

AUTONOMISATION ECONOMIQUE ET SECURITE ALIMENTAIRE

VAM GENRE ET MARCHES NOTE #2



© Marco Fattini

Mai 2017

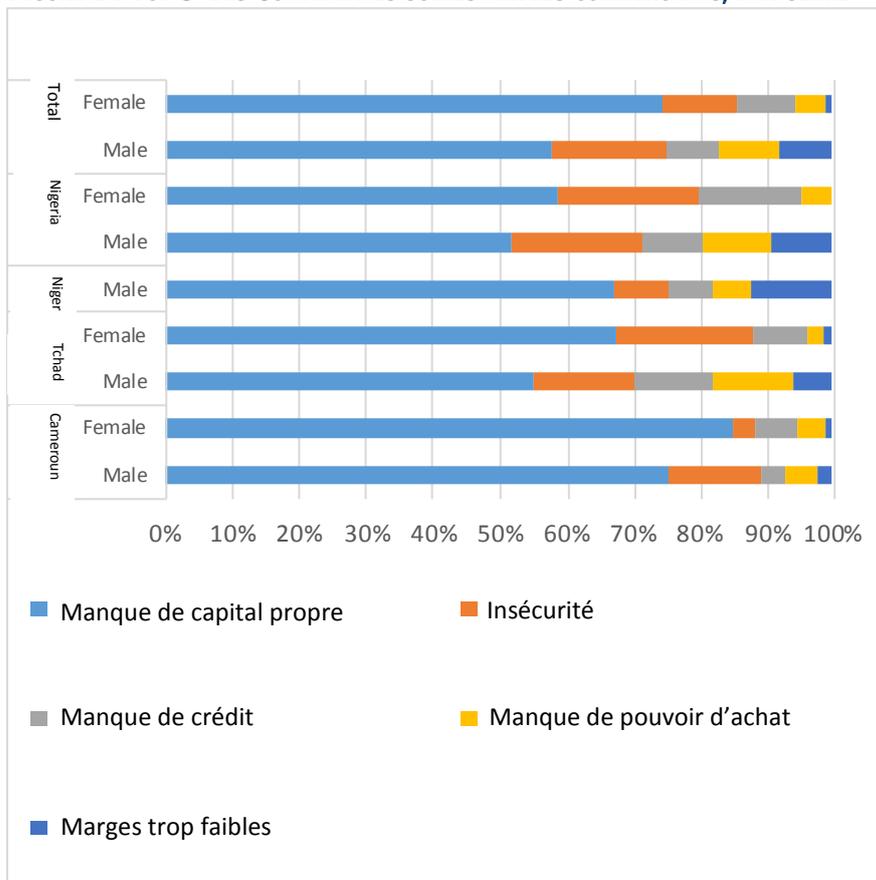
DÉVELOPPEMENT DES CHÂÎNES DE VALEUR DANS LE BASSIN DU LAC CHAD

MESSAGES CLÉS:

- LE CONFLIT DANS LE NORD-EST DU NIGÉRIA A ENTRAÎNÉ UN DÉPLACEMENT MASSIF DE POPULATIONS DANS LES PAYS DU BASSIN DU LAC TCHAD, AFFECTANT PRÈS DE **7 MILLIONS DE PERSONNES** (2016) ET AUGMENTANT LES RISQUES DE PROTECTION ET L'INSÉCURITÉ ALIMENTAIRE.
- LES FEMMES CONSTITUENT JUSQU'À **79% DE LA FORCE DE TRAVAIL RURALE** DANS LA REGION. **ELLES SONT AFFECTÉES D'AVANTAGE PAR LES CHOCS LIÉS A LA SÉCURITÉ ALIMENTAIRE EN RAISON DE LEUR ACCÈS LIMITÉ AUX RESSOURCES ET AU CAPITAL.**
- LES FEMMES SONT MARGINALISÉES DANS LES CHAINES DE VALEUR CÉRÉALIÈRES ET JOUENT UN ROLE PLUS IMPORTANT DANS LES CHAINES DE VALEURS DE PRODUITS **SAISONNIERS ET PÉRISSABLES**. MALGRÈ LEUR PRESENCE PLUS ACCRUE DANS CETTE DERNIÈRE CHAÎNE DE VALEUR, ELLES DEMEURENT MOINS RÉSILIENTES.
- LE MANIOC, LE MAÏS, LE SORGHO, LE MILLET ET LE RIZ SONT LES PRODUCTIONS AGRICOLES DOMINANTES DE LA REGION. LE NIGÉRIA EST LE 1ER PRODUCTEUR DE CÉRÉALES DE LA RÉGION ET LE 1ER PRODUCTEUR MONDIAL DE MANIOC.(2016)

LES CHAINES DE VALEURS DE SONT PAS INSENSIBLES AU GENRE : LES NORMES DISCRIMINATOIRES GENRÉES DANS LES CHAINES DE VALEUR AU LCB

FIGURE 1 : TOP 5 DES CONTRAINTES SUBIES PAR LES COMMERCANTS, PAR GENRE



LE MANQUE DE CAPITAL ET L'INSÉCURITÉ sont les deux principales contraintes rencontrées par les commerçants, hommes et femmes dans la région. En revanche, la perception répandue selon laquelle les responsabilités reproductives et domestiques des femmes constituent leur rôle principal limitent considérablement leur accès aux marchés et aux capitaux. Les femmes font face à des obstacles spécifiques et à une responsabilité disproportionnée face au ménage. Ce travail non rémunéré limite leur investissement dans des activités lucratives. L'insécurité pose également un risque majeur de protection pour les femmes et les filles qui sont plus exposées aux violences liée au genre (Voir la figure 1).

L'AUTOFINANCEMENT est la principale source de financement dans chaque pays, tandis que la 2nd est la famille et les amis. Les réseaux sociaux et l'appartenance ethnique jouent un rôle important dans l'obtention de crédit. Au Niger, 34% des commerçants dépendent du crédit de leurs fournisseurs. L'offre informelle de crédit constitue une stratégie pour les commerçants pour conserver leurs clients.

LES CAPACITÉS DE LEADERSHIP ET D'ORGANISATION sont limitées au sein des organisations de femmes au détriment des femmes rurales et de leur accès au secteur agricole. Parmi les autres problèmes identifiés, figurent le manque d'accès à l'information sur le marché, la capacité limitée à identifier les chaînes de valeur rentables, le manque de compétences entrepreneuriales et la capacité limitée de lier les coopératives aux agrogénéralistes potentiels et aux marchés d'exportation.

DÉVELOPPEMENT DES CHÂÎNES DE VALEURS DANS LE BASSIN DU LAC



DONNEES SUR LE GENRE ET LES MARCHES AU LCB*

 **LE SECTEUR PRIMAIRE EMPLOIE PLUS DE 80% DE LA POPULATION ACTIVE**

 **30% DES FEMMES COMMERCANTES DE PLUS DE 50 ANS SONT GROSSISTES AU NIGERIA, L'AGE JOUE UN ROLE SIGNIFICATIF DANS LES CHAINES DE VALEURS**

 **86% DES FEMMES SONT ANALPHABÈTES AU TCHAD**

PRENDRE ACTION

L'AUTONOMISATION est multidimensionnelle, intersectionnelle et varie en fonction du niveau de la chaîne de valeur. L'autonomisation intègre les activités de revenus, mais aussi les **ASPECTS SOCIAUX** (ménage, éducation). Les vulnérabilités étant exacerbées dans les zones de conflit, **l'ANALYSE DE GENRE** est encore plus pertinente pour une assistance plus inclusive, plus centrée sur les bénéficiaires, les femmes et les filles. La sécurité alimentaire et la nutrition étant au cœur de la réponse humanitaire, l'analyse sensible au genre est d'autant plus importante.

EN MATIÈRE DE COLLECTE DE DONNÉES, de genre et d'analyse de marché, les recommandations suivantes permettront au VAM d'améliorer son travail dans l'évaluation et le suivi de l'autonomisation pour atteindre les objectifs d'égalité entre les sexes :

- ⇒ Renforcer les capacités et la **REDEVABILITÉ** du PAM afin que les équipes d'évaluations analysent et rapportent les données et les informations sensibles au genre.
- ⇒ Introduire des modules de training supplémentaires pour les **ÉNUMÉRATEURS** sur la manière de poser des questions.
- ⇒ **UTILISER L'INDICE WEMI** (Indicateur d'Autonomisation des Femmes dans l'Agriculture) comme outil précieux permettant au PAM de réaliser son mandat dédié aux femmes et aux populations vulnérables ainsi qu'à la réalisation de leur potentiel dans les systèmes alimentaires (voir Tableau1).

Le tableau 1. reflète les questions sensibles au genre intégrées à l'EFSA (Évaluation de l'urgence et de la Sécurité Alimentaire) et sert d'exemple de bonne pratique pour recueillir des informations sur les dimensions pertinentes du genre dans les marchés alimentaires. Les enquêtes sexospécifiques nécessitent plusieurs outils solides pour définir un cadre clair dans l'évaluation et l'analyse de l'autonomisation des femmes.

TABLEAU 1 : QUESTIONS WEMI ADAPTÉES DU WEAI

QUESTIONS	REPNSES OPTIONNELLES
Qui décide généralement s'il vous est possible de souscrire à un crédit pour financer des activités commerciales?	
Qui décide généralement du montant de vos revenus qui sera alloué à la nourriture dédiée à votre ménage?	1= soi même 2= partenaire/épouse 3= les autres membres du foyer 4= soi même et les autres membres du foyer
Qui décide généralement si vous vendrez ou non ?	5= partenaire/épouse et autres membres du foyer 6= quelqu'un ou un groupe de personnes extérieurs au foyer 7= autres
Qui décide généralement du prix auquel vous vendrez ?	
Qui décide généralement si vous allez laisser de la marchandise ou non ?	
Qui décide généralement à qui et ou vous achetez ?	
Quel est l'obstacle à venir le plus important pour votre commerce ?	Réponse ouverte
Etes vous à l'aise de parler en public en ce qui concerne les problèmes rencontrés sur les marchés ?	1=non, pas du tout confortable;2=oui, mais avec beaucoup de difficulté;3=oui, mais avec un peu de difficulté;4=oui, assez confortable;5=oui, très confortable

POUR ALLER PLUS LOIN :

Initiative Genre et Marchés : Autonomiser les femmes ouest africaines par le biais de l'assistance alimentaire sur les marchés

POUR LES DERNIERES INFOS SUR LE BASSIN DU LAC

CHAD : <https://www.wfp.org/Situation-Reports/Lake-Chad-Basin>

*La totalité de contenu de ce document est extrait de :

PAM, 2016. Évaluer le genre et les marchés dans la région du Bassin du Lac Tchad.

"UNFPA, 2017. Regional Protection Group Meeting : Gender-based violence in the Lake Chad Basin".

DES COMMENTAIRES ?

rbd.vam@wfp.org