

Résumé

Les femmes fournissent une contribution très importante à l'économie alimentaire de l'Afrique de l'Ouest. De Dakar à N'Djaména, elles participent activement à la production, à la valorisation et à la vente des produits agricoles. Les femmes perpétuent également une longue tradition de commerce, qui contribue au processus d'intégration régionale. Ces activités essentielles à la croissance de l'économie ouest-africaine se heurtent pourtant à de nombreux obstacles qui limitent la participation des femmes aux échanges commerciaux.

S'appuyant sur une approche relationnelle inédite, ce rapport analyse la structure des réseaux sociaux dans lesquels les femmes jouent un rôle particulièrement central en Afrique de l'Ouest. Il identifie, d'une part, les obstacles socio-économiques qui limitent les opportunités des femmes dans le système alimentaire et, d'autre part, les contraintes qui s'exercent sur les réseaux de gouvernance destinés à promouvoir l'entrepreneuriat féminin dans la région.

Un réseau commercial dominé par les hommes

Une cartographie des relations d'affaires entretenues entre 1997 entrepreneurs permet tout d'abord d'étudier quelle est la place des femmes dans les filières agricoles. Cette analyse conduite sur la filière du riz au Bénin, au Niger et au Nigéria montre qu'aucune variable n'est plus discriminante que le genre. Les hommes sont plus expérimentés, plus éduqués et ont un revenu cinq fois supérieur à celui des femmes. Ces différences se traduisent par un moindre accès aux services financiers et par une mobilité sociale et spatiale plus faible pour les femmes.

L'analyse des relations d'affaires entretenues dans la filière du riz confirme que les activités des femmes sont limitées par la structure générale du réseau commercial, qui impose

une division du travail inégale. Les femmes occupent ainsi une position structurellement périphérique par rapport à celle des hommes. Elles sont moins nombreuses, possèdent moins de partenaires commerciaux, jouent moins le rôle d'intermédiaires et sont moins bien connectées aux acteurs très centraux que les hommes. Les différences de genre sont particulièrement visibles parmi les acteurs possédant à la fois un fort enracinement local et des liens d'affaires plus étendus : seul un cinquième de ces acteurs au fort capital social sont des femmes.

L'attrait inégalé du Nigéria

Les enquêtes montrent que les trois quarts des entrepreneurs développent des relations d'affaires au sein de leur propre pays. Sur ce marché sans organe centralisé, les entrepreneurs nigériens occupent une position dominante due à leur accès plus large aux services financiers qui leur permet de jouer le rôle de grossistes et aux moyens de transport qui leur servent à acheminer le riz vers les marchés de leur pays. Cet exemple d'intégration « par le bas » demeure largement indépendant des politiques mises en place par les États et leurs partenaires internationaux. Il témoigne des compétences des entrepreneurs locaux à tirer parti de la demande générée par la croissance démographique et l'urbanisation.

Un réseau de gouvernance fragmenté

Une enquête conduite auprès de 101 organisations chargées de promouvoir l'entrepreneuriat féminin en Afrique de l'Ouest identifie qui sont les acteurs institutionnels les plus centraux et comment ils coordonnent leurs politiques publiques. Elle montre que les organisations internationales et certains pays ouest-africains et européens jouent un rôle central dans le

réseau de gouvernance du genre. Une synthèse des programmes, des priorités et des partenariats de neuf organisations impliquées dans ce champ de gouvernance, illustre ensuite la diversité des initiatives destinées à promouvoir la place des femmes dans l'économie productive et marchande en Afrique de l'Ouest. Enfin, une analyse des relations entretenues entre individus au sein de ces organisations suggère que le champ de la promotion économique féminine demeure fragmenté. Près d'un acteur sur quatre est déconnecté de la composante principale du réseau de gouvernance.

Obstacles fonctionnels et institutionnels

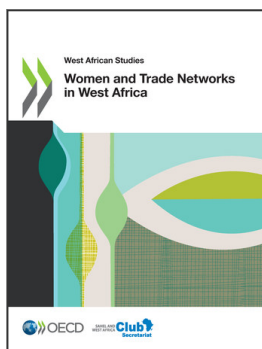
Le rapport montre enfin que les obstacles fonctionnels et institutionnels rencontrés par les entrepreneurs ouest-africains sont de nature très diverse. Pour les acteurs de la filière du riz, les paiements illégaux prélevés aux frontières et les taxes jugées excessives ou injustes sont les obstacles qui freinent le plus le commerce. Les entrepreneurs locaux souhaitent davantage d'investissements dans les infrastructures physiques des marchés, le transport et l'accès au crédit. Les femmes sont proportionnellement plus nombreuses à déplorer la vétusté ou le manque d'infrastructures commerciales que les hommes. Pour les décideurs et spécialistes du genre, l'activité professionnelle des femmes est principalement limitée par l'éducation, l'accès aux services financiers et à la propriété, les normes culturelles et le système juridique.

Des politiques publiques fondées sur les réseaux sociaux

Les politiques de développement doivent s'appuyer sur les réseaux sociaux dans lesquels sont insérées les femmes si elles désirent

promouvoir l'entrepreneuriat féminin en Afrique de l'Ouest.

- *Renforcer le capital social des femmes.* Les politiques de développement doivent encourager la multiplication des relations d'affaires au sein même de la communauté dans laquelle vivent les femmes. Ces relations fortement ancrées dans la culture locale sont synonymes de solidarité et de protection contre les multiples incertitudes du commerce dans la région. Les politiques doivent également promouvoir la constitution de relations d'affaires qui permettent aux femmes d'accéder à des ressources qui ne sont pas disponibles localement. Cet objectif rejoint celui des politiques de développement visant à encourager la circulation dans la région, par le biais d'une réduction des barrières non tarifaires au commerce, par des postes de contrôle juxtaposés et par la construction de routes rurales et interurbaines entre zones de production et de consommation.
- *Promouvoir la coordination du réseau de gouvernance.* Un effort plus soutenu doit être consacré à l'intégration des diverses initiatives entreprises par les États, les organisations internationales et non gouvernementales en matière de promotion de l'entrepreneuriat féminin. Cet effort de concertation passe aussi par un renforcement des échanges, formels et informels, entre experts de chaque organisation, qui évoluent jusqu'ici de manière relativement séparée. Une stratégie visant à multiplier le nombre de liens informels dans ce champ de gouvernance permettrait d'améliorer la coordination au sein et entre les organisations impliquées dans la promotion de l'entrepreneuriat féminin en Afrique de l'Ouest.



Extrait de :
Women and Trade Networks in West Africa

Accéder à cette publication :
<https://doi.org/10.1787/7d67b61d-en>

Merci de citer ce chapitre comme suit :

OCDE/Club du Sahel et de l'Afrique de l'Ouest (2019), « Résumé », dans *Women and Trade Networks in West Africa*, Éditions OCDE, Paris.

DOI: <https://doi.org/10.1787/236b8c9e-fr>

Cet ouvrage est publié sous la responsabilité du Secrétaire général de l'OCDE. Les opinions et les arguments exprimés ici ne reflètent pas nécessairement les vues officielles des pays membres de l'OCDE.

Ce document et toute carte qu'il peut comprendre sont sans préjudice du statut de tout territoire, de la souveraineté s'exerçant sur ce dernier, du tracé des frontières et limites internationales, et du nom de tout territoire, ville ou région.

Vous êtes autorisés à copier, télécharger ou imprimer du contenu OCDE pour votre utilisation personnelle. Vous pouvez inclure des extraits des publications, des bases de données et produits multimédia de l'OCDE dans vos documents, présentations, blogs, sites Internet et matériel d'enseignement, sous réserve de faire mention de la source OCDE et du copyright. Les demandes pour usage public ou commercial ou de traduction devront être adressées à rights@oecd.org. Les demandes d'autorisation de photocopier une partie de ce contenu à des fins publiques ou commerciales peuvent être obtenues auprès du Copyright Clearance Center (CCC) info@copyright.com ou du Centre français d'exploitation du droit de copie (CFC) contact@cfcopies.com.