le commerce au sein du Groupe de travail informel de l'OMC sur le commerce et l'égalité des genres, établi le 23 septembre 2020, qui réunit les Membres de l'OMC et les observateurs souhaitant intensifier leurs efforts pour accroître la participation des femmes dans le commerce mondial.

Le Groupe de travail informel reconnaît le rôle essentiel que l'Aide pour le commerce joue dans l'autonomisation économique des femmes et a fait de cette question l'un de ses quatre axes de travail, à savoir :

- partager les meilleures pratiques pour éliminer les obstacles à la participation des femmes au commerce ;
- échanger des vues sur la manière d'intégrer la perspective de l'égalité des genres dans les travaux de l'OMC ;
- examiner les rapports sur les disparités entre les genres établis par le Secrétariat de l'OMC ;
- discuter des possibilités offertes aux femmes par l'initiative Aide pour le commerce.

La participation au Groupe de travail informel ne se limite pas au recueil de meilleures pratiques et au partage de données d'expérience. Les travaux menés conjointement par les Membres de l'OMC et les observateurs visent à intégrer les questions liées au genre dans l'initiative Aide pour le commerce afin de promouvoir l'égalité des genres et l'autonomisation économique des femmes.

Lors de discussions spécifiques en 2021, les Membres de l'OMC se sont penchés sur :

- l'accroissement actuel de l'aide au développement axée sur le commerce de la part de certains donateurs ;
- les domaines prioritaires de l'Aide pour le commerce qui ont trait aux questions de genre (comme les programmes ciblant l'agriculture) ;
- des groupes cibles spécifiques des programmes d'Aide pour le commerce (comme les entrepreneuses) ;
- les processus de suivi et d'évaluation des programmes d'Aide pour le commerce liés à l'égalité des genres ;
- les pratiques visant à intégrer les questions de genre dans les programmes d'Aide pour le commerce.



Entreprise de construction immobilière, Addis-Abeba (Éthiopie).

Actuellement, le Groupe de travail informel est composé de 125 Membres de l'OMC et de 7 gouvernements observateurs.

* Pour en savoir plus, voir https://www.wto.org/french/tratop_f/womenandtrade_f/iwg_trade_gender_f.htm.

Promouvoir l'autonomisation économique des femmes dans l'Aide pour le commerce

Les pays reconnaissent largement que l'Aide pour le commerce peut soutenir et renforcer l'indépendance économique et financière des femmes, ce qui contribue ensuite à la croissance économique à travers la création d'emplois, l'augmentation des revenus, les activités entrepreneuriales et la diversification économique. Des recherches menées par la Banque mondiale et l'OMC montrent également l'existence de ce lien et établissent que les entreprises qui participent au commerce mondial ou aux chaînes de valeur mondiales emploient davantage de femmes et les rémunèrent mieux dont les activités porte uniquement sur les marchés nationaux (Banque mondiale/OMC, 2020). Dans ce cadre, l'Aide pour le commerce a un rôle à jouer.

« L'Aide pour le commerce peut soutenir et renforcer l'indépendance économique et financière des femmes, ce qui contribue ensuite à la croissance économique. »

De nombreux programmes d'Aide pour le commerce sont axés sur les domaines suivants (voir le tableau 2 pour plus de détails) :

- domaines spécifiques (comme le développement des infrastructures, la facilitation des échanges, la préparation des entreprises à l'exportation, l'accès au financement du commerce, l'élimination des violences à l'encontre des femmes, l'adaptation aux changements climatiques, la mise à disposition de plates-formes numériques) ;
- secteurs économiques comptant une proportion élevée de travailleuses (comme les vêtements et les textiles, le tourisme, l'agriculture) ;
- groupes ciblés de femmes (comme les entrepreneuses, les agricultrices).

La grande majorité des programmes d'Aide pour le commerce comportant un volet consacré au genre sont axés sur les entrepreneuses et les agricultrices, et soutiennent en particulier les propriétaires et les gérantes de MPME (der Boghossian, 2019).

Parmi les bénéficiaires cibles mis en avant dans l'exercice de suivi et d'évaluation figuraient les entrepreneuses, les petites exploitantes agricoles et les productrices de denrées alimentaires transformées, ainsi que les commerçantes transfrontières de produits alimentaires du secteur informel. Par exemple, l'Allemagne soutient des programmes encourageant des innovations soucieuses de l'égalité des genres et durables dans le secteur agroalimentaire, ce qui aide les agricultrices à développer leurs activités et stimule leurs capacités commerciales.

Cette priorité accordée aux petites entreprises et au secteur agricole n'est pas surprenante. D'après les données tirées d'études régionales menées par l'OMC concernant 800 entrepreneuses en Afrique de l'Est, en Asie du Sud et en Amérique latine en 2019 et 2020, 46% des entreprises détenues par des femmes sont en général des microentreprises employant moins de 10 personnes, et 47% des entrepreneuses travaillent dans l'agriculture.²

Les femmes jouent un rôle central dans l'agriculture : en Afrique, 53% d'entre elles sont employées dans ce secteur et, en Asie du Sud, cette proportion atteint 57%.³ Dans les zones rurales d'Amérique latine et des Caraïbes, la sécurité alimentaire et la préservation de la

biodiversité dépendent d'environ 58 millions de femmes.⁴

En outre, certains pays en développement abordent le soutien futur de manière plus novatrice, en y associant les femmes d'affaires exerçant des activités à petite échelle. Dans le secteur de la pêche, par exemple, Madagascar accorde la priorité à la transformation artisanale des produits de la pêche; dans le secteur minier, le soutien aux activités extractives devrait être orienté vers des mines de taille restreinte et artisanales, et les MPME gérées par des femmes devaient être encouragées.

Le développement des activités menées par des femmes fait également partie des prochains axes

établis par les pays partenaires. Par exemple, le Lesotho a indiqué que l'Aide pour le commerce devrait mettre davantage l'accent sur le soutien des femmes pour le passage d'une agriculture de subsistance à une agriculture commerciale, et leur donner les moyens de participer aux chaînes d'approvisionnement.

Renforcement des capacités

Tout en ciblant les entrepreneuses et les agricultrices, les programmes d'Aide pour le commerce mettent l'accent sur un renforcement des capacités qui réponde aux besoins en matière de développement des compétences des femmes (voir l'encadré 1).

Encadré 1

TradeMark East Africa

Créée en 2010, TradeMark East Africa, qui est une organisation à but non lucratif dédiée à l'Aide pour le commerce, a élaboré des programmes pour promouvoir l'autonomisation économique des femmes en Afrique de l'Est par l'intensification des échanges commerciaux.

Sur un total de financements de 80 millions de dollars EU, l'organisation a consacré autour de 15 millions de dollars EU à des entrepreneuses, en se concentrant sur des activités d'assistance technique et de renforcement des capacités. Ses projets ont notamment pour objectif :

- de renforcer les compétences numériques et la gestion d'entreprises ;
- d'améliorer l'accès aux marchés des entrepreneuses ;
- de fournir des renseignements sur les prescriptions et les procédures commerciales ;
- d'aider les commerçantes à obtenir des certifications relatives aux normes ;
- de plaider pour des mesures de facilitation des échanges.



Commerçante de produits frais à Arusha (Tanzanie).

En vue d'améliorer la productivité, les programmes visent avant tout à :

- garantir la conformité avec les normes de produit ;
- améliorer la qualité des produits ;
- relever le niveau des connaissances financières et numériques ;
- enseigner des compétences en matière de gestion d'entreprises et montrer comment accéder aux renseignements sur les procédures de dédouanement à la frontière et les prescriptions en matière de licences.

L'intégration des questions de genre dans les stratégies de développement est un processus continu, et les politiques sont souvent mises à jour. Certains des plans ou des stratégies en faveur de l'égalité des genres mentionnés par les parties interrogées sont récemment arrivés à terme ou prendront fin prochainement. Ainsi, il reste à savoir comment l'incidence de ces mesures est évaluée et comment les enseignements tirés sont intégrés aux futurs plans et stratégies (objet de la dernière section).

Secteurs spécifiques

De nombreux programmes d'Aide pour le commerce sont axés sur des secteurs spécifiques à forte main-d'œuvre féminine, comme les vêtements et les textiles au Pérou, les graines et le beurre de karité au Mali, le miel en Zambie et les noix de cajou au Burkina Faso.

Il est intéressant de noter que les programmes mettent moins l'accent sur le secteur des services, dans lequel travaillent la plupart des femmes⁵; certains pays africains ont toutefois l'intention d'accroître la participation des femmes dans ce secteur au moyen de l'Aide pour le commerce.

Le tourisme fait figure d'exception et compte parmi les priorités des programmes d'Aide pour le commerce liés aux questions de genre. Les pays partenaires comme les donateurs ont identifié comme un secteur essentiel dans lequel l'Aide pour le commerce pouvait aider les femmes.

Selon l'Organisation mondiale du tourisme, 54% des personnes employées dans le tourisme sont des femmes, et celles-ci sont nettement plus nombreuses que les hommes dans certains secteurs (comme l'hôtellerie-restauration ; OMT, 2019). Une étude de la Banque mondiale (2017) a établi des constatations à ce sujet :

« En Indonésie, en Malaisie, aux Philippines et en Thaïlande, plus de la moitié des entreprises de tourisme sont dirigées par des femmes. En Amérique latine, 51% des entreprises de tourisme sont gérées par des femmes, soit plus du double que dans d'autres secteurs. Au Nicaragua et au Panama, plus de 70% des propriétaires d'entreprises [dans le secteur du tourisme] sont des femmes, contre à peine plus de 20% dans les autres secteurs. »

La pandémie de COVID-19 a eu des effets dévastateurs sur ce secteur. De fait, les secteurs ayant enregistré le plus grand nombre de fermetures d'entreprises au niveau mondial en raison de la pandémie de COVID-19 étaient ceux des voyages et du tourisme (54%) et ceux des services d'hôtellerie et d'organisation d'événements (47%), qui sont souvent liés au tourisme (Facebook, 2021).

Les femmes ont été touchées de manière disproportionnée par la pandémie de COVID-19, étant donné qu'elles sont propriétaires d'entreprises ou travaillent dans des secteurs qui nécessitent des interactions directes, ainsi que dans des secteurs où la demande a fortement diminué, comme le tourisme, les textiles ou les travaux domestiques. Les femmes sont également plus susceptibles d'occuper des emplois informels moins rémunérés et pour lesquels la probabilité de recevoir une aide pendant la pandémie était moindre. L'Aide pour le commerce peut constituer un outil efficace pour favoriser l'autonomisation économique des femmes et ainsi accélérer la reprise après la pandémie.

Dans ce contexte, certains pays soutiennent des projets tournés vers l'avenir et novateurs dans le secteur du tourisme. Par exemple, un projet de tourisme dans un village de Sainte-Lucie vise à diversifier les activités touristiques pour les

réorienter vers les communautés rurales, en tirant parti des écosystèmes naturels existants et en les valorisant. Le projet a pour objectif de fournir des moyens de subsistance aux femmes et aux jeunes tout en renforçant leurs capacités et leurs compétences dans le secteur des services.

Le leadership féminin dans la conception des programmes d'Aide pour le commerce

Élaborer des programmes tenant compte des questions de genre ne suffit pas. Pour tirer le meilleur parti des initiatives liées aux questions de genre de l'Aide pour le commerce, les femmes doivent être impliquées dans le processus de prise de décisions pour ce qui est de la conception, de la mise en œuvre, du suivi et de l'évaluation, et de l'analyse de l'impact des programmes.

L'exercice de suivi et d'évaluation de 2022 souligne ce point pour la première fois. Il est essentiel de faire progresser les femmes vers des postes de direction dans les secteurs public et privé afin de garantir que l'égalité des genres soit véritablement intégrée dans les politiques et

la prise de décisions. Dans les organes décisionnels, la diversité des genres permet de mieux promouvoir les intérêts des femmes et des enfants, et a pour effet une plus grande confiance du public (OCDE/CAWTAR, 2014). L'égalité et la diversité des genres peuvent également apporter d'autres avantages aux organisations, en contribuant à améliorer leurs résultats et leur productivité.

« Pour tirer le meilleur parti des initiatives liées aux questions de genre dans le cadre de l'Aide pour le commerce, les femmes doivent être impliquées dans le processus de prise de décisions. »

Aux Comores, des femmes d'affaires dirigent une distillerie d'ylang-ylang et fabriquent des produits respectueux de l'environnement comme des huiles essentielles, des lotions et des toniques.



Tableau 2 : Promouvoir l'autonomisation économique des femmes dans l'Aide pour le commerce

Régions et donateurs	Réponses au questionnaire
Afrique	
Bénin	L'Aide pour le commerce peut promouvoir l'autonomisation économique des femmes à travers un commerce inclusif au service du développement durable, et par : <ul style="list-style-type: none"> ▪ la mise en place d'infrastructures et d'une logistique adaptées ▪ le renforcement des capacités productives et commerciales ▪ la facilitation des échanges et de l'investissement
Lesotho	L'Aide pour le commerce devrait davantage viser à soutenir les femmes pour le passage d'une agriculture de subsistance à une agriculture commerciale et à leur donner les moyens de participer aux chaînes d'approvisionnement
Madagascar	Le soutien devrait être accordé en priorité à la transformation artisanale des produits de la pêche et des industries extractives et il devrait promouvoir les MPME gérées par des femmes
Togo	De nombreux programmes comportent des volets liés à l'autonomisation économique des femmes (par exemple le Fonds national de la finance inclusive) Des initiatives sont lancées dans le but de renforcer le dialogue public-privé et de soutenir ainsi des projets axés sur l'égalité des genres qui comportent un mécanisme de suivi et d'évaluation assorti d'indicateurs spécifiques
Asie et Pacifique	
Fidji	L'Aide pour le commerce peut soutenir l'autonomisation économique par l'instauration de conditions favorisant la participation des femmes à l'économie
Indonésie	Les questions liées à l'égalité des genres et à l'autonomisation économique des femmes sont intégrées dans la stratégie de développement En vertu de l'Instruction présidentielle n° 9/2000 sur la prise en compte des questions de genre, les ministères et les autorités locales sont chargés d'intégrer la dimension de genre dans leurs stratégies de développement Une stratégie nationale pour la prise en compte des questions de genre est en cours d'élaboration; elle contiendra une planification et une prévision budgétaire intégrant la dimension de genre
Pakistan	L'Aide pour le commerce peut combler les insuffisances techniques ou le manque de connaissances que les pays en développement peuvent avoir pour que les femmes réalisent leur véritable potentiel économique
Amérique latine et Caraïbes	
Sainte-Lucie	Le développement des capacités doit constituer un moyen d'arriver à une fin; les possibilités pratiques en matière de commerce doivent ainsi être intégrées à l'aide de façon à accroître la viabilité des formations
Donateurs	
Allemagne	Le pays soutient des programmes encourageant des innovations soucieuses de l'égalité des genres et durables dans les secteurs de l'agriculture et de l'alimentation Il aide les agricultrices à développer leurs activités grâce à l'innovation et renforce leurs capacités commerciales
République de Corée	L'autonomisation économique des femmes fait partie des questions les plus importantes et prioritaires pour parvenir à l'égalité des genres Le commerce est l'un des moyens les plus importants et concrets pour parvenir à l'autonomisation économique des femmes

Catégories des programmes d'Aide pour le commerce liées à l'égalité des genres

Dans le cadre de l'exercice de suivi et d'évaluation de 2022, les programmes d'Aide pour le commerce sont actuellement divisés en deux catégories de projets: ceux qui comptent les considérations de genre parmi d'autres objectifs et ceux qui sont principalement axés sur l'autonomisation des femmes. La grande majorité des projets relève de la première catégorie.

La réponse du Royaume-Uni à l'exercice de suivi et d'évaluation résume la façon dont les pays en développement et les donateurs intègrent les questions de genre dans leur programme. Le pays indique que l'Aide pour le commerce contribue sans conteste à la mobilisation de fonds en faveur de l'autonomisation économique des femmes, et il fait valoir que tous les financements effectués au titre de l'Aide pour le commerce doivent prendre en compte au moins une considération relative à l'égalité des genres. En ce sens, même s'ils ne sont pas entièrement axés sur l'autonomisation économique des femmes (ce qui est le cas de certains financements), ils doivent au moins compléter les activités menées aux fins de l'autonomisation économique des femmes.

Cependant, l'Aide pour le commerce englobe une vaste gamme de programmes. Certains sont menés en collaboration avec les pouvoirs publics, comme c'est le cas de nombreux projets concernant l'infrastructure liée au commerce ; d'autres ciblent des groupes de femmes, souvent les entrepreneuses, comme les programmes qui aident les entreprises dirigées par des femmes dans la préparation de produits en vue de l'exportation. Dans le cadre d'autres programmes, des partenariats sont établis avec des entreprises du secteur privé des pays donateurs afin d'exécuter des projets.

Une meilleure compréhension et un meilleur classement des types de programmes d'Aide

pour le commerce axés sur les femmes aideraient les pays à mieux cibler leurs programmes. Les catégories de programmes habituelles sont notamment :

- le développement des infrastructures ;
- la facilitation des échanges ;
- la préparation des entreprises à l'exportation ;
- l'accès au financement du commerce ;
- l'élimination des violences à l'encontre des femmes ;
- l'adaptation au changement climatique ;
- la mise à disposition de plates-formes numériques.

Outre ces catégories, les éléments qui définissent les programmes d'Aide pour le commerce sont présentés dans le tableau 3.

Développement des infrastructures

Certains pays partenaires associent l'Aide pour le commerce au développement des infrastructures, l'influence indirecte de celles-ci sur le développement économique des femmes pouvant s'avérer importante (voir l'encadré 2). Les exemples suivants ont été mentionnés dans les réponses au questionnaire (voir le tableau 4 pour plus de détails) :

- faire progresser l'autonomisation économique des femmes en fournissant un accès permanent aux services publics de base comme l'eau, l'électricité et des sanitaires sur le lieu de travail (Mali) ;
- accroître la participation des femmes aux services numériques fournis aux entreprises en établissant des infrastructures numériques adaptées (Lesotho) ;
- favoriser le commerce inclusif en développant des infrastructures au moyen de l'Aide pour le commerce (Mexique).

Facilitation des échanges

Faciliter les échanges en simplifiant les procédures peut aider les entrepreneuses. Si les procédures à la frontière sont claires et prévisibles, la marge d'appréciation des fonctionnaires des douanes est alors réduite.

Les procédures à la frontière contraignantes et non transparentes pèsent davantage sur les petites entreprises que sur les grandes lorsqu'il s'agit de naviguer dans une réglementation complexe et opaque. Les femmes étant surreprésentées parmi les propriétaires et gérants de MPME, elles sont souvent en situation défavorable pour faire face aux exigences élevées en termes de coûts et de délais résultant de prescriptions commerciales complexes (Korinek *et al.*, 2021).

De nombreux donateurs font porter l'essentiel de leurs programmes d'Aide pour le commerce sur la facilitation des échanges. Par exemple, l'Allemagne soutient la facilitation des échanges à la frontière de Mchinji-Mwami entre le Malawi et la Zambie dans le cadre d'un projet qui contribue à sensibiliser les agents des douanes aux questions de genre. Certains pays partenaires, comme la République démocratique du Congo, ont également l'intention d'adopter une approche tenant compte des questions de genre en axant le soutien futur en matière d'autonomisation économique des femmes sur le renforcement des capacités en matière de facilitation des échanges.

Tableau 3 : Classement des programmes d'Aide pour le commerce

Catégorie	Exemples de programmes d'Aide pour le commerce existants
Secteur d'activité	Agriculture Vêtements et textiles Tourisme Divers secteurs
Domaine d'intervention	Infrastructures commerciales et économiques Facilitation des échanges Préparation des entreprises à l'exportation Accès au financement Plates-formes numériques de réseaux Violence contre les femmes Leadership féminin
Groupes cibles	Entrepreneuses Agricultrices Femmes et filles
Calendrier	Période visées par l'activité d'Aide pour le commerce
Donateur	Pays Organisation internationale Organisme
Partenaire	Pays Groupe de pays Entité infranationale
Mode de décaissement de l'aide	Don Prêt Assistance technique

Encadré 2

Projet « Marchés pour le changement » (M4C)

M4C est un projet mené par ONU-Femmes en partenariat avec le PNUD. Principalement financé par l'Australie, il a été élargi pour recevoir un soutien de la part du Canada.

L'objectif de cette initiative, qui a duré 6 ans (de 2014 à 2020), était de garantir la sécurité, l'inclusion et la non-discrimination sur les marchés des zones rurales et urbaines aux Fidji, aux Îles Salomon et au Vanuatu, en favorisant l'égalité des genres et l'autonomisation économique des femmes.

Les vendeurs sont principalement des femmes sur ces marchés, et ils sont des lieux importants en termes de possibilités d'emplois productifs et stables pour les femmes.

Source : Texte adapté de <https://www.undp.org/pacific/projects/markets-change-project>.

Préparation des entreprises à l'exportation

Certains programmes remédient au déficit de connaissances des entrepreneuses en leur donnant accès à des renseignements sur les procédures de dédouanement à la frontière, les prescriptions en matière de licences et les moyens de tirer avantage de l'accès aux marchés prévu par les accords commerciaux. Dans certains cas, cela implique de rendre les produits locaux conformes aux normes internationales et d'aider les entreprises à obtenir des certifications (voir l'encadré 3).

D'autres programmes proposent des services visant à promouvoir les exportations de commerçantes à l'étranger en faisant participer celles-ci aux chaînes d'approvisionnement et aux circuits de distribution. Par exemple, le Forum de coopération économique Asie-Pacifique a conçu une boîte à outils pour que les organismes de promotion des exportations prennent davantage conscience des questions liées à l'égalité des genres.

Accès au financement du commerce

Les entrepreneuses sont confrontées à des obstacles s'agissant de l'accès au financement du commerce, comme les garanties et les lettres de crédit. Le financement du commerce comble le déficit de financement entre le moment où un contrat d'achat de marchandises ou de services est conclu et le moment où le paiement est effectué, après exécution du contrat.⁶

Bien que 100% des entreprises dirigées par des femmes qui demandent un financement du commerce aient accès à des établissements financiers formels (par l'intermédiaire de comptes bancaires, par exemple), seulement 18% d'entre elles obtiennent un financement du commerce suffisant (BAsD, 2016b). D'après les estimations de la Société financière internationale (SFI), qui fait partie du Groupe de la Banque mondiale, l'écart entre les crédits demandés par des MPME détenues par des femmes et les financements reçus est d'environ 1 700 milliards de dollars EU.⁷

De fait, d'après les constatations de Kim *et al.* (2019) :

« Les entreprises détenues par des femmes ont encore plus de difficultés à accéder au financement. Parmi les entreprises détenues par des femmes visées par l'enquête, le taux moyen de refus de leurs propositions était de 44%, contre 38% pour les entreprises détenues par des hommes. Après un refus, les entreprises détenues par des femmes étaient moins susceptibles de rechercher d'autres sources de financement – qu'elles soient formelles ou informelles. »

L'Aide pour le commerce peut être un outil important pour mobiliser des fonds en vue d'appuyer l'autonomisation économique des femmes, mettant en contact de manière fructueuse les entrepreneuses et les bailleurs de fonds (voir l'encadré 4).

Élimination des violences à l'encontre des femmes

Pour de nombreux pays, l'élimination de la violence fondée sur le genre est un objectif clé en matière de développement. Les violences

contre les femmes en général, y compris le mariage des enfants et les pratiques préjudiciables, en particulier dans l'exercice d'activités commerciales (par exemple aux frontières), sont intégrées en tant que problème majeur dans les stratégies nationales.

La République démocratique du Congo a clairement établi comme objectif de développement d'éliminer les violences et les sévices sexuels que subissent les femmes, en particulier aux frontières. Dans le cadre de sa stratégie pour l'égalité des genres, Madagascar cherche à renforcer l'autonomisation des femmes et à mieux les protéger contre la violence fondée sur le genre. Au Pakistan, des dispositions juridiques sont prises pour garantir la non-discrimination sur le lieu de travail, comme la création du poste de médiatrice et l'adoption de la Loi contre le harcèlement au travail et de la Loi sur la protection des femmes contre la violence. La Tanzanie dispose d'un service de messagerie qui permet aux commerçantes de signaler les cas de harcèlement fondé sur le genre (les études de cas sur la Colombie et le Pérou fournissent d'autres exemples).

Encadré 3

Programme d'amélioration de l'accès aux marchés (MARKUP)

Créé et financé par l'Union européenne, MARKUP est une initiative régionale de développement relevant de l'Aide pour le commerce qui fournit un soutien aux PME de la Communauté d'Afrique de l'Est (CAE). Il a pour objectifs d'accroître les exportations de produits agroalimentaires et horticoles et de favoriser l'intégration régionale et l'accès au marché européen.

Ce programme aide les PME à améliorer la qualité de leurs produits en les rendant conformes aux normes internationales et aux mesures sanitaires et phytosanitaires. Les entreprises agro-industrielles de la CAE peuvent ainsi bénéficier de meilleurs débouchés commerciaux sur les marchés est-africains et européens. L'inclusion des femmes et des jeunes dans le commerce est un élément essentiel de la réussite de MARKUP.

Source : Texte adapté de <https://www.eacmarkup.org>.

Plusieurs donateurs reprennent également cette question dans leurs programmes et projets liés au commerce. Les Pays-Bas ont mis sur pied un programme au Soudan du Sud, qui comprend des activités de renforcement des capacités visant à augmenter les revenus des femmes liés au commerce et à accroître leur capacité de participer aux échanges, tout en défendant leurs droits et en réduisant leur vulnérabilité face à la violence et à l'exploitation.

Le Mécanisme de financement de l'infrastructure australien pour le Pacifique établit un lien entre développement des infrastructures et autonomisation économique des femmes et exige que les projets mettent en place des mesures pour détecter et éliminer les contraintes auxquelles les femmes sont confrontées en cherchant, entre autres objectifs, à mettre fin à toutes les formes de violences faites aux femmes et aux filles, en particulier au moyen d'emplois et de services exempts de tout harcèlement sexuel.

Cette approche, qui est apparue dans le cadre du dernier exercice de suivi et d'évaluation, peut trouver son origine dans la recrudescence des violences à l'encontre des femmes au cours des deux dernières années, marquées par la pandémie de COVID-19 et son coût économique colossal.

D'après la base de données COVID-19 Global Gender Response Tracker du PNUD, 17% de l'ensemble des mesures d'aide prises par les gouvernements afin d'atténuer l'incidence de la COVID-19 sur les femmes ciblaient spécifiquement la violence à leur encontre.⁸ Selon ONU-Femmes, le coût de la violence contre les femmes au niveau mondial représentait 1 500 milliards de dollars EU, soit environ 2% du PIB mondial.⁹ Dans une étude publiée par le Fonds monétaire international, portant essentiellement sur l'Afrique subsaharienne, Ouedraogo et Stenzel (2021) ont constaté « [qu']une augmentation d'un point de

Encadré 4

Initiative « Banking on Women » du Programme de financement du commerce mondial (BOW-GTFP)

Dans le but d'accroître le financement du commerce pour les entreprises détenues et dirigées par des femmes dans les pays en développement, un partenariat a été noué entre le programme « Banking for Women » (BOW) de la SFI et Goldman Sachs, donnant naissance à l'initiative BOW-GTFP.

Ce programme vise à remédier aux disparités entre les genres en matière de financement du commerce :

- en incitant plus de 240 banques partenaires exerçant sur plus de 80 marchés émergents à accroître le financement accordé aux entrepreneuses exportatrices et importatrices ;
- en encourageant les banques partenaires à mieux appréhender les PME détenues par des femmes et à mieux répondre à leurs besoins*, ce qui a des retombées commerciales positives pour les établissements financiers.

Depuis le lancement de l'initiative BOW-GTFP en 2019, des prêts et des garanties de prêt ont été octroyés pour un montant de 120 millions de dollars EU. Pour les prêts qu'elles accordent à des PME détenues ou dirigées par des femmes**, les banques des pays émergents reçoivent,

de la part de la SFI, un rabais de 20 points de base sur les fonds qu'elles empruntent (pour les prêts financés au-delà de 100 points de base par an).

L'initiative BOW-GTFP a permis de révéler un certain nombre de difficultés dans le financement du commerce pour les PME détenues par des femmes, en particulier :

- Les banques ne sont pas nécessairement spécialisées dans le financement du commerce et n'assurent pas toujours les services liés à ces prêts à court terme. Elles s'en tiennent généralement à un ensemble conventionnel de prescriptions en matière de garanties qui peut s'avérer plus approprié pour des prêts à plus long terme. Souvent, les femmes ne peuvent fournir les garanties nécessaires pour ces emprunts, ce qui est dû, dans certains pays, à des obstacles juridiques et réglementaires comme des titres fonciers ou autres qui ne rendent pas compte de ce qu'elles possèdent.
- De nombreux cas de préjugés sexistes de la part de certains employés de banques ont été rapportés, en particulier lorsque l'entrepreneuriat féminin remet en cause les normes sociétales traditionnelles.
- Les entreprises détenues et dirigées par des femmes sont souvent plus petites et les banques ne disposent pas toujours des outils appropriés pour octroyer les prêts de faible montant destinés au financement du commerce que ces femmes souhaitent obtenir.

En outre, il semblerait que les établissements financiers aient davantage d'aversion pour les risques depuis le début de la pandémie de COVID-19. L'initiative BOW GTFP a également contribué à des travaux de recherche sur l'ampleur de l'écart de financement selon les genres et sur les obstacles auxquels les femmes sont confrontées pour avoir accès au financement du commerce.***

* Définies selon les critères suivants: le montant de la garantie accordée par la SFI est inférieur ou égal à 2 millions de dollars EU; ou, si la garantie de la SFI est supérieure à 2 millions de dollars EU, les petites et moyennes entreprises dirigées par des femmes bénéficiaires/candidates remplissent 2 conditions sur 3 (moins de 300 employés; total des actifs inférieur à 15 millions de dollars EU; ventes annuelles inférieures à 15 millions de dollars EU).

** Définies selon les critères suivants: l'entreprise est détenue à 51% ou plus par une ou plusieurs femmes, ou à 20% ou plus si au moins un poste de direction de l'administration/des opérations (présidence/vice présidence) est occupé par une femme et si le conseil d'administration est composé d'au moins 30% de femmes, lorsqu'un tel conseil existe.

*** Voir https://www.wto.org/french/tratop_f/womenandtrade_f/think_up_1_f.htm.

pourcentage de la proportion de femmes victimes de violence peut entraîner une contraction des activités économiques... allant jusqu'à 8%. »

Pour lutter contre les violences faites aux femmes qui participent à des activités commerciales et travaillent aux frontières, l'Organisation mondiale des douanes a élaboré un programme de formation qui comprend un module d'apprentissage en ligne destiné aux agents des douanes et dont l'objectif est de sensibiliser l'opinion publique à l'égalité des

genres et à la façon d'intégrer une perspective tenant compte du genre dans les pratiques quotidiennes.¹⁰

Adaptation au changement climatique

De nombreux donateurs intègrent les questions de genre dans leurs programmes relatifs aux énergies renouvelables et au changement climatique. Pour certains pays partenaires fortement touchés par les perturbations environnementales comme le Samoa, l'Aide pour

le commerce peut contribuer à l'adaptation aux changements climatiques en soutenant les entrepreneuses et les petits exploitants agricoles.

Mise à disposition de plates-formes numériques

La pandémie de COVID-19 a fait ressortir l'importance des plates-formes numériques et du commerce électronique. Au cours de la pandémie, les PME « dont la proportion de ventes numériques était plus importante étaient également davantage susceptibles d'afficher des ventes plus vigoureuses » (Facebook, 2021).

Les réseaux formels et informels peuvent offrir de précieux renseignements ainsi que la possibilité de rencontrer des clients et des fournisseurs. Ces connaissances sont particulièrement utiles pour participer à des activités commerciales dans un environnement étranger régi par des conditions réglementaires différentes. Cependant, les réseaux professionnels des entrepreneuses sont généralement moins nombreux et moins

approfondis. Fournir aux entrepreneuses une plate-forme leur permettant d'être en relation avec des clients et des fournisseurs de marchandises et de services peut permettre de remédier à certaines de ces disparités.

Certains programmes d'Aide pour le commerce mettent à disposition des plates-formes de travail en réseau et numériques proposant divers services au-delà de la mise en relation avec des acheteurs et des fournisseurs. Des cours sont également organisés en matière de compétences numériques, un domaine dans lequel les disparités entre les genres persistent, en particulier sur les marchés en développement et émergents.

De fait, une plate-forme numérique de travail en réseau peut être un outil intégré dans les programmes d'Aide pour le commerce, ou constituer en soi un projet d'Aide pour le commerce. Le réseautage n'étant pas un exercice facile pour de nombreuses entrepreneuses, la mise à disposition de ce type de réseaux numériques résout ainsi un problème pour l'exportation (voir l'encadré 5).



Discussions sur les considérations liées au genre dans le cadre d'un programme de développement communautaire destiné aux agriculteurs en Indonésie.

Tableau 4 : Catégories du programme d'Aide pour le commerce liées à l'égalité des genres

Régions et donateurs	Réponses au questionnaire
Afrique	
Lesotho	Infrastructures numériques utilisées comme un moyen de renforcer l'autonomisation économique des femmes, en particulier en renforçant leur participation aux services numériques fournis aux entreprises
Madagascar	Stratégie pour l'égalité des genres et le développement visant à renforcer l'autonomisation économique des femmes et à améliorer la protection des femmes contre la violence fondée sur le genre
Mali	L'Aide pour le commerce peut faire progresser l'autonomisation économique des femmes en fournissant un accès permanent aux services publics de base sur le lieu de travail (comme l'eau, l'électricité et des sanitaires), ce qui améliore la production et la productivité concernant les femmes
République démocratique du Congo	Objectif d'élimination des violences et des sévices sexuels que subissent les femmes, en particulier aux frontières
Asie et Pacifique	
Pakistan	Dispositions juridiques prises pour garantir la non-discrimination en ce qui concerne les conditions d'emploi ou de travail
Donateurs	
Banque interaméricaine de développement	La plate-forme ConnectAmericas for Women permet aux femmes d'affaires de créer des contacts, d'explorer les débouchés commerciaux et d'échanger des renseignements pertinents
Forum de coopération économique Asie-Pacifique	Boîte à outils élaborée pour que les organismes de promotion des exportations prennent davantage conscience des questions liées à l'égalité des genres
Pays-Bas	Élaboration d'un programme mis en œuvre au Soudan du Sud, qui comprend des activités de renforcement des capacités visant à accroître les revenus des femmes issus du commerce et leur capacité de participer aux échanges, et de promouvoir leurs droits tout en réduisant leur vulnérabilité face à la violence et à l'exploitation
TradeMark East Africa	En Tanzanie, mise en place d'un service de messagerie qui permet aux commerçantes de signaler les cas de harcèlement fondé sur le genre

Encadré 5

Plate-forme ConnectAmericas for Women

La plate-forme commerciale en ligne ConnectAmericas a été créée par la BID en 2014 pour aider les MPME à accéder aux marchés internationaux et à de nouveaux débouchés commerciaux.* Les entreprises du monde entier peuvent rejoindre ConnectAmericas. Cependant, la plate-forme a été créée afin d'appuyer l'internationalisation d'entreprises établies en Amérique latine et dans les Caraïbes.

Les participants sont en majorité des sociétés établies en Argentine, au Brésil, en Colombie, au Mexique et au Pérou. La plupart des sociétés de ConnectAmericas exercent leurs activités dans les secteurs des services, des produits alimentaires et boissons, et des textiles, bijoux et accessoires.

Dans le cadre de ce programme général, la BID a mis au point la plate-forme ConnectAmericas for Women, qui est avant tout consacrée aux femmes propriétaires et dirigeantes d'entreprises et à la réduction des disparités entre les genres dans l'accès aux marchés internationaux. Sur cette plate-forme, certains milieux d'affaires ciblent spécifiquement des sous-groupes d'entrepreneuses, comme la communauté des entrepreneuses de l'Alliance du Pacifique (plus de 1 200 participants) et la communauté « Women in Business » (plus de 650 participants).

La part des entreprises détenues par des femmes qui participent à la plate-forme est passée de 30% en 2014 à près de 45% en 2021, avec 10 millions d'utilisateurs uniques, basés dans plus de 200 pays. La plate-forme a notamment pour objectifs :

- le renforcement des capacités et l'amélioration de la production pour faciliter l'accès des entrepreneuses au commerce extérieur et aux chaînes de valeur ;
- l'utilisation et l'adoption de technologies de l'information et de la communication pour transformer et optimiser les méthodes de travail ;
- l'amélioration de la gestion financière afin de faciliter l'accès au financement pour les entreprises.

Les entreprises détenues par des femmes sont plus nombreuses en ligne sur ConnectAmericas que dans des entités comparables hors ligne. Cela fait écho à des constats semblables, tirés de recherches menées dans les pays de l'OCDE, selon lesquels les entreprises dirigées par des femmes utilisent les pages commerciales de Facebook/Meta au moins autant que les hommes (Korinek *et al.*, 2021).

En plus de fournir une plate-forme de réseaux commerciaux qui met en relation des entreprises et des éventuels clients et fournisseurs, ConnectAmericas for Women propose des formations en ligne et des ressources destinées aux entreprises. Plus de 100 000 femmes ont suivi des formations grâce aux ressources en ligne; 49% des participants aux 12 activités de rapprochement d'entreprises organisées en 2021 étaient des femmes.

Dans le cadre de ConnectAmericas for Women, la BID a également lancé le programme « Women Growing Together in the Americas », qui propose des formations en ligne et des ressources pour le développement des entreprises, ainsi qu'un mentorat assuré par des partenaires du secteur privé et des spécialistes des branches d'activité. Des histoires et des réussites d'entrepreneuses sont également mises en avant. Ce programme a été élaboré pendant la pandémie de COVID-19 :

- pour faciliter les échanges et la participation aux chaînes de valeur mondiales ;
- pour appuyer l'utilisation et l'adoption de technologies numériques afin d'optimiser les méthodes de travail, d'améliorer la gestion financière et de faciliter l'accès au financement.

La plate-forme ConnectAmericas for Women est également une source de renseignements sur les entrepreneuses et les défis auxquels elles sont confrontées, qui pourraient être utilisés par les gouvernements pour la conception et la mise en œuvre de politiques plus efficaces en ce qui concerne le commerce et l'égalité des genres.

* Voir <https://blogs.iadb.org/integration-trade/en/can-online-platforms-encourage-women-owned-firms-in-international-trade-in-the-case-of-connectamericas-yes/>.

Contraintes en matière d'Aide pour le commerce et alignement des donateurs et des partenaires

Le financement au titre de l'Aide pour le commerce est aligné sur les priorités et les objectifs des pays en développement en matière d'autonomisation économique des femmes tels qu'adoptés dans leurs stratégies de développement et instruments de politique générale (voir le tableau 5 pour plus de détails).

« Les décaissements au titre de l'Aide pour le commerce qui comptent l'égalité des genres parmi leurs objectifs sont passés de 4 milliards de dollars EU en 2011 à 18 milliards de dollars EU en 2020. »

D'après les recherches préliminaires en vue de la publication conjointe OCDE-OMC intitulée « Panorama de l'Aide pour le commerce 2022 », les décaissements au titre de l'Aide pour le commerce effectués par les donateurs bilatéraux qui comptent l'égalité des genres parmi leurs principaux objectifs sont passés de 4 milliards de dollars EU en 2011 à 18 milliards de dollars EU en 2020.

Les réponses au questionnaire ont permis de relever que les quatre contraintes rencontrées par les femmes les plus couramment constatées et traitées dans le cadre des programmes étaient les suivantes :

- l'accès au financement ;
- l'emploi informel ;
- l'accès aux services numériques ;
- l'accès à l'information.

Selon les donateurs, les activités de soin non rémunérées et les emplois non rémunérés font également partie des obstacles auxquels se heurtent les femmes. Cependant, les pays partenaires ne placent pas ce problème en tête de leur liste d'obstacles. De même, 70% des donateurs considèrent l'écart salarial entre les genres comme un obstacle, contre 30% des partenaires.

Les disparités entre les interventions des pouvoirs publics et l'établissement des programmes de l'Aide pour le commerce pourraient affaiblir l'efficacité d'une initiative, étant donné que les programmes sont déterminés par la demande. Le Bénin souligne que l'Aide pour le commerce découle des principes contenus dans la Déclaration de Paris sur l'efficacité de l'aide¹¹ et des priorités figurant dans les stratégies de développement des pays. Si les disparités ne sont pas traitées de manière appropriée, les pays partenaires pourraient chercher ailleurs les moyens de résoudre certains des problèmes qu'ils considèrent comme les plus importants – et les donateurs prendraient une autre direction.

Tableau 5 : Contraintes en matière d'Aide pour le commerce et alignement des donateurs et des partenaires

Régions et donateurs	Réponses au questionnaire
Afrique	
Mali	<p>La mobilisation de fonds en faveur de l'autonomisation économique des femmes vise principalement à lutter contre la pauvreté des femmes, à renforcer la coopération commerciale internationale et à promouvoir le leadership féminin et les partenariats public-privé</p> <p>Le soutien apporté correspond bien aux objectifs et aux priorités des femmes en matière de commerce</p>
Donateurs	
Slovénie	Conformément aux principes d'efficacité en matière de coopération pour le développement, le soutien aux projets découle des besoins des partenaires et il est mis en œuvre en étroite coopération avec les partenaires locaux, de manière à garantir une appropriation
Union européenne	Les priorités peuvent uniquement être définies après une analyse contextuelle approfondie et des interventions ciblées selon les principes d'efficacité du développement, comme l'alignement sur les priorités nationales et la coordination des donateurs

Cependant, ce chapitre montre que les questions de genre sont largement intégrées dans les stratégies d'Aide pour le commerce, et que le lien entre Aide pour le commerce et égalité des genres est solidement ancré du point de vue des donateurs comme des partenaires. La plupart des pays en développement s'accordent à dire que l'Aide pour le commerce peut contribuer à éliminer les obstacles qu'ils détectent. Les donateurs comme les partenaires estiment que l'Aide pour le commerce peut aider les femmes à accéder au financement et au crédit, renforcer l'entrepreneuriat féminin et le développement des entreprises au moyen de liens commerciaux, et promouvoir l'accès des femmes au développement des compétences et au renforcement des capacités dans le domaine du commerce.

Néanmoins, quelques donateurs ont d'autres points de vue. L'Autriche, par exemple, explique que l'Aide pour le commerce a un rôle à jouer

très limité en ce qui concerne l'autonomisation économique des femmes, mais qu'elle pourrait promouvoir un meilleur accès aux capitaux.

Les perspectives pour l'avenir de l'Aide pour le commerce et de l'égalité des genres sont également semblables pour les pays partenaires et les donateurs. S'agissant du soutien sectoriel, la plupart des pays ont indiqué que l'Aide pour le commerce devrait être axée sur l'agriculture, la pêche, le mode d'artisanat et les vêtements ainsi que le commerce électronique et les services numériques. Certains ont également mentionné le tourisme. Le taux d'emploi des femmes est élevé dans beaucoup de ces secteurs.

Cependant, les pays partenaires mentionnent également, parmi leurs priorités pour l'avenir, l'approvisionnement en énergie, les infrastructures de communication et l'éducation et la formation dans le domaine du commerce, qui ne sont pas cités par les donateurs.



AVIS D'EXPERT

L'importance de la collecte de données pour appuyer les politiques commerciales tenant compte des questions de genre

Par Annette Ssemuwemba, Directrice exécutive adjointe du Secrétariat exécutif du Cadre intégré renforcé (CIR)

La programmation inclusive a été essentielle pour les interventions du CIR dans le cadre de l'Aide pour le commerce dans les pays les moins avancés (PMA). Cela fait suite au constat selon lequel les bénéfices du commerce sont amplifiés lorsqu'ils créent des possibilités pour les femmes et pour les jeunes et qu'ils permettent aux micro, petites et moyennes entreprises (MPME) de s'intégrer dans le commerce mondial.

L'initiative du CIR intitulée « Rendre les femmes plus autonomes, dynamiser les échanges », lancée en 2019, démontre notre engagement en faveur de l'autonomisation économique des femmes au travers d'un ensemble de résultats définis dans le domaine de la politique générale et des capacités de production. Cette initiative est motivée par la volonté de constituer une base de données factuelles pour appuyer les politiques tenant compte des questions de genre.

L'exercice de suivi et d'évaluation mené par l'OCDE et l'OMC a montré que l'intégration des questions de genre dans les stratégies nationales était un processus continu. Cela reflète les efforts que nous déployons actuellement en faveur d'une collaboration avec les gouvernements des PMA pour formuler et mettre en œuvre des politiques et des réglementations commerciales tenant compte des questions de genre, et pour collecter des données commerciales ventilées par genre.

Les meilleures politiques sont celles qui s'appuient sur des éléments factuels, mais leur élaboration peut s'avérer difficile dans des contextes où les données n'existent pas. Depuis 2019, l'analyse selon le genre a été intégrée dans les travaux analytiques phares du CIR, à savoir les Études diagnostiques sur l'intégration du commerce, servant de base aux données commerciales ventilées par genre qui permettent d'éclairer les processus de formulation des politiques commerciales dans les pays eux-mêmes.

Les données ne sont pas seulement collectées à partir des activités de recherche et d'analyse ; elles proviennent également de l'échange d'expériences. Par exemple, le soutien du CIR a été apporté aux principaux secteurs d'activité des femmes, l'objectif étant que celles-ci puissent développer leurs

activités et pénétrer de nouveaux marchés régionaux et mondiaux. Les réponses fournies dans le cadre de l'exercice de suivi et d'évaluation montrent qu'il y a un large consensus sur le fait que ces efforts permettent de renforcer l'indépendance économique et financière des femmes.

Ces données sont utiles lorsque les gouvernements des PMA doivent élaborer des politiques et des cadres réglementaires liés au commerce. L'exercice souligne toutefois que ce processus est continu.

Le commerce électronique est apparu comme un domaine particulièrement important pour rendre le commerce plus inclusif et a continué de se développer, en particulier ces deux dernières années en raison de la COVID-19. La transformation numérique peut éventuellement avoir les mêmes effets transformateurs sur les entrepreneuses. Les faits montrent déjà qu'au cours de ces dernières années les femmes et les jeunes ont réalisé des progrès considérables sur le plan du commerce électronique. La formation au commerce électronique pour les entrepreneuses d'Asie du Sud mise en place par le CIR et la Commission économique et sociale pour l'Asie et le Pacifique va notamment dans ce sens. Les décideurs politiques doivent donc être attentifs à ces résultats, mais les chercheurs et les partenaires de développement ont également un rôle à jouer en partageant leurs données et les enseignements tirés.

Cet exercice de suivi et d'évaluation piloté par l'OMC et l'OCDE est un très bon exemple de la production de tels éléments factuels afin de contribuer à orienter les politiques relatives à l'Aide pour le commerce ; il permet également d'informer les pays les moins avancés et les pays développés de ce qui a fonctionné ou pas, dans d'autres pays et contextes.

Pour l'avenir, la poursuite de la collecte de données factuelles en vue d'intégrer la question du genre dans les politiques et les cadres réglementaires liés au commerce devrait rester un domaine prioritaire pour tous. De son côté, le CIR continuera de partager des résultats et des enseignements, fera en sorte que la collecte de données ventilées par genre constitue le fondement de l'apprentissage et renforcera les partenariats qui permettent aux femmes de tirer des avantages du commerce.

Défis concernant l'intégration des questions de genre dans l'Aide pour le commerce

Manque de données commerciales ventilées par genre

Certains donateurs et pays partenaires ont indiqué que le manque de données commerciales ventilées par genre était un obstacle majeur à la conception de projets d'Aide pour le commerce axés sur les femmes. De nombreux pays n'ont pas encore collecté de telles données. Néanmoins, la situation commence à évoluer. Les réponses au questionnaire indiquent que, dans l'ensemble, les États recueillent des données ventilées par genre dans divers domaines d'intervention et auprès des sources ci-après, entre autres (voir le tableau 6 pour de plus amples informations).

- rapports périodiques émanant des ministères s'occupant des questions relatives aux femmes ;
- documents relatifs aux activités de renforcement des capacités ;
- enquêtes nationales sur la productivité et la compétitivité des MPME ;
- documents sur le financement des entreprises, le microfinancement, l'emploi et le niveau de revenus; dossiers fiscaux ;
- registres d'entreprises du secteur formel.

Les données collectées portent souvent sur les femmes entrepreneurs plutôt que sur les travailleuses, et les enquêtes se concentrent parfois sur des questions très localisées et spécifiques, comme les revenus des femmes ayant des difficultés économiques dans les villages.

Bien souvent, la méthode et la fréquence des collectes de données ne sont pas systématiques. De nombreux pays recueillent des données de manière ad hoc lorsque le besoin s'en fait sentir (par exemple au cours

d'ateliers de formation) ou s'appuient sur des organisations internationales telles que l'OCDE ou la Banque mondiale.

Même lorsque les États recueillent des données ventilées par genre, celles-ci portent rarement sur le commerce. Il convient toutefois de signaler quelques exceptions, notamment la Guinée-Bissau, qui intègre des données ventilées par genre dans sa stratégie de développement des exportations, et le Mexique, dont le Bureau des statistiques mène des enquêtes spécifiques sur les femmes dans le commerce. Pour combler les déficits d'information, la BID recueille et analyse des données ventilées par genre dans le milieu des affaires et le profil commercial des entreprises dirigées par des femmes à travers son Cadre sectoriel pour l'intégration et le commerce.

Les initiatives en matière d'Aide pour le commerce peuvent servir à la collecte de données sur la participation des femmes au commerce. TradeMark East Africa utilise des évaluations des besoins basées sur des données pour développer des programmes nationaux et régionaux en collaboration avec les donateurs et les États.

Dans le cadre de ces travaux, un système de suivi a été mis en place avec les partenaires pour rendre compte régulièrement des progrès et de l'impact de ses programmes. Toutefois, il est difficile de regrouper des informations provenant de pays et de contextes différents, et de recueillir des données sur les vastes secteurs informels, dans lesquels les femmes évoluent le plus souvent.

Les systèmes de collecte de données de certains donateurs recueillent souvent des informations non seulement à des fins de suivi et d'évaluation, mais également pour sélectionner les projets pour lesquels l'Aide pour le commerce serait



Usine de confection de textiles au Lesotho.

bénéfique. La SFI et la BID ont fait du soutien à l'élaboration des politiques un objectif explicite de la collecte de données.

Incidence du manque de données sur l'élaboration des politiques

Le manque de collecte régulière de données sur les femmes dans le commerce a provoqué des lacunes statistiques qui ont un impact sur l'efficacité des politiques commerciales et des stratégies de développement. Le manque de données entrave la recherche et donc l'élaboration des politiques, étant donné que les résultats des travaux de recherche peuvent être utilisés pour élaborer des politiques commerciales tenant compte du genre et pour promouvoir la participation des femmes au commerce.

Cette question a été abordée par les Membres de l'OMC dans le Groupe de travail informel sur le commerce et l'égalité des genres : ils ont échangé des renseignements sur leurs méthodes de collecte de données dans le cadre de leurs travaux techniques sur le commerce et le genre.¹² Les Membres de l'OMC ont également accordé la priorité au développement et à l'amélioration de la collecte de données ventilées par genre, et ont indiqué que ce domaine d'intervention était fondamental pour faire progresser l'égalité des genres dans le commerce.

C'est l'une des raisons pour lesquelles l'OMC a créé le Centre de recherche de l'OMC sur l'égalité des genres¹³ en mai 2021, afin d'encourager les efforts de recherche et de collecte de données au moyen d'une plate-forme de partage d'informations et de collecte de

connaissances, permettant de diffuser à l'échelle mondiale les dernières découvertes des chercheurs et des experts.

Les recherches menées par le Centre de recherche de l'OMC sur l'égalité des genres confirment le manque de données sur les femmes dans le commerce. Pour y remédier, l'OMC a élaboré un questionnaire de collecte de données, que les Membres peuvent utiliser à titre de guide. Ce questionnaire est l'un des outils favorisant l'égalité des genres mis au point par l'OMC à l'intention des décideurs pour intégrer ces questions dans les politiques commerciales. Ces outils sont incorporés dans le cours de formation de l'OMC sur le commerce et le genre.¹⁴

Le manque de données entrave la recherche et donc l'élaboration des politiques, étant donné que les résultats des travaux de recherche peuvent être utilisés pour élaborer des politiques commerciales tenant compte des questions d'égalité hommes-femmes et pour promouvoir la participation des femmes au commerce.

Nécessité d'une évaluation de l'impact

L'exercice de suivi et d'évaluation révèle que l'impact des programmes d'Aide pour le commerce sur les questions de genre n'est pas systématiquement évalué et que peu de pays disposent de mécanismes d'évaluation de l'impact. Cependant, certains donateurs rendent ces derniers obligatoires.

La prise en compte du genre dans les stratégies nationales est un processus continu. Les cadres d'actions sont fréquemment actualisés. Certains des plans ou des stratégies en faveur de l'égalité des genres mentionnés par les parties interrogées sont arrivés à expiration récemment ou prendront fin prochainement. À cet égard, il convient de s'interroger sur la manière dont l'impact de ces actions est évalué et dont les enseignements tirés sont intégrés dans les stratégies futures.

L'évaluation des programmes d'Aide pour le commerce est une question essentielle. Il est nécessaire de comprendre pourquoi certains programmes sont plus efficaces que d'autres pour aider les pays à concevoir des politiques et des initiatives éclairées en faveur des femmes.

Les réponses au questionnaire indiquent que seul un tiers des pays en développement partenaires évaluent leurs programmes d'Aide pour le commerce; toutefois, les PMA sont plus enclins à recourir à des processus d'évaluation car ils ont adopté le mécanisme de suivi et d'évaluation du CIR. En revanche, plus de deux tiers des donateurs disposent de processus de suivi, et les évaluations de l'impact sont obligatoires pour certains.

Lorsqu'ils évaluent leurs programmes, la plupart des pays se servent d'indicateurs et de cibles spécifiques liés au genre qu'ils évaluent par rapport aux objectifs des programmes afin de constater les progrès réalisés dans la mise en œuvre, et les intègrent ensuite dans les mécanismes de suivi et d'évaluation. Certains pays s'appuient sur l'Examen national volontaire des ODD pour évaluer leurs programmes d'Aide pour le commerce.¹⁵

Les processus d'évaluation doivent être associés à des mécanismes de collecte de données ventilées par genre. Les données recueillies dans le cadre des mécanismes de suivi et d'évaluation des programmes d'Aide pour le commerce axés sur le genre et les enseignements qui en sont tirés devraient être communiqués et faire l'objet de discussions, éventuellement au sein d'une instance telle que le Groupe de travail informel de l'OMC sur le commerce et l'égalité des genres.

Les Membres de l'OMC échangent des informations techniques sur l'égalité des genres dans le commerce au sein du Groupe de travail informel. L'Australie et le Royaume-Uni ont souligné que les travaux du Groupe servaient de catalyseur pour l'intégration des questions de genre dans l'Aide pour le commerce et, plus largement, à l'OMC.

Tableau 6 : Défis concernant l'intégration des questions de genre dans l'Aide pour le commerce

Régions	Réponses au questionnaire
Afrique	
Togo	Le Fonds national de la finance inclusive (FNFI) renforcera le dialogue public privé afin de mobiliser davantage de ressources pour suivre et évaluer les indicateurs spécifiques des initiatives axées sur le genre
Asie et Pacifique	
Sri Lanka	Des activités de suivi sont menées sur le terrain par des agents de terrain relevant des districts et des divisions, qui sont rattachés au Ministère de la femme et de l'enfant, et des activités de suivi et d'évaluation sont menées à travers un système de suivi, d'évaluation, de responsabilité et d'apprentissage mis en place par le Ministère
Vanuatu	La collecte de données reste un problème en raison du manque de capacités et des problèmes de financement
Amérique latine et Caraïbes	
Mexique	L'Institut national de statistique, de géographie et d'informatique (INEGI) réalise des enquêtes ventilées par genre qui fournissent des indicateurs sur le genre, le commerce et le développement
Pérou	L'Institut national de la statistique et de l'informatique (INEI) publie des rapports annuels sur les disparités entre les genres
Sainte-Lucie	Il est toujours difficile de collecter des données ventilées par genre et des données commerciales en raison de l'importance du secteur informel et du pourcentage élevé de MPME Tous les projets gouvernementaux comportent un volet Suivi et évaluation, conformément aux prescriptions formulées par les donateurs

Récolte dans une rizière
(Cambodge).



Étude de cas

Bénin : méthodes d'évaluation tenant compte de l'égalité des genres dans le cadre des programmes d'Aide pour le commerce

Les questions de genre sont intégrées à toutes les étapes des programmes d'Aide pour le commerce, de la formulation au suivi et à l'évaluation, en commençant par la nomination de points focaux pour l'égalité des genres dans les ministères, la société civile et le secteur privé. Le gouvernement a adopté un guide méthodologique* qui prescrit ce qui suit :

- les questions de genre sont systématiquement intégrées au niveau du diagnostic de chaque programme ;
- les disparités entre les genres et les besoins des femmes sont évalués à partir des données de l'Institut national de la statistique et des études économiques (INSEE) ;
- les données sont complétées par des enquêtes et des entretiens sur des questions spécifiques menés par le Ministère du commerce ;
- les objectifs doivent tenir compte des questions de genre ;
- les plans d'action doivent également inclure des mesures spécifiques pour réduire les inégalités de genre et prévoir un cadre de suivi et d'évaluation comprenant des indicateurs relatifs à l'égalité des genres ;
- les points focaux pour l'égalité des genres de chaque ministère concerné sont consultés pour s'assurer que les programmes répondent aux besoins des femmes et s'alignent pleinement sur la politique nationale de promotion de l'égalité des genres.

Le gouvernement met également en œuvre un guide méthodologique d'évaluation de l'égalité des genres** qui fournit un cadre complet pour évaluer l'impact des programmes et des politiques sur l'autonomisation économique des femmes et l'égalité des genres. Ce guide comprend une série d'indicateurs pour réaliser une évaluation *ex-ante* et *post-ante* de l'impact sur l'égalité des genres.

Une évaluation à mi-parcours de l'impact est également réalisée pour pouvoir réviser les programmes lorsque les objectifs ne sont pas atteints, notamment ceux relatifs à l'égalité des genres. Par exemple, l'évaluation de l'impact examine la part des ressources du programme

allouée pour répondre aux besoins des femmes, l'incidence sur les disparités sociales par genre et la comparaison des inégalités de genre dans des secteurs spécifiques avant et après le programme.

* Voir <https://justice.gouv.bj/documents/politiques-strategies>.

** Voir <https://evaluation.gouv.bj/uploads/Guidemetodologiqueevaluationensib leaugenreVFOctobre2020.pdf>.



À Ankouamon, au Bénin, un groupe de 40 femmes produit 5 tonnes de beurre de karité par mois.

Étude de cas

Union européenne : évaluation de l'impact selon de genre de l'UE – ce qui est mesuré peut être géré

Les travaux de l'Union européenne en matière de promotion de l'égalité des genres et de l'autonomisation économique des femmes reposent en grande partie sur le suivi de ses interventions extérieures en matière d'égalité des genres, y compris les dépenses. Selon un rapport sur le Plan d'action II de l'UE sur l'égalité des sexes (Commission européenne, 2020a) :

« On estime que l'égalité des genres et l'autonomisation des femmes ont été appuyées par un budget de 8,7 milliards d'EUR pour le financement du développement en 2019 (soit 56,95% du financement total). Les financements qui visent spécifiquement l'égalité des genres et l'autonomisation des femmes... se sont élevés à 643 millions d'EUR (4,21% du total). »

En ce qui concerne les actions ciblées plus directement sur l'autonomisation économique des femmes, 1 853 mesures indiquées étaient axées sur l'autonomisation économique et sociale, ce qui a contribué à faire progresser plusieurs ODD.

S'appuyant sur sa Stratégie en faveur de l'égalité entre les hommes et les femmes 2020-2025, l'Union européenne a lancé le Plan d'action III de l'UE sur l'égalité des sexes pour 2021-2025, qui vise à promouvoir l'égalité entre les femmes et les hommes dans le monde entier et à faire en sorte que 85% des nouvelles mesures extérieures tiennent compte de la dimension de genre d'ici à 2025 (Commission européenne, 2020b). Cet objectif est inclus dans l'instrument de voisinage, de coopération au développement et de coopération internationale (NDICI) – L'Europe dans le monde pour la période 2021-2027 – dont le financement est estimé à plus de 78 milliards d'euros, précisant également qu'« [a]u moins 5% des actions [tenant compte des questions de genre] doivent avoir pour objectif principal l'égalité des genres, le respect des droits des femmes et des filles et leur autonomisation. »*

Le Plan d'action III sur l'égalité entre les hommes et les femmes instaure des règles strictes pour l'application et le suivi de l'intégration des questions de genre dans tous les secteurs et est contraignant pour toutes les actions extérieures de l'UE, y compris les programmes d'Aide pour le commerce. L'autonomisation économique des femmes est l'un des principaux domaines thématiques prioritaires.

Aligné sur la stratégie de l'UE en matière d'Aide pour le commerce**, le Plan d'action III sur l'égalité entre les hommes et les femmes recommande une évaluation systématique du genre, des données ventilées par genre et des indicateurs pour l'évaluation de l'impact sur le genre. L'unité opérationnelle de chaque programme est responsable du suivi et de l'évaluation réguliers de toute intervention. Cela implique d'évaluer la façon dont le programme est mis en œuvre, de recenser les problèmes potentiels et de prendre les mesures correctives nécessaires pour optimiser les effets positifs sur l'égalité des genres et l'autonomisation économique des femmes. Dans cette optique, les unités opérationnelles doivent systématiquement collecter, analyser et utiliser les informations liées à la gestion pour favoriser une prise de décision efficace.

En plus de soutenir les partenaires dans le suivi des programmes, l'UE a également développé un cadre pour le suivi des résultats du Plan d'action III sur l'égalité entre les hommes et les femmes au moyen des objectifs et indicateurs destinés à encadrer la mise en œuvre de ce plan d'action (Commission européenne, 2020c). Un rapport annuel relatif à l'application des instruments de l'UE pour le financement des actions extérieures fournit des informations complètes sur les activités menées et les résultats obtenus en matière d'égalité des genres.***

* Voir https://ec.europa.eu/info/sites/default/files/about_the_european_commission/eu_budget/programme_and_performance_-_ndici.pdf.

** Voir https://ec.europa.eu/international-partnerships/topics/trade_en.

*** Pour consulter la version la plus récente, voir https://knowledge4policy.ec.europa.eu/publication/2021-annual-reportimplementation-european-unions-external-action-instruments-2020_en.

Notes finales

1. *Recommandations de l'Équipe spéciale chargée de l'Aide pour le commerce*, document de l'OMC WT/AFT/1, 27 juillet 2006.
2. Environ 800 femmes entrepreneurs ont été interrogées en Amérique latine, en Asie du Sud et en Afrique de l'Est entre 2019 et 2020.
3. Voir <https://donnees.banquemondiale.org/indicateur/SL.AGR.EMPL.FE.ZS>.
4. « Des agricultrices d'Amérique latine et des Caraïbes témoignent de leurs efforts et de leur lutte contre les inégalités à l'occasion de la journée internationale des femmes rurales » webinar organisé par l'IICA-Inter American Institute for Cooperation in Agriculture (Institut interaméricain de coopération pour l'agriculture) le 18 octobre 2021.
5. Les données issues des enquêtes régionales de l'OMC menées en Afrique de l'Est, en Asie du Sud et en Amérique latine en 2019 et 2020 montrent que 58% des femmes entrepreneurs travaillent dans le secteur des services.
6. La majorité des prêts de financement du commerce sont donc à court terme (moins de 180 jours). Néanmoins, étant donné que le commerce international est considéré comme une activité plus risquée que le commerce intérieur, les établissements financiers imposent à leurs clients des obligations en matière de solvabilité, de diligence raisonnable, de garantie et de finances qui sont généralement plus strictes que pour l'accès aux services bancaires de base (Banque mondiale/OMC, 2020).
7. Voir https://www.smefinanceforum.org/sites/default/files/IFC_MSME_Factsheets_Global_2019.pdf.
8. Voir <https://data.undp.org/gendertracker>.
9. Voir <https://www.unwomen.org/en/digital-library/publications/2020/04/issue-briefcovid-19-and-ending-violence-againstwomen-and-girls>.
10. Voir <https://www.wcoomd.org/fr/topics/capacity-building/activities-and-programmes/gender-equality.aspx>.
11. Voir l'annexe 1 aux *Recommandations de l'Équipe spéciale chargée de l'Aide pour le commerce*, document de l'OMC WT/AFT/1, 27 juillet 2006.
12. Voir *Rapport de situation sur les travaux techniques réalisés par les Membres de l'OMC et observateurs concernant l'autonomisation économique des femmes*, document de l'OMC INF/TGE/R/1, 9 novembre 2021.
13. Voir https://www.wto.org/french/tratop_f/womenandtrade_f/iwg_trade_gender_f.htm.
14. Pour en savoir plus sur les travaux du Secrétariat de l'OMC concernant les femmes et le commerce, voir https://www.wto.org/french/tratop_f/womenandtrade_f/womenandtrade_f.htm.
15. Voir <https://sustainabledevelopment.un.org/vnrs>.