

CENTRE DU COMMERCE INTERNATIONAL
CNUCED/GATT



INTERNATIONAL TRADE CENTRE
UNCTAD/GATT

CENTRO DE COMERCIO INTERNACIONAL
UNCTAD/GATT

Original: anglais

CONTRIBUTION DU CENTRE DU COMMERCE INTERNATIONAL
CNUCED/GATT (CCI)
A LA FORMULATION D'UNE PLATEFORME REGIONALE D'ACTION POUR
L'AFRIQUE
INTEGRATION DE LA DIMENSION COMMERCE DANS LES
PROGRAMMES ET
STRATEGIES DE DEVELOPPEMENT DURABLE POUR LE GENRE
FEMININ
PERSPECTIVE REGIONALE

Préparé par le Centre du commerce international CNUCED/GATT (CCI)

pour la

Cinquième Conférence régionale africaine sur les femmes

Dakar, Sénégal - 16/23 novembre 1994

CONTRIBUTION DU CENTRE DU COMMERCE INTERNATIONAL
CNUCED/GATT (CCI)

A LA FORMULATION D'UNE PLATEFORME D'ACTION RÉGIONALE POUR
L'AFRIQUE

INTEGRATION DE LA DIMENSION COMMERCE DANS LES
PROGRAMMES
ET STRATEGIES DE DEVELOPPEMENT DURABLE POUR LE GENRE
FEMININ

PERSPECTIVE REGIONALE

Préparé par le Centre du commerce international CNUCED/GATT (CCI)

pour la

Cinquième Conférence régionale africaine sur les femmes

Dakar, Sénégal - 16/23 novembre 1994

Introduction

Il est communément établi que dans l'ensemble des régions en développement l'environnement socio-économique s'est traduit par la non-reconnaissance de la participation de la femme dans la société et, ce en dépit d'un consensus se référant au rôle qu'elle peut jouer généralement dans le développement.

Depuis le début des années 70, plusieurs gouvernements ont adopté des politiques orientées vers le bien-être de la femme notamment dans les domaines de l'éducation, de l'emploi et de la santé. Toutefois ces politiques n'ont pas couvert les causes premières des inégalités sociales et économiques entre les femmes et les hommes et n'ont pas dégagé l'impact recherché au profit de la femme. Bien que la réflexion sur les conditions des relations entre femmes et hommes excède le cadre de ce document, il est par contre d'ores et déjà intéressant de relever la prise en compte dans l'approche intégrée au développement durable des problèmes à la fois d'ordre social et économique. Il est parallèlement dégagé des réflexions sur l'égalité sociale et du rôle de la femme aux différents niveaux: national, régional et global.

Un élément important de cette approche est la reconnaissance du développement du secteur du commerce extérieur comme vecteur de promotion de l'égalité sociale et du développement économique durable. De prime abord, il est reconnu que le commerce basé sur l'orientation marketing, les stratégies de développement dynamiques ainsi que son expansion n'est pas un but en soi-même mais apporte des moyens de promotion du développement économique et partant du bien-être social.

- l'accès limité à l'information sur les marchés d'exportation et les sources d'approvisionnement à la fois à l'étranger et en Afrique;
- les facilités de crédit insuffisantes sont disponibles pour les femmes entrepreneurs;
- l'absence de cadre légal pour la promotion de la participation de la femme dans le secteur du commerce extérieur.

Au cours des dernières années, le processus de restructuration politique et économique entrepris par un nombre croissant de pays africains a conduit l'adoption de réformes relatives au commerce telles: les mesures de libéralisation du commerce, l'encouragement des investissements privés directs et l'expansion du secteur privé. Ces mesures ont généralement permis l'amélioration des performances économiques, la création d'emplois nouveaux et de revenus. Dans leur ensemble, les pays africains du sud du Sahara ont enregistré une croissance modeste du produit intérieur brut s'élevant à 1,4% en 1993. Cependant des taux plus élevés de croissance ont été obtenus en Ouganda, Lesotho, Malawi et Zambie. Néanmoins les schémas de distribution intérieure de revenus ont conduit à une plus grande inégalité dans la population. Les femmes n'ayant pas pu avoir les mêmes facilités pour accéder au processus de prise de décisions économiques ni aux ressources de production. Il est communément observé que l'écart entre les hommes et les femmes s'est élargi dans ce domaine comme pour entre les riches et les pauvres. Aussi toutes les analyses et discussions se rapportant à la réhabilitation du commerce dans l'économie et la croissance devront évaluer le coût social de la libéralisation du commerce et des réformes adoptées et mentionner clairement que la dimension se rapportant aux femmes devrait être une part intégrante des stratégies et politiques de développement du commerce.

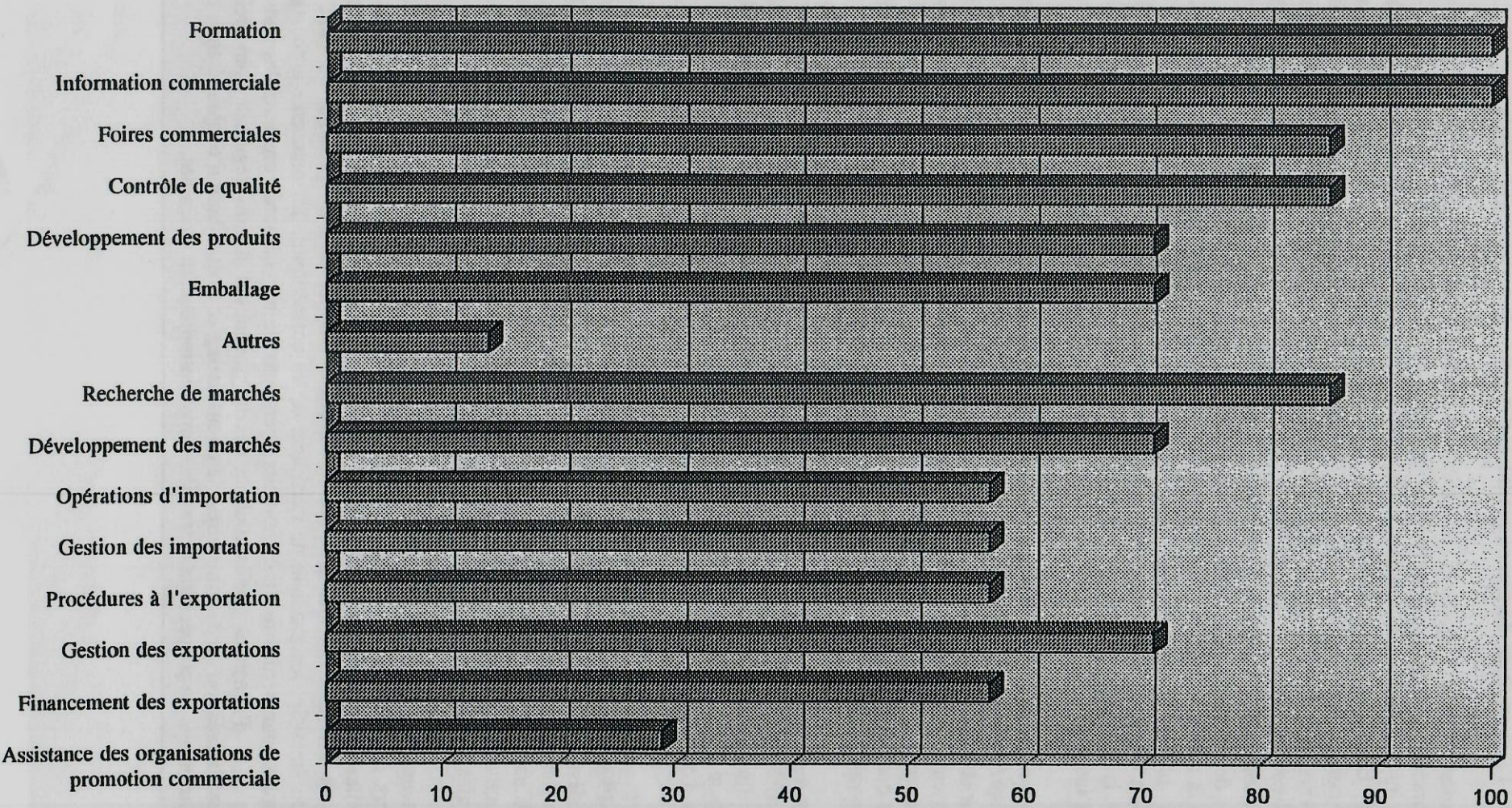
Les femmes entrepreneurs en Afrique: un profil

En 1992, le CCI a entrepris la réalisation d'une étude globale sur la femme dans le développement du commerce: **dispositifs nationaux, associations du secteur des affaires**. Cette étude a été entreprise en vue d'évaluer la situation présente et les besoins de promotion de l'intégration de la femme dans le commerce national, régional et international. En décembre 1993 un volet relatif aux données sur les femmes entrepreneurs a été ajouté à cette étude. L'étude en question a été réalisée alors que les politiques nationales au profit des femmes dans les pays en développement présentent un caractère essentiellement d'ordre social et quand elle inclus également des éléments économiques, ces derniers concernent principalement l'emploi, la production et la gestion dans d'autres domaines que le commerce extérieur. Quant aux plans nationaux de développement, dans une majorité de ces pays, ils accordent une place privilégiée au secteur du commerce extérieur. Ces décalages s'expliquent en partie par l'importance des inégalités sociales subies par les femmes et aussi en raison du fait que les dispositifs institutionnels nationaux (regroupant les femmes) dans ce domaine sont souvent faiblement équipés pour traiter des questions économiques, y inclus les questions se rapportant au commerce. De ce fait ces dispositifs nationaux sont incapables de faire prendre en compte l'intégration de la femme dans la formulation des politiques et stratégies et de planification du développement. De même elles ne sont pas en mesure de contribuer valablement à la formulation de projets et encore moins de prendre part au processus de réalisation des secteurs publics et privés au niveau de base.

Une évaluation à mi-parcours des données régionales de cette étude a permis d'établir le bien fondé des précédentes conclusions obtenues par le biais de l'exécution des programmes nationaux et régionaux du CCI en Afrique. Quelques dispositifs institutionnels nationaux ont défini d'une manière articulée des politiques et des stratégies pour l'intégration de la femme dans le secteur du

Etude globale du CCI sur les associations de femmes d'affaires en Afrique

Besoins identifiés



Comme prévu, les rencontres acheteurs/vendeurs ont ainsi démontré qu'un potentiel très important existait dans le commerce des groupes de produits couverts dans le cadre de la zone d'échanges préférentiels. Bien que la rencontre acheteurs/vendeurs des femmes d'affaires était considérée comme le point de départ pour le développement de relations d'affaires à long terme, un montant important de transactions a été réalisé au cours de la rencontre avec des commandes confirmées dépassant \$US 500.000 et des commandes encore sous négociations atteignant \$US 640.000.

Outre les transactions à l'importation et à l'exportation les participantes ont examiné les possibilités de création de co-entreprises pour la production, la distribution et la commercialisation. C'est ainsi qu'un certain nombre d'accords de production et de distribution ont été réalisés mais aussi plusieurs entreprises féminines ont décidé de diversifier leur production pour compléter la gamme de produits qu'elles offrent et par là mieux faire face à la demande de leurs clients.

Cette rencontre a démontré que l'esprit d'entreprise que représente les femmes de la zone d'échanges préférentiels est d'une importance suffisante pour apporter une contribution significative au processus d'intégration du commerce dans les économies de la sous-région.

Le rôle du commerce et l'esprit d'entreprise

Dans les pays en développement les conditions économiques locales et du marché ne favorisent pas l'accroissement de la production pour différentes raisons, entre autres: l'accès aux moyens de production et le pouvoir d'achat des consommateurs. Cette situation est particulièrement sensible en milieu rural. Une solution durable serait de relier la production aux opportunités offertes par les marchés d'exportation. Ceci est justifié par le fait que le commerce extérieur est un catalyseur pour la croissance économique et l'amélioration du bien-être social. Pour ce faire l'approche consiste à identifier les opportunités d'affaires aux niveaux sous-régional, régional et global et la production de biens et services pour faire face à cette demande potentielle.

Il est généralement considéré que le secteur du commerce extérieur a une incidence importante - dans le renforcement de l'infrastructure technologique - la promotion de l'esprit d'entreprise - le développement des ressources humaines et la distribution de revenus. De nombreux pays africains ont adopté des réformes structurelles importantes dans lesquelles le commerce extérieur occupe un rôle central dont la justification porte sur:

- le commerce extérieur représente une part significative du produit national brut (PNB), les revenus d'exportation en accroissement et les flux d'importation apportant une contribution essentielle aux performances de croissance économique réalisées;
- les marchés nationaux africains, pris individuellement, sont souvent trop étroits pour autoriser des investissements dans des technologies et des productions industrielles de large échelle;
- le secteur du commerce extérieur se prête bien au développement du secteur privé qui lui-même peut stimuler la création d'emplois dans les secteurs formel et informel, l'allègement de la pauvreté par la génération et la distribution de revenus ainsi que le développement rural par le biais de l'organisation de la production en vue de la commercialisation (par exemple: les accords de coopérative, la production à l'exportation de villages);

En général et par définition, les services d'appui au commerce fournissent l'assistance, sous diverses formes, à l'expansion commerciale. Certains de ces services sont eux-mêmes commercialisés, d'autres (un petit nombre) ne le sont pas directement. L'on observe que la demande pour ces services s'accroît avec l'expansion commerciale. Comme la femme continue à être très active dans le secteur du commerce, les efforts pour élargir et améliorer la **prise en compte et l'utilisation** par les femmes de services d'appui au commerce sont nécessaires pour apporter une contribution réelle à une plus grande valorisation de la femme. Quand cela doit l'être, il y a lieu d'améliorer et renforcer la maîtrise par le groupe des femmes de certains aspects qui peuvent leur être favorables. Cela est possible pour les services tels que le financement du commerce, l'emballage, la gestion de la qualité, l'information commerciale et le développement de logiciels, les communications et relations d'affaires. Il sera donc accordé une attention particulière à l'accès à ces services par les femmes.

En conséquence, il est proposé que la plate-forme africaine d'actions recommande des mesures stratégiques aux niveaux national et régional pour le développement d'initiatives en faveur du secteur privé où les femmes entrepreneurs apparaissent à la fois comme bénéficiaires et contributeurs dans le contexte du commerce international, des échanges commerciaux régionaux et du commerce intérieur.

Dans ce cadre une série de mesures, détaillée ci-après devra être prise en vue de créer un environnement favorable pour les entreprises féminines dans le domaine de la production proprement dite et du commerce, aux niveaux régional et national, en assurant à ces dernières activement l'accès:

- à la formation et programmes de renforcement des capacités techniques des institutions de formation dans les domaines tels, entre autres: gestion d'entreprise, marketing à l'exportation, coûts et prix et techniques et opérations d'importation;
- aux services d'appui technique tels que: développement et adaptation de produit, transfert de technologie, contrôle de qualité et emballage et, entre autres, appui et promotion à la création d'un esprit d'entreprendre;
- aux services d'appui aux affaires incluant l'information commerciale, les données sur les flux de marché concernant les marchés-cibles à l'importation et à l'exportation et notamment les opportunités d'affaires. Les organisations de promotion du commerce et les associations d'affaires nationales peuvent jouer un rôle essentiel dans la mise à disposition de services-conseils aussi bien que l'information sur les opportunités d'affaires, les technologies nouvelles et innovations et le renforcement des capacités techniques. Les associations professionnelles d'affaires, quant à elles, peuvent aussi promouvoir les réseaux de contacts et relations d'affaires.
- aux facilités de marketing, particulièrement à l'intention des PME au moyen d'accords d'associations, d'amélioration d'infrastructure et de liaisons avec les marchés extérieurs.

Plus encore, il a y lieu de prendre des mesures pour renforcer la capacité et les moyens des institutions publiques et privées qui sont à la base de la création et de la fourniture des services requis, y inclus les services d'appui au commerce. Il en est de même pour le développement du secteur privé et du renforcement de l'esprit d'entreprise au profit des femmes. Il existe donc des domaines où le rôle de la femme dans la prise de décision économique peut être renforcé d'une manière effective.

- comme le commerce et l'investissement vont de pair, les pays africains devront poursuivre les politiques de libéralisation de l'économie dans le but d'attirer l'investissement étranger nécessaire;
- les rencontres acheteurs/vendeurs devront être organisées d'une manière systématique et régulière et intéresser différents groupes de produits de divers pays.

Les propositions ci-dessous ont été détaillées dans le cadre de la plate-forme d'actions concernant les volets des échanges commerciaux et d'affaires devant être présentée par la ZEP/COMESA - FEMCOM et CCI au cours de la cinquième Conférence régionale pour les femmes en Afrique mais qui sont aussi pertinent pour les trois autres groupements sous-régionaux:

- la plate-forme africaine d'actions devra intégrer la dimension échanges commerciaux comportant des recommandations de mesures de politique aux niveaux national et régional sur les initiatives de développement du secteur privé pour les femmes entrepreneurs agissant dans le commerce extérieur;
- des mesures spécifiques devraient être prises pour créer un environnement favorable aux entreprises, en particulier pour les PME, au niveau national. Les ministres du commerce devraient prendre cette initiative en coopération étroite avec les associations nationales des communautés d'affaires. Au niveau sous-régional, ces mesures devraient être prises par les organisations concernées au niveaux régional et international.

Ces mesures comprennent:

- l'accès amélioré au crédit des institutions de crédit (ex: schémas de crédit et d'assurance crédit à l'exportation) et des facilités pour assister les PME dans la préparation des dossiers nécessaires pour obtenir les prêts;
- le lancement des programmes de formation et de développement de ressources humaines pour les opérations de commerce extérieur au profit des personnels des PME;
- la mise à disposition de services d'appui technique, dans le contexte de programmes de promotion du commerce aux niveaux national et régional. Ces services concernent entre autres: l'adaptation et le développement de produits, le transfert de technologies, le contrôle de qualité et l'emballage et ce dans le cadre de plans d'actions pertinents;
- cibler l'intervention auprès des femmes d'affaires quand il s'agit de lancer une campagne pour l'emploi de services d'appui au commerce, incluant l'information commerciale, les données sur les marchés et les opportunités d'affaires;
- créer au niveau des organisations de promotion et des associations de communautés d'affaires nationales une capacité effective de soutien au moyen de services/conseils tels que: ceux en information sur les opportunités d'affaires sur les marchés, les technologies et innovations et le développement de capacités techniques. Les institutions publiques et privées se trouvent à la base de la création et de la mise à disposition des services requis pour le développement du secteur privé et de l'esprit d'entreprise au profit des femmes.