

# AUTONOMISATION ECONOMIQUE ET SECURITE ALIMENTAIRE

VAM GENRE ET MARCHES NOTE #6



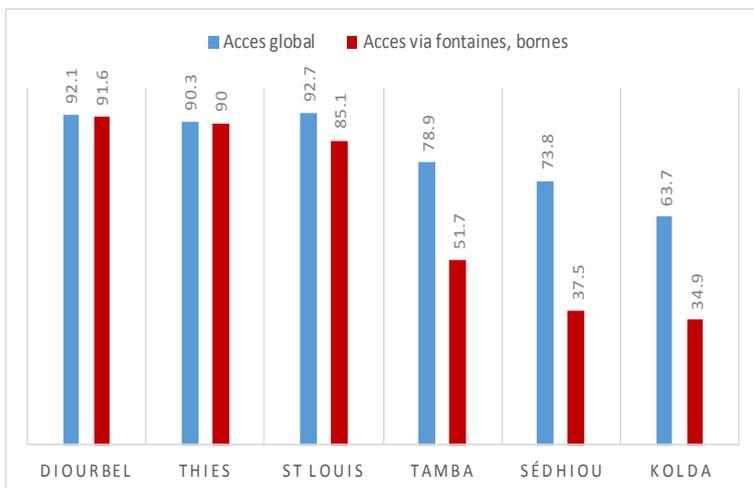
## GENRE ET MARCHÉ AU SÉNÉGAL

### MESSAGES CLEFS :

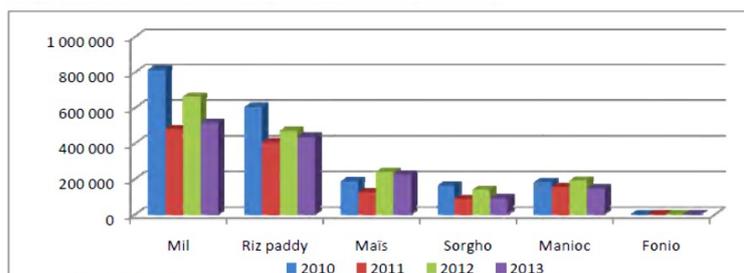
- LES ASSOCIATIONS DE FEMMES CONTRIBUENT DE MANIÈRE SIGNIFICATIVE À L'AUTONOMISATION ÉCONOMIQUE DES FEMMES ET SONT DES INITIATIVES À ENCOURAGER. L'APPARTENANCE À UN GROUPEMENT D'INTÉRÊTS ÉCONOMIQUES (GIE) CONFÈRE AUX FEMMES UN POUVOIR DÉCISIONNEL ALLANT AU-DELÀ DE LEUR FONCTION SOCIALE CLASSIQUE DE FEMMES AU FOYER.
- L'ABSENCE DE DONNÉES VENTILÉES PAR SEXE EST TOUJOURS UNE PRÉOCCUPATION IMPORTANTE, IL EST ATTENDU DU PAM DE DÉVELOPPER DES INDICATEURS DE SUIVI SUR L'AUTONOMISATION DES FEMMES.
- L'ÉTUDE À RÉVÉLÉ QUE DANS CERTAINES COMMUNES, MALGRÈ LEURS REVENUS SOUVENT INFÉRIEURS À CEUX DES HOMMES, LES FEMMES SONT CONTRAINTES À PAYER LE MÊME MONTANT DE COTISATIONS FISCALES QUE LES HOMMES.

GRAPH 1 : POURCENTAGES DES TAUX D'ACCÈS À L'EAU PAR RÉGION AU

SENEGAL



GRAPH 2 : PRODUCTIONS DE L'AGRICULTURE VIVRIÈRE AU SÉNÉGAL (TONNES)



### DES DÉFIS CHRONIQUES À L'AUTONOMISATION DES FEMMES DANS LES MARCHÉS, LES ASSOCIATIONS DE FEMMES COMME PRATIQUES À ENCOURAGER

**LES DÉFIS** auxquels les femmes font face sont relatifs à la transition entre la transformation semi-domestique vers la production de type industrielle. Il existe un défi d'ordre énergétique pour répondre à une demande croissante, et plus spécifiquement à un problème d'accès à l'eau dans certaines localités où l'activité maraîchère est en pleine expansion (Graph.1). Les femmes font également face à des problématiques liées aux normes de qualité des produits, à l'accès au financement et à l'équipement, notamment pour la commercialisation de leur marchandise. L'accès à la formation et à des compétences en gestion présente également un défi majeur, tout comme les mesures d'accompagnement pour renforcer le leadership féminin. Enfin, l'accès à la terre, aux facteurs de productions et aux infrastructures de base demeure un challenge considérable. Dans l'ensemble, leur part dans le marché reste limitée du fait de l'étrécissement de leur périmètre agricole et de la faiblesse des rendements. Les surplus ne leur permettent pas de se positionner sur le marché de manière durable.

**LES GROUPEMENTS D'INTÉRÊTS ÉCONOMIQUE (GIE)** confèrent aux femmes du monde rural un statut faisant d'elles des actrices au cœur du processus de développement communautaire. Parallèlement, elles bénéficient d'un pouvoir décisionnel allant au-delà de leur fonction sociale, classique de femmes au foyer. Ces organisations de femmes sont un facteur essentiel de l'autonomisation des femmes, permettant par exemple de combiner les ressources et de s'approvisionner en grandes quantités. Elles sont aussi en mesure de mutualiser l'utilisation des machines de transformation et de stockage, et de se soutenir mutuellement en termes de compétence et/ou de soutien social/psychologique. Il a été démontré que l'absence d'organisations de femmes dans certaines communautés influait négativement sur l'autonomisation économique de celles-ci. Ceci explique pourquoi le PAM devrait encourager ces associations à se former autour d'activités pertinentes, telles que l'alimentation scolaire.

# GENRE ET MARCHÉ

## AU SENEGAL



© Jenny Matthews

### DONNÉES SUR LE GENRE ET LES MARCHÉS AU SÉNÉGAL\*

€ DE 10 À 65 ANS LES FEMMES GÉNÈRENT DU SURPLUS DOMESTIQUE À HAUTEUR DE 5% DU PIB (2011)

♀ SEUL 9,8% DES TITRES DE PROPRIÉTÉS SONT DÉTENUS PAR DES FEMMES CONTRE 90,2% D'HOMMES

📖 LES FEMMES CONSACRENT ENVIRON 6 FOIS PLUS DE TEMPS AUX ACTIVITÉS DOMESTIQUES QUE LES HOMMES

### PRENDRE ACTION

**OBJECTIF 1 : ADAPTER L'ASSISTANCE ALIMENTAIRE** face aux besoins des différentes couches sociales : hommes, femmes, filles, garçons selon leur besoins et leurs capacités

**OBJECTIF 2 : ÉGALE PARTICIPATION** des hommes et des femmes dans le processus d'implantation des programmes de sécurité alimentaire et nutritionnel aussi bien dans l'évaluation et du suivi des hommes et des femmes

**OBJECTIF 3 : DÉCISION POUR LES FEMMES ET LES FILLES** : Implication des femmes et des filles dans les prises de décision dans les communautés, les ménages au regard des programmes de sécurité alimentaire et nutritionnel

**OBJECTIF 4 : GENRE ET PROTECTION** : l'assistance alimentaire ne doit pas entraver la sécurité, la dignité et l'intégrité des femmes, des hommes, des filles et garçons bénéficiaires et se doit d'être dans leur droit absolu.

[POUR AVOIR ACCÈS À LA POLITIQUE GENRE DU PAM](#)

**LES SOLUTIONS** programmatiques de l'étude précisent la nécessité d'élaborer une grille méthodologique de l'analyse genre et marché. Il existe des points essentiels pour le PAM à améliorer. Des indicateurs de suivis, qu'ils soient quantitatifs ou qualitatifs doivent être développés. Les besoins pratiques des femmes relatifs à l'accès aux ressources doivent être résolus. Il est donc nécessaire d'appuyer les femmes dans l'accès aux ressources et aux facteurs de production, notamment par le biais de partenariats. Enfin, sur le long terme, les femmes doivent pouvoir bénéficier d'un contrôle continu sur leurs ressources. Ceci implique d'avoir accès aux différents marchés, facteurs de productions et appels d'offres du PAM. La promotion d'initiatives nouvelles (marché virtuel: Jiggéen ci Ték) est aussi à mettre en avant. Finalement, articuler les besoins pratiques des femmes et les intérêts stratégiques est crucial.

**EN TERME DE RECOMMANDATIONS**, et pour la réussite des programmes, il est nécessaire d'intégrer la dimension genre dans la planification des outils. Il est également requis de vulgariser auprès des partenaires la question du genre et ses applications. Les équipes sur le terrain doivent être sensibilisées au même titre que les personnes qui élaborent les programmes. Par ailleurs, tous les outils d'évaluation et de suivi doivent être soumis à l'approche genre. L'expertise des associations de femmes transformatrices (GIE) n'est pas négligeable et doit être prise en compte, les initiatives entrepreneuriales émergent sans cesse et sont source d'apprentissage pour le PAM. Le renforcement des partenariats avec le secteur privé et les organisations paysannes féminines est important pour faciliter les échanges et créer un environnement favorable à celles ci.

#### POUR ALLER PLUS LOIN :

Initiative Genre et Marchés : Autonomiser les femmes ouest africaines par le biais de l'assistance alimentaire sur les marchés : <https://resources.vam.wfp.org/node/106>

#### POUR LES DERNIERES INFOS SUR LE SENEGAL :

<http://www1.wfp.org/countries/senegal>

\*La totalité du contenu de ce document est extraite de :

PAM, 2016. Étude de cas Genre et Marchés #6 : Genre et marché au Sénégal SNEEG II, Ministère de la Femme de la Famille et de l'Enfance

**DES COMMENTAIRES ?** : [rbd.vam@wfp.org](mailto:rbd.vam@wfp.org)