Combattre la Faim dans le Monde

Photo: WFP/Agron Dragaj

Genre, Marchés et Organisations Agricoles du Sénégal

VAM Etude Genre et Marchés #6

2016-2017

WFP
Programme Alimentaire Mondial
PAM

USAID
FROM THE AMERICAN PEOPLE

Le programme « Zéro Faim » met l'accent sur l'importance de renforcer l'autonomisation économique et soutient l'Objectif de Développement Durable 2 qui vise à *doubler les revenus et la productivité des petits producteurs.* L'intérêt croissant porté sur les marchés résilients peut apporter des contributions importantes aux systèmes alimentaires durables et édifier la résilience. La participation aux systèmes de marché n'offre pas seulement la possibilité d'assurer ses moyens de subsistance, mais elle permet aussi de se prendre en charge, de préserver sa dignité, de créer du capital social et d'augmenter la confiance en soi. L'analyse de la sécurité alimentaire doit tenir compte des questions de violence et de discrimination basée sur le genre afin de fournir une assistance adaptée aux plus vulnérables.

La politique de nutrition du PAM (2017-2021) réaffirme que l'égalité entre les sexes et l'autonomisation des femmes sont essentielles pour assurer une bonne nutrition et des moyens de subsistance durables et résilients fondés sur les droits de l'homme et la justice. C'est pour cela que l'analyse sexospécifique dans les programmes de nutrition est une composante fondamentale pour réaliser les ODD. L'initiative VAM *Genre et Marchés* du Bureau régional du PAM pour l'Afrique de l'Ouest et du Centre vise à renforcer l'engagement, la responsabilité et les capacités du PAM et de ses partenaires en matière de sécurité alimentaire et d'analyse nutritionnelle tenant compte des sexospécificités, et ce, aux fins d'élaborer des interventions basées sur le marché qui favorisent l'autonomisation des femmes et des populations vulnérables. La série d'études régionales *Genre et Marchés* du VAM servira de base empirique et permettra de faire le lien avec l'ODD 5 dont le but est de *réaliser l'égalité des sexes et l'autonomisation des femmes et des filles.*

Tous droits réservés pour tous pays
Edition française, 2016-2017
Copyright © Programme Alimentaire Mondial
Bureau Régional Dakar

Auteur : Cheikh Abdoul Khadre Mané
Révisé par : William Ndiaye

Pour plus d'information, contacter :

Programme Alimentaire Mondial
Simon Renk (Conseiller Régional des Marchés) : simon.renk@wfp.org
Desiree Lwambo (VAM Spécialiste Genre) : desiree.lwambo@wfp.org

Sommaire

Liste des Acronymes 4

Remerciements 6

Résumé Exécutif 7

INTRODUCTION 10

I. Contexte de l'étude 10

II. Méthodologie 14

III. Contraintes et limites de l'étude 15

1. Genre et marchés alimentaires au Sénégal 18

1.1 Performances du secteur agricole 19

1.2 Formes et types de marchés de l'étude 20

2. Contexte d'intervention du PAM Sénégal 22

2.1 Évaluation de l'approche Genre dans les programmes du PAM Sénégal 22

2.2 Les bénéficiaires de vivres 23

2.3 Le Suivi Post-Distribution 24

2.4 Le programme de Résilience des communautés rurales (4R) 24

2.5 Le programme des Cantines Scolaires 26

2.6 Initiatives pour l'autonomisation des femmes dans le secteur agricole 27

3. Caractéristiques et formes d'autonomisation des femmes 30

3.1 Étude de cas N°1 : le groupement des femmes transformatrices de Koungheul « Xaritu Xaléyi » 30

3.2 Étude de cas N°2 : Le Groupement des femmes productrices de Sinthiou Malém « And Juubo » 31

3.3 Étude de cas N° 3 : Le « Mbotaay » des femmes productrices de Darou Nandigui 32

3.4 Analyse des trois profils d'étude 32

3.5 Implication dans les prises de décision 34

3.6 L'accès et le contrôle des ressources productives 35

3.7 Défis et contraintes différenciés 36

4. Les écarts sur l'analyse genre dans les évaluations des marchés suivis par le VAM Sénégal 40

4.1 Analyse des stratégies de suivi des marchés du PAM Sénégal 40

4.2 Consolider l'approche Genre dans les programmes du PAM Sénégal 41

5. Solutions programmatiques réalisables 43

5.1 Élaboration d'une grille méthodologique de l'analyse Genre et Marché 43

5.2 Articuler les besoins pratiques et les intérêts stratégiques 43

CONCLUSION et Recommandations 45

Bibliographie 47

ANNEXES 48

Annexe I – Liste des Groupements d'Intérêt Économique identifiés 48

Annexe II – Grille analyse Genre et Marché avec variables quantitatives 49

Annexe III – Indicateurs WEAI 50

Annexe IV – Autonomie des femmes entrepreneurs : dimensions et indicateurs qualitatifs. 52

Liste des Acronymes

AGVSAN	:	Analyse Globale de la Vulnérabilité, de la Sécurité Alimentaire et de la Nutrition
ANAFA	:	Association Nationale pour l'Alphabétisation et la Formation des Adultes
ANSD	:	Agence Nationale de la Statistique et de la Démographie
BCV	:	Banques Céréalières Villageoises
BRIDGE	:	Service de recherche et d'information spécialisé en genre et développement
CBPP	:	Planification pour la Participation Active de la Communauté *(Community-based Participatory Planning)*
CBT	:	Transferts en Espèces *(Cash-based Transfer)*
CMS	:	Crédit Mutuel du Sénégal
CSA	:	Comité de la Sécurité Alimentaire
CV	:	Bons d'Achats Alimentaires *(Cash Vouchers)*
DAPSA	:	Direction de la Prévision et de la Statistique Agricoles
ENDA-GRAF	:	Environnement, Développement, Action pour le Tiers-Monde-Groupe pour la Recherche, l'Action et la Formation
ENSAN	:	Enquête Nationale de Sécurité Alimentaire et Nutrition
ESAM	:	Enquête Sénégalaise Auprès des Ménages
FFA	:	Vivres pour Création d'Actifs Durables *(Food for Assets)*
GIE	:	Groupement d'Intérêt Économique
GPF	:	Groupement de Promotion Féminine
HIMO	:	Travail à Haute Intensité de Main d'Œuvre
IDS	:	Institut d'Etudes sur le Développement *(Institute for Development Studies)*
ITA	:	Institut de Technologie Alimentaire
MPER	:	Micro et Petites Entreprises Rurales
ONUFEMMES	:	Organisation des Nations Unies pour l'Egalité des Sexes et l'Autonomisation des Femmes
OP	:	Organisation Paysanne
OPF	:	Organisations pour la Promotion de la Femme

OXFAM	:	Comité d'Oxford pour le Secours aux Victimes de la Famine *(Oxford Committee for Famine Relief)*
PAA	:	Achat des Africains pour l'Afrique *(Purchase from Africans for Africa)*
PACA	:	Projet d'Amélioration de la Compétitivité Agricole
PADMIR	:	Projet d'Appui au Développement de la Microfinance Rurale
PAFA	:	Projet d'Appui aux Filières Agricoles
PAM	:	Programme Alimentaire Mondial
PAPIL	:	Projet d'Appui à la Petite Immigration Locale
PAPIR	:	Projet d'Appui à la Petite Immigration Régionale
PDM	:	Suivi Post-Distribution *(Post-Distribution Monitoring)*
PNUD	:	Programme des Nations-Unies pour le Développement
PROMER	:	Projet de Promotion des Microentreprises Rurales
PRRO	:	Intervention Prolongée de Secours et de Redressement *(Protracted Relief and Recovery Operation)*
PSE	:	Plan Sénégal Émergent
SLP	:	Planification des Moyens de Subsistance Saisonniers *(Seasonal Livelihoods Planning)*
SMART	:	Programme normalisé de suivi et d'évaluation des secours après la crise *(Standardized Monitoring and Assessment of Relief and Transitions)*
SNEEG	:	Stratégie Nationale pour l'Équité et l'Égalité de Genre
TDR	:	Termes de Références
TFA	:	Aide Alimentaire Ciblée *(Targeted Food Assistance)*
TFD	:	Distribution de Vivres Ciblée *(Targeted Food Distribution)*
UNESCO	:	Organisation des Nations Unies pour l'Education, la Science et la Culture
USAID	:	Agence des Etats-Unis pour le Développement International *(United States Agency for International Development)*
VAM	:	Equipe d'Analyse et de Cartographie de la Vulnérabilité *(Vulnerability Analysis and Mapping Unit)*
WEAI	:	Indice d'Autonomisation des Femmes dans l'Agriculture *(Women Empowerment in Agriculture Index)*
ZAR	:	Zone Agricole Rurale

Remerciements

Ce présent rapport s'inscrit dans le cadre du projet de renforcement de connaissances et d'analyse sur les rapports sociaux de sexes dans les marchés initié sous l'égide du Bureau Régional du Programme Alimentaire Mondial (PAM) en Afrique de l'Ouest et Centrale (RBD, *Regional Bureau Dakar*). L'activité principale du programme porte sur la réalisation d'étude de cas sur la problématique de genre dans les marchés ruraux au Sénégal et sur le diagnostic des outils d'intervention du PAM en faveur des populations vulnérables. Il s'agit de comprendre la distribution des rôles et responsabilités des hommes et des femmes dans les marchés dans le but de promouvoir l'égalité des sexes.

Ce travail est le fruit d'une collaboration avec le bureau régional du PAM pour l'Afrique de l'Ouest et Centrale basé à Dakar. Le Bureau Pays du PAM au Sénégal tient donc à remercier tous ceux qui de près ou de loin ont apporté leurs contributions à l'éclosion de ce travail.

Le Bureau Pays du PAM au Sénégal remercie ainsi les collègues Simon RENK, conseiller régional pour l'analyse des marchés au RBD et Wilfred NKWAMBI, chef de Programme du PAM Sénégal pour la coordination de la présente étude.

Des remerciements soutenus vont à l'endroit des collègues Diaba BA et Brice Baem BAGOA de l'équipe du VAM ainsi qu'à Paulele FALL, chargée de communication et point focal genre au PAM Sénégal pour toute l'assistance technique tout au long du processus.

Les remerciements vont également à l'endroit des collèges de l'unité programme pour leur appui dans la fourniture d'informations nécessaires à l'élaboration de ce document et ainsi que dans la formulation des recommandations. Il s'agit notamment de Carla DEGREGORIO, coordinatrice de l'initiative 4R, Abdoulaye FAYE et Agnès FAYE de l'unité des cantines scolaires, Marième DIAW et Fatou-Yate GUEYE de la nutrition, Joseph SADIO, en charge de la modalité Cash-based Transfer et de l'assistance alimentaire ciblée.

Les remerciements vont également à l'endroit d'Analee PEPPER ainsi que toute l'équipe d'Analyse et de Cartographie de la Vulnérabilité (VAM, *Vulnerability and Analysis Mapping*) du RBD qui ont su trouver les bonnes pratiques pour mener à bien ce travail.

Il convient enfin de remercier les autorités locales et administratives des différents marchés visités pour leur disponibilité et pour toutes les informations fournies dans le cadre de cette étude.

Résumé Exécutif

Au Sénégal, le PAM a développé par le biais du VAM toute une série d'études sur les marchés alimentaires pour comprendre la variation des prix, l'accès des ménages aux marchés, etc. Cette étude de cas qui a pour objectif d'informer sur la dynamique du genre et de l'autonomisation des femmes dans les marchés au Sénégal vise à collecter des informations clés à l'échelle régionale et par pays, afin de mieux ajuster les activités d'évaluations et d'interventions du PAM.

Poursuivant son objectif de lutte contre l'insécurité alimentaire et la vulnérabilité des ménages ruraux, le bureau du PAM Sénégal a initié différents programmes avec l'organisation et le fonctionnement des marchés. En effet, différentes activités qui y sont développées et pilotées par le PAM Sénégal impactent la filière commerciale agricole : des programmes de résilience rurale 4R aux Cantines Scolaires, des modalités de distribution de Vivres et de Cash aux Banques Céréales, etc. Ainsi, dans un souci d'équité et d'égalité entre les femmes et les hommes sur l'ensemble de la chaîne de valeur agricole, l'institution cherche à réduire toutes formes d'inégalités entre les sexes. Les bonnes initiatives vont de la prise en compte dans le ciblage pour la distribution de vivres du profil des femmes chefs de ménage aux femmes bénéficiaires de la réduction des risques (4R), à la participation active des femmes dans l'alimentation des Cantines Scolaires.

Malgré toutes ces actions le bureau du VAM reste ouvert à toutes formes d'appui technique et organisationnel en vue de consolider ses outils d'investigation et d'évaluation sensible au genre. Ainsi, cette présente étude cherche non seulement, sur le plan stratégique, à faire un diagnostic de l'état des lieux de l'approche genre du PAM Sénégal mais aussi, sur le plan opérationnel, tente d'apporter des solutions programmatiques dans le but de réduire les écarts de genre constatés sur le terrain.

La démarche préalable qui a été initiée avec la compilation et l'analyse de données secondaires fait état d'absence d'outils efficaces de mesure de l'autonomisation des femmes dans trois communes de marchés au Sénégal : Koungheul, Darou Nandigui, et Sinthiou Malém. Généralement, les instruments d'évaluation et de suivi de marché ne permettent pas de rendre visible l'apport et la contribution économique des femmes dans leur environnement respectif. Les données désagrégées par sexe sont disponibles mais ne sont pas utilisées dans les rapports car ne répondant pas aux objectifs des études. À partir de ce constat, les principales questions de l'étude de cas qui ont été déclinées dans le but de combler cet écart d'analyse peuvent être synthétisées comme suit :

- **Les rôles et les responsabilités des femmes et des hommes** dans les marchés varient selon le profil d'activité et le type de marché dans lequel les femmes sont insérées. L'étude a ainsi relevé que :
    1) Les femmes transformatrices dans la commune de Koungheul sont beaucoup plus impliquées dans les prises de décisions en lien avec leur activité économique. Tandis que les hommes de leur communauté sont principalement de gros producteurs céréaliers, sont actifs en tant que grossistes et semi-grossistes, et acceptent d'impliquer les femmes dans les instances de décision communautaire.
    2) Les femmes productrices de Darou Nandigui sont plutôt confinées dans des activités traditionnelles de petits commerces de détail sans valeur économique ajoutée. À la différence des hommes mieux intégrés dans les activités de vente en gros, le marché ne permet pas aux

femmes de générer des revenus à cause de la faiblesse des productions céréalières.

3) Enfin les productrices et les commerçantes de Sinthiou Malém jouent un rôle important dans la commercialisation de produits maraîchers d'autres femmes des localités environnantes, tandis que les hommes sont plutôt dans les secteurs traditionnels comme le bétail et le transport.

- **Les défis spécifiques auxquels les femmes sont confrontées dans leurs activités** sont différents selon les profils des femmes. Celles qui sont dans le Groupement d'Intérêt Economique (GIE) de transformation doivent assurer la transition d'une phase d'unité de transformation semi-domestique vers une production de type industriel à haute intensité. Pour cela l'accès à l'énergie, aux marchés porteurs, aux financements constituent des facteurs décisifs pour l'expansion de leur activité. Alors que les défis sont beaucoup plus complexes pour les femmes de Darou Nandigui, dans la mesure où elles doivent passer d'un modèle organisationnel de travail individualisé vers un modèle collectif sous forme de groupement, leur défi spécifique est l'accès à la formation et à la gestion de projet collectif, l'accès aux facteurs de production (engrais, semences) et l'accès à la terre.

- **Les écarts sur l'intégration de la dimension genre dans l'évaluation des marchés du PAM Sénégal** sont mesurables à partir de l'analyse de contenu des bulletins, rapports et études de marché. Les outils de suivi des performances des marchés agricoles ne sont pas conçus pour évaluer les besoins pratiques des femmes et des hommes. Les résultats attendus dans les rapports de marchés ne ressortent pas les différences ainsi que les convergences possibles entre les acteurs au regard des rapports sociaux de sexe. Les évaluations omettent dans l'analyse la contribution économique des femmes commerçantes et grandes productrices dans les secteurs clés du marché où elles sont nettement actives. En conséquence, il serait bénéfique pour le PAM Sénégal d'élaborer un certain nombre d'indicateurs de suivi sur l'autonomisation des femmes qui seraient systématiquement inclus dans les rapports de suivi et d'évaluation. Les indicateurs de genre peuvent se révéler comme d'intenses outils d'évaluation des changements avant et après le démarrage des projets, dans les relations entre les femmes et les hommes et dans leurs rôles et responsabilités. Il s'agit de mesures aussi bien quantitatives que qualitatives qui entrent dans la planification, l'exécution et l'évaluation des différents composants exemple : 4R, Cash-based Transfer (CBT) et Cantines Scolaires.

- **Les recommandations et les solutions programmatiques** pour relever les défis et les lacunes identifiés sont faites sur la base de connaissance de ces différents profils, en fonction des différents programmes du PAM Sénégal. Pour le moment, l'activité de maraîchage reste très peu développée dans les régions de Kaffrine et Tambacounda même si la fonction de redistribution est traditionnellement féminine. Les jardins d'essais installés récemment dans le programme 4R ont permis d'obtenir des résultats satisfaisants, mais l'état actuel de la production maraîchère ne peut confirmer l'existence d'une dynamique de marché. Les actions suivantes seront bénéfiques pour l'autonomisation des femmes : i) promouvoir l'accès à la terre ainsi que les mesures d'accompagnements en termes d'équipements agricoles pour alléger la pénibilité des activités des femmes ; ii) Faciliter l'accès des femmes entrepreneurs agricoles aux différents marchés d'appel d'offre du PAM Sénégal ; iii) Utiliser l'expérience et l'expertise des femmes transformatrices dans la gestion des activités commerciales de type Cash Transfer ; iv) Renforcer le partenariat entre le secteur privé et les Organisations Paysannes (OP) et en particulier les structures de promotion féminine ; v) Mettre en place un marché virtuel exclusivement destiné aux femmes entrepreneurs dans la chaine de valeur agricole, afin de promouvoir le leadership féminin.

Photo: WFP/Jenny Matthews

INTRODUCTION

I. Contexte de l'étude

En septembre 2015, le RBD avait entrepris une série d'études portant sur le Genre et les Marchés dans le but de renforcer la connaissance et l'analyse sur le rôle des femmes dans les marchés agro-alimentaires de la région, leurs défis spécifiques et leur autonomisation. La première phase consistait en la mise en place de questions de recherche clés et un examen documentaire des pratiques actuelles et informations disponibles dans la région. La deuxième phase utilise des études de cas pour tester et construire les résultats à travers une série de contextes par pays.

Ainsi, dans le cadre de ses documents de référence du Programme Pays (2012-2016) et du guide d'Intervention Prolongée de Secours et de Redressement (PRRO, *Protracted Relief and Recovery Operation*), le PAM Sénégal s'est fixé comme objectif d'assurer la sécurité alimentaire pour les ménages vulnérables et d'appuyer les communautés rurales affectées par les changements climatiques, et de fournir l'alimentation nécessaire pour les enfants de moins de 5 ans et pour les femmes enceintes et allaitantes. Ces objectifs fixés par le bureau pays du PAM Sénégal sont suivis par un certain nombre de programmes, notamment le projet de résilience rurale 4R, la distribution de Vivres et de Cash Vouchers, les Cantines Scolaires, et le programme d'Achat des Africains pour l'Afrique (PAA, *Purchase from Africans for Africa*).

Suite à ces programmes, le PAM Sénégal a pris la mesure de l'importance de la participation aussi bien des femmes que des hommes comme acteurs principaux dans la lutte contre l'insécurité alimentaire. Le bureau pays du Sénégal s'est ainsi engagé à institutionnaliser l'approche genre dans tous les secteurs d'intervention, de la planification à l'exécution et à la budgétisation de ses projets. Le contexte dans lequel le PAM Sénégal intervient est marqué par un environnement socioéconomique, culturel et religieux peu favorable à l'évolution des femmes, notamment en ce qui concerne leur accès aux ressources stratégiques issues du marché, à la terre, à l'éducation et à la santé. En tant qu'institution de développement, le PAM Sénégal cherche à promouvoir l'équité et l'égalité entre les femmes et les hommes pour un développement durable dans les collectivités affectées par les changements climatiques et la pauvreté. Ainsi dans le rapport de ses activités, le Suivi Post-Distribution 2015 (PDM 2015, *Post Distribution Monitoring*) révèle une importante participation des femmes dans la prise de décision sur les Vivres et les Bons d'Achat (CV, *Cash Vouchers*). Aussi dans la distribution des vivres, le profil des ménages vulnérables avec une femme chef de foyer constitue un critère de cibles et de priorités dans la distribution. Par ailleurs, dans les Cantines Scolaires, leur participation dans la préparation des repas est vivement encouragée, tout comme dans les activités de résiliences rurales de 4R, et plusieurs d'entre elles bénéficient d'accompagnement dans la gestion de risque par l'octroi de crédits aux groupements féminins.

Dans l'ensemble il est clair que le PAM Sénégal place la contribution décisive des femmes et des hommes au cœur du dispositif de développement et s'efforce à promouvoir l'accès égal aux ressources économiques de leur environnement respectif.

En dépit de tous ces engagements, l'action du PAM Sénégal doit encore fournir des efforts pour mieux rééquilibrer les rapports de sexe dans son champ d'intervention. Généralement les données par sexe restent disponibles mais ne sont pas inclues dans l'analyse car ne répondant pas aux objectifs des rapports d'évaluation et de suivi des marchés. Les données produites permettent d'avoir une analyse superficielle de la distribution des rôles et des responsabilités dans le marché mais ne disposent

pas d'éléments de compréhension sur les véritables raisons qui expliquent la raison de l'exclusion des femmes des activités de gros commerce.

Ainsi l'intégration de la dimension genre fait souvent défaut dans le traitement, alors que celle-ci apporte une lecture différente sur les attentes et les besoins économiques des hommes et des femmes. En plus de ce manque d'informations, les analyses qualitatives restent très peu soutenues, dans la compréhension des défis et des enjeux spécifiques aux femmes. Ces analyses qualitatives combinées avec les données quantitatives peuvent constituer de puissants outils de mesures des inégalités de genre, notamment des besoins pratiques et des ressources stratégiques du marché.

Cet écart peut contribuer de façon considérable à la méconnaissance de l'apport des femmes dans l'économie de marché. En effet, ne pas prendre en compte les besoins spécifiques et les attentes des femmes dans le processus d'intervention du PAM peut accentuer l'écart social et économique déjà existant avec les hommes. Par ailleurs, considérer les femmes comme un groupe social uniforme peut susciter l'inadéquation de certains programmes envers les bénéficiaires féminins. Pour limiter les effets pervers des programmes et surtout atteindre les véritables couches bénéficiaires, il est nécessaire de comprendre non seulement les relations de genre, mais aussi les réalités sociologiques dans lesquelles elles évoluent. Il est par conséquent important de fournir des informations et une approche méthodologique afin d'évaluer les pratiques actuelles du PAM vis-à-vis de ses objectifs en matière de sécurité alimentaire.

Pour mieux cerner la problématique des rapports sociaux de sexe dans les marchés ruraux, l'étude a adopté une démarche purement qualitative en privilégiant l'approche Genre comme cadre d'analyse. Ce procédé permet de rendre compte de la construction sociale des rôles et des responsabilités des femmes et des hommes à l'intérieur des sphères économiques comme le marché. C'est en s'inspirant des programmes du BRIDGE[1] que l'étude tente de mettre en évidence les attentes et les besoins spécifiques des femmes ainsi que les opportunités économiques des activités du marché, comme éléments d'appréciations pour mesurer leur autonomisation. Aussi le BRIDGE a travaillé avec l'équipe du VAM Sénégal dans le programme « Innovation à partir du terrain » qui est un modèle participatif pour replacer l'information des acteurs locaux au cœur du dispositif des programmes du PAM[2].

L'approche genre et le marché

Le genre fait référence à l'ensemble des caractéristiques associées aux femmes et aux hommes dans une société et dans un contexte historique et culturel donné qui façonnent l'identité sociale d'un individu[3]. Il s'agit de la construction sociale des rôles et des responsabilités acquis à travers le processus de socialisation qui varie dans le temps et d'une société à une autre.

L'approche genre en tant que cadre d'analyse du marché présente l'opportunité de déconstruire la répartition et la division des activités du marché entre les femmes et les hommes. Elle apporte une analyse sensible au genre sur l'organisation des acteurs dans la filière agricole, de la production à la transformation jusqu'à la commercialisation. L'analyse approfondie met en évidence les écarts entre les femmes et les hommes dans le mode d'accès physique aux sites de vente, à la disponibilité des produits, les types de produits vendus, etc. À l'instar des marchés du travail, du foncier et financier, le marché alimentaire est aussi un espace d'évolution et de reproduction des rapports sociaux

[1] BRIDGE, service de recherche et d'information spécialisé en genre et développement, a été mis en place en 1992 au sein de l'Institut pour les Etudes du Développement (IDS). Il soutient les efforts de plaidoirie et d'intégration transversale de l'égalité de genre menés par toute une gamme d'actrices et d'acteurs du développement, des décideurs aux praticiens et des militants aux chercheurs.
[2] PAM, The Gender Results Network Digest, *"Looking to the field for gender mainstreaming"*, November 2015
[3] Programme des Nations-Unies pour le Développement (PNUD) 2001

entre les femmes et les hommes. Ces rapports sont souvent inégalement définis de telle sorte que les hommes profitent pleinement des opportunités économiques, alors que les femmes sont désavantagées à cause de leur statut social.

Les institutions de recherche comme le BRIDGE ont développé toutes une série d'outils et d'indicateurs permettant d'évaluer les analyses de genre dans différents contextes sensibles au développement. Au sein de l'Institut d'Etudes sur le Développement (IDS, *Institute of Development Studies*), ce groupe de chercheurs a établi des ponts entre théorie, politique et pratique par l'organisation Programmes Cutting Edge (*Cutting Edge Programmes*), la mise à disposition d'informations accessibles en matière de genre et développement. Le Kit « Genre et indicateur[4] » nous servira de référence pour l'analyse des rapports sociaux de sexe dans les marchés.

Il met en évidence une description complète des approches conceptuelles et méthodologiques en matière d'évaluation sensible à la dimension genre et plus spécialement des indicateurs mettant ainsi en relief les bonnes pratiques au niveau local et national.

Le kit « Genre et indicateur » élabore un certain nombre de dimensions qui peuvent être adaptées avec les activités du marché. Il s'agit des rôles sociaux et la façon dont ces rôles sont assumés par les femmes et les hommes :

- **Les activités reproductives** : activités qui sont à la base du développement économique et productif des agents du marché :
  - Soin des enfants, garde des enfants
  - Tâches domestiques (nettoyage, bricolage)
  - Alimentation
- **Les activités productives du marché :** activités économiques liées aux marchés et génératrices de revenus :
  - Activités informelles du marché
  - Activités salariées ou indépendantes
- **Les activités communautaires du marché** : activités de vie sociale et communautaire dans le marché :
  - Réunions et assemblées du marché
  - Entretien de l'environnement
  - Fêtes et cérémonies
- **L'accès et le contrôle des ressources :** ensemble des ressources pour mener à bien les activités du marché :
  - Ressources économiques (équipements de boutiques, terre, main d'œuvre, etc.)
  - Ressources liées à l'environnement du marché (formation, leadership, crédit, etc.)

Grille d'évaluation de l'approche Genre dans les activités de marché

Thèmes	Questions (Hommes/Femmes)
Identification	- Nom de l'organisation et type d'organisation - Fédération associée - Nombre de membres
Activité de production	- Quels sont les principales cultures cultivées dans la localité par les femmes/hommes ? À quelle période de l'année ? Comment la division des tâches est effectuée ? Quel est le rôle des hommes/femmes dans la production ? - Qui décide pour le choix des produits à cultiver ? - Quels types de produits sont vendus dans le marché ? Quelles quantités sont vendues ? - Quel est le prix de vente au kg ce mois-ci ? Qui décide du prix ? - Quelles sont les autres activités développées dans votre localité par les femmes / hommes ?

[4] Le Kit « genre et indicateur » est téléchargeable sur la page : http://www.bridge.ids.ac.uk ou (bridge@ids.ac.uk).

Clientèle	- Qui sont vos principaux clients pour les femmes / hommes ? - Vous vendez vos produits à des industriels ? À quel prix ? quels sont les obstacles de vente ? Quelles sont les quantités de production des femmes / hommes ?
Accès aux ressources productives	- Qui décide du coût de production à investir dans vos ménages ? - Qui a accès aux marchés hebdomadaires en tant que vendeurs et acheteurs dans vos ménages ? - Avez-vous suivi des formations en technique culturale ? Disposez-vous d'équipements et matériels agricoles ? Qui décide de son utilisation dans les exploitations agricoles ? - Comment financez-vous vos campagnes de production ? Avez-vous accès aux crédits ? Provenant de quelles banques ou institutions de développement ? Qui décide de son utilisation ? - Comment faites-vous pour accéder aux intrants et semences ? Comment est faite la distribution entre les exploitations des hommes et celles des femmes ?
Contrôle et distribution du revenu	- Qui fait la distribution des revenus venant de l'activité de votre commerce du marché ? - Comment répartissez-vous le bénéfice ? - Dans quels secteurs prioritaires les dépenses sont-elles orientées ?
Leadership dans le marché	- Qui sont les représentants où porte-parole du marché ? - Y-a-t-il une association ou forme de groupement dans votre marché ? - Les femmes prennent-elles la parole lors de ces rencontres ? - Y-a-il une caisse de cotisation en cas d'événements religieux traditionnels ? Qui s'en occupe, homme ou femme ?
Tâches de reproduction	- Pendant vos activités de commerce, qui s'occupe des tâches domestiques (préparation repas, ménage) ? Comment ? À quel moment de la journée ?
Mobilité	- Mode de déplacement entre les foyers et les points du marché ? Le temps nécessaire pour se rendre au marché ? Avez-vous la possibilité de vous rendre à d'autres marchés ? Comment ? et Pourquoi ?
Opportunités/Contraintes	- Depuis le début de vos activités économiques qu'est-ce que le marché vous a procuré en tant que femme / homme ? - Quelles sont les principales difficultés pour les producteurs femmes / hommes ? - Connaissez-vous des femmes qui ont réussi grâce aux activités du marché ? - Pensez-vous que dans le temps les femmes/hommes seront plus présents dans ce marché ? Comment et Pourquoi ?

Cette grille d'évaluation des marchés a été élaborée en s'appuyant sur les indicateurs de l'Indice d'Autonomisation des Femmes dans l'Agriculture (WEAI , *Women Empowerment Agricultural Index*)[5]. Les différentes variables et dimensions sont mesurables à partir d'outils quantitatifs notamment via un questionnaire qui doit être administré auprès des hommes et des femmes actifs dans l'ensemble de la filière agricole. Les indicateurs du WEAI prennent en compte principalement 5 dimensions : la production, les ressources, le revenu, le leadership et le temps. Dans le contexte africain et particulièrement sénégalais, il est important de tenir en compte en dehors de ces indicateurs d'autres sphères non économiques difficilement mesurable et qui jouent un rôle déterminant. En effet, l'autonomie des femmes peut se révéler également dans d'autres espaces (cérémonies, festivités) comme vecteurs d'accumulation de capital (Sarr, 1995). Méconnaître ces capacités des femmes ne peut que contribuer à l'incompréhension des besoins des femmes et de contribuer à leur exclusion économique. Ainsi les indicateurs de la WEAI ont été compilés avec d'autres dimensions provenant des indicateurs fournis par le BRIDGE et qui sont mesurables sur le terrain.

[5] Voir annexe 3 : tableau indicateurs WEAI

Questions de recherche

Les questions de recherche pour cette étude de cas sont définies comme suit :

- **Quels sont les rôles et les responsabilités des femmes et des hommes dans les marchés au Sénégal ?** Cette question cherche à déterminer l'implication des hommes et des femmes dans les activités économiques de leur communauté, les prises de décisions et l'utilisation des ressources économiques dans les ménages.

- **Quels sont les défis spécifiques auxquelles les femmes sont confrontées lorsqu'elles tentent de plus s'impliquer économiquement dans les marchés alimentaires ?** L'objectif de cette question étant d'identifier les différents défis et enjeux relevant des conditions féminines, notamment les nombreux obstacles à surmonter en vue d'une meilleure implication économique des femmes dans les marchés alimentaires.

- **Quels sont les écarts dans l'analyse de genre sur les évaluations des marchés du PAM ?** Etablir un diagnostic sous l'angle genre dans les différents programmes (4R, CBT, Cantines Scolaires) mis en place par le VAM et qui sont en lien avec le marché.

- **Quelles sont les lacunes et défis des femmes pour leur autonomisation dans les activités du marché ?**

- **Quelles sont les solutions programmatiques possibles pour une meilleure participation des femmes sur toute la chaîne de valeur dans l'approvisionnement des marchés, les écoles appuyées par le PAM, le 4R, et le CBT ?**

Objectifs

Pour répondre à ces questions de recherche l'étude s'est fixé comme objectif principal d'analyser les rapports sociaux de sexe et les déterminants socioéconomiques qui interagissent dans les marchés sous l'influence des programmes du PAM. Cette étude cherche en fait à apporter une connaissance sur l'état de la question du genre dans les marchés, en s'intéressant à des pistes de recherche peu exploitées. Une analyse du marché à partir de l'approche genre permet de mieux révéler les besoins et les contraintes spécifiques des hommes et des femmes, dans le but d'ajuster les actions des institutions comme le PAM pour une égalité des sexes dans le dispositif du développement.

La formulation de solution programmatique adaptée au contexte du marché rural suppose une solide connaissance du milieu social dans lequel les femmes et les hommes évoluent. Et méconnaître ces clivages sociaux peut renforcer la vulnérabilité des groupes dépendants, notamment celui des femmes.

II. Méthodologie

Pour atteindre les objectifs fixés et répondre aux questions spécifiques, la recherche a consisté en plusieurs phases.

La phase théorique et conceptuelle

Cette phase est l'étape qui a permis de faire un premier travail de compilation et d'analyse de données secondaires (revue documentaire), dans le but de mieux circonscrire la problématique de recherche. Avec l'équipe du VAM Sénégal et du Bureau régional, il s'est tenu des séances de travail pour définir les contours de l'étude, les missions assignées au consultant et les objectifs à atteindre. Cette première étape a permis d'identifier les informations manquantes en termes d'analyses de genre, particulièrement pour les programmes et les modalités 4R et CBT.

La phase opératoire

Cette phase a permis d'identifier les variables et les dimensions de l'étude pour la phase empirique. En effet, les données collectées à partir de la revue documentaire ont permis de dégager des indicateurs clés qui sont testés sur le terrain. Le choix de la

technique d'enquête et du ciblage des zones est également effectué à cette étape de la recherche. Ainsi une analyse fine et détaillée à l'échelle locale a été privilégiée auprès de femmes productrices et transformatrices de céréales, regroupées sous forme de deux types de groupements informels, portant le nom de « Mbootay[6]», et formels, notamment le GIE. Des focus groupes complétés par des entretiens semi-directifs ont été administrés auprès des femmes et des hommes producteurs et commerçants. Le choix des localités de l'étude a été fait sur la base des dynamiques des marchés hebdomadaires constatées dans les zones d'intervention du PAM. Ainsi, quatre (4) villages abritant des marchés ont été sélectionnés : SINTHIOU MALEM et BAMBA THIALENE dans la région de Tambacounda ; et DAROU NANDIGUI et MAKA YOPP dans la région de Kaffrine. Ces régions se distinguent par rapport au taux important de ménages en situation d'insécurité alimentaire et de vulnérabilité, et elles sont fortement dépendantes des marchés hebdomadaires.

La phase collecte des données et traitement

Cette phase a démarré au moment même de l'enquête de terrain. Elle s'est tenue pendant les jours de marché sur une période de 5 jours. Le calendrier a été défini selon les marchés ciblés dans les communautés rurales grâce à l'aide des relais communautaires. Les focus groupes qui ont été élaborés se sont déroulés avec le soutien des femmes leaders présidentes d'association et de groupement féminin.

L'analyse et la production de rapport final

Cette dernière étape s'est matérialisée par un partage des résultats avec l'équipe du VAM Sénégal. Dans un premier temps, des séances de travail ont permis à l'équipe des différentes modalités du 4R et CBT d'échanger avec le consultant les résultats de l'étude. Par ailleurs, l'atelier qui s'est tenu du 14 au 15 Juin 2016 portant sur l' « *Analyse de genre, autonomisation et actions humanitaires en Afrique de l'Ouest* » fut un cadre de partage d'expérience avec les experts et praticiens des autres pays. Les remarques qui ont été soulevées lors de la présentation de l'étude de cas ont été bénéfiques pour l'élaboration du document final. Les discussions lors de cette rencontre ont porté sur le rôle des leaders féminins dans les groupements, ainsi que sur leurs capacités à répondre aux marchés du PAM.

III. Contraintes et limites de l'étude

Il est important de noter, qu'il est très difficile de mener une étude sur les marchés selon une perspective genrée dans le sens où les acteurs économiques (femmes et hommes) ne constituent pas un groupe social homogène et, ce, d'autant plus que la notion « d'autonomie » reste difficile à cerner car relevant tantôt du pouvoir au sens économique du terme et tantôt du sentiment de bien-être et d'équilibre social.

De plus, l'enquête a été conduite pendant la période du Ramadan, ce qui a considérablement affecté le bon déroulement de l'étude. En fait, il était difficile de rencontrer les acteurs à enquêter au moment même où ils étaient actifs dans les marchés, d'autant plus que les horaires du Ramadan limitaient les activités des acteurs. En effet, on avait constaté sur le terrain qu'à partir de certaines heures de la journée, le flux des activités baissait considérablement à cause des horaires du mois de Ramadan. Face à cette situation, l'étude a privilégié une approche différente à partir d'une observation participante sur les activités et l'organisation des marchés, pour ensuite organiser des séances de groupes focus le jour d'après-marché. C'était grâce à l'aide de l'assistant communautaire de chaque zone que l'immersion dans les marchés s'est déroulée. Également, le calendrier des marchés hebdomadaires de référence présentait quelques incohérences sur les jours de marchés. Certains sites de vente ont été remplacés à partir de la liste de substitution des marchés du PAM.

[6] Mbootay désigne collectif, groupe ou association de femmes

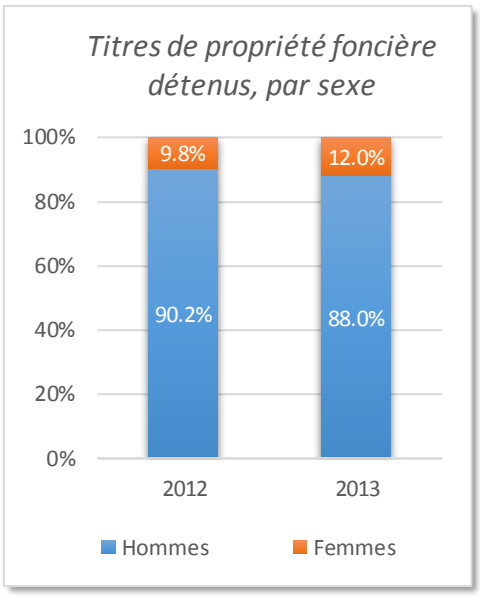
Enfin, l'étude n'a pas pu effectuer de focus groupe auprès des hommes à cause de problèmes organisationnels et de faisabilité sur le terrain. Lors des prises de rendez-vous, il était beaucoup plus facile de regrouper les femmes dans les différentes localités de l'enquête que les hommes car les rencontres se tenaient pendant les jours de marchés, au moment même où ces derniers étaient actifs. Pour combler ce manque d'informations, des entretiens individuels ont été effectués avec des opérateurs économiques (commerçants, entrepreneurs) afin de recueillir leurs appréhensions et perceptions sur certains aspects de l'étude.

Photo: WFP/Jenny Matthews

1. Genre et marchés alimentaires au Sénégal

Au Sénégal, les femmes constituent en milieu rural la principale force de travail avec près de 70% qui sont actives dans l'agriculture contre 30% d'hommes, et une présence démographique sensiblement supérieure à 51% pour une population totale de 14 548 171 habitants, selon l'Agence Nationale de la Statistique et de la Démographie (ANSD 2013). À l'image des pays subsahariens, le pays affiche une population traditionnellement rurale avec près de 755 532 ménages agricoles. Les chefs de ménages agricoles sont en grande majorité des hommes à 85,7% contre 15,3% de femmes. Malgré la forte population des jeunes (50% ont moins de 16 ans) la structure par âge des deux sexes confondus, révèle que la plupart des chefs de ménages appartiennent au groupe d'âge 45-74 ans.

Sur l'accès aux ressources stratégiques, les femmes sont souvent discriminées dans la distribution des terres exploitables au détriment des hommes. Les enquêtes faites par la Direction des Statistiques Agricoles (DAPSA) révèlent en 2012 que seulement 9,8% des titres de propriété foncière sont détenus par des femmes contre 90,2% pour les hommes[7] (voir graphique ci-contre). Les femmes doivent surmonter des barrières d'ordre socio-culturelles pour accéder à la terre, telles que la part minime d'héritage qui leur est souvent accordée par le droit coutumier. Aussi les instances d'octroi de terres, notamment les conseils ruraux, accordent très peu de surfaces exploitables aux femmes et ciblent plutôt les hommes chefs de ménage. Au Sénégal, en tant que chefs de famille, les hommes sont gardiens de l'autorité familiale et responsables des foyers, alors qu'il incombe à la femme de s'occuper de l'éducation des enfants, de l'entretien des biens et des tâches domestiques. Cette absence d'accès et de contrôle de surface d'exploitation fait qu'elles doivent toujours recourir à des stratégies et des alternatives comme la location et le métayage entraînant ainsi des coûts sur leur productivité. En 2012, près de 66,7% des femmes ont accès à la terre par voie de location contre 33,3% d'hommes.



Source : DAPSA 2015

L'enquête sur la pauvreté dans les ménages (ESAM II, Enquête Sénégalaise Auprès des Ménages) montre qu'au niveau national la population en âge de travailler comprend environ 13% plus de femmes que d'hommes, avec 3.136.857 de femmes contre 3.557.403 d'hommes. Que leurs lieux de résidence soient en milieu rural ou urbain, plus de la moitié des personnes en âge de travailler sont des femmes. Toutefois cette situation pourrait être induite par des phénomènes qui affectent davantage les hommes que les femmes, tels que la migration.

Il est clair que les femmes rurales sont fortement impliquées sur toute la chaîne de valeur agricole, de la production à la transformation et la commercialisation des produits agricoles, ainsi que dans les secteurs de la pêche et de l'élevage. Cependant, l'absence de données ventilées par sexe

[7] DAPSA 2015, Enquêtes agricoles, DAGE/MAER.

ne permet pas une meilleure appréciation de la situation des femmes comparativement à celle des hommes dans chacun de ces secteurs. Les données désagrégées par sexe sont souvent absentes dans les enquêtes ou ne sont pas renouvelées. Le tableau de bord de la situation sociale au Sénégal réalisé par la Direction de la Prévision et de la Statistique 2000, confirme que les activités fournies par les femmes dans l'économie des soins et dans l'économie solidaire ne sont pas comptabilisées. Ceci contribue à rendre invisible la contribution des femmes au foyer qui est classée dans la catégorie des inactifs.

Les dernières enquêtes menées en 1998 portant sur le secteur de la transformation céréalière étaient l'œuvre du Groupe pour la Recherche, l'Action et la Formation de l'institution Environnement Développement Action pour le Tiers-Monde (ENDA GRAF) et faisaient état de près de 10 000 femmes gérantes de très petites entreprises artisanales de production et de commercialisation de produits alimentaires[8]. Elles révélaient que 80 à 90% de l'emploi était sous une « occupation » féminine, particulièrement dans la transformation artisanale et domestique, alors que les grandes unités industrielles à haute valeur économique accueillaient davantage d'hommes.

1.1 Performances du secteur agricole

Au Sénégal, l'agriculture impacte directement sur la croissance. Elle représentait 6,8% du Produit Intérieur Brut (PIB) en 2013. Elle joue aussi un rôle majeur dans l'amélioration de l'alimentation des populations et la consolidation de la sécurité alimentaire du pays. Les marchés ruraux sont principalement alimentés par des productions locales avec des acteurs directement concernés par certains programmes du PAM. Les grandes cultures (vivrières, industrielles, maraichères) peuvent être caractérisées comme suit :

- Cultures vivrières (mil, sorgho, maïs, riz, fonio, niébé)
- Cultures industrielles (arachide, coton, pastèque, manioc, tomate)
- Autres cultures hivernales (bissap, gombo, patate)

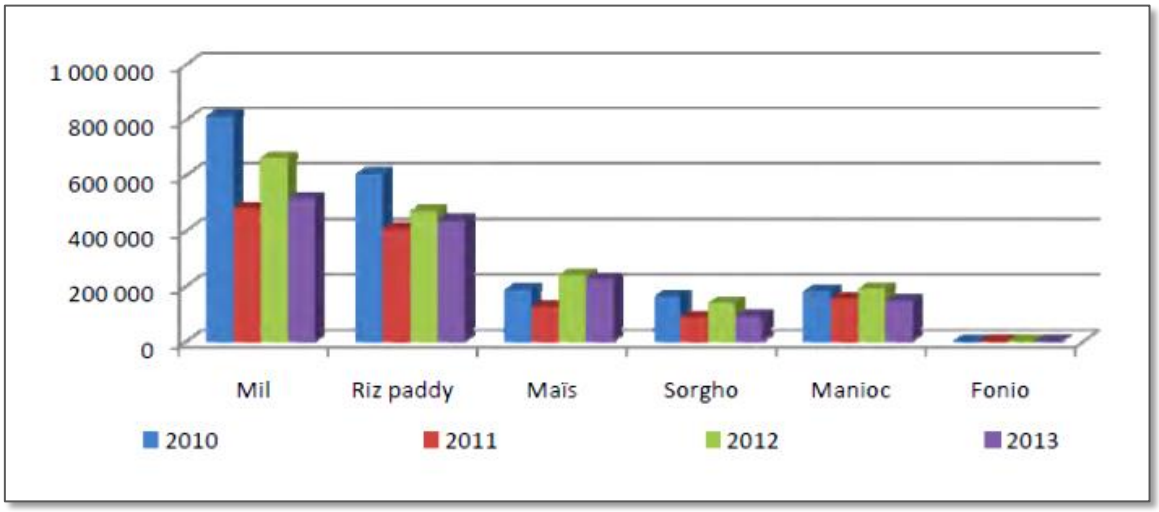
La campagne agricole du Sénégal 2013/2014 affiche des performances en dessous des résultats escomptés par rapport à celles des années précédentes 2012 et 2010. Toutes les spéculations céréalières et oléagineuses ont enregistré des baisses. En dépit de l'accroissement des superficies emblavées (+29,3% par rapport à 2012), la production d'arachide s'est réduite à 677.456 tonnes, soit une diminution de 2,2%[9]. Le rapport sur la situation économique et sociale du Sénégal montre aussi une baisse de la production du coton 17,1% pour s'établir autour de 35.500 tonnes à cause de la réduction des superficies emblavées (4,3%) et aussi de la baisse des rendements.

La production de céréales en 2013 s'est contractée autour de 15,9%. Cette situation est à mettre en liaison avec, d'une part, la baisse des rendements expliquée par l'installation tardive de pluies régulières et, d'autre part, la diminution de 9,4% des superficies emblavées. De même, la production de niébé a décliné de 26% en s'établissant à 40.688 tonnes en 2013 contre 55.000 tonnes en 2012. La production de légumes (hors tomates industrielles) a franchi la barre des 600.000 tonnes en liaison avec les bonnes performances des activités de culture d'oignons qui s'élèvent à 230.000 tonnes.

[8] Bazana J.J.M (1998), Promotion des petites entreprises agroalimentaires en Afrique « Échange de savoirs faire, systèmes d'apprentissage et institutions locales » (Bénin, Sénégal), CIRAD, TERA, Dakar

[9] Rapport Situation Économique et Sociale du Sénégal 2014, Agence Nationale de la Statistique et Démographique

Production de l'agriculture vivrière, en tonnes



Source : DAPSA/EAA 2013

1.2 Formes et types de marchés de l'étude

Il existe une multitude de marchés répartis sur l'ensemble des sites de l'enquête, du type hebdomadaire aux marchés de collecte et marchés de groupement. Cependant, c'est à partir d'une analyse micro que l'étude s'est concentrée sur trois cas de marchés hebdomadaires présentant des singularités au regard de leur dynamisme et attractivité. Ces cas de marchés présentent chacun des spécificités et ont des impacts sur les conditions économiques, particulièrement pour les femmes.

Ainsi les marchés de Maka Yop et de Darou Nandigui se caractérisent avant tout par leur enclavement, situé à 20 Km de distance entre la commune de Koungheul pour le premier et 35 Km de Koumpentoum pour le second. L'enclavement de ces communautés pose ainsi le problème d'accessibilité et de mobilité des personnes et des biens, particulièrement en période post-hivernale caractérisée par de fortes transactions commerciales. Cela limite de façon considérable la fréquence des échanges commerciaux en termes d'offre et de disponibilité des produits. À la différence des grands marchés hebdomadaires de la zone, comme Missirah et Payar, les marchés de Maka Yop et de Darou Nandjigui sont beaucoup moins dynamiques. Toutefois, ils alimentent tous les villages environnants en différents types de produits et les femmes y jouent un rôle crucial dans l'approvisionnement en denrées rares.

À l'opposé des deux cas précédents, le marché de Sinthiou Malém est le plus important au sens des volumes de transactions et de la disponibilité des produits. Cette situation s'explique certainement par la position stratégique du marché (route nationale) facilitant ainsi le transport des marchandises et des personnes. Le marché de Sinthiou Malém joue un rôle primordial en assurant d'intenses rapports marchands et surtout l'approvisionnement des produits agricoles entre les grands centres urbains de Tambacounda à Kaolack, Mbour, Banjul et aux communautés rurales.

Cette économie des marchés hebdomadaires qui assure le revenu aux hommes et femmes actifs dans les chaînes de valeur semble pérenniser toute l'activité agricole. Toutefois, un rééquilibre des rapports sociaux permettrait aux femmes d'accéder aux ressources stratégiques et productives au même titre que les hommes.

Photo: WFP/Jenny Matthews

2. Contexte d'intervention du PAM Sénégal

Situé à l'Extrême-Ouest du continent africain, le Sénégal présente une situation générale marquée par sa stabilité politique et socio-économique. Comme pour la plupart des pays subsahariens, le pays doit faire face, entre autres, aux chocs économiques extérieurs, au changement climatique, et à la volatilité des prix de denrées alimentaires. C'est dans ce cadre que l'État du Sénégal s'est engagé à promouvoir le développement durable économique et social à travers le Plan Sénégal Émergent (PSE) 2015-2035 comme stratégie nationale de lutte contre la pauvreté et la précarité.

Sous la directive des politiques prioritaires définies par le programme des Nations Unies (2012-2018), le PAM s'est fixé comme objectif au Sénégal d'assurer la sécurité alimentaire afin d'atteindre les Objectifs de Développement Millénaires (ODM). Définies par le PRRO et le Programme du Pays (2012-2016), l'ensemble des actions du PAM Sénégal 2014-2016 donnent comme cadre prioritaire l'assistance sociale et nutritionnelle des groupes vulnérables, la résilience de la sécurité alimentaire, et l'assistance des petits producteurs aux marchés.

En 2011-2012, la production de la campagne agricole avait connu de fortes baisses par endroits à cause de la baisse de la pluviométrie, de l'installation tardive de l'hivernage, et de la mauvaise distribution des engrais. Cette situation avait placé environ 67.000 personnes de la population de certaines régions (Kolda, Tambacounda, Kaolack) en insécurité alimentaire.[10]

En 2015, bien que moins urgente par rapport aux années 2011-2012, la situation a tout de même nécessité l'intervention du PAM Sénégal dans les régions du Nord-Est et du Sud du Sénégal afin d'aider les populations vulnérables à faire face aux changements climatiques. À partir du document de référence du Programme Pays, le PAM Sénégal s'est engagé dans différents programmes pour fournir les éléments nutritionnels pour les enfants de moins de 5 ans et les femmes enceintes, ainsi que l'accès à l'éducation. Les activités exécutées par le PAM Sénégal en 2015 incluent, parmi d'autres, les programmes de Banques Céréalières, le programme d'assistance à la nourriture contre la création d'actifs productifs (FFA, *Food For Assets*), la réduction des risques par le programme 4R, et les Cantines Scolaires.

Les modalités de l'Aide Alimentaire Ciblée (TFA, *Targeted Food Assistance*) ont été élaborées et mises en œuvre au profit des ménages vulnérables sur toute l'année 2015, particulièrement pour les personnes affectées par le conflit Casamançais. Le PRRO a également inclus des activités relatives à la prévention de la malnutrition et la création de stocks alimentaires pour les Villages (VSS), le programme de résilience rurale 4R et les Cantines Scolaires. Ayant pris la mesure de l'importance de la chaîne de valeur des céréales dans la consommation des populations rurales, le gouvernement du Sénégal et celui du Brésil ont adopté, avec l'aide des partenaires du PAM et de la FAO, le programme PAA avec une approche combinant la sécurité alimentaire et l'intégration économique des producteurs.

2.1 Évaluation de l'approche Genre dans les programmes du PAM Sénégal

Le PAM Sénégal, à travers son document de référence sur la politique pour l'engagement des femmes, contribue à promouvoir un environnement institutionnel, socio culturel et économique favorable à l'égalité des sexes. Le PAM reconnait que les femmes, les hommes, les filles et les garçons

[10] Bilan de la réponse du PAM à la crise alimentaire 2011-2012, PAM Sénégal.

constituent des groupes sociaux avec des besoins et des priorités différents, particulièrement pour les questions de sécurité alimentaire et nutritionnelle.

Ainsi dans les différents composants du PAM Sénégal, il existe une multitude de volets et de modalités d'intervention qui ont des impacts directs ou indirects sur les marchés agraires. Les modalités comme la Distribution de Vivres Ciblée (TFD, *Targeted Food Distribution*), les Banques Céréalières Villageoises (BCV), les Vivres pour Création d'Actifs Durables (FFA, *Food For Assets*), et les Bons d'Achats Alimentaires (CV, *Cash Vouchers*) sont autant de volets qui peuvent influencer sur la structure organisationnelle des marchés. Toute intervention en vue d'intégrer davantage les femmes dans le circuit économique se doit de tenir en compte les réalités socioéconomiques, aux fins d'éviter le risque de déstabiliser le fonctionnement du marché et créer des effets indésirables.

Les cibles des différents programmes du PAM Sénégal sont basées sur l'Enquête Nationale de Sécurité Alimentaire et de la Nutrition (ENSAN) 2013, le rapport d'évaluation sur l'insécurité alimentaire et les vulnérabilités, l'enquête du programme normalisé de suivi et d'évaluation des secours après la crise (SMART, *Standardized Monitoring and Assessment of Relief and Transitions*) et les résultats des rapports de la Planification des Moyens de Subsistance Saisonniers (SLP, *Seasonal Livelihoods Planning*) et de la Planification pour la Participation Active de la Communauté (CBPP, *Community-based Participatory Planning*) 2014.

2.2 Les bénéficiaires de vivres

En tant qu'institution humanitaire, le PAM Sénégal dispose d'un ensemble de modalités, tel que le programme TFD, pour venir en aide aux ménages vulnérables. Traditionnellement, c'est la distribution des vivres qui est privilégiée mais, avec l'évolution des technologies et par souci d'efficacité, de nouveaux outils comme le CBT ou le CV sont davantage utilisés. L'enquête sur l'Évaluation externe de la phase pilote du Bon d'Achat 2010-2011 avait révélé l'efficacité et l'efficience d'un tel programme au regard de la variété des produits pour les bénéficiaires. En fait d'après M. Joseph Sadio, chargé de programme du CBT au sein du VAM, la distribution de Vivres présente l'inconvénient de réduire le choix des produits entre les céréales (mil, maïs), le sucre, l'huile, etc., tandis que les bons d'Achat offrent la possibilité pour le bénéficiaire d'opter les produits disponibles dans les comptoirs commerciaux.

Le bilan de la réponse du PAM Sénégal en 2012 fait état de 1.080.902 personnes en insécurité alimentaire avec 23.704 tonnes de Vivres et 1.785.382.506 F CFA de bons alimentaires dans 116 Zones Agricoles Rurales (ZAR). Jusqu'au 31 octobre 2012, les activités FFA ont permis d'assister plus de 67.751 bénéficiaires avec 1.032 tonnes (MT). Dans les critères des cibles on note que les ménages avec des femmes chefs de ménages et ne détenant aucune source de revenu font partie des priorités.

D'après l'équipe technique du CBT la modalité des bons d'Achat est privilégiée car présentant l'avantage d'être flexible et souple pour les bénéficiaires et ainsi que pour le PAM Sénégal. Dans l'exécution du programme l'équipe s'assure de la disponibilité des institutions financières (banque, microcrédit) ainsi que la collaboration des différents partenaires de développement. D'après M. Sadio : « *C'est avec le service de commerce des zones concernées par le programme des bons d'Achats que les boutiques officielles sont sélectionnées, tout en s'assurant qu'elles satisfont les critères respectifs de disponibilité des produits, d'approvisionnement et d'accès aux produits alimentaires* ».

En termes d'analyse de genre, les boutiques officielles sont majoritairement détenues par les hommes car, traditionnellement, le commerce de proximité reste une activité masculine, et le rôle de la femme qui est souvent la conjointe du boutiquier est secondaire. Dans la base de données on note l'absence de femmes propriétaires de comptoirs

commerciaux. Le défi est de voir comment peut-on davantage intégrer des gestionnaires féminins à travers des boutiques communautaires sans entraver l'environnement économique local.

2.3 Le Suivi Post-Distribution

Le Suivi Post-Distribution (PDM, *Post Distribution Monitoring)* est un outil mis en place par le PAM pour mesurer les effets des interventions auprès des ménages bénéficiaires par la collecte et l'analyse d'indicateurs de sécurité alimentaire. L'objectif général du PDM est de collecter des données afin d'évaluer l'accès, l'utilisation, l'acceptabilité et la qualité des modalités de transfert (Vivres ou transfert monétaire).

Ainsi quelques chiffres relevés dans le rapport 2014[11] apportent des informations sur les bénéficiaires et le rôle des hommes et des femmes dans la récupération des dons. On y apprend ainsi que 72% des ménages bénéficiaires sont dirigés par des hommes contre 28% de chefs de ménage femmes, et que les femmes sont moins impliquées dans la récupération des rations pour des raisons liées à la disponibilité, le transport des vivres et les facteurs culturels.

Si le rapport produit des données intéressantes, il ne met pas en lumière l'impact que produit l'aide auprès des femmes. Les données ventilées par sexe ne sont pas systématiquement inclues dans l'analyse, alors qu'on sait que les hommes et les femmes n'ont pas accès à l'information et à la participation des réunions au même titre. Le rapport ne permet pas de savoir le nombre exact de femmes, leur prise de parole ou tout simplement si elles sont exclues dans les assemblées de consultation. Par ailleurs, à l'intérieur des ménages polygames, il n'existe pas d'information permettant de savoir comment la redistribution est effectuée sachant que l'homme est celui qui prend les décisions.

Certes, il est vrai que les modalités de distribution de Vivres pour les familles vulnérables jouent un rôle important en termes de sécurité alimentaire mais ne confortent-elles pas certains stéréotypes en renfermant les femmes dans leur rôle et obligations sociales (faire la cuisine, s'occuper des enfants) ? Dans l'évaluation, le temps de travail des femmes après distribution des CBT n'est pas mis en avant, ce qui serait utile pour comprendre dans quelle mesure la pénibilité et la durée auraient été altérées en conséquence. L'étude menée par le CREFAT[12] sur le travail domestique au Sénégal montre que les femmes consacrent environ 6 fois plus de leur temps aux activités domestiques que les hommes. D'après cette étude, les femmes âgées de 10 à 65 ans génèrent en 2011 un surplus domestique à hauteur de 5% du PIB et, de surcroît, ces revenus sont entièrement transférés aux hommes. Il serait intéressant de voir l'impact après distribution de vivres sur la productivité et le temps d'activité économique des femmes.

2.4 Le programme de Résilience des communautés rurales (4R)

L'initiative en faveur de la résilience rurale connue sous le nom de 4R est le fruit d'un partenariat stratégique entre le Comité d'Oxford pour le Secours aux Victimes de la Famine (OXFAM, *Oxford Committee for Famine Relief*) et le PAM pour permettre aux ménages pauvres de renforcer leur sécurité alimentaire et leurs revenus grâce à la combinaison de quatre stratégies de gestion des risques : (i) gestion améliorée des ressources naturelles (réduction des risques de catastrophes) ; (ii) assurance (transfert des risques) ; (iii) microcrédit (prise calculée des risques) ; (iv) épargne (réserves pour risque). Le Projet a démarré en 2012 avec une phase pilote qui a touché 500 participants avec une

[11] Rapport du PDM dans les régions de Tambacounda et Kédougou 2014, PAM

[12] CREFAT, 2014, Travail Domestique au Sénégal : 30% du PIB à valoriser, Centre de Recherche en Économie et Finance Appliquée de Thiès, N° 2

majorité de femmes dans la commune de Koussanar dans la région de Tambacounda.

Avec les partenaires d'exécution comme l'ONG la LUMIERE, la Compagnie Nationale d'Assurance Agricole du Sénégal (CNAAS), BAAMTARE et le Projet d'Appui à la Petite Immigration Locale (PAPIL), le projet 4R a intégré aussi bien les femmes que les hommes comme bénéficiaires et les femmes. En outre, les femmes font même l'objet de cibles prioritaires en étant largement majoritaire dans certains volets du programme, tels que les groupes Épargne pour le Changement, et la création d'actifs en période hivernale relatifs à la culture du riz et des cultures maraîchères sous le volet de réduction des risques. En 2016, les femmes étant majoritaires à souscrire à une assurance-travail sous le volet transfert de risque.

En outre, l'activité du CT est une modalité intégrante du programme 4R. En substance les bénéficiaires effectuent des travaux (réalisation de digues pour des aménagements) contre la distribution de CV ou de vivres. Dans ce cadre, Bamtaare, P2RS et PASA, interviennent dans les 3 régions d'exécution du 4R en tant que partenaire d'exécution technique et financière du volet Réduction des risques et catastrophes naturelles, alors que l'ONG la LUMIERE se charge de la mobilisation sociale pour les travaux communautaires. Pour les distributions d'aliments en 2015, le dernier rapport démontre que près de 220.750 tonnes de riz blanc ont été distribuées en 4.415 colis de 50 Kg/unité. En moyenne chaque ménage a reçu 110 Kg de riz en fonction du nombre de diguettes réalisées en mètres linéaires et des 30 jours de travaux prévus et réalisés par ménage.

Les défis à relever, d'après Mme Carla Degregorio de l'équipe 4R du PAM, sont de créer les conditions effectives d'une résilience tout en engageant une redynamisation économique et sociale des femmes et des hommes. En visant la promotion des activités de maraîchage c'est l'ensemble des femmes qui sont directement impactées par le projet 4R. Les dynamiques de marché devraient susciter une autonomie économique et sociale des femmes.

Sur le plan opérationnel, Mme Degregorio avance que l'initiative 4R cherche à intégrer les activités de maraîchage et les cantines scolaires afin d'établir des liens entre le marché et l'approvisionnement des cantines par les femmes productrices de fruits et de légumes.

Mesures incitatives prises dans le programme 4R

Il est indéniable que l'approche privilégiée dans le programme 4R place les hommes et les femmes au cœur du dispositif d'intervention du PAM Sénégal et de ses partenaires, par la planification de la participation communautaire aux activités DRR. Quelques mesures incitatives à l'encontre des femmes peuvent être révélées :

- **Disposition de données ventilées par sexe dans les rapports d'évaluation et de suivi du programme.** Ainsi la consultation du rapport final de « *Projet d'Appui à la sécurité Alimentaire dans les régions de Louga, Matam, Kaffrine 2015* » a permis de déceler que la composante Réserve pour le risque touche 276 groupes d'épargne dont 5.135 femmes et 1.129 hommes[13]. Aussi les données désagrégées par sexe montrent que 550 producteurs dont 65% de femmes ont été formés sur les techniques de mise en place de pépinières maraîchères, 150 producteurs dont 66% de femmes ont été formées sur le compostage, et 75 producteurs sur la Gestion Intégrée de la Production et des Déprédateurs[14].

- **Le renforcement de capacité des femmes est bien intégré dans le dispositif d'intervention,** notamment dans la formation en technique culturale. Il est certain que les femmes jouent un rôle important dans le programme 4R.

[13] Rapport annuel R4 (version provisoire) DRR PAPIL 2015
[14] Rapport final R4, PASA LOUMAKAF.

- **Les capacités physiques et les limites des femmes** sont tenues en compte dans la pénibilité des travaux d'aménagement des digues. Les décideurs et les partenaires d'exécution ont pris la mesure de la situation des femmes en allégeant leur travail par la mise en place des dispositifs d'aménagement.

- **L'intégration des femmes aux réunions et comités consultatifs** est nettement mise en avant.

- **Le choix de l'activité de maraîchage comme secteur à développer** est un atout considérable pour les femmes, dans la mesure où les surplus récoltés peuvent approvisionner le marché local.

Mesures non prises par le 4R

En dépit de ces bonnes pratiques, certaines lacunes dans la conception et l'exécution du programme au regard de l'analyse de genre peuvent être relevées :

- **L'absence de document d'orientation et de politique de genre spécifique au projet 4R** afin de disposer des éléments essentiels dans l'analyse. Un tel document faisant office de stratégie de mise en œuvre aurait permis d'avoir une situation de référence avant le démarrage du projet pour ainsi permettre le suivi et l'évaluation de l'impact du projet sur les hommes et les femmes dans leurs ménages respectifs, dans leurs communautés et dans les sphères décisionnelles. Les études faites par l'OXFAM et le PAM, notamment « *l'Évaluation de l'impact du programme 4R pour la résilience rurale au Sénégal »,* permettent d'édifier des changements auprès des bénéficiaires du programme, sans toutefois creuser sur l'apport socioéconomique des femmes. En effet, le rapport ne permet pas de distinguer la part des femmes dans la participation active des ménages selon l'intervention des composants du 4R d'autant plus que, selon l'étude, 80% des ménages utilisent le charbon de bois comme principale source d'énergie et les bénéficiaires de FFA + SFC + Assurance ont une forte dépendance aux sources d'eau comme les puits extérieurs.

- **L'absence de mécanisme institutionnel pour assurer le suivi** et un système de veille de l'approche Genre dans tous les secteurs du programme. Un tel mécanisme aurait permis d'intégrer de façon équitable les hommes et les femmes dans tout le programme, notamment dans les marchés relatifs à l'achat de matériels et de semences, entre autres.

- **L'absence de renforcement des capacités en termes d'analyse genre** au sein des équipes techniques. Le programme 4R a privilégié le renforcement des capacités des partenaires sur les suivis et évaluations du VAM, sur les normes de travail à Haute Intensité de Main d'Œuvre (HIMO), et sur les techniques de mise en place de pépinières maraîchères, mais aucune formation sur l'institutionnalisation de la dimension genre n'a été décelée.

En outre, il serait intéressant de porter un regard sur l'impact du programme sur la productivité et le temps de travail aussi bien chez les hommes que chez les femmes. Il serait également bénéfique de pouvoir évaluer l'impact du volet microcrédit sur la dynamique entrepreneuriale des femmes, et leur prise de risques d'endettement, ainsi que les stratégies qu'elles utilisent pour combiner les alternatives traditionnelles comme les tontines face aux systèmes bancaires modernes.

2.5 Le programme des Cantines Scolaires

Au Sénégal l'alimentation en milieu scolaire touche plus de 180.000 enfants. Le programme des cantines scolaires constitue en conséquence un moyen de lutte contre la malnutrition. Cependant pour le PAM Sénégal la réduction des ressources économiques impose un changement d'appui opérationnel en collaboration avec le Ministère de l'Éducation Nationale. Un certain nombre d'écoles bénéficiant

de l'appui du PAM Sénégal a été largement réduit. Seul le profil des écoles qui nécessitaient des cas d'intervention ont pu bénéficier des modalités du CBT. Une alimentation a été fournie au préscolaire, notamment aux enfants âgés de moins de 5 ans dans les zones rurales vulnérables ou dans celles où la présence de l'État du Sénégal est peu visible.

Dans la période 2014-2015, le PAM Sénégal s'est inscrit dans une perspective de réduction de ces programmes scolaires et seulement 35% d'enfants du primaire et 12% du préscolaire ont été assistés. Pour compenser l'activité du PAM de nouvelles initiatives sont prises sous l'impulsion du Plan International. En effet, un projet pilote implanté à Kaolack a entrepris de promouvoir le maraîchage avec la participation active des femmes (780 en production automatisée) en vue d'approvisionner les Cantines Scolaires. Le projet qui doit être étendu à Louga a permis de couvrir près de 50% de Cantines Scolaires et d'impacter directement près de 6.000 écoliers situés dans les zones d'intervention.

Le Programme des Cantines Scolaires s'inscrit dans une phase d'enjeu au regard des activités du marché. En effet, le VAM se doit de faire la jonction entre une stratégie de l'approvisionnement des produits locaux (marché local) et la généralisation et la durabilité des cantines scolaires.

2.6 Initiatives pour l'autonomisation des femmes dans le secteur agricole

Lors des conférences internationales de Beijing et Mexico, l'État du Sénégal s'est engagé à réduire les inégalités de sexe et assurer la promotion économique et sociale des femmes. Les objectifs définis dans ces conférences sont en adéquation avec les politiques nationales, notamment celle du Plan Sénégal Émergent (PSE) qui est la référence de la politique économique et sociale du Sénégal.

C'est dans cette perspective que la Stratégie Nationale pour l'Équité et l'Égalité du Genre (SNEEG)[15] a été élaborée comme politique générale de l'intégration des femmes dans le processus de développement. Dans le cadre de la réduction de la pauvreté et de l'amélioration des conditions de vie des femmes et des filles, le Ministère de l'Agriculture et de l'Équipement Rural a déployé plusieurs efforts en vue de leur faciliter l'accès aux intrants agricoles, aux équipements, à l'information, à la formation et à la technologie.

Ainsi, différents projets et programmes du Ministère de l'Agriculture sont mis en œuvre, et contribuent de façon significative à l'amélioration des conditions de vie des femmes qui s'activent dans l'agriculture :

- **Le Programme agricole** : Dans le cadre de l'appui aux producteurs, depuis 2002 l'État du Sénégal subventionne les intrants agricoles. Ainsi, les femmes chefs de ménage bénéficient de quotas sur les intrants au même titre que les hommes, mais l'absence de données statistiques ne permet pas d'avoir une idée précise sur les quotas alloués aux femmes productrices.

- **Le Projet de Promotion des Micro-Entreprises Rurales (PROMER) :** Le PROMER contribue à la réduction de la pauvreté en milieu rural par la création ou la consolidation de Micro et Petites Entreprises Rurales (MPER) générant des emplois pérennes et entraînant une augmentation et une diversification du revenu des ménages dans une perspective d'équité hommes-femmes. Depuis sa mise en œuvre, 633 dossiers de prêts ont été validés, dont 44% alloués à des femmes contre 56% d'hommes[16].

- **Le Projet d'Appui aux Filières Agricoles (PAFA) :** Le projet a permis la mise en place de tables de concertation pour les filières mil/ sorgho, niébé et sésame. Parmi les membres des tables, la représentation des femmes est de 44% pour la filière mil/sorgho, 55 % pour la

[15] CF Annexe 2
[16] MPER, Projet de Promotion des Micro Entreprises Rurales (PROMER), 2009

filière niébé, et 16% pour la filière sésame. Ce projet a réussi à faciliter l'accès des femmes et des jeunes aux intrants de qualité et à la terre. Ainsi, les femmes ont pu bénéficier au même titre que les hommes des mêmes superficies à emblaver : 2 ha pour le mil, 1,5 ha pour le sésame et 1 ha pour le niébé, pour chacun des bénéficiaires hommes, femmes et jeunes.

- **Le projet Micro Jardins :** L'objectif général de ce projet est de lutter contre la pauvreté en améliorant la sécurité alimentaire des populations par la production de légumes de qualité dans les foyers urbains et semi-urbains. Il s'agit d'installer des Micro-Jardins familiaux et communautaires par une sélection de bénéficiaires à travers leur quartier et sur demande. En 2011, le nombre de bénéficiaires est estimé à près de 4.000, soit 3.900 familles et 100 groupements féminins et associations.

Photo: WFP/Jenny Matthews

3. Caractéristiques et formes d'autonomisation des femmes

Les caractéristiques et les formes d'autonomisation varient selon le milieu social, culturel et économique dans lequel les hommes et les femmes évoluent. Lorsque l'on évoque l'autonomisation des femmes, il est très difficile de ressortir une définition univoque et consensuelle du concept lui-même entre institutions de développement et acteurs sociaux. À cette complexité de définition s'y ajoute une multitude d'acteurs du développement et institutions qui s'approprient la notion d'autonomie en fonction de leurs champs d'investigation et d'intervention.

Les indicateurs sélectionnés dans cette présente étude sont élaborés sur la base des variables de l'Indice WEAI[17] mais ont aussi été combinés avec les outils fournis par le BRIDGE. Les questions abordées dans les focus groupes ont été concentrées autour des activités dans les marchés et les ménages, l'accès aux ressources productives du marché et les contraintes inhérentes aux activités, le contrôle et la gestion des ressources financières, ainsi que les rôles et les responsabilités des femmes et des hommes.

Tous les indicateurs ont été contextualisés dans l'environnement sénégalais. Il était important de prendre en compte les sphères non économiques difficilement mesurables et celles qui jouent un rôle déterminant comme les tontines et groupements féminins informels. En fait, l'autonomie des femmes peut se révéler également dans d'autres espaces, tels les cérémonies et festivités de mariage, en de véritables vecteurs d'accumulation de capital (Sarr, 1995). Méconnaître ces capacités des femmes ne peut que contribuer à l'incompréhension des besoins des femmes et à leur exclusion économique.

Au final, les trois profils d'études suivants permettent de comprendre que les femmes ne constituent pas un groupe social homogène, et que les questions de l'autonomisation peuvent varier à l'intérieur d'une région donnée. Le choix de ces profils se justifie car les femmes interviewées sont présentes sur l'ensemble de la filière agricole, de la production à la transformation et commercialisation.

Dans un premier temps nous présentons chaque profil au regard de l'histoire sociale et économique des femmes dans leur environnement respectif. Ensuite une analyse approfondie sera effectuée pour chaque étude de cas, au regard du niveau d'implication et de participation dans les rôles et responsabilités, sur l'accès aux ressources productives, mais aussi sur les contraintes et des défis spécifiques à leur activité respective.

3.1 Étude de cas N°1 : le groupement des femmes transformatrices de Koungheul « Xaritu Xaléyi »

Cette étude de cas porte sur le Groupement des femmes de Koungheul nommé « Xaritu Xaléyi »[18]qui est une organisation de promotion féminine spécialisée dans la transformation de farines de céréales (mil, maïs, sorgho). La mise en place du groupement fait suite à l'initiative de quatre matrones agents communautaires de transformer manuellement en farine les cultures produites localement (mil, maïs, niébé) pour la consommation des enfants dans un effort de lutter contre la malnutrition infantile décelée dans leur localité. Les surplus transformés ont été progressivement vendus dans le marché de Koungheul pour financer leurs différents projets.

Ainsi les bénéfices engrangés ont permis d'une part

[17] Voir Annexe 5

[18] « Xaritu Xaléyi » signifie « Les amis des enfants » en ouolof

d'assurer la prise en charge des enfants prématurés et le suivi des femmes enceintes, et d'autre part de redistribuer d'importants montants financiers auprès de chacune des femmes membres du Groupement d'Intérêt Économique (GIE).

Aujourd'hui le groupement est composé d'une centaine de femmes actives dans divers secteurs (agriculture, commerce, restauration, etc.). Chaque membre s'acquitte d'une cotisation journalière de 100 F CFA qui permet de payer la couverture médicale de son enfant. Grâce à l'appui de partenaires au développement, tels que l'USAID, l'Institut de Technologie Alimentaire (ITA) et l'Association Nationale pour l'Alphabétisation et la Formation des Adultes (ANAFA), le groupement a réussi à mettre sur pied une variété de farine enrichie pour les nourrissons. Au départ, de vétustes équipements faisaient office de machines de transformation, mais grâce aux financements du Crédit Mutuel du Sénégal (CMS) le parc de matériels a été largement renouvelé. Les résultats obtenus ont permis au groupement d'investir dans la restauration en acquérant un bâtiment fourni par le PAFA. En termes de stratégie commerciale, le groupement mise beaucoup sur la qualité de ses produits qui respectent certaines normes de qualité et d'hygiène. La présidente du GIE a suivi des formations sur les techniques de transformation et de commercialisation, mais aussi des formations en gestion de projet. Actuellement le collectif est inséré d'une part dans le marché local en approvisionnant toutes les boutiques et stations de services de la commune de Koungheul et d'autre part il détient un réseau de clientèle assez dynamique dans les grands centres urbains (Dakar, Kaolack, Banjul, etc.). La principale stratégie pour acheminer ses commandes vers les points de vente passe par l'utilisation des transports en commun (bus horaire). Les prix du transport varient entre 1 000 et 2 500 FCFA selon la taille et le poids de la commande. Aussi pour satisfaire la demande de plus en plus croissante de ses produits, le groupement s'approvisionne auprès des grands producteurs de la localité en matières premières.

Production Détaillée

Type de céréales	Quantité (sachets)	Prix de vente (F CFA)	Chiffres d'affaires (F CFA)
Farine infantile	24 000	500	1 500 100
Couscous mil	2 608	600	1 564 800
Sanxaal mil	5 544	300	1 363 200
Araw mil	3 854	300	1 156 200
Thiakry mil	3 116	300	934 800

La demande de farines de céréales a considérablement augmenté ces dernières années et a fait passer le chiffre d'affaires du GIE de 1,5 million FCFA en 2012 à près de 8 million FCFA en 2015. Aujourd'hui la quantité nécessaire pour satisfaire sa clientèle est estimée à près de 30 tonnes de mil par an, soit 3 tonnes/mois.

3.2 Étude de cas N°2 : Le Groupement des femmes productrices de Sinthiou Malém « And Juubo »

Le groupement des femmes productrices de Sinthiou Malém « And Juubo » a été créé en 1986. Bien avant que le collectif ne se formalise en GIE les femmes étaient organisées sous forme de « Mbotaay », une organisation traditionnelle de femmes ayant pour but d'entretenir des relations de sociabilité, d'entraide et de solidarité. Sous l'impulsion de la présidente du groupement, une caisse de cotisation « Saani Jamra » a été initiée afin de permettre aux femmes d'économiser de l'argent. Cela a permis d'acheter des ustensiles de cuisine (marmite, chaises) pour la location lors des cérémonies traditionnelles ou religieuses de la localité.

Aujourd'hui le groupement compte près d'une cinquantaine de membres dont la plupart ont comme activité principale la production d'arachide, de mil et de sorgho. Leur activité complémentaire est relative à la vente de légumes, de la préparation de repas, de commerce en détail dans le marché de Sinthiou Malém. Tous les membres s'acquittent d'une cotisation journalière de 100 FCFA qui peut servir de fond de caisse d'investissement pour financer des affaires personnelles. Ce système est

efficace et permet d'augmenter les cotisations car chaque prêt est sanctionné d'un montant forfaitaire soit 100 FCFA pour chaque 1000 FCFA empruntés. Actuellement le montant est estimé autour de 600 000 FCFA alors qu'au départ, les sommes étaient autour de 2 500 FCFA.

Grâce à l'appui du programme 4R du PAM, les femmes ont pu développer le maraîchage pendant la campagne hors saison en 2015. Cependant, les entrevues réalisées avec les partenaires à la base, tels que le PAPIL ou les jardins maraîchers, font face à certaines difficultés parmi lesquelles on relève la dégradation des exploitations par la divagation animalière due à l'absence de barrières, et la qualité de l'eau inadéquate dû à sa température élevée. Ces difficultés sont confirmées par les femmes bénéficiaires du programme 4R à Sinthiou Malém qui, obligées de chercher l'eau dans les foyers pour arroser les plantes, subissent une considérable augmentation de leur pénibilité au travail, vu la distance entre les jardins et les ménages.

3.3 Étude de cas N° 3 : Le « Mbotaay »[19] des femmes productrices de Darou Nandigui

À la différence des précédentes études de cas, les femmes de Darou Nandigui sont regroupées sous forme de collectivité informelle et ne constituent pas de GIE au sens formel du terme. Au sein du Mbotaay il n'y a pas de nomination de président ni de bureau et les activités de groupement consistent uniquement en un système de tontine[20]. Cependant, suite à des dissensions internes, ce groupement des femmes a éclaté et, à ce jour, chacune d'entre elles travaille de façon individuelle, certaines ayant préféré devenir colleteuses (Bana-Bana) en s'approvisionnant dans les grands marchés hebdomadaires, tandis que d'autres ont fait le choix de rester femmes au foyer.

Même si leur localité constitue le lieu d'attraction les jours de marché, notamment les mercredis après-midi, les femmes sont occasionnellement actives dans la vente. En effet, c'est en période post-hivernale qu'elles vendent pour la plupart leur production aux différents collecteurs venus de Kaolack et Fatick. Très peu d'entre elles sont vraiment des vendeuses toute l'année.

L'absence d'organisation féminine reste préjudiciable pour le groupe dans la mesure où, pour la plupart d'entre elles, l'accès à la terre reste très difficile. Elles sont obligées de se mettre en location pour obtenir des parcelles d'exploitation car, dans cette localité où le droit coutumier est en vigueur, seuls les hommes héritent des terres.

3.4 Analyse des trois profils d'étude

À la lecture de ces trois profils, il ressort des analyses une forme variée des rôles et des responsabilités des femmes selon le type d'activités.

Des rôles et des responsabilités différenciés

D'abord pour le GIE des transformatrices de Koungheul, l'étude met en évidence un niveau d'implication et de responsabilité beaucoup plus important dans les sphères économiques et sociales. Le rôle que leur confère le groupement a consolidé le statut des membres non pas en tant que groupes sociaux vulnérables, mais plutôt comme actrices au cœur du processus de développement communautaire. Dans cette localité les femmes ont pris la mesure de l'importance de leur contribution et cela a suscité un esprit de conscientisation et d'entreprenariat nourri par la volonté de transformer leur vécu social. L'enquête sur le terrain révèle que les femmes transformatrices ont adopté les principes de prise d'initiatives, de goût du risque et d'indépendance économique.

L'engagement collectif et le dynamisme de ce profil de femmes sur les questions de développement ont

[19] Association ou Groupement informel

[20] Tontine est une forme de cotisation financière rotative où tous les membres d'une association ou groupement cotisent régulièrement.

contribué à la place importante qu'elles occupent dans leur ménage et dans les espaces publics. Elles ont su faire preuve d'initiatives et d'ingéniosité en adoptant des stratégies spécifiques pour créer des emplois, mais aussi pour se prendre totalement en charge au sens économique et social. En commercialisant des produits destinés à la consommation des nourrissons et des adultes, elles ont su conforter le rôle des femmes dans la chaîne de valeur commerciale.

Grâce à l'engagement de ces poignées de femmes, c'est leur contribution à l'effort de développement communautaire qui est mis en avant, comme en témoigne Modou Fall, commerçant producteur à Koungheul :

> *« Nos femmes sont des entrepreneures, voire même des femmes d'affaires, puisqu'elles ont leurs unités de production gérées exclusivement par elles, et s'activent dans la transformation des produits agricoles. Elles participent même à la foire internationale de Dakar pour vendre leurs produits »*

Cette reconnaissance à l'égard des femmes de Koungheul dans les activités économiques semble se refléter dans le second cas étudié, en l'occurrence les productrices de Maka Yop et de Sinthiou Malém, mais à un degré moindre. Si certaines estiment que les femmes de ces provinces jouent un rôle important dans la vente de légumes, d'autres mettent l'accent sur la faiblesse des revenus générés. En effet, lors des échanges il est ressorti des analyses que les femmes de Maka Yop jouent un rôle crucial dans l'économie de marché, car elles sont les principales pourvoyeuses de produits maraîchers. Leur rôle reste crucial dans l'approvisionnement et la disponibilité de ces produits qu'elles vendent directement auprès d'autres clientes de leurs communautés. Selon elles, leur intervention reste décisive, car elles fournissent en produits de consommation direct non seulement le marché local mais aussi les hameaux et villages environnants, d'autant plus que l'activité de maraîchage reste peu développée dans la région et la fonction de redistribution est traditionnellement féminine. Si les jardins d'essais installés récemment ont permis d'obtenir des résultats satisfaisants, l'état actuel de la production maraîchère ne peut confirmer l'existence d'une dynamique de marché. En effet, la présidente du GIE « And Juubo » à Sinthiou Malém confirme que l'activité de maraîchage initiée par le 4R présente des difficultés pour s'insérer dans le marché local. Des problèmes d'accès à l'eau et la divagation animalières ont profondément freiné le rendement obtenu lors des premières campagnes d'exploitation.

Aussi l'approvisionnement des produits en légumes par les camions provenant des grands centres ruraux (Mbour, Kaolack) montre que le marché est déjà fourni et certains acteurs se sont très bien positionnés sur la filière.

L'autre facteur relatif aux rôles et responsabilités des femmes est révélé sur le cas d'étude des femmes de Sinthiou Malém, qui contribuent au même titre que les hommes aux différentes cotisations fiscales de la commune. En effet, elles paient les taxes et impôts de la mairie sauf que leur équivalence en termes de revenus générés par activités n'est pas la même. D'après elles, même les vendeuses à l'étalage s'acquittent du même droit que les hommes détenant des boutiques, alors que les revenus économiques ne sont pas les mêmes. Pour ces femmes leur contribution est au même titre que les hommes d'après la présidente du GIE « And Juubo »:

> *« Les femmes sont dans l'agriculture et dans les champs et font tous les travaux que font les hommes. La seule chose que les femmes font et que les hommes ne font pas c'est cuisiner. Vraiment cela relève entièrement de notre domaine, à part ça elles font tous les travaux au même titre que les hommes »*

À la différence des femmes transformatrices de Koungheul et des productrices de Maka Yop, les femmes de Darou Nandigui ont des marges de

manœuvres beaucoup plus réduites. La plupart des femmes reconnaît qu'elles sont davantage confinées dans des responsabilités sociales, en tant que mères et épouses que d'actrices génératrices de revenus. Malgré la présence du marché sur toute l'année, elles se contentent de vendre quelques produits (arachide, niébé) de façon périodique. En fait, elles révèlent que leur part dans le marché reste très limitée du fait de l'étroitesse de leur périmètre agricole et de la faiblesse des rendements. Les surplus engrangés sont très importants pour qu'elles puissent se positionner dans le marché sur la durabilité. Ainsi, une large part de la production est destinée à la consommation familiale, tandis qu'une autre partie provient des exploitations de leur conjoint. Parmi les avis recueillis notons celui d'une femme :

> *« Nous, les femmes, n'avons aucune forme d'aide particulière, notamment en termes d'accès aux financements. Les femmes n'ont pas de terre propre pour l'agriculture, tout est entre les mains des hommes, nous n'avons rien hormis les produits dérivés de la maraichère (patates). »*

Ainsi, l'aspect organisationnel est assez déterminant à l'assignation que les hommes et les femmes font des rôles et responsabilités dans toutes les zones étudiées. Il faut aussi reconnaître que la disponibilité des infrastructures administratives et éducatives constitue des déterminants du degré d'intégration économique et sociale des femmes. Certes les femmes transformatrices ont pu bénéficier de l'aide de différents partenaires, mais c'est aussi la prise de conscience et l'engagement collectif qui constituent des facteurs décisifs pour leur autonomisation. Elles n'ont pas attendu l'arrivée des institutions de développement pour définir un projet de changement sociétal. C'est la vision éclairée d'une leader (présidente du GIE) qui a conditionné et surtout mobilisé toutes les femmes à partager un projet collectif.

3.5 Implication dans les prises de décision

Les prises de décision sont relatives aux propositions et la représentativité des femmes dans les sphères organisationnelles où décisionnelles pouvant influencer l'accès aux ressources productives. Lorsque ces dimensions ont été évoquées lors des discussions, il est ressorti de l'analyse que le niveau d'implication peut être apprécié diversement selon les cas d'étude.

D'abord au niveau de leur activité, il est clair que les membres du GIE de transformation ont un pouvoir décisionnel allant au-delà de leur fonction sociale classique de femmes au foyer. Elles sont avant tout impliquées dans les questions communes comme la gestion et l'organisation des campagnes agricoles. D'ailleurs, cet état de fait justifie la nomination de la présidente du GIE comme leader de la principale fédération mixte (hommes et femmes) des Organisations Paysannes (OP) de Koungheul. Les membres du groupement sont aussi bien représentés dans les instances décisionnelles comme la puissante fédération des producteurs, FECOTRANS[21]. Ces instances sont d'importants leviers pour accéder aux informations clés de la filière agricole (prix de semences et de l'engrais), mais aussi pour négocier et traiter avec les grands producteurs. En témoigne l'avis d'une femme membre du groupement :

> *« Tu sais, au temps, les femmes n'osaient même pas prendre la parole devant les hommes parce qu'ils faisaient leurs devoirs. Mais du moment où ce sont les femmes qui font tout, là nous tapons sur la table pour nous faire entendre. »*

À Darou Nandigui, le niveau d'implication des femmes est réduit au statut inférieur qu'elles occupent dans la hiérarchie sociale de leur communauté. En effet, l'analyse des différentes interventions laisse apparaître que seuls les hommes de leur localité ont le pouvoir décisionnel, aussi bien

[21] Fédération des producteurs et des transformateurs de la région de Kaffrine

dans les ménages que dans les organisations paysannes. C'est ce qui explique une implication très limitée sur les décisions liées à la fixation des prix de semences, des lieux de distribution de l'engrais subventionné, etc. Toutes les femmes de Darou Nandigui interrogées ont donné la même réponse : ce sont les hommes qui prennent toutes les décisions importantes sans considérer l'avis des femmes. Hormis une ancienne conseillère, aucune des femmes n'a jamais participé à une réunion au niveau de la communauté rurale pour discuter sur des questions concernant le village comme le montrent les propos de cette femme :

> *« Nous ne sommes jamais impliquées dans les prises de décision, les hommes ne convoquent pas les femmes lors des rencontres au niveau de la communauté rurale. En tout cas, ça n'a jamais été le cas pour moi. »*

A la question de savoir pourquoi elles ne sont convoquées, certaines répondent que c'est parce que les hommes ne veulent pas qu'elles aient accès à l'information. Cette ancienne conseillère informe pour sa part que les femmes sont toujours tardivement informées quand il s'agit de réunions ou de rencontres au niveau de la communauté rurale, ce qui fait qu'elles n'ont pas souvent le temps nécessaire pour venir. Si les femmes ne sont pas souvent appelées aux rencontres des comités du marché, elles sont par contre invitées dans celles convoquées par le chef de village. Elles déclarent que le chef de village les invite à des réunions pour discuter sur des questions concernant la localité. L'une d'elle informe :

> *« Le chef de village convoque des réunions et implique les femmes. C'est d'ailleurs notre seule tribune d'expression pour nous faire entendre. Ils ont peur de nous c'est pourquoi ils ne nous convoquent pas. »*

Au regard de tout cela, les femmes pensent qu'elles doivent être davantage impliquées dans les instances de prises de décision pour plus d'équité.

3.6 L'accès et le contrôle des ressources productives

L'accès et le contrôle des ressources productives font référence ici à l'ensemble des moyens qui permettent de mener à bien les activités dans les marchés. Il était important pour l'étude de mesurer ces indicateurs, afin de comprendre l'utilisation faite de ces ressources par les femmes dans leur cadre de vie sociale et économique.

Ainsi le groupement des femmes transformatrices de Koungheul a accès à différents types d'équipements (séchoir, four rotatif, décortiqueuse, etc.) et dispose surtout d'un local qui sert de comptoir commercial pour l'exposition des articles. Elles ont pu accéder à la formation et acquérir de solides connaissances sur la transformation des légumes et des fruits grâce à l'appui des partenaires comme l'ITA. Les revenus économiques générés par leur activité sont orientés d'une part dans les activités collectives de la transformation et, d'autre part, sont distribués entre membres pour répondre aux besoins de dépenses familiales de chacun.

Cette situation diffère de celle des femmes de Sinthiou Malém et de Maka Yop qui disposent plutôt de terres mais manquent considérablement d'équipements agricoles et d'intrants. Et sur le plan commercial elles ne disposent d'aucuns équipements de vente de type boutiques ou comptoir commercial. En fait, la plupart des boutiques situées à proximité du marché sont détenues par des hommes et les coûts de location ou de construction ne sont pas à leur portée. Ainsi, leur alternative est d'utiliser des tables ou vendre à même le sol. En ce qui concerne les revenus engrangés par ces groupements, ils permettent de financer des projets personnels grâce à un système de prêt plus commissions. Ainsi l'une des membres du GIE Ande Ligéy de Sinthiou Malém témoigne son expérience :

« Grâce à mon groupement j'ai pu obtenir 50 000 FCFA pour acheter des marchandises en Gambie, notamment des ustensiles de cuisine que je revendais à crédit aux femmes de ma localité ; les bénéfices réalisés ont permis de rembourser le fond de caisse de notre groupement. »

Sur les modalités d'accès aux financements, les deux cas de GIE, les femmes transformatrices et les femmes productrices de Maka Yop et Sinthiou Malém, disposent de compte bancaire ou de mutuelle de crédit. Seul le groupement informel des femmes de Darou Nandigui n'a pas accès aux systèmes de financement bancaire, même s'il faut reconnaître qu'avoir un compte bancaire ne garantit pas l'obtention de crédits. Le problème est que les bailleurs de crédits accordent des prêts pour l'achat des intrants en engrais une fois que la campagne aboutit, alors qu'à terme la commercialisation et l'écoulement des produits font défauts.

Lorsque la question de l'accès aux ressources a été abordée dans la localité de Darou Nandigui, les femmes ont évoqué qu'aucune d'entre elles ne possèdent d'équipements de vente et elles n'ont reçu aucune formation. Seule une femme dispose d'une machine de transformation d'huile d'arachide qu'elle met à la disposition du groupe sous forme de location.

Le rapport d'évaluation du 4R 2013-2016 révèle que : bien que le leadership formel continue à être dominé par les hommes, dans les foyers participants ou non-participants, la prise de décision dans les foyers participants s'est nettement améliorée. Par exemple, les femmes sont impliquées dans la prise de décision sur l'utilisation des terres arables dans 11% des foyers participants comparé à 6% dans les foyers non-participants. Les groupements d'épargne ont aussi fournis aux femmes les moyens d'épargner et d'acquérir des petits prêts pour se lancer dans des activités génératrices de revenus dans le secteur du riz, de l'arachide et de la culture maraîchère, et dans le petit commerce.

3.7 Défis et contraintes différenciés

En dépit de leur différence de profil, les trois études de cas partagent des contraintes communes, mais ont des priorités et des défis différenciés.

Le défi principal pour les femmes du GIE de transformation est d'assurer la transition d'une phase d'unité de transformation semi-domestique vers une production de type industriel à haute intensité. Pour cela le groupement doit franchir un certain nombre d'obstacles et relever des défis :

- Un défi **d'ordre énergétique** pour répondre à la demande croissante des commandes de farines de céréales. Les infrastructures disponibles actuellement (voir annexe) ne peuvent soutenir les rythmes de production journalière.

- Le problème de **normes et de qualité** pour rester compétitives dans des marchés à haute valeur ajoutée et faire face à la concurrence. En fait, le GIE ne peut pas s'approvisionner en emballage pour les farines de céréales à cause de leur indisponibilité sur toute l'année. Cet état de fait limite les capacités et les débouchés pour la commercialisation des produits et entraîne également des coûts de transports et des coûts de transactions élevés.

- Malgré l'adhésion du groupement aux institutions de microfinance, les femmes du GIE rencontrent des **difficultés de financement** et adoptent souvent des alternatives peu rentables, en empruntant auprès des usuriers, grands commerçants et producteurs.

- Le **problème d'infrastructures et équipements de stockages** qui limite la production en quantité selon les demandes clientèles.

Si les femmes de Maka Yop et Sinthiou Malém ont pu bénéficier de l'appui de nombreux partenaires de développement, le défi principal est le passage du stade de production vers la transformation et la commercialisation à haute valeur ajoutée. Ainsi, elles rencontrent les défis spécifiques :

- **L'accès à la formation et à la gestion** présente un défi majeur pour les femmes de Maka Yop et de Sinthiou Malém, notamment sur les techniques de transformation du mil et de la pâte d'arachide.

- **L'accès à l'eau** pour les femmes de Sinthiou Malém est aussi crucial du fait de l'importance de l'activité maraîchère en pleine expansion dans leur localité. L'extrême température de l'eau provenant des puits n'est pas adéquate pour la production maraîchère. Les femmes ont trouvé comme alternative l'approvisionnement à partir des points d'eau domestiques (ménage) renforçant ainsi la pénibilité de leur travail au regard des distances à parcourir entre les exploitations et les lieux de vie.

Enfin pour l'étude de cas portant sur les femmes de Darou Nandigui, les défis sont beaucoup plus complexes, dans la mesure où elles doivent passer d'un système individualisé vers un modèle collectif. Les défis sont de tout autre ordre :

- **L'accès à la formation sur le leadership féminin** ainsi que sur la gestion organisationnelle serait un atout considérable pour la création de projet de groupe.

- **L'accès à la terre et aux facteurs de production** (intrants, semences,) constitue un défi tout aussi particulier dans le sens où il augmentera leur quantité productive et donc leur présence dans le marché.

- **L'accès aux infrastructures de base** (postes de santé) pose également un défi spécifique pour les femmes de Darou Nandigui.

Synthèse des caractéristiques de l'autonomisation des femmes, selon le profil

Caractéristiques du statut des femmes			
	Niveau	**Type**	**Avis recueillis**
Femmes de Darou	Très faible	- Respect du devoir de femmes - Dépendante de l'époux	*« L'activité d'une femme au foyer commence, après la prière du matin, elle sert le petit déjeuner à son mari et les enfants. Elle amène ces derniers à l'école et retourne préparer le déjeuner »*
Femmes du GIE de transformation	Très élevé	- Libre et autonome - Indépendance financière - Participation aux dépenses - Indépendance - Statut valorisé de la femme	*« Les femmes ont une position forte ici dans la commune, car elles participent à toutes les activités dans la localité ».*
Femmes du marché Maka Yop	Élevé	- Libre financièrement - Pouvoir faire des choix individuels	
Rôles et responsabilités			
Femmes de Darou Nandigui	Faible	- Tâches ménagères - Gérer les ressources du ménage - S'occuper des membres du foyer et des personnes extérieures - Éducation des enfants - Suivi scolaire des enfants - Veiller au bon fonctionnement du ménage	*« Les activités dans les champs sont faites par des hommes à près de 90% car la pénibilité du travail ne permet pas aux femmes de s'y atteler. Elles interviennent que durant la récolte. Dans le foyer les hommes sont chargés d'effectuer les travaux de maintenance de la maison et de petites activités dévolues aux hommes. »*
Femmes du GIE de transformation	Élevé	- Assurer le revenu quotidien - Assurer la nourriture et la santé des enfants - Participation et gestion du revenu - Assurer le bien-être familial	*« Maintenant avec les médias c'est le « Goorgorluu sénégalais » qui est mis en avant ; tous les hommes se sentent imbus de responsabilités. Les femmes ne sont pas soumises c'est plutôt une relation de complémentarité dans nos couples. »*
Femmes du marché Maka Yop	Élevé		
Prises de décision			
Femmes de Darou	Faible	- Réunion avec chef de village - Réunion entre femmes uniquement	*« C'est l'homme qui a le dernier mot ; c'est rare que la femme prenne une décision, on lui demande de se taire quand elle veut parler »*
Femmes du GIE de transformation	Très fort	- Implication dans les cadres de concertation du village - Implication dans les réunions municipales - Création de groupements et d'association	*« Nous ici, on a une gestion participative. Tout ce que les hommes font, ils y associent les femmes, que ça soit dans l'exploitation des aménagements hydro-agricoles, la bonne marche de la localité, au niveau des associations et groupements de la localité et dans le ménage, cela est une tradition »*
Femmes du marché Maka Yop	Moyennement fort		*« On fait des réunions séparément, les femmes ont leur porte-parole et les hommes aussi. Ensuite chacun fait passer les messages ».*

Photo: WFP/Jenny Matthews

4. Les écarts sur l'analyse genre dans les évaluations des marchés suivis par le VAM Sénégal

Dans le cadre de ses activités, le VAM Sénégal a élaboré un dispositif pour le suivi de l'évolution des marchés afin de pouvoir planifier des éléments de réponses efficaces face à l'insécurité alimentaire. Ce dispositif de suivi des marchés du VAM aide à mieux apprécier le niveau et l'évolution de l'approvisionnement des marchés, les perspectives d'évolution des prix des denrées de base (céréales et légumineuses), le comportement des acteurs du marché et leur capacité à continuer à ravitailler les marchés. L'analyse de contenu des différents bulletins, rapports, et études permet d'apporter un éclairage sur les écarts de la dimension genre dans l'évaluation faite sur les marchés.

4.1 Analyse des stratégies de suivi des marchés du PAM Sénégal

Dans son dernier rapport annuel portant sur l'Évaluation de la sécurité alimentaire et des marchés agricoles au Sénégal 2014, le VAM Sénégal a apporté une analyse approfondie sur l'analyse de la disponibilité des produits céréaliers et légumineux en élaborant une description des flux internes et externes de ces matières premières. Le rapport aborde les acteurs qui sont positionnés dans la filière de commercialisation, notamment les grossistes, les producteurs et commerçants, et le rôle important qu'ils jouent dans la filière agricole. Ce rapport décrit les importants flux des produits alimentant les principaux marchés ruraux et la forte dépendance des ménages vulnérables.

Si l'évaluation aborde des informations intéressantes sur l'état des marchés à une période de l'année, les analyses faites n'incluent pas des éléments de rapports sociaux de sexe dans les marchés. Les données n'approfondissement pas sur la part économique des femmes collecteurs ou « bana-bana », alors que celles-ci assurent la disponibilité et la commercialisation des produits comme l'huile de palme, le poisson séché, et le citron, pour n'en citer que quelques-uns. Des groupes de femmes s'approvisionnent dans les grands marchés transfrontaliers comme celui de Diaobé, Koutiaba pour venir fournir d'autres femmes dans les centres urbains comme Dakar, Kaolack, Mbour. En fait, les femmes enquêtées par l'étude sont plutôt des détaillantes et sont faiblement représentées (5,6%) dans le marché de Richard Toll, alors que nous savons qu'elles sont extrêmement impliquées dans les secteurs de la production rizicole. En effet, Il existe une poignée de femmes productrices, comme en attestent les GIE Coumba Nor Thiam ou Korka Rice, qui sont très dynamiques dans les marchés du riz dans le Nord du Sénégal à Ross Béthio, Ronkh, et Ndioum.

Ces mêmes écarts d'analyse se reproduisent également pour les bulletins mensuels d'information sur les marchés agricoles[22] qui constituent un outil efficace pour suivre l'évolution des produits, la disponibilité des stocks de riz, ou le prix des matières premières. Cependant sur les séries de publications qui ont été collectées, aucune ne permet de définir avec exactitude l'implication des femmes dans les activités économiques dans les secteurs donnés. Mêmes si les bulletins mentionnent un secteur clé où les femmes sont nettement actives, tel que la commercialisation des légumes phares (oignon, pomme de terre), l'information sur leur contribution économique n'est pas mise en exergue. Le secteur d'activité du bétail a fait l'objet d'analyse au regard de l'offre et de la demande, sans toutefois analyser la participation des femmes dans la commercialisation du lait caillé dans les marchés hebdomadaires. Si les hommes sont dépositaires du cheptel, il est admis que ce sont les femmes qui sont

[22] Bulletin mensuel sur l'évolution des prix au Sénégal -juillet 2013, N° 21, CSA, VAM

chargées de la vente des produits comme le lait, le fromage et les peaux dans les marchés. L'étude faite par Flintan[23] pour le compte du Programme des Nations-Unies pour le Développement (PNUD) sur l'autonomisation des femmes dans les sociétés pastorales montre qu'en période d'hivernage les femmes Fuulbé peuvent parcourir de fortes distances pour accéder aux marchés et pouvoir vendre le lait. Les revenus générés sont non seulement contrôlés par elles-mêmes, mais ils sont orientés aussi à l'éducation et à la santé des enfants.

Toujours dans ces séries d'évaluation, le rapport élaboré par le PAM et le Comité de la Sécurité Alimentaire (CSA) portant sur *« Les Marchés et réponses au déficit de production agricole de la campagne 2011/2012 Sénégal »* s'inscrit dans la volonté de disposer des informations sur les marchés ruraux. Cette étude révèle des éléments qui pourraient être décisifs si on oriente la lecture en termes d'analyses de genre. En effet, il est mentionné que peu de commerçants en céréales et arachide ont recours aux institutions financières pour financer leur activité. Ainsi moins de 10% des commerçants sollicitent des crédits, à cause des taux d'intérêt élevés par rapport aux faibles marges réalisées et pour certains à cause de croyances religieuses. Il est certain que l'analyse garderait une pertinence si elle était axée sur les commerçantes et les femmes d'affaires actives dans le secteur du commerce et permettait de comprendre leur mode d'accès aux transports, ainsi que les obstacles culturels et religieux qu'elles rencontrent.

Dans l'ensemble, il est clair que ces rapports d'évaluation apportent des connaissances importantes sur l'état des marchés, mais ils recèlent des lacunes au regard d'analyse de genre qui peuvent être définies comme suit :

- **Les Termes de Références (TDR) des évaluations sur les marchés** prennent à peine les dimensions et indicateurs genre dans la conception. Alors que celles-ci doivent être inclues de façon claire et précise dans les questions, dans le but de ressortir dans l'analyse les différences sexospécifiques pour chaque acteur inscrit dans les différentes filières agricoles.

- **Les résultats attendus dans les rapports de marché** ne ressortent pas les différences et convergences possibles entre les femmes et les hommes du point de vue de leurs besoins pratiques et de leurs intérêts stratégiques. Les besoins pratiques comme l'accès physique aux marchés, l'accès aux infrastructures et abris de stockage peuvent se révéler différemment pour les femmes et les hommes. Alors que les intérêts stratégiques comme la fixation des prix des produits céréaliers dans les comités interprofessionnels peuvent avoir des effets différenciés selon le sexe.

- **Les équipes d'évaluations des marchés** n'impliquent pas les spécialistes genre dans l'élaboration des outils comme les questionnaires. Certes, la variable « sexe » est généralement inclue dans la conception de ces questionnaires, mais les rapports n'identifient pas la contribution différenciée des hommes et des femmes selon les types de marchés. Certaines variables comme l'accès et le contrôle des ressources stratégiques devraient également être davantage intégrées dans les outils de suivi.

4.2 Consolider l'approche Genre dans les programmes du PAM Sénégal

Le bureau régional du PAM a développé une politique générale en matière de problématique hommes-femmes 2015-2020. Ce document de stratégie a pour but d'assurer l'équité et l'égalité dans ses différents champs d'intervention pour un développement durable des acteurs à la base, et pour promouvoir l'autonomisation des femmes. Les

[23] Fiona Flintan, 2008, Étude sur la bonne pratique : l'autonomisation des femmes dans les sociétés pastorales.

objectifs Genre du PAM sont énoncés comme suit :

- **Objectif 1 : Adapter l'assistance alimentaire** face aux besoins des différentes couches sociales : hommes, femmes, filles, garçons selon leurs besoins et leurs capacités

- **Objectif 2** : **Favoriser la participation égale** des hommes et des femmes dans le processus d'implantation des programmes de sécurité alimentaire et nutritionnel et dans l'évaluation et le suivi des hommes et des femmes

- **Objectif 3** : **Implication des femmes et des filles dans les prises de décision** dans les communautés, les ménages au regard des programmes de sécurité alimentaire et nutritionnelle.

- **Objectif 4 : Genre et protection** - l'assistance alimentaire ne doit pas entraver la sécurité, la dignité et l'intégrité des femmes, hommes, filles et garçons bénéficiaires et se doit d'être dans leur droit absolu.

Ces objectifs servent de canevas et de mises en place de stratégies pour l'intégration de l'approche Genre dans les différents bureaux sous-régionaux. Le bureau du PAM Sénégal a pris conscience de l'important écart entre les hommes et les femmes dans le processus de développement.

5. Solutions programmatiques réalisables

Les solutions programmatiques pour relever les défis et les lacunes qui ont été identifiés sont faites sur la connaissance des différents programmes du PAM et en fonction des différents cas d'études identifiés sur le terrain.

5.1 Élaboration d'une grille méthodologique de l'analyse Genre et Marché

D'abord, il est indéniable que des efforts considérables ont été faits dans l'intégration transversale du genre dans les différents programmes du PAM Sénégal. Mais il existe certainement des points essentiels à améliorer pour une meilleure compréhension de l'activité économique des femmes.

Ainsi, il serait bénéfique pour le PAM d'intégrer un certain nombre d'indicateurs de suivi sur l'autonomisation des femmes qui seront systématiquement inclus dans les rapports de suivi et d'évaluation. Les indicateurs de genre peuvent se révéler comme de pertinents outils d'évaluation des changements avant et après le démarrage des projets, dans les relations, les conditions de vie et les rôles entre les femmes et les hommes. Il s'agit de mesures aussi bien quantitatives que qualitatives à intégrer dans la planification, l'exécution et l'évaluation des différentes modalités 4R et CBT.

Les données désagrégées par sexe sont disponibles mais ne sont pas utilisées dans les rapports car ne répondant pas aux objectifs des missions. Il faut aller au-delà de ces données ventilées et ajouter des variables qui permettent de tracer l'impact et les changements entre les hommes et les femmes. Les rapports d'évaluation ne fournissent qu'une lecture superficielle de ces situations et ne sont pas conçues pour suivre l'évolution des femmes dans les prises de décision, le contrôle des revenus ou encore les moyens d'accès aux marchés.

5.2 Articuler les besoins pratiques et les intérêts stratégiques

Pour parvenir à corriger les inégalités entre les femmes et les hommes, l'action du PAM doit commencer par articuler les besoins pratiques et les intérêts stratégiques :

À court terme : l'accès aux ressources

La satisfaction de certains besoins pratiques viserait une grande majorité de femmes qui présentent des conditions économiques assez similaires. Il serait bénéfique pour le PAM de :

- **Appuyer les femmes dans l'accès aux facteurs déterminants du marché,** notamment les ressources productives (eau, terre) et les facteurs de production (intrants, engrais) en définissant des partenariats avec les OP et les Organisations de Promotion Féminine (OPF) sous forme d'actions de sensibilisation.

- **Faciliter l'accès à la formation et à l'alphabétisation pour toutes les femmes regroupées en association ou groupement.** Généralement, seules les présidentes et leaders bénéficient de formations techniques et de gestion. Il serait intéressant pour tous les membres d'avoir les mêmes chances d'être formées en techniques culturales, de transformation des produits, etc.

À long terme : le contrôle des ressources

Le marché offrant beaucoup d'opportunités économiques, le problème demeure l'inégale répartition des ressources et le contrôle des richesses créées. A cet effet, le PAM pourrait :

- **Faciliter l'accès des femmes entrepreneurs agricoles aux différents marchés et appels d'offres du PAM** afin qu'elles puissent passer

de mini-unités de production céréalière à l'échelle semi-industrielle, et associer les femmes non structurées en groupement aux activités de cantines scolaires.

- **Créer un marché virtuel exclusivement destiné aux femmes de différentes sensibilités de la filière agricole**. Les Startup « M Louma » et « Jiggéen ci Ték » ont développé sous l'initiative de l'Organisation des Nations Unies pour l'Egalité des Sexes et l'Autonomisation des Femmes (ONUFEMMES) et de l'USAID des plateformes d'échange permettant aux acteurs interprofessionnels de mettre en ligne la disponibilité des produits céréaliers et les prix en utilisant les technologies des téléphones portables.

- **Permettre un meilleur accès des femmes aux facteurs et moyens de production** par le biais d'un environnement favorable au développement de politiques et de mesures juridiques susceptibles de faciliter un meilleur accès des femmes à la terre et aux intrants au niveau de chaque région. À titre d'illustration on note la présence des femmes dans les conseils ruraux depuis la loi sur la parité, mais elles sont souvent absentes des commissions de gestion des terres au profit des commissions traditionnellement féminines (comité social et de santé). Des actions de sensibilisation peuvent permettre une plus grande implication des femmes dans les différents comités de gestion en eau, de l'environnement, et de l'énergie. Dans les zones d'intervention du R4 le PAM peut jouer ce rôle d'intermédiation entre élues locales et présidents d'association.

Conclusion et Recommandations

Cette étude de cas confirme que toute intervention pour améliorer la condition économique et sociale des femmes doit prendre en compte le type d'activité dans le marché, de la proximité du lieu d'échange et les villages environnants, et de la capacité organisationnelle des femmes à se former en groupement. Le fonctionnement des marchés est en relation avec le degré d'autonomisation des femmes. Élaborer une étude de cas sur l'action des opérateurs économiques hommes et femmes dans la société rurale relève d'une certaine complexité, tant les agents évoluent dans un milieu social et géographique aux histoires économiques diversifiées et qui expliqueraient une multitude de comportements et de rationalités.

Elle démontre qu'il est indispensable que cette prise en compte des besoins particuliers des femmes dans l'accès aux niches porteuses se fasse à une échelle régionale, car l'engagement et l'intégration des femmes peuvent être très différents d'une communauté à l'autre et à l'intérieur d'un territoire donné. Les trois profils de femmes transformatrices, productrices et commerçantes de Kaffrine et de Tambacounda sont une parfaite illustration de cas d'étude.

Certes elles n'ont pas les mêmes besoins prioritaires et n'ont pas les mêmes difficultés : les femmes de Koungheul ont par exemple un besoin d'accompagnement technique, alors que le groupement de Darou Nandigui ressentent plutôt un besoin d'encadrement organisationnel et collectif. Au regard des défis et des contraintes les femmes du GIE de transformation doivent assurer la transition d'une phase d'unité de transformation semi domestique vers une production de type industriel à haute intensité. Au même moment, pour les femmes de Sinthiou Malém, le défi principal est le passage du stade de production vers la transformation et la commercialisation à haute valeur ajoutée.

Au-delà de ces diverses situations qui amènent à formuler des programmes d'appui, il est possible d'élaborer des recommandations générales et certaines actions qui peuvent impacter directement les hommes et les femmes. Il faut se servir du cas de réussite du GIE de transformation, afin de vulgariser et de diffuser les bonnes pratiques apprises auprès des communautés rurales.

À l'issue de ce travail portant sur ces trois profils d'études dans les marchés, un certain nombre de recommandations peuvent être avancées pour le PAM Sénégal, afin de mieux mesurer l'apport économique des femmes dans les marchés et renforcer le rôle déjà important qu'elles jouent dans le développement rural :

1. **Intégrer la dimension Genre dans la planification des outils :** il est utile de rappeler qu'il ne s'agit pas de réserver des activités spécifiques aux femmes pour assurer l'institutionnalisation de l'approche Genre dans les programmes du PAM. De même les programmes comme le composant prise de risque de R4, notamment le crédit, ne contribuent pas de façon systématique à assurer l'égalité entre les sexes. Des détournements d'objectifs peuvent entraver ou même déséquilibrer les rapports entre les femmes et les hommes au profit de ces derniers.

2. **Capitaliser et vulgariser la dimension genre dans la mise en œuvre auprès des différents partenaires :** Si le PAM et l'OXFAM disposent de politiques de Genre dans leurs interventions, il serait bénéfique de vulgariser son approche auprès des partenaires d'exécutions (PAPIL, PAPIR), en s'assurant de la formation des équipes sur le terrain. Également l'organisation de sessions de sensibilisation aux questions liées au genre et à l'impact des inégalités de

genre à l'attention des équipes sur le terrain serait sans aucun doute favorable à la compréhension des rapports sociaux de sexe.

3. **Soumettre tous les outils d'évaluation et de suivi des marchés à l'approche genre :** il s'agit ici d'intégrer des indicateurs quantitatifs et qualitatifs qui permettent de mesurer l'impact des programmes en lien avec les marchés 4R, CBT, Cantines Scolaires sur les femmes, les filles, les hommes et les garçons.

4. **Se servir de l'expérience et de l'expertise des GIE de femmes transformatrices dans la gestion des activités commerciales pour les activités du type Cash Transfer.** Elles ont fait preuve d'initiatives entrepreneuriales assez originales et de capacités à développer des projets collectifs ou individuels, qui sont autant d'atouts pour la gestion des boutiques partenaires du CBT. Il est clair qu'elles présentent toutes les aptitudes nécessaires au même titre que les boutiquiers hommes à diriger des comptoirs commerciaux. Le PAM Sénégal est en train de passer de la distribution de Vivres au profit des bons alimentaires : les femmes transformatrices peuvent être des actrices potentielles dans cette transition. Cela aura le mérite de promouvoir l'entreprenariat féminin local et de faire émerger des profils de leaders.

5. **Renforcer le partenariat entre le secteur privé et les OPF.** L'AFD a entrepris ce type de projet qui a permis aux femmes productrices laitières de traiter avec l'entreprise « La Laiterie du Berger » dans le Sud-Est du Sénégal. Il serait intéressant pour le PAM d'initier des cadres de concertation entre les producteurs privés et les organisations féminines pour créer un environnement économique d'échanges. Cela facilitera l'accès des femmes aux instances de décision comme les comités interprofessionnels des différentes filières agricoles, les comités de crédit dans les banques paysannes et institutions de microcrédit.

6. **Fédérer et dynamiser les OPF à partir des programmes de type Cantines Scolaires**. Nous avons vu avec le cas des femmes de Darou Nandigui que parfois les femmes présentent des difficultés à s'organiser autour d'un projet collectif. Il serait intéressant dans les zones bénéficiaires d'alimentation scolaire de responsabiliser les femmes non pas uniquement dans la préparation des repas, mais aussi dans la gestion et la coordination des Cantines Scolaires, sous la supervision des collectivités locales et des associations de développement.

Bibliographie

ANSD 2013, Situation Économique et Sociale du Sénégal en 2013.

DAPSA, 2012, Direction de l'Analyse, Prévision et Statistiques Agricoles, Rapport campagne agricole.

DAPSA 2015, Contribution.

BRIDGE DEVELOPMENT, 2014, Genre et Sécurité alimentaire, Vers une sécurité alimentaire et nutritionnelle équitable en termes de genre, Rapport Global.

BRIDGE DEVELOPMENT, 2007, Genre et Indicateurs. Boîte à outils. PNUD.

Kabeer N. (1999) Reversed realities. Gender hierarchies in development thought London: Verso.

CREFAT, 2014, Travail Domestique au Sénégal : 30% du PIB à valoriser, Centre de Recherche en Economie et Finance Appliquée de Thiès, N° 2.

CSA, 2015, Bulletin Mensuel d'Information sur les Marchés Agricoles N°329 Août 2015.

PNUD, Innovative Approaches to Promoting Women's Economic Empowerment, 2008, P 9.

ENDA GRAF GRET, 2006, État des Lieux de la Filière Céréales Locales au Sénégal.

FAO, CILS, 2014, Évaluation de la sécurité alimentaire et des marchés agricoles au Sénégal.

MCA Millenium Challenge Account, 2012, Enquête sur la situation et les conditions de vie des populations avant la mise en circulation du pont de Ndioum, 2012.

Recensement Général de la Population et de l'Habitat, de l'Agriculture et de l'Élevage (RGPHAE 2013), ANSD (Agence Nationale de la Statistique et de la Démographie), Rapport définitif.

DAPSA ; Rapport annuel de l'Observatoire National de la Parité, Janvier 2015.

Ministère de la Famille, de la Solidarité Nationale, de l'Entreprenariat Féminin et de la Micro Finance, Stratégie Nationale de l'Équité et l'Égalité pour le Genre, 2004.

DEEG, 2009, Plan de mise en œuvre de la Stratégie Nationale pour l'Équité et l'Égalité de Genre au Sénégal.

PAIGE Enfinger, 2015, Measuring women's untapped potential for food security and market empowerment: A Human Development and capability Approach to gender in WFP's Senegal VAM activities to improve food security analysis in West Africa, University Roma.

PAM, 2013, Guide de l'analyse des marchés pour les programmes de transferts monétaires. Formulation, suivi et analyse d'impact, WFP, ROME.

PAM, 2012, Bilan de la réponse du PAM à la crise alimentaire 2011-2012 Sénégal.

PAM, 2005, Thematic Guidelines. Integrating a Gender Perspective into Vulnerability Analysis, VAM, WFP, Rome.

PAM, 2014, Innovations from the Field. Gender mainstreaming from the ground up for the WFP.

PAM & OXFAM, 2013, Rapport des ateliers de réflexion et apprentissage « AIR » Initiative de Résilience Rurale (4R), 2013.

PAM, 2013, Guide de l'analyse des marchés pour les programmes de transferts monétaires. Formulation, suivi et analyse d'impact, WFP, Rome.

PAM, 2014, Évaluation de la sécurité alimentaire et des marchés agricoles au Sénégal, février 2014, Dakar.

ANNEXES

Annexe I – Liste des Groupements d'Intérêt Économique identifiés

Organisation	Responsables	Contacts
GIE des femmes transformatrices « Xaritu Xaléyi » de Koungheul	Khady Ndiaye	77 355 39 62
GIE « Réni Kom Kom » de Maka Yop	Ndeye Binta Ndiaye	77 126 29 18
GIE des femmes « Anda Juubo » de Sinthiou Malém	Adama Diop	77 301 26 09
Coopérative des producteurs de maïs de Sinthiou Malém	Hamet Goumbala	77 456 19 16
Groupement des femmes Dandé Légnol	Arame Niang	77 319 26 03
GIE des femmes « Baagn Kat »	Bineta Diop	77 408 12 55
Union régionale des coopératives de producteurs de maïs de Tambacounda	Seydou Ndiaye	77 546 16 18

Marchés non suivis par le SIM fournis par CSA

Régions	Nom du marché	Jour de marché
Kolda	Pata	Lundi
	Manda douane	Mardi
	Linkéring	Mercredi
	Mampatim	Dimanche
	Fafakourou	Samedi
	Médina Yoro Foula	Dimanche
	Pakour	Jeudi
Kaffrine	Lour Escale	Mercredi
	Maka Yop	Vendredi
	Mbosse	Jeudi
	Ndioum Nguent	Lundi
Tambacounda	Bamba Thialène	Dimanche
	Sinthiou Malem	Samedi
	Dawady	Mercredi
	Bamba	Dimanche
	Payar	Lundi
	Altou Fass	Mardi
	Kothiary	Lundi
	Bondji	Jeudi

Annexe II – Grille analyse Genre et Marché avec variables quantitatives

Les variables et dimensions qui sont sélectionnées sont des outils de mesure des besoins pratiques et stratégiques des hommes et des femmes dans les activités du marché. Ces indicateurs sont quantitatifs et doivent être combinés avec les variables qualitatives.

Variables	FEMMES/HOMMES		
	Variables	Dimensions	Indicateurs
Profil socio-démographique			Âge, Sexe, Situation matrimoniale, Ethnie Caste, Religion, Lieu de résidence
Qui ? Quand ? Où ?			
Diagnostic des activités du marché	**Production**	Type d'activité	Commerce, grossiste, demi-gros, détaillant…
		Nature de l'activité	Vente de condiments et d'épices, vente de céréales (riz, mil,), vente d'articles divers
		Temps d'activité	Nombre d'heure par jour/semaine
		Mode et organisation de l'activité	Participation de la main d'œuvre (familiale), sexe, âge, niveau d'éducation…
	Reproduction (ménage)	Soins de santé	Cas de malades (-6 mois), Qui ? Quand ? Où ?
		Dépenses alimentaires	Montant
		Approvisionnement en besoins élémentaires	Accès à l'eau, aux vivres, à l'énergie (Qui ? Quand ? Où ?)
		Tâches domestiques (cuisines et ménages)	Qui ? Quand Comment ?
	Représentation en communauté	Organisation de fêtes, cérémonies	Activités de groupement Mbootay, GIE, Qui ? Quand ? Comment ?
		Activités politiques locales	Affiliation politique (membre, sympathisant)
Accès et contrôle (gestion)			
Ressources issues du marché	**Ressources économiques ou productives**	Sources des produits en vente Disponibilité du produit vendu	Par saison culturale
		Prix à la vente (3 articles)	Montant à définir par mois, saison
		Type de clients	Consommateur, collecteur, grossiste
		Accessibilité au marché	Mode de Transport
		Fréquence d'accès au marché	Journalier, hebdomadaire, mensuel
		Mobilité	Mini marché villageois, marché hebdomadaire, grands marchés ruraux
		Propriété logistique	Boutiques, cantines, tables
		Coût	Location, patrimoine personnel
		Accès aux revenus	Dépenses familiales, Soins de santé
		Distribution des revenus	Éducation des enfants
	Ressources à l'environnement de production	Mode d'accès au financement	Crédit formel : banque micro crédit, Crédit informel : tontines, crédit usuriers, prêt familial, Qui ? Comment le revenu est géré ?
	Bénéfices	Possessions de biens	Achat de moto, de bijoux

Annexe III – Indicateurs WEAI

Dimensions of Women's Empowerment (WEAI)		WEAI Indicator (Weight)	Dimensions of Market Empowerment (Adapted WEAI)	Market activity Indicators	Survey Questions (Individual level)	Survey modality (data collection)	Data Relevancy for WFP program
1	**Production decision-making**	Input in productive decisions (1/10)	**Market activities & decision-making** in household (buying and selling of food)	Input in trade and commercial decisions	Level of involvement in commercial and consumption decisions (what to buy, sell, or trade for food stuffs)?	Mobile survey (mVAM); Household(HH) survey	Procurement, CV, P4P (Revise VAM Community Market questionnaire): Who sells? Where? When? How often? Seasonality? What price? Why?
		Autonomy in production (1/10)		Relative autonomy in market activities (Agency)	Who decides (you, spouse, or both) what to sell or buy? Who decides how much to sell and what price?	mVAM; HH; market surveys	C&V: How is decision made for transfer expenditures within household? What is preference for transfer modality?
2	**Access to productive resources**	Ownership of assets (1/15); Purchase, sale, or transfer of assets (1/15);	**Access to market resources: information and access** (transportation)	Barriers to Trade: distance, transportation, & resources to access market	Do you experience barriers to trading? Are your market activities limited by physical obstacles (barriers to access e.g. poor roads), time burden, financial or social exclusion (control of market e.g. ID required to register as a trader)?	mVAM; VAM Comm-unity market surveys	CV, P4P, Procurement, R4; Understanding gender issues within local market barriers to trade (fees, quotas or ID documents to access market floor or register sales) and obstacles (transport, IDs, etc.) for consideration in local procurement activities
				Access to and decisions for credit	Which safety issues relate to trading?	Focus group discussion	CV, P4P, Procurement: Would credit or mobile transfer offer more security?
3	**Control over income use**	Control over income & expenditure decisions (1/5)	**Control over market sales and expenditures**	% of income spent in market expenditures	How much input do you have on the use of income generated from your selling? Do you decide what and how much to spend?	Household survey; mVam	Building on Food Expenditure score, by specifying which products decided by whom (associated gender roles)

							To what extent do you feel you have control over the prices for items?
4	**Time allocation (domestic & productive)**	Workload (1/10); Leisure (1/10)	**Time spent in market activities**	% time accessing engaging in market activities	How much time to access market versus dedicated to food production? Purchase? Sale?	Household survey; mVam	Gender roles delineate level of freedom and capabilities of women and men. Market versus household food system activities are considered.
5	**Community leadership**	Group member (1/10) Speaking in public (1/10)	**Collective action**	Participation in trading or savings groups, cooperatives	How do you decide how much to spend on food and what to buy? To what extent do you feel you can receive help from others if you face difficulty when selling?	Focus group discussion	Group membership and collective action can relate to resilience building and indicate opportunities to support and include existing networks, understanding power relations, in planning interventions
OTHER	<u>Other questions related to WFP Programs</u> What is the local market capacity for establishing a local market based response to the food insecurity?		What gender issues are important surrounding access to food in your community?	Which transfer modality preferred? C&V: Mobile transfer, credit at local store, market, etc.	How is decision made for how to spend income and transfers within the household? (Jointly male and female, female, or male)	Household survey; mVam; focus group discussion	CV and ME, Procurement as interventions require better understanding of intra-household gender relations to monitor impact on food security, and also the local market capacity to meet community needs in a more sustainable way than displacing the local market through food assistance

Annexe IV – Autonomie des femmes entrepreneurs : dimensions et indicateurs qualitatifs.

Les indicateurs qualitatifs qui sont déclinés en dessous sont adaptables pour mesurer l'autonomisation des femmes entrepreneurs ou leader d'une organisation féminine. Ils sont applicables à partir d'une grille d'entretien ou de focus de groupe.

- **L'initiative : ensemble d'actions, de choix et de ressources dont les femmes disposent pour mener à bien leur activité économique.**
  - **Estime de soi** : les points à aborder porterons sur le sentiment de soi, le jugement que la femme entrepreneure se fait d'elle-même et des femmes en général, dans le travail, la famille, la belle famille, la société en général.
  - **Éducation** : La place et l'importance de l'éducation dans son parcours et les obstacles rencontrés en tant que femme.
  - **Mobilité physique**
  - **Intégrité physique et mentale**

- **Le structurel : dispositifs institutionnels liés au contexte dans lequel la femme entrepreneur évolue** et qui sont en lien avec ses activités économiques.
  - **Citoyenneté** : la participation en tant que femme dans des activités citoyennes, manifestations collectives (droit des femmes), les questions de santé nutritionnelles, les questions de l'excision etc.
  - **Accès aux droits et à la justice** : sa perception de la justice et du droit dans son milieu et de la question féminine
  - **Accès aux marchés**
  - **Représentation politique**

- **Relationnelle : ensemble de normes régissant sur les relations sociales qui s'imposent dans l'environnement de la femme leader économique.**
  - **Attitudes** dans la négociation, la concurrence dans le marché, les difficultés liées à l'activité économique en tant que femmes.
  - **Tâches domestiques**
  - **Revenu au foyer**

WFP
wfp.org

UNITED STATES AGENCY
USAID
INTERNATIONAL DEVELOPMENT