GENRE ET MARCHE

Etude de cas VAM - Burkina Faso

RAPPORT Final

Juin 2016

RESUME

« La pleine participation des femmes et des hommes, sur un pied d'égalité, au développement agricole et rural et aux avantages qui en découlent, est indispensable à l'éradication de l'insécurité alimentaire et de la pauvreté rurale et au renforcement du développement agricole et rural »
Organisation des Nations Unies pour l'alimentation et l'agriculture

Paule Elise HENRY / Consultante Genre

SOMMAIRE

ABREVIATIONS/ SIGLES 2

REMERCIEMENTS 3

RESUME 3

1. INTRODUCTION 5

1.1 Contexte de l'étude 5

1.2 Méthodologie 6

2. ROLES DES FEMMES ET DES HOMMES SUR DANS LES MARCHES 9

2.1 Les produits agricoles concernés par les marchés PAM 9

2.2 La division sexuée du travail dans le monde agricole 10

2.3 Les types de marché impliquant les hommes et les femmes 12

2.4 Les marchés du PAM/ P4P 14

3. DEFIS SPECIFIQUES DES FEMMES SUR LES MARCHES 17

3.1 Défis des femmes en amont et en aval de la commercialisation 17

3.2 Défis majeurs des femmes dans la commercialisation des produits agricoles 18

4. INSUFFISANCE DES ANALYSES SUR GENRE ET MARCHE 23

4.1 Analyse des stratégies genre PAM/ VAM 23

4.2 Mesures incitatives prises par le PAM 25

4.3 Leçons des analyses genre et marché du P4P et VAM 26

4.4 Expériences d'autres acteurs sur le marché 28

5 LACUNES ET DEFIS DE L'AUTONOMISATION DES FEMMES 31

5.1 Eléments importants de l'autonomisation des femmes par elles-mêmes 31

5.2 Analyse du mécanisme de suivi genre du VAM et des partenaires d'appuis des OP 38

5.3 Analyse des outils développés par P4P 41

5.4 Analyse des mécanismes de suivi genre des partenaires d'appuis et des OP 48

5.5 Lien avec la stratégie nationale de l'autonomisation des femmes 49

6. SOLUTIONS PROGRAMMATIQUES POSSIBLES 51

6.1 Importance des données désagrégées selon le genre 51

6.2 Besoins pratiques des hommes et des femmes pour un meilleur accès au marché 51

6.3 Intérêts stratégiques des femmes pour un meilleur accès au marche 52

6.4 Conclusion et recommandations 53

ABREVIATIONS/ SIGLES

AFDR : Association Formation Développement Ruralité
CEDEF : Convention pour l'Elimination de toutes les Formes de Discriminations à l'Egard des Femmes
CEDEAO : Communauté Economique des Etats de l'Afrique de l'Ouest
CILSS : Comité Permanent Inter Etats de Lutte contre la Sécheresse dans le Sahel
CIRB : Comité Interprofessionnel du Riz du Burkina Faso
CPSA : Comité de Prévision de la Situation Alimentaire et Nutritionnelle
CPF : Confédération Paysanne du Faso
CONASUR : Conseil National des Secours d'Urgence et de Réhabilitation
CT-CNSA : Comité Technique du Conseil National de Sécurité Alimentaire
DGESS : Direction Générale des Etudes et des Statistiques Sectorielles
DSS : Direction des Statistiques Sectorielles
EDS : Enquête Démographique de Santé
EPA : Enquête Permanente Agricole
FAARF : Fonds d'Appui aux Activités Rémunératrices des Femmes
FAO : Organisation des Nations-Unies pour l'Alimentation et l'Agriculture
FAPE : Fonds d'Appui à la Promotion de l'Emploi
FASI : Fonds d'Appui au Secteur Informel
FEPAB: Fédération des Professionnelles Agricoles du Burkina
FEWS NET: Famine Early Warning System Network
FNZ : Fédération Nian Zwe
GTP : Groupe de Travail Pluridisciplinaire
HEA : Household Economy Approch : Analyse de l'économie des ménages
IMSA : Innovation et Mobilisation pour la Sécurité Alimentaire
MASA : Ministère de l'Agriculture et de la Sécurité Alimentaire
MAAH : Ministère de l'Agriculture et des Aménagements Hydrauliques
MAG : Malnutrition Aigüe Globale
OASA : Opération d'Appui à la Sécurité Alimentaire
ONG : Organisation non Gouvernementale
OXFAM: Oxford committee for Famine relief
PAM : Programme Alimentaire Mondial
PFNL : Produits Forestiers Non Ligneux
P4P : Purchase for Progress (Achat au service du Progrès)
PNSAN : Politique Nationale de Sécurité Alimentaire
PNSR : Programme National du Secteur Rural
PNUD : Programme des Nations Unies pour le Développement
PTF : Partenaire Technique et Financier
RGA : Recensement Général de l'Agriculture
RVCC : Réseau de Veille sur la Commercialisation des Céréales
SIM : Système d'Information des Marchés
SISA : Système d'Information sur la Sécurité Alimentaire
SISANAP : Service de l'Information sur la Sécurité Alimentaire et Nutritionnelle et de l'Alerte Précoce
SONAGESS : Société Nationale de Gestion du Stock de Sécurité alimentaire
TCBC : Taux de Couverture des Besoins Céréaliers
VAM: Vulnerability Analysis and Mapping Unit
VAMU : Vulnérabilité Alimentaire en Milieu Urbain
UGCPA : Union des Groupements de Commercialisation de Produits Agricoles
UNFPA : Fonds des Nations Unies pour la Population
UPPA: Union Provinciale des Professionnels Agricoles
UTL : Unité de Transformation Laitière
USAID: United State Agency for International Development
ZOME: Zone de Moyens d'existence

REMERCIEMENTS

La consultante tient à remercier toutes les personnes ressources rencontrées dans le cadre de ce mandat qui ont bien voulu partager leur temps, leurs expériences et la documentation disponible afin d'éclairer la réflexion.

Elle remercie également toutes les personnes qui ont renseigné les guides et questionnaires développés pour répondre aux besoins d'informations.

Un sincère remerciement aux responsables et aux membres, femmes et hommes des Organisations Paysannes (OP) pour leur disponibilité et la qualité des échanges.

Aux vendeuses et vendeurs de céréales sur les marchés, nous souhaitons de bonnes opérations de vente de leurs produits.

Merci aux équipes de Vulnerability Analysis and Mapping Unit (VAM) et Achats au service du Progrès (P4P) du PAM Burkina-Faso et Dakar pour leur confiance, leur accompagnement et leur disponibilité ayant facilité la réalisation de ce mandat.

Enfin, merci aux personnels de soutien qui ont assuré nos déplacements et notre sécurité lors de nos missions sur le terrain.

RESUME

Le bureau régional du Programme Alimentaire Mondial (PAM) pour l'Afrique de l'Ouest a lancé une initiative régionale sur le genre et l'assistance alimentaire basée sur le marché sous la direction technique de l'unité régionale Vulnerability Analysis and Mapping (VAM). A ce titre, l'étude de cas pour le Burkina Faso devait répondre à cinq grandes questions de recherche. La synthèse des réponses à ces questions donne les éclairages suivants.

Le rôle et la place des femmes et des hommes sur le marché différenciés selon le genre. Les quantités des produits agricoles mises sur le marché sont plus importantes pour les hommes que pour les femmes. Le statut de commerçant (grossistes ou semi grossistes) est conféré davantage aux hommes. Les femmes sont plus présentes dans la vente des produits au détail et dans les marchés locaux à proximité du lieu de résidence. La qualité des produits mis sur le marché est largement reconnue aux femmes.

Les défis spécifiques auxquelles les femmes sont confrontées pour leur inclusion économique dans la commercialisation de produits agricoles sont liés aux moyens financiers pour maintenir et/ou agrandir leur commerce ; au transport dont l'accès reste limité pour convoyer les produits agricoles au marché (avec une garantie de qualité) ou se déplacer pour la collecte des produits dans les villages environnants ; l'accès aux infrastructures et équipements de stockage adaptés à leur besoin ; la charge de travail des femmes et la gestion du temps entre travaux domestiques et activité commerciale ; la mobilité des femmes contrôlée par les hommes, etc.

Les limites (lacunes) en matière de genre dans les interventions basées sur le marché et dans l'analyse des marchés du PAM. Au-delà des situations d'urgence et d'assistance ponctuelle, la perspective genre et le changement des comportements, des normes et pratiques sociales demandent du temps et des stratégies adaptées de concertation inter acteurs et de plaidoyer avec les décideurs. La prise en compte des questions de genre au VAM est visible à travers le dispositif de suivi de la situation alimentaire et nutritionnelle et de l'alerte précoce. Mais des efforts restent à faire pour affiner les analyses. Les outils de collecte des données demandent aussi à être complétés.

Les lacunes et les défis actuels de l'autonomisation des femmes dans le domaine des marchés des produits agricoles. Cette problématique reste encore assez peu visible pour le PAM. Il n'existe pas d'outils systématiques pour mesure l'autonomisation des femmes au PAM. La réflexion est juste amorcée et devrait se poursuivre pour affiner les méthodologies, les outils de suivi et de collecte des informations afin de répondre aux objectifs de la politique genre du PAM.

Les solutions possibles pour relever les défis et combler les lacunes identifiées en matière de besoin d'information pour améliorer les analyses de genre dans le domaine de la commercialisation des produits agricoles sont de (1) Poursuivre le rôle de plaidoyer, l'influence des politiques agricoles et de sécurité alimentaire (2) Poursuivre le renforcement des capacités organisationnelles des OP et stratégiques des femmes avec une responsabilité genre du PAM rendue plus opérationnelle (3) Accroître l'accès des femmes aux ressources productives, au capital financier et aux marchés au travers des initiatives et mesures incitatives innovantes (4) Soutenir la création ou la dynamisation des services de soutien agricole sensibles au genre et de partenariats dynamiques inter-acteurs engagés dans la réduction des inégalités de genre dans le domaine de la commercialisation des produits agricoles. (5) Renseigner la problématique de l'autonomisation des femmes en lien avec le marché et combler les informations manquantes.

1. INTRODUCTION

1.1 Contexte de l'étude

Le bureau régional du Programme Alimentaire Mondial (PAM) pour l'Afrique de l'Ouest a lancé une initiative régionale sur le genre et l'assistance alimentaire basée sur le marché sous la direction technique de l'unité régionale Vulnerability Analysis and Mapping (VAM). Le projet permettra de renforcer les liens entre l'analyse du genre et les évaluations de marchés et permettra au PAM et à ses partenaires de mieux concevoir et exécuter les interventions axées sur les marchés avec des objectifs explicites d'égalité des sexes.

Des études et références intéressantes existent sur l'analyse des flux des produits commerciaux au niveau interne et transfrontalier, sur la structuration des prix, sur l'offre et la demande des produits, sur la sécurité alimentaire et la disponibilité des céréales, etc. Mais toutes ces études sont généralement neutres au genre. Les informations disponibles sont rarement désagrégées et sexo spécifiques pour rendre compte des spécificités de genre. La présente étude est exploratoire car cette thématique est faiblement documentée avec une quasi- absence de données statistiques sur le rôle et la place des femmes sur le marché des produits agricoles. Il est donc difficile à l'heure actuelle d'avoir une idée précise sur la question. Néanmoins, en partant d'expériences localisées au niveau national, il est intéressant de mener la réflexion afin de partager au niveau national les besoins d'information clé qui pourraient aider à mieux appréhender cette réalité.

Mais quel est l'intérêt d'une telle réflexion et qu'est ce qui change avec la perspective genre ? En répondant à cette préoccupation, il sera plus facile et judicieux d'augmenter la prise de conscience des femmes d'abord sur la valorisation de leur rôle dans la chaîne de valeur des filières agricoles ; des hommes sur l'investissement « énergie- temps de travail » et responsabilités des femmes dans ses différents rôles (productif, reproductif, politique) ; des partenaires d'appui et des décideurs pour des choix stratégiques éclairés qui visent un meilleur équilibre social et plus d'autonomie pour les femmes.

Afin de mieux appréhender la problématique « genre et marché » comme étude de cas, le champ de notre étude sur la notion de marché a été circonscrit. En se référant, à l'étude PAM-CIRAD (2012)[1] , le marché peut être perçu comme un « objet » (espace, lieu, débouché) ou comme un « processus » qui renvoie à un mécanisme de coordination entre plusieurs acteurs pour déterminer les prix des produits. Il existe au moins quatre formes de marchés (les marchés porte à porte ou bord champs, les bourses céréalières, les marchés institutionnelles comme SONAGESS, PAM, P4P, Croix Rouge, etc., les marchés physiques), où les femmes et les hommes peuvent se retrouver de diverses façons, selon différentes modalités dans le cadre d'échanges des produits agricoles. Dans ces différentes formes de marché, la participation des femmes est plus ou moins visible (point 2). De même son statut d'actrice dans ces marchés sera variable et fonction de paramètre plus ou moins contraignants (point 3). Les besoins d'informations susceptibles de renseigner cette problématique et les dispositifs d'appui en place devraient être améliorés (points 4 et 5), enfin des solutions programmatiques pour relever les défis des questions de recherche seront proposées (point 6).

[1] Etude sur les relations entre marchés et sécurité alimentaire au Burkina Faso, assez neutre au genre.

1.2 Méthodologie

La méthodologie proposée est axée sur les cinq principales questions de recherche définies dans les Termes de Références (TdR)[2].

1.2.1 Cinq principales questions de recherche

Quels sont les rôles des femmes et des hommes dans la commercialisation de produits agricoles au Burkina Faso, plus spécifiquement : Quelle est la place, l'envergure, l'importance de ces produits agricoles au Burkina Faso ? Le rôle et la place des femmes et des hommes seront mis en exergue pour comprendre le niveau d'implication selon le genre et les modes d'organisation qui sous-tendent les grandes activités dans le processus de mise sur le marché des produits agricoles.

Quels sont les défis spécifiques auxquelles les femmes sont confrontées pour leur inclusion économique dans la commercialisation de produits agricoles? Les femmes auront l'occasion de s'exprimer sur les défis majeurs par ordre d'importance en comparaison avec ceux des hommes et en même temps, ouvrir des pistes de réflexions pour Pour trouver des solutions

Quelles sont les limites (lacunes) en matière du genre dans les interventions basées sur le marché et dans l'analyse des marchés du PAM? Les orientations actuelles du VAM seront analysées pour rendre compte de la situation d'analyse de genre, desétudes/ évaluations sur le marché en lien avec le genre, les produits (appui, outils, études) du VAM et du P4P qui serviront d'input pour ces analyses.

Quels sont les lacunes et les défis actuels dans le suivi de l'autonomisation des femmes dans le domaine des marchés des produits agricoles ? Une analyse des mécanismes de suivi du VAM et des partenaires d'appui aux OP sera faite avec chaque acteur concerné. Il s'agira de se questionner sur la fonctionnalité des mécanismes mis en place, ldes outils et méthodes développés pour accompagner les femmes vers une autonomisation.

Quelles sont les solutions possibles pour relever les défis et combler les lacunes identifiées en matière de besoin d'information pour améliorer les analyses de genre dans le domaine de la commercialisation des produits agricoles ?

1.2.2. Principales étapes de la recherche

Au plan opérationnel, quatre grandes étapes ont été retenues pour conduire ce mandat.

Etape 1 : Cadrage et revue documentaire

A cette étape, les principales activités suivantes ont été menées :

- *La réunion de cadrage avec le coordonnateur du P4P et le responsables du VAM - Burkina* pour s'accorder sur les termes de référence, les attentes des mandants, la méthodologie proposée, les acteurs clé à rencontrer et les besoins programmés documentaires. Une liste des partenaires clé et personnes ressources à rencontrer a été établie de commun accord et les prises de rendez-vous avec les partenaires institutionnels facilités par le VAM et le P4P.
- *Une revue documentaire*[3] a permis d'affiner la méthodologie et les questions de recherche avec l'appui de l'unité VAM au niveau régional. Des recherches complémentaires ont permis

[2] Cf. Annexe 1 : TDR de l'étude
[3] Cf. Annexe 2 : Liste des documents consultés

d'exploiter les études, évaluations et réflexions sur la thématique auprès des partenaires institutionnels et/ou de personnes ressources rencontrées.

- *Des entretiens ciblés avec les équipes du PAM* (VAM, P4P, C&V, S&E, Points focaux genre) ont également été réalisés. L'expérience de P4P a servi de base pour les analyses « genre et marché ». Les indicateurs VAM ont été récoltés et analysés pour identifier les défis auxquels le VAM est confronté pour récolter, traiter et analyser les données genre manquantes. Par la même occasion, les outils disponibles, les rapports d'études ou évaluations, les notes techniques genre et marché, etc. ont été exploités.
- *Des entretiens avec quelques partenaires institutionnels du VAM et du P4P* ont été menés pour échanger sur les stratégies genre développées en lien avec les questions d'autonomisation des femmes dans le domaine de la commercialisation des produits agricoles.

Etape 2 : Investigation terrain

A cette étape, la consultante a travaillé en collaboration avec le VAM- Dakar et Ouaga sur les aspects suivants :

- *Affinement méthodologique et conception des outils de collecte*[4] des informations pour répondre aux 5 questions de recherche et partager avec les responsables du VAM et du P4P. Des guides d'entretiens ciblés (individuel), des guides pour l'animation de focus femmes et de focus hommes et un Questionnaire Marché ont été élaborés pour la collecte des informations quantitatives et qualitatives afin d'illustrer les propos et réalités des femmes et des hommes engagés dans la commercialisation des produits agricoles.
- *Les investigations terrain* ont permis de toucher différentes catégories d'acteurs :
    - un échantillon de 4 organisations paysannes (OP)[5] soutenues par le P4P comme porte d'en entrées r pour tester les outils et permettre d'avoir des éléments pour la collecte d'informations complémentaires utiles à l'analyse genre et marché. Il s'agit de l'AFDR au Nord, de FNZ au Centre Ouest, de l'UGCPA dans la Boucle du Mouhoun et de l'UPPA- Houet dans les Hauts Bassins. Le choix des personnes à enquêter a été aléatoire à partir des cibles des focus et des vendeuses – vendeurs sur le marché des localités visitées. Un questionnaire adapté du VAM-Régional a été testé et administré auprès d'une soixantaine d'enquêté-e-s. Les données collectées viennent en complément desinformations des focus groupes (femmes et hommes) pour illustrer les réalités terrain sur la place des femmes et des hommes sur le marché et le niveau d'autonomie des femmes dans la commercialisation des produits agricoles ;
    - les responsables des OP et les responsables de suivi-évaluation des projets mis en œuvre dans ces OP ont été rencontrés pour échanger sur les outils en place et les contraintes spécifiques liées à la collecte des données relatives à la mesure de l'autonomisation économique des femmes.

Au total 201 personnes ont été consultées[6] dans le cadre de ce mandat avec 53 % de femmes.

Etape 3 : Analyse des informations collectées

Les données collectées sur le terrain ont été traitées et ont permis une triangulation des informations pour l'analyse. Un *rapport provisoire* a été produit puis transmis au commanditaire pour commentaires et suggestions. Les amendements ont servi d'input pour améliorer le contenu du rapport final à l'étape 4.

[4] Cf. Annexe 4 : Liste des outils de collecte des données.

[5] Ces OP ont été retenues pour tenir compte des critères suivants : type de spéculation (mais, niébé, sorgho, riz), envergure/poids des femmes, ancien/nouveau partenaires du P4P/PAM.

[6] Cf. Annexe 3 : Liste des personnes rencontrées.

Etape 4 : Production des rapports
Les grands résultats de l'étude ont été donnés

lors de l'Atelier Régional organisé par le Bureau Régional du PAM à Dakar les 14 et 15 juin 2016 (programme en annexe 7). La thématique retenue portait sur « analyse de genre, autonomisation et actions humanitaires en Afrique de l'Ouest » et a été présentée

par la responsable genre au Siège du PAM à Rome. Cet atelier a regroupé une quarantaine de participant-e-s. Les expériences des études pays du Burkina Faso, du Cameroun, du Mali, du Niger, du Sénégal, et du Tchad ont fait l'objet de présentation et d'échanges enrichissants.

Le rapport final résumant tous les résultats et l'analyse pour répondre aux questions de recherche et notamment des recommandations a été achevé suite à cet atelier de Dakar. Des annexes sont intégrées au rapport.

1.2.3 Limites de l'étude

Au regard du caractère relativement nouveau de la thématique « genre et marché » en lien avec la problématique de l'autonomisation économique des femmes, la recherche d'informations n'a pas été aisée. De plus, les données statistiques et sexo spécifiques sur la mise en marché des produits agricoles restent assez parcellaires et les études récentes sur la sécurité alimentaire qui abordent les questions de marchés sont neutres au genre.

Appréhender auprès des vendeuses et vendeurs de céréales les quantités mises en marché et les questions liées aux prises de décisions (stratégiques) sur leurs activités de commercialisation demande une mise en confiance et du temps pour des échanges individuels. Ce domaine est très sensible. Les informations collectées donnent une première idée des réalités, mais des études plus approfondies devraient être menées pour cerner tous les enjeux de cette problématique.

La diversité des unités locales (plats, boites, sacs, etc.) de mesure sur les marchés ne facilite pas l'appréciation des quantités réellement vendues sur les marchés.

Enfin, les outils de suivi- évaluation, les indicateurs et les approches pour mesurer le niveau d'autonomie économique des femmes commencent seulement à se développer aux travers d'initiatives de partenaires d'appui au monde rural aux côtés des décideurs politiques. La réflexion reste ouverte sur cette problématique.

Ce rapport est organisé autour de six grandes parties (avec la première partie introduction)comme qu'il suit:

- La deuxième partie donne un aperçu des rôles des femmes et des hommes dans les marchés/la commercialisation de produits agricoles au Burkina Faso.
- La troisième partie aborde les défis spécifiques des femmes sur le marché des produits agricoles.
- La quatrième partie présente les faiblesses des analyses Genre et Marché.
- La cinquième partie traite des lacunes et défis dans le suivi de l'autonomisation économique des femmes.
- Enfin, la sixième partie esquisse des pistes de solutions programmatiques possibles pour relever les défis des besoins d'information et de collecte pour l'analyse genre de marché.
- Des annexes complètent ce rapport.

2. ROLES DES FEMMES ET DES HOMMES SUR LE MARCHE

La population agricole du Burkina Faso a été estimée au Recensement Général de l'Agriculture à 13 098 679 habitants en 2008[7]elle estconstituée de 52% de femmes. Les chefs de ménages agricoles sont majoritairement des hommes. En effet, plus de 90% des ménages agricoles sont sous la responsabilité des hommes. L'âge moyen des chefs de ménage est de 47 ans pour les hommes et 50 ans pour les femmes. La population active agricole est très jeune avec près de 71.5% de personnes qui ont moins de 25 ans.

L'économie burkinabè repose essentiellement sur l'agriculture et l'élevage qui contribuent pour 37,2 % au Produit Intérieur Brut du pays. L'élevage est plus pratiqué par les hommes que par les femmes (52.8%). Plus de 90 % de la population vivant en milieu rural tire ses moyens de subsistance de l'exploitation de la terre et des autres ressources naturelles de l'environnement (eau, forêts, pâturages).

La contribution des revenus par type d'activité révèle que les activités non agricoles contribuent le plus au revenu global (64% des ménages). On note qu'au niveau du revenu global des femmes, les activités agricoles contribuent à 40% et les revenus non agricoles à 60%.

Le rôle des femmes dans le secteur agricole n'est plus à démonter ; elles constituent l'essentiel des acteurs de production, interviennent dans les différents maillons de la production, contribuent efficacement dans la constitution des stocks de production et sont actives dans la transformation et la conservation.

2.1 Les produits agricoles locaux concernés par les marchés PAM/Burkina -Faso

Dans cette étude l'accent a été mis de façon générale sur les produits agricoles concernés par les marchés du PAM.

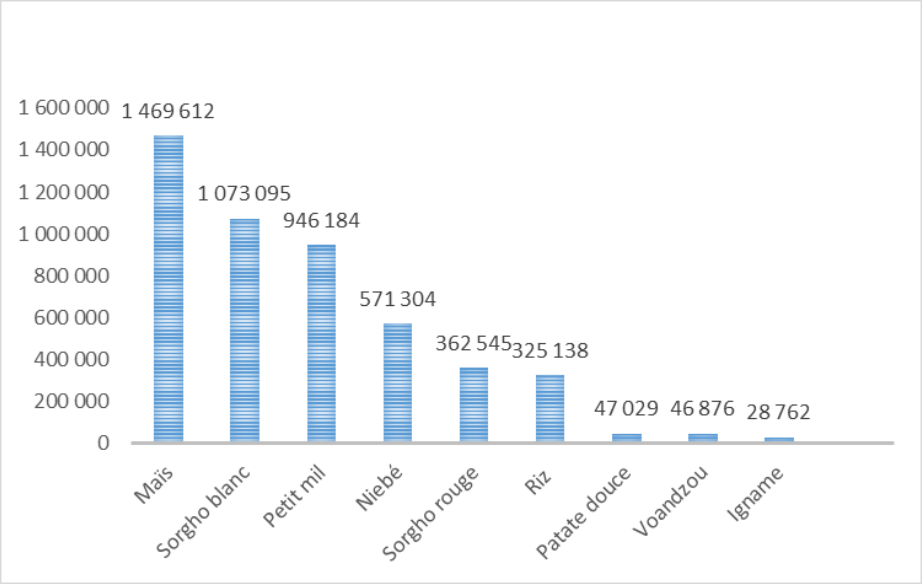
La production définitive nationale des cultures céréalières (mil, maïs, sorgho, riz et fonio) de la présente campagne (2015-2016[8]) est évaluée à 4 189 665 tonnes. Comparée à celle de la campagne 2014/2015 qui était évaluée à 4 469 300 tonnes, elle est en baisse de 6, 26%. Comparée à la moyenne quinquennale, elle enregistre également une baisse de 6,75%. L'analyse par culture montre que cette évolution négative de la production céréalière cache des disparités. En menant une analyse spatiale de la production céréalière, seulement trois (03) régions sur les treize (13) que compte le pays connaissent une augmentation de leur production céréalière par rapport à la campagne passée. Ces régions sont les Hauts Bassins, le Sahel et la Boucle du Mouhoun. En effet, comparée à la campagne dernière, les régions des Hauts Bassins, du Sahel et de la Boucle du Mouhoun connaissent respectivement une hausse de leur production céréalière de 19, 28%, 18,25% et 03,06%. Les variations positives constatées dans ces trois régions viendraient de la hausse des superficies. En effet, comparée à la campagne passée, les superficies ont accru respectivement de 126,95%, 28,90% et de 12,67% dans les régions du Sahel, des Hauts Bassins et de la Boucle du Mouhoun. Outre la baisse des superficies, d'autres facteurs de perte tels que les inondations, la sécheresse, etc. expliqueraient la baisse quasi généralisée de la production céréalière.

[7] Sources: La population du Burkina Faso au 30/04/2016 a été estimée sur la base du Recensement Générale de la Population et de l'Habitat (RGPH) de 2006. Le taux de croît a été appliqué à la population initiale ce qui a permis d'obtenir une projection au 30 avril 2016. Par cette méthode, la population au 30 avril 2016 est globalement estimée à 18 936 011 habitants.

[8] Direction Générale des Etudes et des Statistiques Sectorielles (Mars 2016): Résultats définitifs de la campagne agricole et de la situation alimentaire et nutritionnelle 2015/2016

De ces analyses, on note que l'agriculture burkinabé demeure une agriculture extensive en ce sens que pour la plupart des spéculations, la baisse des productions est accompagnée de celle des superficies. Les productions du niébé et de patate estimées respectivement à 571 304 tonnes et 47 029 tonnes sont en progression respectivement de 1,52% et 24, 62% par rapport à la campagne passée. Comparée à la moyenne des cinq dernières années, le niébé enregistre une hausse de 1% alors que la patate est en baisse de 55,69%. Au niveau national, la culture la plus affectée par les inondations est le sorgho rouge avec 17,3% des superficies des parcelles de sorgho soit 53 586,3 ha. (Source: DGESS/MAAH, mars 2016)

Graphique 1 : Volumes de la production céréalière et vivrières 2015- 2016



Source: DGESS/MAAH, mars 2016 : Résultats définitifs de la campagne agricole et la situation alimentaire et nutritionnelle 2015-2016

Le sorgho constitue la première culture céréalière en termes de superficie au Burkina, suivi du mil, du maïs, du riz et du fonio. Le riz est présent dans toutes les régions, mais son importance est liée à celle des superficies aménagées. Ainsi, les régions de la Boucle du Mouhoun avec la vallée du Sourou, les Hauts-Bassins avec la vallée du Kou et le périmètre de Banzon, les Cascades avec les périmètres de Karfiguela et de Douna et le Centre-Est avec les périmètres de Bagré disposent des plus grandes superficies rizicoles au Burkina Faso avec plus de 10 000 ha chacune.

2.2 La division sexuée du travail dans le monde agricole

Le rôle des femmes dans le secteur agricole est très important. En effet, selon les chiffres de l'EDS 2010, 98 % des femmes travaillent dans le champ familial, 89,7 % possèdent des champs individuels de faible superficie (0.5 et 1ha) et 42,7% sont propriétaires d'animaux. Cela est variable en fonction des ethnies avec une influence de la religion et de l'économie de la zone. Cette diversité s'observe surtout au niveau de la production agricole et de l'élevage. Elle se présente sous trois cas de figure en agriculture, selon l'étude thématique du RGA[9] :

[9] Etude thématique RGA 2008 : « Importance de la contribution des femmes dans les activités agricoles et besoins en statistiques différenciées par sexe »

- Cas1 : Les femmes exécutent tous les travaux culturaux sur le champ familial en même temps qu'elles exploitent des parcelles personnelles de cultures vivrières (mil, sorgho, riz, arachide, niébé, gombo...). C'est le cas des Mossi, Samo, Bwaba, Gourmantché, Gouin, Turka.... Cependant, si chez les quatre premiers, les maris et les autres hommes sont présents sur l'exploitation de façon déterminante, chez les Turka et les Gouin, après le mariage, ce sont surtout les femmes qui doivent travailler pour rembourser la dot payée par le mari. Par conséquent, les rapports sociaux de genre et la quête d'autonomie des femmes seront variables du fait du pouvoir de décision de l'homme et des capacités des femmes à faire face à l'autorité du chef de ménage, également chef de l'exploitation familiale.
- Cas 2 : Les femmes exécutent certains travaux culturaux sur le champ familial. Elles ont également leurs champs personnels de cultures vivrières. On retrouve dans ce cas : les Bobo, les Gourounsi et certains Sénoufo qui effectuent les semis, les travaux d'entretien, les récoltes mais pas le labour. Chez les lobi et les Dagara où la technique de culture sur butte est une affaire d'hommes, les femmes interviennent au niveau du semis et de la récolte. L'introduction de la culture du coton qui nécessitait beaucoup de main-d'œuvre a entraîné une plus grande implication des femmes Dagara par le biais de la sensibilisation lors des prêches et le contact avec les migrants mossi.

- Cas 3 : Les femmes n'interviennent pas dans le champ familial. Certaines ont des champs personnels (Dafing, Bella, Rimaibé, certains peulh...), d'autres ne cultivent pas du tout. Notons que certaines cultures telles que le riz, sont réservées aux femmes dans certaines ethnies (Bissa, Goin...). Le semis chez les Lobi et les Dagara est uniquement du domaine des femmes, comme le démariage chez les peuhls.

Quel que soit, les cas, les produits du ***champ personnel des femmes servent d'appoint à l'alimentation familiale ou sont vendus pour assurer d'autres dépenses*** (habillement, condiments, ...). C'est donc dans cette réserve personnelle sous le contrôle de la femme que la constitution des stocks pour la commercialisation des céréales s'observe. Ce sont les surplus qui auront pu être collectés par les femmes qui entre dans le circuit de la commercialisation. Surplus ou non, la commercialisation est une fonction quasi obligatoire pour les ménages. En effet, il arrive que les femmes et/ou les hommes soient contraints à un moment de l'année ou pour des raisons de contraintes familiales urgentes de vendre une partie de leur production à des prix moins rémunérateurs. Les autres activités agricoles exercées par les femmes sont la transformation des produits agroalimentaires et des produits forestiers non ligneux (PFNL) autrefois exclusivement réservée aux femmes dans la tradition, la conservation et la commercialisation des produits agricoles.

Tableau 1 : Exemple du profil des activités/division du travail dans la production et l'exploitation familiale

Activités	Femmes	Hommes	Filles ou Garçons	Focus femmes FNZ
Récolte/arracher- creuser	++	++	+	Toute la famille
MO Récolte	+++		+	MO est nécessaire pour enlever les gousses au champ
lesgousses aux champs	MO			Hommes consomment mais ne participent pas à cette activité=Manque de temps
Battre pour enlever le riz	++	++	++	
Séchage	+++		+	Femme aidée par ses enfants
Triage	+++			Femme aidée par ses enfants
Etuvage	+++			Femme aidée par ses enfants
Conditionnement	+++		+	Les enfants aident leur maman à mettre dans les sacs. Les petites quantités ne nécessitent pas l'aide du mari
Stockage	+++			La femme stocke dans sa maison
Commercialisation : recherche de marché Les hommes sont impliqués	++ +++	++		La femme vend si elle veut garder son champ ; l'homme vend l'arachide précoce -vente du riz de cuisson appartenant aux femmes
Utilisation revenus	++	++		Revenus présentés à l'homme : emprunt sans remboursement ; donner une partie au mari pour garantir le champ Collaboration pour vendre à prix en grande quantité
Achat de semences	+++			Achat semences, habits, santé

Sources : Enquête terrain mai 2016/ Focus femmes-FNZ

2.3 Les types de marché impliquant les hommes et les femmes

La commercialisation des produits agricoles était une activité traditionnellement réservée aux femmes. En effet, dans la tradition, c'est la femme qui assurait la commercialisation des produits agricoles pour son compte et pour le compte des autres membres de la famille ou à la demande. Même quand les hommes commercialisaient les produits agricoles, ils sollicitaient les services des femmes qui assuraient la collecte ; eux se chargeaient du transport jusqu'au point de commercialisation où ils sollicitaient à nouveau les services d'une femme pour la vente. Dans certaines localités du pays cela se passe toujours ainsi. Il y a des femmes qui vont au marché pour monnayer leurs services aux commerçants. Elles deviennent ainsi des « employées » du commerçant. Avec l'évolution des instruments de mesure (tine, plats), la grande tendance est la supplantation des femmes par les hommes. Ce qui explique en partie pourquoi, les femmes restent confinées au petit commerce par manque de fonds mais aussi à cause des pesanteurs socioculturelles. Son rayon d'action étant limité au marché du village et aux environs proches. Quelques pionnières commencent à s'illustrer dans le commerce sur grande distance. Les groupements féminins avec les différents appuis financiers sont également des cadres de développement de ces activités de commercialisation.

2.3.1 Produits agricoles les plus commercialisés par les femmes et les hommes

Les femmes commercialisent les produits agricoles provenant de leur lopin de terre. Cette production est diversifiée et variable selon les localités, les habitudes alimentaires, les superficies emblavées, la demande ou l'existence de marché potentiel. Par exemple au Yatenga, les femmes commercialisent plus les cultures vivrières et les oléagineux (Niébé, arachide, Vouandzou) tandis qu'à Bobo et à Léo en plus de ces oléagineux, les femmes commercialisent les céréales (mais, sorgho, petit mil) et des légumineuses. A Tangaye et certainement dans d'autres villages du Burkina, il est mal vu de voir une femme vendre des céréales au marché (elle pourrait être accusée de vendre les céréales du grenier de son époux). En effet, la vente de céréales sur ces marchés est l'affaire des hommes, les femmes vendent leur production soit à domicile soit aux commerçants les jours de marché. Ce qui n'est pas le cas à Léo, Bobo ou Dédougou ou les femmes s'investissent davantage dans le commerce des céréales. Elles sillonnent les villages environnant pour acheter les céréales en vue de les revendre dans les grandes agglomérations.

La différence des produits agricoles commercialisés par les hommes et les femmes résident plus dans les quantités vendues que dans les types de spéculation de façon générale. Alors que les hommes, vendent les céréales dans des sacs de 100kg ou les tines (grossistes et demi grossistes), les femmes vendent de petites quantités, tines, plat (cf. photo) (détaillant). C'est essentiellement là où réside la différence entre homme et femme qui s'adonnent à l'activité de commercialisation des produits agricoles. Les produits agricoles les plus vendus par les femmes et les hommes selon les personnes enquêtées sont présentés dans le tableau ci-dessous.

Tableau 2 : Produits les plus vendus par ordre d'importance sur les marchés par les femmes et les hommes

Par ordre d'importance	Produits agricoles principalement vendus par les hommes	Produits agricoles principalement vendus par les femmes
1er	Maïs	Maïs
2e	Sorgho	Sorgho
3e	Petit mil	Niebé
4e	Niebé	Arachide

Source : Enquête genre et marche, mai2016

2.3.2 Chaîne de valeur où dominent les femmes

Le développement des chaînes de valeur des filières agricoles est relativement récent au Burkina Faso. Mais il est louable de remarquer que le Ministère de l'Agriculture a développé des plans d'action spécifiques aux filières les plus importantes ces dernières années[10]. Mais le document de stratégie n'intègre pas l'analyse genre, bien qu'il soit mentionné la prédominance des femmes dans certaines filières telles que le niébé, les mangues et l'anacarde. Ce choix stratégique a été réaffirmé dans la déclaration de politique générale du Premier Ministre en janvier 2016, en même temps que l'annonce de la création prochaine d'une banque agricole en vue de résoudre l*a question de la réduction et de la gestion des risques et la mise à disposition des ressources pour financer le développement agricole, c'est-à-dire les crédits d'investissements et les crédits de campagne.*

Le comité de pilotage du Réseau de veille sur la commercialisation des céréales (RVCC) une coalition d'organisations de la société civile engagée dans le suivi des politiques céréalières et le plaidoyer sur

[10]Direction Générale de l'Economie Rurale (2012) : Stratégie de développement des filières agricoles au Burkina Faso : mil, sorgho, maïs, niébé, riz, oignon, sésame, anacarde, coton, manioc, arachide, mangue, soja, piment, etc.

ces politiques va suivre la mise en œuvre de ces déclarations en vue de l'amélioration des conditions de production, de transformation et de commercialisation des céréales.

La présence des femmes dans les maillons de production, transformation et commercialisation est variable en fonction des types de spéculation et du milieu. Cependant selon ESD 2010, les femmes participent à 81% à la transformation et à la conservation des produits agricoles.

2.3.3 Femmes dans le commerce inter frontalier

Aucune statistique au niveau national ne donne une information à ce sujet mais de façon empirique, il est reconnu que les femmes, comme les hommes s'adonnent à des transactions inter pays, notamment ceux des zones à production excédentaires limitrophes de pays voisins comme le Mali, le Ghana ou le Niger, etc. Le rapport de synthèse de l'analyse des données brutes collectées sur les flux transfrontaliers sur des corridors et marchés au cours du mois d'avril 2014 du Programme Régional d'Appui Accès aux Marchés du CILSS, atteste de transactions importantes de maïs, sorgho/mil, riz étuvé et niébé du Burkina vers les autres pays. Mais les données sont restées au niveau global et ne sont pas ventilées en hommes- femmes pour permettre une analyse différenciée.

2.4 Les marchés du PAM/ P4P

2.4.1 Critère de choix des produits et des fournisseurs

Pour le PAM, le principal critère de choix des produits pour la constitution de ces stocks ou les mises en marché est lié au contexte national. Les spéculations produites localement et les habitudes alimentaires des populations dictent le choix des différentes spéculations à retenir. Ainsi, ce sont le maïs, le sorgho, le mil, le riz et le niébé qui sont retenues comme spéculations prioritaires. Depuis 2015, le lait est également un produit retenu par le PAM. En effet, le yaourt fait à base de lait de vache par les femmes des unités de transformation de lait entre dans les repas servis dans les cantines scolaires pour l'amélioration des rations alimentaires, l'équilibre de consommation des enfants et le maintien des enfants à l'école, notamment des petites filles. De plus, l'option d'intégrer le lait dans le panier des achats du PAM a pour objectif de « soutenir la filière lait (production, transformation, commercialisation), de moderniser les laiteries de la région pour assurer une production locale de qualité, de favoriser l'accès aux marchés des différents acteurs et soutenir ainsi les revenus des petits éleveurs et des femmes transformatrices. En effet, la **transformation laitière est une activité féminine** ; les unités de transformation laitières (UTL) sont des groupements de femmes : l'achat de yaourt doit promouvoir leur autonomisation »[11].

En ce qui concerne, le P4P, la stratégie d'intervention a ciblé un certain nombre d'OP mixtes avec lesquelles collaborer sur la base de critères bien définis au départ (voir encadré1). A ce jour (2016), le P4P compte 16 OP partenaires, dont le nombre de membre est estimé en 2015 à 18 478 hommes et 21 314 femmes, soit 54% de femmes. Environ 28 752 jeunes[12] ont été dénombrés.

Encadré 1 : Quelques critères de choix des OP

- ✓ *Avoir des partenaires pour conseils et accompagnements en agriculture;*
- ✓ *Avoir une capacité de collecte d'au moins 50 tonnes de denrées alimentaires ;*
- ✓ *Avoir une existence légale;*
- ✓ *Avoir des expériences en commercialisation;*
- ✓ *Avoir un compte bancaire;*
- ✓ *Avoir au moins 40% de femmes membres de l'OP;*

[11] Le Programme Alimentaire Mondial innove en introduisant le yaourt au menu des cantines scolaires au Sahel, bulletin du 22 01 2016 « Projet Lait »

[12] Pas de précision entre jeunes fille ou garçon, donc le ratio H/F est partiel.

✓ *Etre accessible pour transport [13] des denrées.*

Il existe différentes modalités d'achats qui déterminent le profil des fournisseurs du PAM selon leurs besoins pour les produits à livrer annuellement. Ainsi, selon chaque modalité, la participation des femmes et des hommes est plus ou moins visible. Les appels d'offres ouverts aux commerçants (fournisseurs) sont souvent établis pour l'achat de grandes quantités et l'attribution du marché est faite au moins offrant . Dans ces conditions, le PAM ne fait aucune distinction de genre et ne dispose d'aucun contrôle sur les fournisseurs hormis la qualité et la quantité des produits à livrer. Trois modalités contractuelles sont utilisées avec les OP afin de les préparer à répondre à des appels d'offres, qu'elles proviennent du PAM ou d'autres structures commerciales. Ces trois modalités sont le contrat direct, le contrat à terme et les appels d'offres simplifiés. Le premier type de contrat pédagogique utilisé est le contrat direct. Ce dernier permet au PAM d'acheter directement chez les OP après négociation du prix sur la base du prix du marché. La deuxième étape vers l'autonomisation, c'est l'octroi de contrats à terme. Les OP doivent premièrement indiquer au PAM quelles sont les quantités qu'elles peuvent fournir pour différentes denrées à une échelle bien définie. Selon les besoins du PAM et du financement du projet, le P4P offre des contrats à terme aux OP avec des règles strictes de qualité, quantité, délais, etc. les appels d'offres simplifiés sont des appels d'offres ouverts uniquement pour les OP sans la garantie monétaire de 5% exigée des commerçants. Dans ce cas, le marché est attribué au moins offrant.

Chacun des contrats que le PAM octroie aux OP doit suivre les règles d'achat du PAM. Le prix offert doit être compétitif tant sur le marché national que sur le marché international, les denrées doivent remplir des critères stricts de qualité qui prennent en compte le taux d'aflatoxines pour le maïs. Pour les deux premières modalités (contrat direct ou contrat à terme) l'obtention d'un waiver est requise par le bureau pays auprès du siège. Après plusieurs expériences avec ces contrats, les OP devraient être en mesure de répondre à des appels d'offres d'autres institutions de la place.

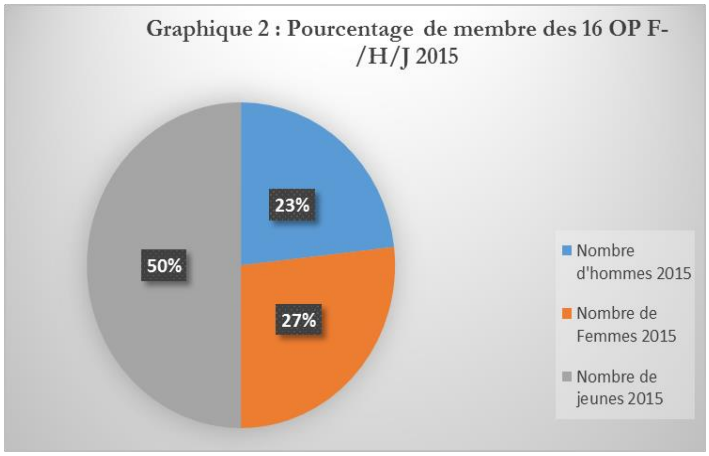
2.4.2 Quantités et acteurs impliqués dans les marchés institutionnels et lien avec le genre

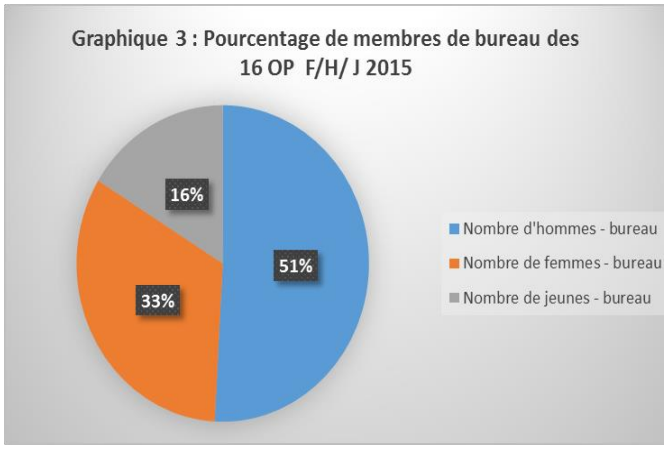
Plusieurs catégories d'acteurs sont impliquées dans les marchés du PAM, parmi lesquels on distingue :

Les Grands commerçant-e-s de céréales (grossistes et demis grossistes) qui livrent des quantités importantes de céréales au PAM ou à la SONAGESS. Dans ce groupe il y a très peu de femmes. En 2012, par exemple sur la liste des 61 commerçants inscrits comme membres du Syndicat de commerçants des 45 provinces, on dénombrait seulement 4 commerçantes inscrites, soit 7%.

Les organisations paysannes et leurs membres : Pour le P4P, les chiffres fournis montrent une forte présence des jeunes dans les groupements, cependant ces données ne sont pas ventilées par sexe. Le pourcentage de femmes (27%) est un peu plus élevé que celui des hommes (23%) au niveau des membres de groupements. La non distinction jeune fille – jeune garçon biaise un peu les données. Au niveau du pourcentage des femmes (33%) membres des bureaux des organisations paysannes celui des hommes dominent (51%). En plus du faible pourcentage des femmes dans les bureaux des OP, on peut aussi déplorer leur positionnement (souvent trésorière, secrétaire… rarement présidente sauf au niveau des GVF).

[13] Accessibilité du site ou du lieu de stockage pour le transport des stocks des denrées.

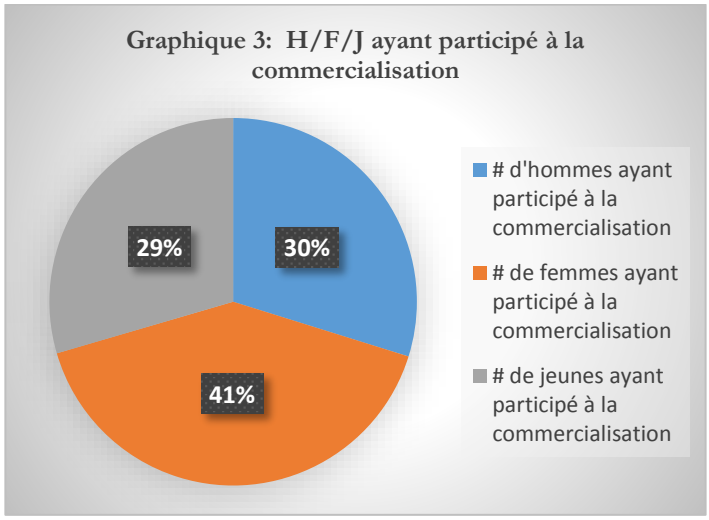


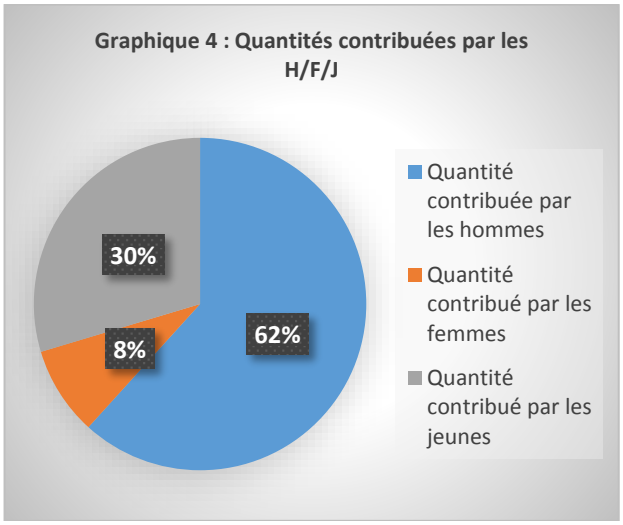


Source : Données collectées par P4P (tableau Excel « genre et marché 2015)

2.4.3 Données disponibles sur la commercialisation et lien avec les besoins du PAM/VAM

Les données collectées par le projet P4P sur la commercialisation des céréales sont importantes et la plupart différenciées par sexe. Une synthèse des données (ci-dessous) montre que les hommes dominent dans la commercialisation groupée de produits agricoles tant en nombre (30%) qu'en quantités livrées (62%). Le pourcentage de jeunes gagnerait à être spécifié en filles ou garçons.





Source : Données collectées par P4P (tableau Excel « genre et marché 2015)

3. DEFIS SPECIFIQUES DES FEMMES SUR LES MARCHES

3.1 Défis des femmes en amont et en aval de la commercialisation

3.1.1 Défis liés à la production

Le premier défi des femmes en amont de la commercialisation est la production, notamment la capacité des femmes à *produire en quantité et en qualité les produits agricoles*. Ce défi est d'autant plus important qu'il existe des pesanteurs sociologiques liées aux us et coutumes (l'accès à la terre, la prédominance du rôle de chef de ménage conféré aux hommes) mais aussi aux contraintes diverses (accès à la terre, aux intrants et équipements agricoles, à la main d'œuvre (domestique ou privée), plus généralement aux sources de financement). Les pesanteurs socioculturelles ont pour effet de réduire l'autonomie d'action des femmes au sein des ménages et des communautés. L'accès à la terre est relativement réduit, mais selon les femmes le premier facteur limitant est le temps consacré à l'entretien du champ familial. Les femmes sont obligées de développer plusieurs stratégies (allongement des journées de travail, implication dans les groupements, main d'œuvre d'entraide…) pour gérer leurs propres activités de production.

Le financement des activités agricoles reste l'une des préoccupations majeure des hommes et des femmes dans la production. En effet, selon le RGA (2008) l'absence du crédit (45,3% de responsables de parcelles), l'absence de structures de crédit (24,1% de responsables de parcelles) et la complexité des procédures d'obtention du crédit (10% de responsable de parcelles) limitent énormément leurs capacités de production. L'accès aux équipements agricoles modernes par les producteurs et productrices constitue, aussi une contrainte réelle. Une difficulté qui influe beaucoup plus sur les femmes que sur les hommes. En effet, 97,7% de femmes détentrices de parcelles déclarent être confrontées à la non acquisition d'équipements agricoles modernes (semoir, rayonneur, charrue, houe, etc.), contre 94,0% d'hommes. C'est dire que moins de 10% des producteurs, pris dans l'ensemble, au niveau national, sont dotés d'équipements agricoles modernes selon la même enquête RGA. Tous ces éléments contribuent à réduire de façon significative la production en quantité et en qualité des producteurs et productrices et par ricochet les volumes commercialisables.

Le second défi lié au rôle nourricier de la famille attribuée aux femmes. Les rôles des hommes et des femmes sont définis Pour ce qui est de l'alimentation, les hommes gèrent les céréales, les stockent au grenier et les distribuent aux femmes au fur et à mesure des besoins. Parfois, une partie des céréales doit cependant être vendue pour faire face à des besoins de liquidité pour payer la scolarité des enfants ou les consultations au centre de soin en cas de maladie... De leur côté, les femmes sont en charge des sauces, des compléments alimentaires (légumes, arachides, niébé…) et parfois aussi des céréales (surtout en temps de soudure). Elles cultivent alors, sur de petits lopins deterres, les ingrédients nécessaires à la préparation des sauces (arachides, gombo, oseilles...). Elles font également la cueillette pour utiliser les feuilles (baobab...) et graines (néré pour le soumbala...) dans les préparations culinaires. Afin de dégager un petit revenu, les femmes développent des activités dans le prolongement de leurs activés domestiques : elles vendent un peu de leur production, une partie du bois qu'elles vont couper pour cuisiner, les mangues qu'elles cueillent ou encore la préparation et la vente du dolo, la bière locale obtenue par fermentation du sorgho. Ces activités sont trèsfatigantes. Elles nécessitent beaucoup d'énergie et de force physique pour les travaux domestiques. En l'absence d'équipement d'allègement des tâches ménagères, elles sont contraintes de le faire elles-mêmes. Les femmes utilisent leurs ressources déjà limitées pour satisfaire au quotidien les dépenses inhérentes à la préparation des repas (condiments, moulin) et à l'entretien

du ménage (lessive, corvée d'eau, bois, etc.). Enfin, les journées de travail des femmes sont longues comparativement à celles des hommes (chronophages). ne disposent pas que peu de temps de répit.

3.1.2 Défis liés à la transformation

La transformation des céréales (bouillie, déguè, couscous de riz, de maïs, farines infantiles, biscuits, gâteux, etc.) comme activité commerciale est assez récente au Burkina Faso. Comme toute entreprise humaine à ses débuts, elle tâtonne, et cherche à se frayer un chemin dans un marché de plus en plus ouvert. La transformation est une activité traditionnellement réservée aux femmes. Plus de 75% de la production artisanale est assurée par les femmes. Elles voient en cette activité une continuité du ménage. Il y a des transformatrices qui utilisent le même matériel pour les deux. De nos jours on note peu de femmes dans la transformation moderne.

L'un des défis des femmes et des hommes liés à la transformation est l'approvisionnement en matières premières en quantité et en qualité. Malgré les efforts déployés par les structures d'encadrement, la qualité des matières premières de base est irrégulière. La fluctuation des prix en fonction des saisons est un autre problème. Il faut que l'entreprise ait la capacité de faire un stockage important, pour pouvoir garantir la stabilité des prix.

Le second défi est la mise en marché d'un produit de qualité concurrentielle. Au défi de l'pprovisionnement s'ajoute le manque de rigueur dans la production (non-respect des itinéraires techniques de production, des normes des traitements des phytosanitaires, etc.), le coût élevé des facteurs de production, les difficultés de financement, le manque de personnel qualifié, la non maîtrise de la technologie, l'emballage, la conservation, la concurrence tous azimuts (les marchés sont de plus en plus ouverts et le consommateur a l'embarras du choix sont autant d'obstacles auxquels les transformateurs et transformatrices font face .

3.2 Défis majeurs des femmes dans la commercialisation des produits agricoles

Pour la majorité des femmes (les productrices) les *quantités de produits agricoles vendus* proviennent de leur lopin de terre. Sur cette production, les femmes développent des stratégies de prudence et de « prévoyance sociale » afin de surmonter les moments difficiles de l'année et de répondre à des besoins ponctuels d'urgence. Ainsi, la production des femmes est divisée en trois grandes parts : une petite quantité est vendue, une partie est réservée pour l'autoconsommation et les semences pour la campagne suivante et enfin une autre partie comme épargne pour les besoins diverses de la famille. Selon le rapport sur les filières agricoles au Burkina, pour 100 kg de céréales produites, on estime que seulement 15 kg sont vendus sur les marchés. Ces quantités sont variables d'une province à l'autre comme le montre l'enquête terrain réalisée dans le cadre de la présente étude. En effet, pour les commerçantes, celles qui sont en permanence sur le marché (principalement), les quantités par types de spéculations vendues sont relativement faible comparées à celles des hommes. Cela est prouvé par les unités de mesures utilisées. Tandis que les hommes utilisent les sacs (50 ou 100kg) ou les tines (kg) comme unités de mesure pour vendre, les femmes elles utilisent des plats de 1 à 3 kg (cf. image ci-dessous)

Photo 1: Commerçante détaillante sur le marché de Bolmakoté

Photo 2 : Les unités de mesures sur le marché de Ouahigouya

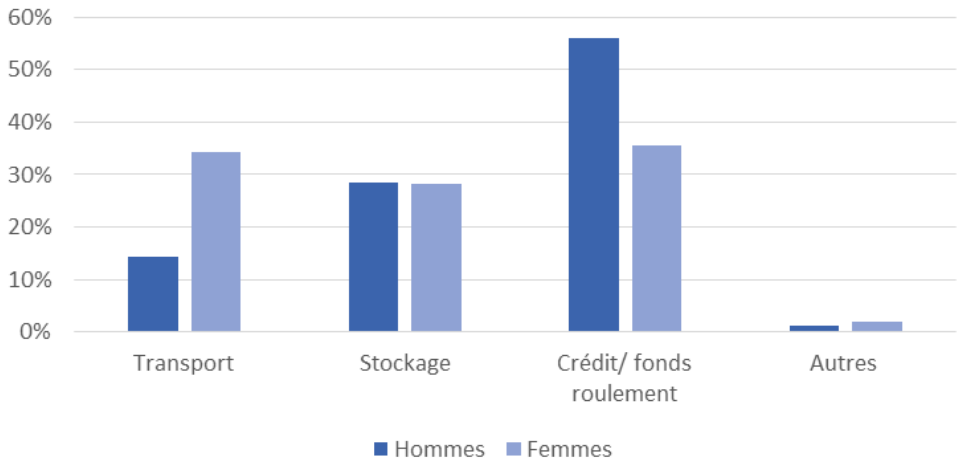
Les contraintes de commercialisation s'expriment différemment selon les spéculations. Pour l'ensemble des cultures, c'est le *faible niveau des prix* qui constitue la difficulté majeure des producteurs et productrices. Cette faiblesse est consécutive à l'absence de marché, particulièrement en cette période de crise socio politique, selon, les propos des commerçants. Le pouvoir d'achat des populations (les fonctionnaires dans les localités) a baissé.

3.2.1 Défis par rapport au marché local

Dans le domaine de la commercialisation au niveau local, le faible niveau des prix des produits, l'absence de débouchés commerciaux et la mauvaise qualité des produits sont les défis non moins importants auxquelles sont confrontés de nombreux producteurs. En effet selon le RGA (2008), 55,7% de femmes responsables de parcelles contre 46,5% d'hommes déclaré le faible niveau des prix des produits comme étant la véritable entrave à la commercialisation de leurs productions. Pour ce qui concerne le manque de débouchés commerciaux, il concerne aussi bien les hommes (12,2 %) que les femmes (11,4 %). De même, la mauvaise qualité des produits est évoquée par 10,8 % de femmes contre 12,5% d'hommes.

Pour les commerçant-e-s enquêtés dans le cadre de cette étude, les défis par ordre d'importance portent sur les *défis pour agrandir leur activité commerciale sont le capital / le fonds de roulement, suivi des infrastructures ou équipements de stockage / conservation et enfin la question du transport.*

Graphique 5 : Defis des femmes et des hommes pour ameliorer la commercialisation



Sources : Enquête terrain, mai 2016

De l'analyse croisée des données collectées auprès des commerçant-e-s sur le marché et des focus nous pouvons résumer les défis comme suit :

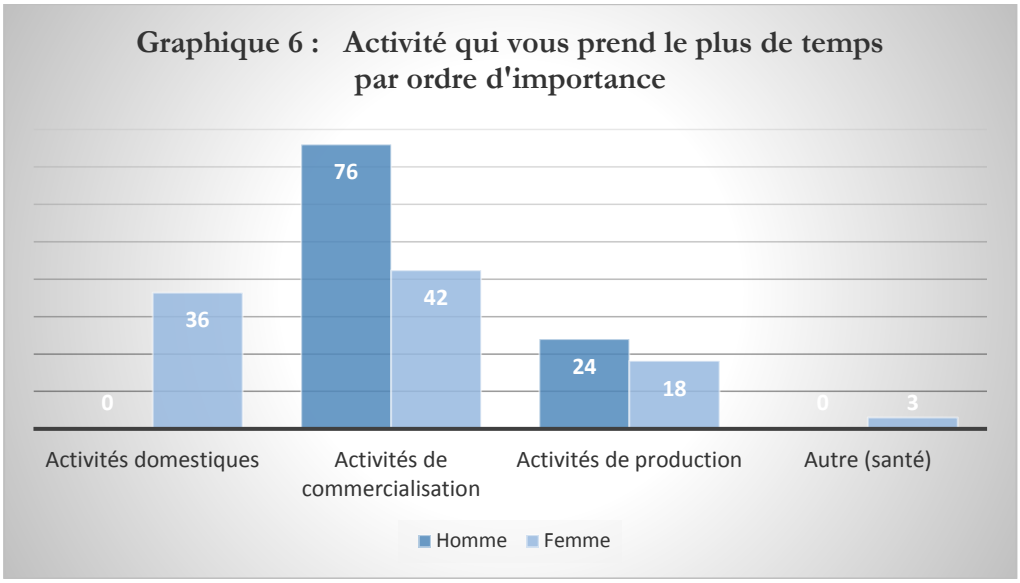
Les *défis liés aux moyens financiers* : Les conditions d'octroi de crédit sont difficiles pour les hommes et davantage pour les femmes. Les institutions de micro finances comme les caisses populaires sont devenues plus exigeantes et demandent des garanties plus fiables (titres fonciers, les documents de moto neuves ou presque neuves…). Et pourtant le crédit est nécessaire pour augmenter le fonds de roulement, permettre de constituer des stocks importants au moment des récoltes, de surmonter des moments difficiles aux méventes. Selon les personnes enquêtées hommes ou femmes, le marché n'est pas suffisamment attractif et la clientèle est rare.

Pour les femmes (34%), *les moyens de transport* constituent le second défi, contrairement aux hommes (14%). Il s'agit pour les femmes de moyens de déplacement pour convoyer les produits agricoles au marché (avec une garantie de qualité) et pour se déplacer pour collecter dans les villages environnants. Peu de femmes disposent de moyens de locomotion personnels (vélo, moto, tricycle, charrette) faute de ressources suffisantes pour les acquérir. Elles sont donc obligées de négocier, de louer parfois ou de payer les services d'un membre de la communauté pour se déplacer elles-mêmes ou faire transporter leursproduits. Certaines femmes se sont regroupées à Ouahigouya (8 femmes) pour louer une boutique afin de conserver leur stock le soir. Cela est une stratégie qui montre l'importance de se concerter et surtout de trouver des solutions endogènes et pérennes. La capacité physique des femmes pour le transport/ service aux clients (déplacer la marchandise achetée pour le client vers son véhicule ou sa moto) les rend moins rapides que les hommes. Les clients impatients, se rabattent très vite sur le commerçant d'à côté qui est plus alerte et rapide dans le service. Se faire souvent aidér par un homme sur le marché suscite des commérages. L'entraide entre commerçants à l'egard des commerçantes est plutôt invisible. En tant que femme, il est parfois difficile de se déplacer dans certains villages pour la collecte des céréales (distance, insécurité sur les routes, agression physique ou sexuelle) selon les commerçantes enquêtées. De plus, moralement les femmes se sentent responsables de tout ce qui se passe à la maison. Elles sont sont très angoissées et craignent que les choses se passent mal en leur absence.

En plus des disponibilités de fonds pour constituer des stocks conséquents au bon moment, les *conditions de stockages* représentent un autre défi selon les hommes (29%) et les femmes (28%). Les mauvaises conditions de stockage sont courantes en regard des petits espaces de stockages loués ou des exigences de classement et de la disponibilité des palettes (espace trop réduit). Les collecteurs surtout mélangent les produits lors de conditionnement des denrées en sacs de 100kg (mélange de grain de différentes qualités, impureté importante, non-respect des normes), ce qui réduit la qualité et menace la vente des produits. Pour les hommes il s'agit de transports non adaptés (tous produits) qui entravent la qualité. L'état des pistes et l'accessibilité surtout en saison hivernale est un grand handicap pour les transactions commerciales interrégion ou localités

Les travaux domestiques prennent beaucoup de temps et l'état de la femme enceinte ou allaitante ne facilite pas la collecte des céréales auprès des ménages (plus facile pour les hommes). Il faudrait beaucoup de sensibilisation auprès des hommes pour plus d'implication dans la gestion du ménage. Pour maintenir son activité de commerce en permanence sur le marché, les femmes sont obligées de satisfaire leurs obligations familiales très tôt le matin. Si bien qu'elles somnolent parfois devant leur étal. De même, la gestion des enfants en bas âge sur le marché et le manque de commodités

sanitaires augmentent les difficultés des femmes qui sont sur le marché. Comme le confirme le graphique ci-dessous, l'activité occupe le plus les femmes après l'activité commerciale ce sont bien les travaux domestiques.



Sources : Enquête terrain, mai 2016

La place au marché reste très difficile d'accès pour les femmes « il faut quelqu'un pour t'aider : au moment des attributions des places, les femmes ne sont pas informées (se fait entre les hommes) » selon le propos d'une commerçante sur un marché de Bobo (Bolomakoté, rencontrée lors de l'étude). Les femmes n'ont pas de ressources suffisantes pour payer la location ou la sous location ou un bon emplacement dans le marché. La location d'un magasin de stockage est d'environ 15 .000/ et pour un hangar entre 5 000 et 10 000 F CFA. Les femmes sont souvent localisées soit à l'intérieur du marché ou aux abords des voies de passage, ou entre des espaces, ce qui ne facilite pas le passage des clients, le passage des engins (tricycle, porteur ambulant, charrette, camion) pour le transport des marchandises… souvent la salubrité près des étals n'est pas assurée.

L'Analphabétisme des commerçants et commerçantes constitue une limite dans le fonctionnement du marché. Selon RGA2008, la population active agricole représente 34% chez les hommes et 20% chez les femmes. C'est l'exemple du commerce de sésame et de toutes les activités liées à l'exportation (anglophones, souvent des sociétés indiennes). Les clients envoient des spécifications que les commerçant-e-s ni comprendre, ne maitrisant pas certaines caractéristiques élémentaires. Cela entraîne un rejet des produits.

Les femmes ont les compétences et atouts nécessaires pour exercer le commerce de produits agricoles, toutefois ; le défi réside *dans l'ampleur de l'activité commerciale* à savoir: la disponibilité des ressources matérielles et financières, la motivation ainsi que les prédispositions psychologiques pour se lancer dans la commercialisation. On peut s'appuyer sur l'exemple du marché de légumes qui s'avère très rentable et ce, sur une courte période La capacité d'analyse du risque est plus élevée pour les femmes que pour les hommes, il faut donc renforcer le soutien qui leur est apporté.

3.2.2 Défis liés au marché P4P et autres marchés institutionnels

Pour les femmes

Les quantités à livrer pour la vente groupée : *avoir des volumes plus importants*, donc des rendements plus intéressants et une *réduction des charges*. Il faut noter selon les enquêtés que la qualité des produits

livrée par les femmes est meilleure que celle livrée par les hommes. Il arrive parfois que certains chefs de ménages prennent des risques pouvant mettre leur famille en situation d'insécurité alimentaire en vendant au-delà du surplus. La part réservée pour l'autoconsommation se trouve ainsi réduite. Cela représente des risques pour l'alimentation des familles. Il revient alors aux femmes de trouver les solutions pour subvenir aux besoins alimentaires de leurs enfants et d'elles-mêmes dans ces cas.

Saisir un marché porteur et concilier les besoins immédiats de la famille représente un enjeu important. Les femmes déclarent ne livrer qu'un à deux tiers de leur production. Elles expliquent ce phénomène en argumentant que les céréales constituent aussi une épargne plus sûre par rapport à la disponibilité d'argent qui pourrait servir à régler les problèmes quotidiens. Ces céréales restantes servent également à payer les intrants nécessaires au moment des semis.

Pour les hommes

Le temps de paiement entre la livraison et la rétribution est relativement long, selon les enquêtes, quand bien même, les paiements de PAM/P4P interviennent un mois après le dépôt des factures. De même, le temps entre la commande et la livraison des céréales est si long que certains producteurs veulent reprendre leurs productions. Ces retards causent des désagréments sur la campagne agricole et surtout le remboursement des *crédits intrants* (semence, NPK, urée). Il n'y a pas d'information sur les retours des ventes au sein de certaines OP, malgré des pénalités de retard qui ont été annoncées et ce sont les producteurs qui en subissent les conséquences.

La qualité de céréales livrées : malgré les formations, les sensibilisations et les engagements de chaque producteur, parfois la qualité n'y est pas. En effet, bien que le magasin de stockage existe et que l'enlèvement se fasse sur place, certains producteurs ne respectent pas les critères d'exigence (ne pas mélanger les spéculations blanc ou rouge) les OP essaient quand même de maintenir la traçabilité des conditionnements reçus afin de situer les responsabilités.

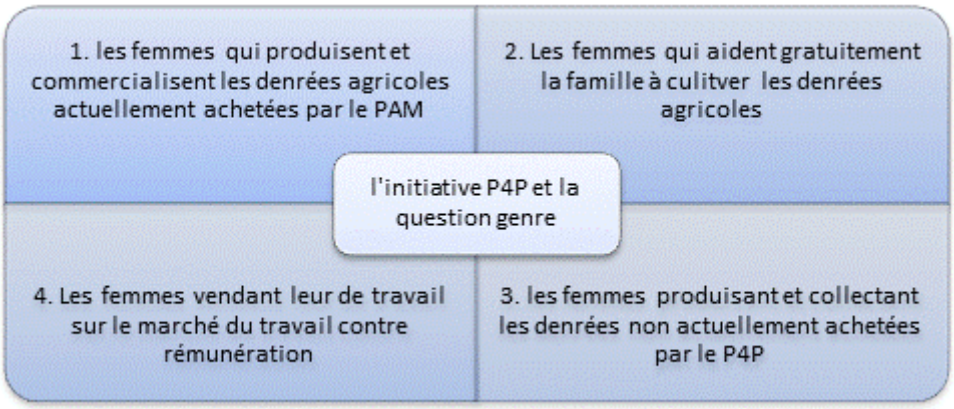
4. INSUFFISANCE DES ANALYSES SUR GENRE ET MARCHE

Le PAM est une structure internationale qui doit suivre un processus et des procédures internes pour l'ensemble des besoins d'information qui transite par le Bureau régional de Dakar jusqu'à Rome. Il appartient au siège du PAM basé à Rome de donner les directives et de valider les initiatives stratégiques avant leur application sur le terrain (au niveau des pays). Il y a parfois des déphasages entre les réalités des pays et les processus de prise de décision exigeant des règles et des principes de fonctionnement pas toujours compatibles avec des initiatives dont les effets ne seront visibles qu'à moyen ou long terme.

4.1 Analyse des stratégies genre PAM/ VAM

La présente étude est la première initiative du VAM au Burkina Faso à se pencher sur la problématique « Genre et marché ». Cette étude vue sous un angle prospectif met en évidence des points d'attention en lien avec les grandes étapes de la stratégie genre du PAM à travers le P4P.

P4P et la stratégie genre à l'échelle globale



Sources : Rapport étude complémentaire genre P4P

Plusieurs réflexions et travaux sur le genre ont soutenu la mise en œuvre de la stratégie genre du PAM via l'opérationnalisation du P4P. Les évolutions enregistrées confirment les modalités d'intervention. L'importance du partenariat développé avec une volonté affichée de partage et de mutualisation de bonnes pratiques, notamment pour rendre la participation des femmes effective à différents niveaux. Viser ainsi l'autonomisation grâce aux revenus engrangés par les ventes groupées est amorcée. De même que la prise de conscience plus accrue des hommes et des femmes sur la nécessité du partage des responsabilités et la prise de décision au moment et à la place qu'il faut !

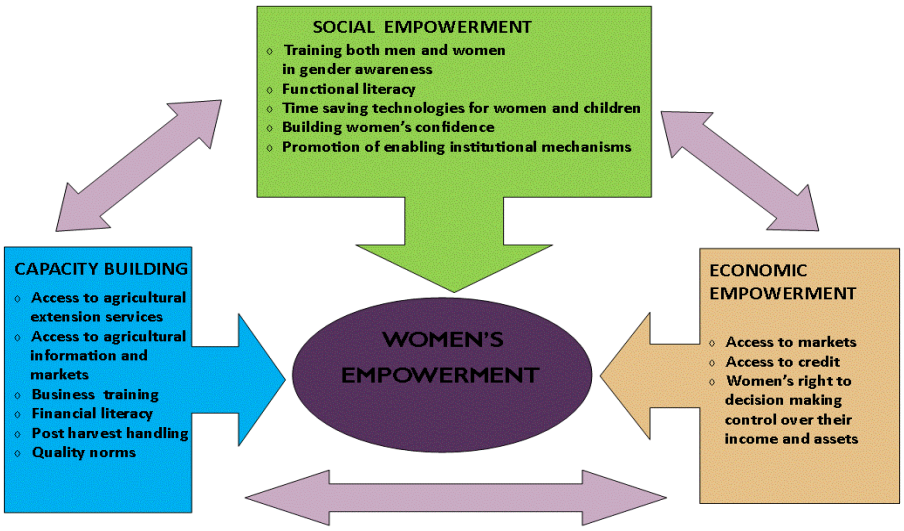
Au cours de la phase pilote le développement des capacités et le pouvoir de décision des femmes a été bâti autour des trois dimensions suivantes :

- Le renforcement des capacités pour un meilleur accès des femmes et des hommes aux connaissances techniques
- Le développement des capacités sociales pour renforcer la confiance en soi des femmes et changer le regard des hommes sur le statut et le rôle des femmes

- Le renforcement des capacités économiques pour l'augmentation des revenus, l'accès aux crédits, l'accès au marché, etc.

C'est cette expérience capitalisée qui sera développée tout au long du projet P4P et par la suite incorporée aux missions VAM avec une relecture des outils et des méthodes. Le lien avec les cibles et les activités spécifiques VAM devrait être fait au moment des planifications annuelles.

Figure 1: *P4P's approach to women's empowerment (*P4P's *Women's Empowerment Pathways: Roadblocks and Successes – 2014)*



- *Nouvelle orientation genre*

La nouvelle « ***politique en matière de problématique hommes – femmes*** » pour la période 2015-2020 est amorcée et en voie d'appropriation par le staff actuel du PAM-Burkina et ses unités. Quatre objectifs sont définis pour permettre au PAM d'intégrer l'égalité des sexes et l'autonomisation des femmes dans tous ses travaux et activités, mais aussi d'obtenir que les besoins différents des femmes, des hommes, des filles et des garçons en matière de sécurité alimentaire et de nutrition soient satisfaits. Ces objectifs sont déclinés comme il suit :

Objectif 1 : Une assistance alimentaire adaptée à des besoins différents

Cela devrait se traduire de façon pratique par *une assistance alimentaire* aux *femmes, hommes, filles et garçons adaptée à leurs besoins et à leurs capacités propres dans les programmes d'aide et de situation d'urgence.* D'où la nécessité d'avoir des données statistiques désagrégées selon le sexe, l'âge et les conditions de leur vulnérabilité.

Objectif 2 : Participation sur un pied d'égalité

Ce qui veut dire que *les femmes et les hommes participent sur un pied d'égalité à l'élaboration , à la mise en œuvre, au suivi et à l'évaluation de programme et de politique de sécurité alimentaire et de nutrition exécutés dans l'optique de la transformation des relations entre les sexes*. La participation et la prise de décision par les femmes devraient être visibles.

Objectif 3 : Prise de décision par les femmes et les filles

C'est-à-dire que *les femmes et les filles exercent un pouvoir de décision plus grand en ce qui concerne la sécurité alimentaire et la nutrition dans le cadre du foyer, de la communauté et la société.*

Objectif 4 : Problématique hommes femmes et protection

L'assistance alimentaire ne nuit ni à la sécurité alimentaire, ni à la dignité, ni à l'intégrité des femmes, des hommes, des filles et des garçons qui la reçoivent et elle est dispensée dans le respect de leurs droits. Par principe toutes les interventions du PAM ne doivent pas créer, aggraver, ou contribuer à perpétuer des inégalités ou une discrimination entre hommes et femmes et elles doivent atténuer les risques de violence sexiste (ex dans les camps des réfugiés, pour les victimes d'inondation, les victimes d'insécurité alimentaire grave ou aigue ou sévère, etc.)

Ces quatre objectifs doivent être contextualisés : chaque bureau régional a donc élaboré une stratégie genre. *Chaque pays devrait l'adapter à son contexte également, ce qui est encore au stade de projet pour le Burkina. Le rôle central de l'unité VAM serait le suivi évaluation pour le genre avec une liste d'indicateurs et d'activités à renseigner régulièrement. Il est important déjà de relever le fait que le processus d'élaboration de la nouvelle politique genre a impliqué toutes les unités (en mai 2015). Mais le VAM-Burkina aura besoin d'assistance genre en appui au point focal genre du PAM pour la mise en œuvre de cette politique genre*

4.2. Mesures incitatives prises par le PAM

Depuis la phase pilote du P4P des initiatives genre ont été prises et se sont renforcées au fil des années, suite aux différentes recommandations proposées par les études/ évaluation genre. Les grandes stratégies intègrent des mesures incitatives et des actions ciblées femmes ou hommes selon les cas. Ces stratégies portent sur :

- le renforcement des capacités avec un impératif de quota pour la participation des femmes. Ce qui leur permet ainsi de saisir les opportunités que peuvent leur offrir les connaissances techniques et le partage des expériences mutuelles avec les hommes pour améliorer leurs performances et leurs activités économiques.
- La représentativité et l'implication des femmes comme critère de choix des OP pour les interventions du P4P et l'amélioration de leur visibilité dans les organes de décision (BE, Comités, etc.) assorties de plan de renforcement en leadership et du développement de la confiance en soi et de la valorisation de leurs capacités et potentiels. Actuellement au moins 60% de femmes membres des OP partenaires sont représentés dans l'ensemble des activités du PAM. C'est une belle performance à saluer.
- La subvention à l'équipement afin de rendre ces appuis plus accessibles et adaptés aux femmes. Ces équipements entrent dans l'amelioration de la qualité des produits et la réduction des pertes post récoltes afin de maintenir l'équilibre alimentaire des ménages, mais aussi l'augmentation des quantités (assez réduite au départ comparativement à celles des hommes) des produits à vendre (projets de perte poste récolte + silo plus petit pour les femmes 500kg + sacs pics + futs plastiques de 120l + pour faciliter la qualité des produits de femmes pour accès au marché + avoir des emballage des intrants spécifiques pour les femmes (adaptés à la superficies des femmes en perspectives avec IFDC).
- Le choix du niébé comme spéculation phare pour les femmes et l'encouragement des OP à la collecte des surplus des produits des femmes pour la constitution des stocks dans le cadre des marchés institutionnels (PAM ou SONAGESS).
- Des actions de plaidoyer à l'endroit de différentes cibles (partenaires d'appui, institutions financières, autorités locales administratives et coutumières, etc.) afin d'augmenter la prise

de conscience des acteurs sur la valorisation du rôle des femmes et la nécessité de prendre des mesures pertinentes visant à leur accorder un accès aux ressources productives, à l'allègement de leurs tâches domestiques, à la gestion des ressources et des bénéfices de façon plus équitable dans les ménages, à la prise de décision conjointe sur tous ce qui touche au bien être de la famille et à la sécurité alimentaire des membres des ménages.

- Des sessions de formation/ sensibilisation sur les rôles et les responsabilités des femmes et des hommes dans le ménage (eau, bois, partage de tâches domestiques) cette stratégie à améliorer la convivialité dans les ménages avec un meilleur accès aux services sociaux de base (santé + nutrition et sécurité alimentaire pour les enfants et les femmes enceintes et pratiques dans le Yatenga où la gestion du grenier a été amélioré). L'implication des leaders et autorités coutumières a été effective à travers un projet sur 6 mois et un suivi avec un reste de budget (2012/ PAM + 2013/ P4P+2014). C'est une initiative localisée mais qui semble avoir aidé à une prise de conscience des acteurs en présence.

- Le développement de partenariats dynamiques inter-acteurs et avec l'ensemble des partenaires institutionnels du PAM (VAM + P4P) au travers de rencontres de concertation vivement appréciées par tous. Ces espaces sont stratégiques et offrent des opportunités de partage et de prise de décision collégiales et d'orientation de mode d'intervention vers les cibles communes (les OP ou les ménages vulnérables). La prise en compte de l'approche genre a été ainsi comprise et des efforts restent à faire dans ce sens.

4.3 Leçons des analyses genre et marché du P4P et VAM

Au-delà des situations d'urgence et d'assistance ponctuelle, la perspective genre et le changement des comportements, des normes et pratiques sociales demandent du temps et des stratégies adaptées de concertation inter acteurs et de plaidoyer avec les décideurs. Ces moments de concertation sont très consommateurs en temps et en énergie pour escompter des effets positifs à termes. *Le bureau régional a prévu une communication auprès des partenaires du gouvernement pour expliquer la nouvelle orientation politique genre du PAM afin que les acteurs et partenaires du PAM puissent s'approprier les directives et puissent s'impliquer efficacement dans la définition des stratégies et des actions pertinentes au regard du contexte national.*

Les expériences genre du P4P et les études de cas spécifiques sont des références de base commandées pour mieux comprendre comment les producteurs et les productrices surmontent les défis de la production et de l'écoulement de leurs produits agricoles. Les analyses de base ont orienté les stratégies. Le suivi des actions sur le terrain et les phases de bilan – évaluation et planification annuelle sont les moments forts de regard critique et d'interpellation inter acteurs pour profiler les interventions conformément au principe du PAM qui consiste à « ne pas nuire » et ne pas contribuer à perpétuer les inégalités de genre, les discriminations et les violences basées sur le genre.

Aussi, les efforts visant l'autonomisation des femmes sont particulièrement documentés (histoire d'impact, récit de vie, témoignage, suivi de cible dans le temps, etc.). Les principales leçons tirées des expériences genre confortent l'organisation dans le choix de stratégies transversales et/ou ciblées selon les besoins et les défis à relever. Par exemple l'objectif de départ de P4P d'avoir la parité (50% femmes) comme participantes aux achats du PAM a été revu à la baisse pour revenir au moins 30% de femmes.

Des résultats genre satisfaisant en 2014, montrent que 84% des producteurs qui ont vendu leur production au PAM étaient des femmes, qui sont de plus en plus responsabilisées au niveau des OP, contre 69% ayant contribué à la vente groupée du PAM (2009- 2013).

Cependant, au niveau du Bureau régional de Dakar, il n'y a pas encore de responsabilité genre pour soutenir les bureaux pays qui sont en besoin d'appui méthodologique et de coaching pour assurer une meilleure intégration du genre dans les interventions planifiées. Toutefois, plusieurs initiatives ont été amorcées à cet effet, notamment, le recrutement de Gender Officer ou de personnel avec une maîtrise de l'approche genre-sensible, des campagnes internes de sensibilisation au Genre Look Behind The Fence, etc. Par conséquent, *le suivi et la supervision des initiatives genre sur le terrain souffrent et peinent parfois à faire remonter les changements en cours. Le manque de ressource financière suffisante et le manque de temps du point focal genre (20% de son temps de travail devrait être affecté au genre mais sans moyens d'accompagnement pour le faire de façon formelle et valorisante) freinent un peu les initiatives à prendre sur le terrain avec plus d'assurance. Il était annoncé une allocation budgétaire de 11% du budget de chaque programme pour le genre qui devait être évolutif jusqu'à 15% accompagné d'un renforcement des capacités en genre du personnel et la mise en place d'une cellule genre dans chaque bureau pays. Toutes ces initiatives sont toujours au stade embryonnaire. De même, le poste de suivi évaluation du P4P-Burkina est vacant, le chargé de programme analyste de marché et spécialiste post récolte assure cumulativement le suivi des interventions sur le terrain en ce qui concerne les activités auprès des OP partenaires.*

La prise en compte des questions de genre au VAM est visible à travers le dispositif de suivi de la situation alimentaire et nutritionnelle et de l'alerte précoce. Des efforts restent à faire pour affiner les analyses. Les outils de collecte des données aussi demandent à être complétés.

Enfin la stratégie globale genre du P4P pour la phase post pilote 2015- 2019[14] s'appuie sur les recommandations et orientations des études genre menées au cours la phase pilote. Les efforts genre et les priorités d'intervention retenues devront cibler au total 36 500 producteurs dont 49% de femmes et porteront essentiellement sur 4 points :

- Sensibiliser les acteurs sur l'importance des relations équitables à travers des campagnes de sensibilisation et la mise en place des monitrices au sein des OP ;
- Donner aux femmes les moyens pour participer à la prise de décision à travers le renforcement de leurs capacités et l'appui aux groupements féminins et aux transformatrices ;
- Promouvoir l'accès équitable aux ressources productives (intrants agricoles, la terre, les formations et crédit, etc. ;
- Appliquer l'approche chaîne de valeur, étant donné le rôle que jouent les femmes dans la transformation des produits agricoles.

[14] P4P au Burkina Faso, au-delà de la phase pilote 2015- 2019

*4.*4 Expériences d'autres acteurs sur le marché

Dans le cadre de ce mandat, des partenaires institutionnels du PAM, via le P4P ont partagé leurs expériences en matière de réflexion et/ou d'appui spécifiques aux femmes dans le domaine de la commercialisation des produits agricoles. Il s'agit en l'occurrence de la FAO, d'Afrique Verte, de la FEPAB, d'OXFAM, de la SONAGESS et des services techniques de l'agriculture. De façon générale, la plupart des institutions perçoivent l'autonomisation des femmes principalement à travers les opportunités pour les femmes à avoir ou à améliorer

leurs revenus à travers leurs activités génératrices de revenus. A titre illustratif quelques interventions de partenaires d'appui sont présentées plus bas :

- **Afrique Verte Burkina** intervient particulièrement dans la mise en œuvre de projets innovants pour favoriser l'accès équitable aux services et ressources des groupes minoritaires. Elle encadre les femmes transformatrices des céréales dans la gestion de la qualité et la recherche de marché. Elle appuie les groupements féminins dans l'accès aux financements (crédit), la transformation et recherche de marché pour les produits agricoles. En partenariat avec P4P, elle encadre les unions dans le respect des protocoles et des contrats signés avec le PAM, participe au cadre de concertations et à l'autoévaluation des unions bénéficiaires du programme P4P du PAM. L'ONG développe des alliances avec des institutions telles les ONG, les programmes et projets de développement ayant une vocation d'assistance technique ou de financement des programmes et projets de développements. Elle travaille aussi en partenariat avec des structures comme l'Institut de Recherche en Sciences Appliquées et Technologiques (IRSAT), le département technologie alimentaire de l'IRSAT, le CIRAD, l'OCADES et d'autres structures, en fonction de la nature du projet.

En termes d'orientation genre au niveau institutionnel, Afrique Verte pour les marchés agricoles accorde une priorité d'appui aux femmes transformatrices avec comme objectif de nourrir la population avec les céréales locales et de soutenir les femmes dans un processus de développement personnel et de renforcement de leur capacité technique, professionnelle et organisationnelle. Afrique Verte Burkina accompagne une quarantaine d'unités de transformation de céréales avec environ 1200 bénéficiaires répartis dans trois régions à Ouagadougou, Bobo Dioulasso et Banfora. Ces associations sont regroupées au sein du RTCF (Réseau des Transformatrices de céréales du Faso). Le réseau a une capacité de production de 1022,82 tonnes pour les principaux produits et un chiffre d'affaire moyen de 674,5483 millions. Depuis la création du réseau, Afrique Verte a facilité l'accès au crédit d'un montant de 160.000.000FCFA.
Afrique Verte Burkina soutien, dans l'un de ses projets, 11 groupements villageois féminins et 10 mixtes dans la production céréalière, avec plus de 350 femmes. Afrique Verte Burkina met en œuvre des activités et projets et par là fait la promotion et l'encadrement des femmes productrices et transformatrices de céréales une priorité.

Les motivations et mesures incitatives prises pour l'implication des femmes sur les marchés agricoles et l'autonomisation des femmes portent sur la mise en place d'un dispositif de fonds compétitif de subvention. L'objectif visé par ce fond est de permettre une amélioration de l'accès des unités de transformation (UT) et leurs organisations à des équipements ou des services spéciaux nécessaires pour créer de la valeur ajoutée aux activités de ces entités. Le dispositif de Fonds compétitifs consiste à mettre en compétition les UT et leurs organisations pour obtenir des subventions leur permettant de financer – tout ou en partie – un investissement relatif aux activités

de transformation. Les compétiteurs préparent des dossiers de financement qui sont soumis à l'appréciation d'un comité de sélection.

- **FAO** a initié depuis 2015 au niveau de la division régional à ACCRA (toujours en cours), une réflexion et lancé une étude spécifique plus approfondie sur "la contribution et l'évolution des indicateurs genre dans le secteur agricole au Burkina Faso" pour une meilleure prise en compte des femmes dans la formulation des politiques agricoles. Cette étude est pilotée par son département "GENRE". Les résultats seront utiles pour la suite des réflexions au niveau national. De même, une étude est également en cours sur « les pertes post-récolte avec un focus genre ». Cette étude est menée en partenariat avec le PAM sous la direction du Bureau pays FAO à travers le Projet RBA Glo : Projet conjoint avec le PAM/FIDA 2015 -2016. « Intégration des initiatives de réduction des pertes alimentaires post récolte au profit des petits exploitants dans les zones à déficit vivrier de 8 régions du Burkina Faso[15] . La FAO est également en partenariat avec le PAM dans la mise en œuvre du PSAN avec un axe d'intervention ciblant des appuis en équipement et un accompagnement au renforcement des capacités spécifiques aux femmes pour la transformation du riz étuvé (Cascades, Centre Ouest, Centre Nord). De même des appuis pour la promotion et la valorisation des PFNL dans 14 provinces des régions du Sud-Ouest, du Nord, et du Centre Nord ont permis aux femmes un accès à des marchés locaux de leurs produits transformés via la mise en place de boutique, d'unité de transformation, de voyage d'échange inter groupements, etc. Par ailleurs avec le P4P/VAM la FAO assure un volet important de renforcement des capacités et de démultiplication des connaissances acquises jusqu'au niveau départemental. Les domaines d'expertises portent sur l'amélioration de la qualité, la commercialisation des produits agricoles, l'accès aux équipements/ infrastructures de stockage, etc. et la forte participation au cadre de concertation des partenaires du P4P.

- **FEPAB** développe des initiatives portant essentiellement sur la facilitation à l'accès aux intrants par le conditionnement en petites quantités, la mise en place de fonds de roulement pour la collecte des céréales, l'organisation de la collecte auprès des femmes, la participation des femmes aux différentes formations (gestion pertes post-récolte, négociation/contractualisation) , la facilitation de l'accès aux crédits par les femmes à travers son Programme Femme/ AGR et l'organisation de la vente groupée en prenant en compte les stocks des groupements de femmes en priorité, l'allègement des tâches. De plus la FEPAB dispose au niveau institutionnel d'une responsable genre , chargée de la coordination, de la mise en œuvre et du suivi des activités sous deux programmes (1) facilitation de l'accès au crédit et (2) allègement des tâches. Les principales mesures incitatives prises sont : la facilitation à l'accès aux intrants par le conditionnement en petites quantité, la mise en place de fonds de roulement pour la collecte des céréales, l'organisation de la collecte auprès des femmes, la participation des femmes aux différentes formations (gestion pertes post-récolte, négociation/contractualisation), la facilitation de l'accès aux crédits par les femmes. Les OP membres de la FEBAP bénéficient de ces appuis (UPPA-Houet, etc.).

- **SONAGESS** ne dispose pas de directive formelle pour soutenir la commercialisation des produits agricoles par les femmes. Mais, la société a tout de même depuis 2010 opté pour faciliter l'accès à ses marchés pour l'achat de riz étuvé à travers les unions d'étuveuses de riz (UNERIZ, UGER-Bama, UEDDR-Douna, UWER Mogtédo, UDTR-Banzon, UCR-Bagré). D'autres organisations de femmes collaborent également avec la SONAGESS comme

[15] Centre-Ouest, Hauts-Bassin, Cascade, Est, Centre-Nord, Sahel, Nord,

Association WendLagnodo de Koudougou, Entreprise Penwendé de Kaya, groupement Lanagna et Union Faso Djidougou de Bama. Les conditions à remplir pour participer aux appels d'offres de la SONAGESS ont été allégées et induites par les expériences et le plaidoyer du P4P en direction des décideurs du ministère en charge de l'agriculture. En effet, fort des succès du P4P pour soutenir et inciter les petits producteurs, notamment les femmes à participer aux marchés du P4P, la partie nationale a opté pour l'ouverture de ses marchés aux OP, ce qui est une avancée au niveau national trés appréciée des paysan-n es.

5 . LACUNES ET DEFIS DE L'AUTONOMISATION DES FEMMES

L'autonomisation économique des femmes est un concept de plus en plus en vogue et compris de différentes manières par les femmes et par les hommes. Cette compréhension est dynamique et variable selon les régions et les valeurs qui fondent les rapports sociaux entre les sexes.

Pour le PAM, « l'autonomisation des femmes est le processus qui permet aux femmes de faire des choix, d'accéder au pouvoir de disposer d'options, de pouvoir maîtriser leur propre vie et d'agir ».Par conséquent, le PAM devrait être en mesure de créer des conditions propices et non préjudiciables à l'autonomisation inscrites dans les politiques et programme d'assistance alimentaire[16].

Les besoins d'informations pour rendre compte et apprécier le niveau d'autonomisation économique des femmes exigent des outils et des données actualisées. Les dernières données disponibles sur le rôle des femmes dans l'agriculture au Burkina datent du RGA 2008. Les efforts des départements en charge du développement du monde rural sont à saluer et devraient être poursuivis pour rendre compte des réalités au niveau national et aussi sur la vie des femmes et des hommes. Les données et des analyses différenciées selon le genre faites dans le rapport RGA, pour apprécier l'autonomisation économique des femmes portent principalement sur les revenus des femmes. Pourtant la problématique de l'autonomisation économique des femmes ne devrait pas se réduire uniquement au revenu. Bien d'autres facteurs devraient être pris en compte pour apprécier cette autonomisation. Il s'agit de contrôle des ressources et des bénéfices et du pouvoir de décision sur des choix personnels relatifs à la vie familiale ou à l'exercice de l'activité économique.

Afin d'appréhender cette question, l'étude a enqueté auprès des femmes et des hommes ainsi que des partenaires d'appui pour avoir une perception de ce concept. Les outils ou dispositifs en place ont été aussi identifiés. Le lien avec la stratégie nationale en cours visant l'autonomisation des femmes donne aussi des informations et des orientations dans ce domaine.

5.1 Eléments importants de l'autonomisation des femmes par elles-mêmes

Cette question a été appréhendée avec les femmes dans les focus groupes. La synthèse des propos recueillis renseigne sur les caractéristiques que les femmes elles-mêmes se reconnaissent et qui démontrent leurs capacités de prise de décision sur certains aspects. La même question a été appréhendée pour les hommes. Le tableau ci-dessous présente une synthèse des réponses selon les femmes et les hommes.

[16]PAM In Politique en matière de problématique Hommes-Femmes (2015-2020). Session annuelle du Conseil d'Administration, Rome 25-28 mai 2015.

Tableau 3 : Synthèse des caractéristiques de l'autonomisation des femmes par elles-mêmes et selon les hommes

Pour vous, Femmes comment peut-on reconnaître une femme « autonome » ?	**Pour vous, Hommes comment peut-on reconnaître une femme « autonome » ?**	**Commentaire**
• ***Autonomie dans l'exercice d'une activité économique/ vente de céréales***		
- *Est capable de mener ses propres activités économiques sans dépendre d'une personne « je ne vais chez personne pour avoir un crédit pour mes activités de commerce »* - *Est capable de prendre un crédit et de le rembourser sans problème* - *Est capable de travailler pour elle-même pour résoudre ses propres besoins et cela se voit dans son comportement, dans ma façon d'être et de travailler* - *Femme qui réussit ses AGR* - *Femme qui est capable de faire la compétition avec les hommes sur des offres de marché* - *Est capable de travaille à éliminer sa pauvreté*	- *Une femme qui prend son destin en main* - *Une femme qui est au cœur de son propre développement* - *Une femme qui peut se prendre en charge elle-même* - *Une femme qui dispose de capacité financière « certaines femmes sont capables de livrer plus de 200 sacs avec possibilité d'amener des quantités importantes ; certaines femmes préfinancent les intrants pour la production maraîchère à Bobo »*	- *Aujourd'hui toutes les femmes savent comment gérer leur crédit et n'ont plus peur d'aller à la caisse pour le crédit* - *C"est la prise de conscience de plus en plus par les femmes de la nécessité de s'impliquer dans les activités avec les hommes pour avoir droit à la prise de décision. Si tu ne t'impliques pas et si tu ne participes pas à l'activité de production, tu n'as aucun mot à dire ; c'est le mari qui décide seul sans te consulter ».*
• ***Prise de décision concernant la gestion du ménage et des revenus***		
- *Une femme capable de prendre soin de sa famille,* - *Une femme capable de prendre en charge certaines dépenses du ménage, comme l'alimentation des enfants, les frais de santé de ses enfants,* - *Une femme qui s'entend bien avec son mari et qui sait prendre ses responsabilités en l'absence de son mari,* - *Une femme patiente, tolérante, ne se vante pas, ne crie pas sur tous les toits les dépenses qu'elle fait,* - *Une femme qui peut s'occuper d'un étranger en l'absence de son mari jusqu'à son retour (repas, propreté du linge)* - *« Une femme qui à l'esprit de partage pour le bien être de sa famille* - *Une femme qui se bat pour que dans la famille il n'y ait pas de honte,* - *Une femme qui est capable de décider par elle - même des décisions concernant sa santé et d'amener son enfant à l'hôpital en l'absence de mon mari*	- *Une femme qui contribue aux charges du ménage : appui à la scolarisation des enfants ; appui dans les travaux de production (dans le champ familiale)*	*Cependant, selon les femmes, 90% des hommes ne souhaitent pas que leurs femmes soient autonomes ! Car selon eux, une femme qui gagne assez d'argent n'écoute plus son mari »*

- *Une femme qui est capable de mettre de l'argent de côté (épargne volontaire)* - *Une femme qui est capable de acheter un vélo pour son enfant* - *Une femme qui a ses moyens : qui peut résoudre ses problèmes, ceux des enfants, de la famille* - *Une femme qui se bat : active, qui réussit dans ses activités*		
• ***Leadership et capacité de s'impliquer dans des activités communautaires/ sociales***		
- *Une femme éveillée : femme qui cherche et qui gagne, qui vit dans un changement (nouveau différent de avant)* - *Une femme qui est capable de parler en public* - *Une femme qui à la connaissance et qui peut aider à faire des bons choix dans son foyer et dans sa communauté* - *Une femme épanouie qui a propres moyens, sait ce qu'elle veut* - *Une femme qui connait le bien et le mauvais* - *Une femme influente : prend la parole, qui est écoutée et considérée, qui peut mobiliser, qui réussit dans ses activités*	- *Une femme qui a la capacité de s'exprimer devant des hommes et qui n'a pas peur de parler fort pour se faire entendre et comprendre*	*Certains hommes ne veulent pas entendre parler de l'autonomie des femmes, ces femmes sont contraintes de faire des choix et parfois de quitter leur foyer* *Mauvaise perception de la femme autonome qui est égale à une femme qui fait ce qu'elle veut !* *Femme autonome = femme libre (divorce ou autre)* *Femme autonome = une menace pour l'homme !*

Commentaires : Aussi bien les hommes que les femmes distinguent bien les types de responsabilités que les femmes assument pour le bien être de leur famille. Aussi, la question de l'autonomisation des femmes renvoie toujours à la capacité qu'ont les femmes de pouvoir développer leur potentiel dans l'environnement social et économique dans lequel elles évoluent. Par conséquent, savoir saisir les opportunités économiques pour développer leurs activités économiques exige d'elles des capacités, des compétences et des aptitudes personnelles en termes de **savoir (**les connaissances acquises aux travers des formations formelles, non formelles ou informelles)**,** de **savoir-faire (**la pratique et l'expertise acquise dans l'activité menés/ vente de céréales ou les AGR), de **savoir-être** (les comportements en famille et en sociétés qui valorisent le statut des femmes) et de **savoirs devenir (**l'anticipation et le leadership dans le but d'un changement de position, de statut et de promotion des droits des femmes), ce qui leur confère par la même occasion le **pouvoir de décision** pour elle- même et pour le ménage.

Des propos recueillis, il est intéressant de noter que la contribution financière aux charges du ménage est un critère important cité par les femmes et les hommes. En plus pour les femmes, la qualité des relations au sein du ménage et la valeur accordée au regard que la communauté peut porter sur leur foyer traduisent des aspects très importants. Ce type d'information pour être capté demande une approche plus qualitative et des récits de vie pour rendre compte des changements.

Cependant, quelques commentaires notés traduisent la mauvaise perception qu'ont les hommes des femmes autonomes. A ce propos, les hommes de Sanaba (Boucle du Mouhoun) par exemple distinguent les femmes dites autonomes comme suit « il y a maintenant deux types de femmes, celles qui s'en sortent mais qui ne respectent plus l'homme et celle qui s'en sortent et qui aident leurs maris » et d'ajouter que « ici, les femmes qui peuvent s'en sortir et qui ne tiennent plus compte de l'avis des hommes, il y en a beaucoup ! ». Enfin, l'autonomisation de la femme doit comporter des limites, une femme ne peut pas être absente trop longtemps du foyer. Il y a des risques à ne pas prendre pour sauvegarder son foyer et s'assurer de l'entretien et de l'éducation des enfants. Aussi l'abus de liberté des femmes peut entraîner d'autres problèmes regrettables pour la famille et même pour la cohésion sociale. Le choix difficile pour les femmes entre activités économique et activités non rémunérées (plus de présence au foyer), les modalités d'utilisation des revenus des femmes, les conflits d'autorité entre conjoints, les séparations/divorces, etc.

Par contre, les hommes reconnaissent aussi qu'il y a « beaucoup de femmes qui n'osent pas s'exprimer, même si leur mari leur donne la possibilité de participer à la prise de décision ; elles ne savent pas qu'elles peuvent aussi apporter leurs avis et donner des bonnes réflexions pour faire avancer le ménage ». Cette situation freine la pleine participation des femmes à la prise de décision les concernant. Les femmes doivent oser s'exprimer et savoir entrer dans une négociation avec les hommes pour faire entendre leur voix et amener à la prise de conscience de leurs besoins spécifiques.

Enfin, le constat est néanmoins encourageant car « maintenant aussi bien les femmes que les hommes prennent de plus en plus conscience de la nécessité de travailler ensemble et de participer ensemble à la prise de décision en ce qui concerne la vie du ménage et les activités économiques pour avoir des revenus intéressants pour la femme, comme pour l'homme ». Selon le focus homme de Bobo par exemple, « le meilleur contrôle des circuits de la commercialisationest actuellement aux mains des femmes elles achètent elles-mêmes le plus souvent le merchandise et s'investissent plus que les hommes pour "pour une meilleure qualité."

. Elles ne manquent pas de clients, même si les quantités à vendre ne sont pas trop importantes »

Dans le cadre de cette étude, nous avons testé la pertinence de quelques questions relatives à cette problématique d'autonomisation des femmes dans le domaine de la mise en marché des produits agricoles. A titre illustratif, nous avons classé les enquêtés en deux grandes catégories :

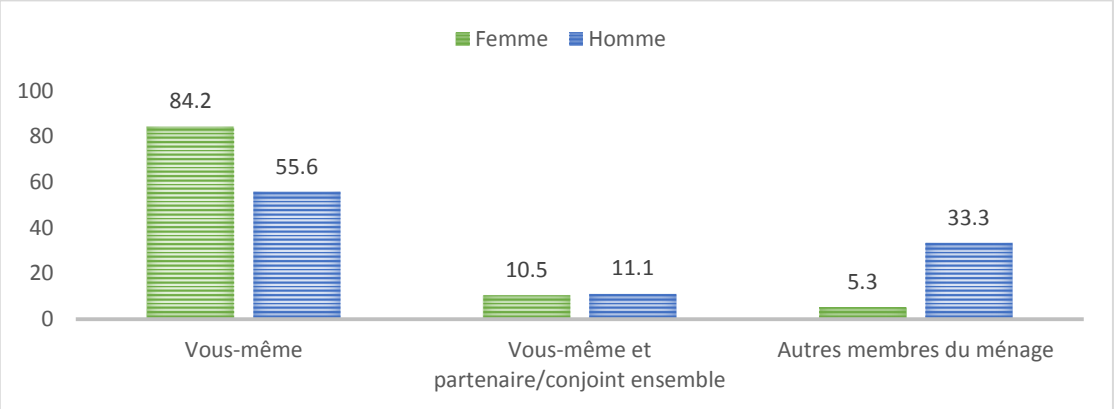
- Les vendeuses et vendeurs impliqués dans la vente groupée des céréales via leurs organisations faîtière. Ces personnes ne sont pas sur le marché toute l'année. La vente des céréales est ponctuelle et saisonnière. Ces personnes sont le plus souvent des producteurs et des productrices de céréales qui vendent les surplus (surtout niébé) des productions pour répondre aux opportunités des marchés lancés par le PAM et d'autres clients. Les quantités des produits collectées par les femmes et mises sur le marché proviennent essentiellement de leur champ personnel. **Les femmes sont autonomes dans toutes les décisions** qui concernent le prix, la vente, les lieux d'approvisionnement (collecte dans le village ou ailleurs mais dans un rayon d'accès relativement limité), le crédit, l'utilisation des revenus. Elles peuvent solliciter des conseils, ou des informations auprès de tiers. Mais en général, les maris exercent peu d'influence directe sur les revenus des femmes ; une fois que les besoins alimentaires de base du ménage sont assurées.

- Les vendeuses et vendeurs sont sur le marché physique toute l'année. Sont ces personnes que nous avons choisies pour l'analyse sur le marché pour illustrer les éléments de prise de décision liés à l'autonomisation des femmes.

- *Qui décide du crédit à prendre pour le financement des activités de commercialisation la plupart du temps ?*

Parmi l'échantillon des enquêtés, la proportion des femmes est plus élevée (84,4%) que celle des hommes (55,5%). Pour les femmes actives sur la place du marché, il s'agit d'une activité économique dont elles assurent entièrement la responsabilité de façon autonome. Chez les hommes, par contre, la prise de décision concernant le crédit engage d'autres membres de la famille. Il s'agit principalement des frères d'une même famille qui mènent ensemble l'activité et qui partagent ensembles les risques. Les chiffres sont sensiblement les mêmes en ce qui concerne la prise de décision collégiale au sein du ménage, même si cela se retrouve dans une moindre proportion. Cette situation est la résultante du niveau de crédit contracté. Les femmes contractent des petits montants de crédit et souvent ce sont des crédits informels (tontine, prêteur et autre). Par contre les hommes contractent des crédits plus importants induisant plus de risques, d'où la nécessité de partager ce risque avec d'autres membres de la famille.

Graphique 7 : Prise de décision de demande de crédit selon le genre

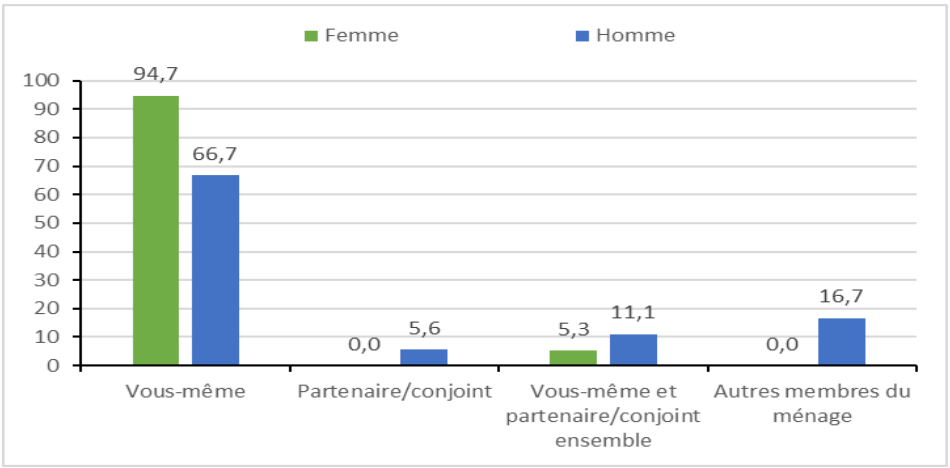


Sources : Enquête terrain, mai 2016

- *Qui décide des produits à vendre sur le marché la plupart du temps ?*

Comme précédemment, les femmes sont plus autonomes (94,7%) que les hommes (66,7%) dans la prise de décision concernant le choix des produits à vendre sur les marchés. De plus, chez les hommes, l'activité commerciale étant le fait de plusieurs membres d'une même famille, le choix des produits à vendre incombe également aux membres concernés par l'activité. Les hommes expliquent qu'ils se déplacent pour aller acheter les céréales, de ce fait, il est plus prudent d'informer un membre de la famille au cas où un problème se pose. Cela s'apparente plus à une information de la conjointe.

Graphique 8 : Prise de décision des produits à vendre selon le genre

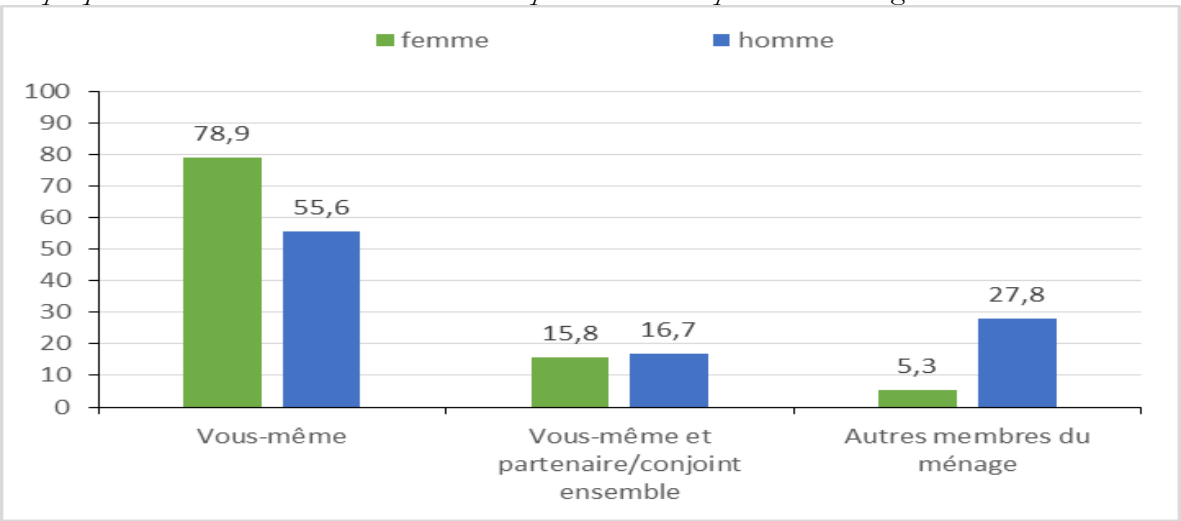


Sources : Enquête terrain, mai 2016

- *Qui décide du prix de vente des produits sur le marché la plupart du temps ?*

Les femmes (78%) et les hommes (57%) décident eux seuls u prix de vente des produits. Cela s'explique selon les enquêtés par le fait que les décisions se prennent rapidement pour saisir les opportunités et la personne la plus avisée est celle qui est sur le marché.

Graphique 9 : Prise de décision de décision sur les prix de vente des produits selon le genre

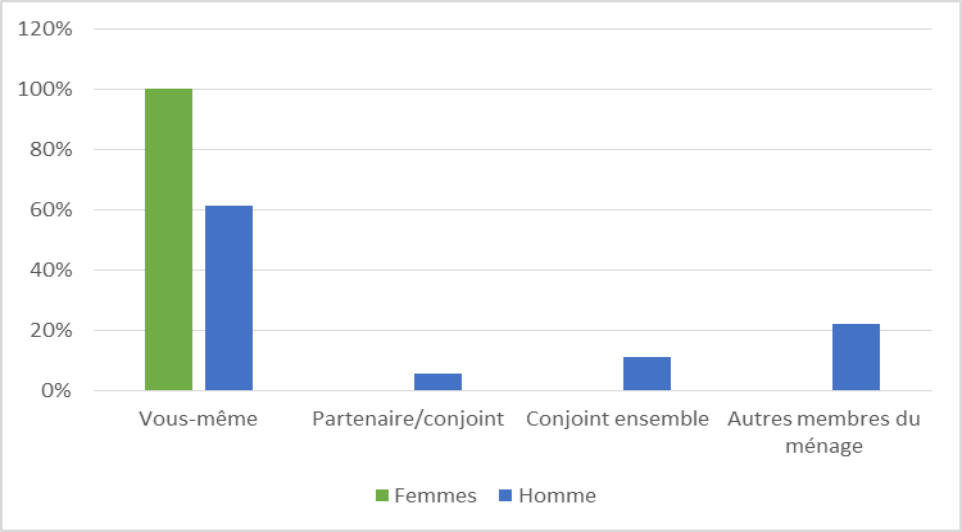


Sources : Enquête terrain, mai 2016

- *Qui décide chez qui s'approvisionner la plupart du temps ?*

100% des femmes enquêtées qui vendent sur les marchés décident elles-mêmes du lieu et des fournisseurs des produits. Le plus souvent, les femmes ont moins de capacité, de mobilité et de possibilité de s'absenter (pas plus de deux jours de leur foyer, même avec l'autorisation de leur mari). Elles s'approvisionnent auprès des collectrices dans les villages ou des villages voisins de proximité et auprès de détaillants ou semi grossistes hommes pour la revente des produits agricoles.

Graphique 10 : Prise de décision du lieu d'approvisionnement

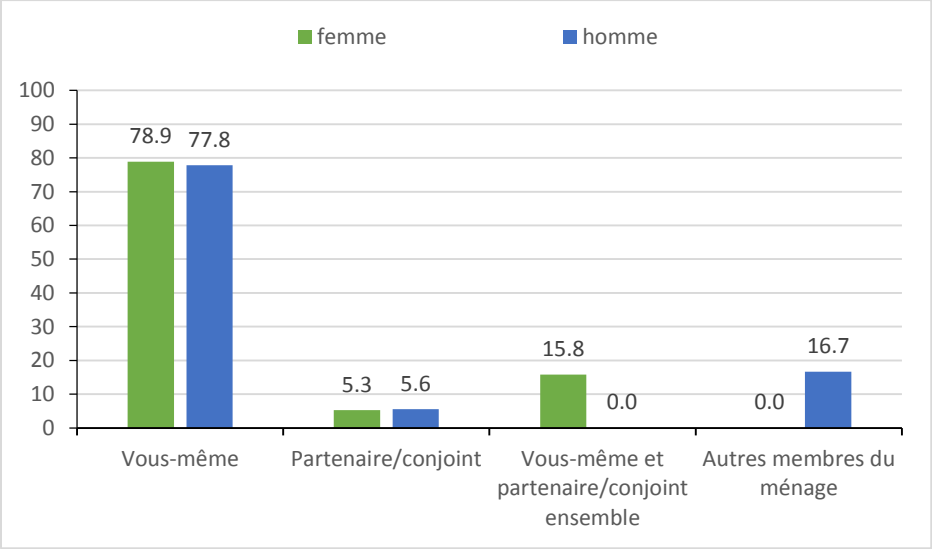


Sources : Enquête terrain, mai 2016

- *Qui décide des quantités à donner gratuitement la plupart du temps ?*

Les femmes et les hommes décident chacun à part sensiblement égale des quantités de produits à donner gratuitement. Chacun est autonome et responsable des transactions, excepté chez les hommes qui avec d'autres membres du ménage décident également ensemble des quantités à donner.

Graphique 11 : Prise de décision des quantités à donner la plupart du temps selon le genre

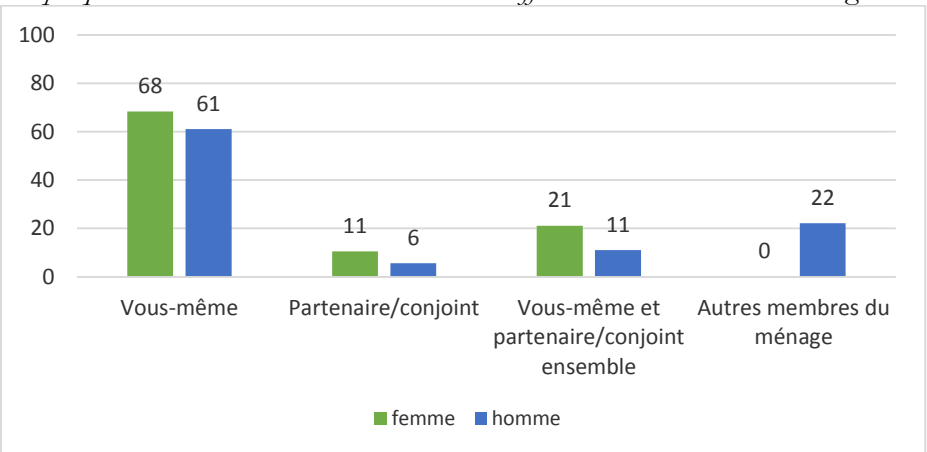


Sources : Enquête terrain, mai 2016

- *Qui décide du montant des revenus générés à affecter à l'alimentation du ménage ?*

La prise de décision concernant l'affection du revenu généré par la vente des produits agricoles à l'alimentation du ménage est sensiblement identique aussi bien chez les femmes (68,4%) que Chez les hommes (61,1%) Par contre, lorsque la décision est prise de façon collégiale par les conjoints, les femmes influencent deux fois plus (21,1%) que les hommes (11,1%) cette affectation des revenus à l'alimentation. Ce qui confirme la reconnaissance de cette responsabilité par les hommes au sein du ménage.

Graphique 12 : Prise de décision des revenues à affecter à l'alimentation selon le genre

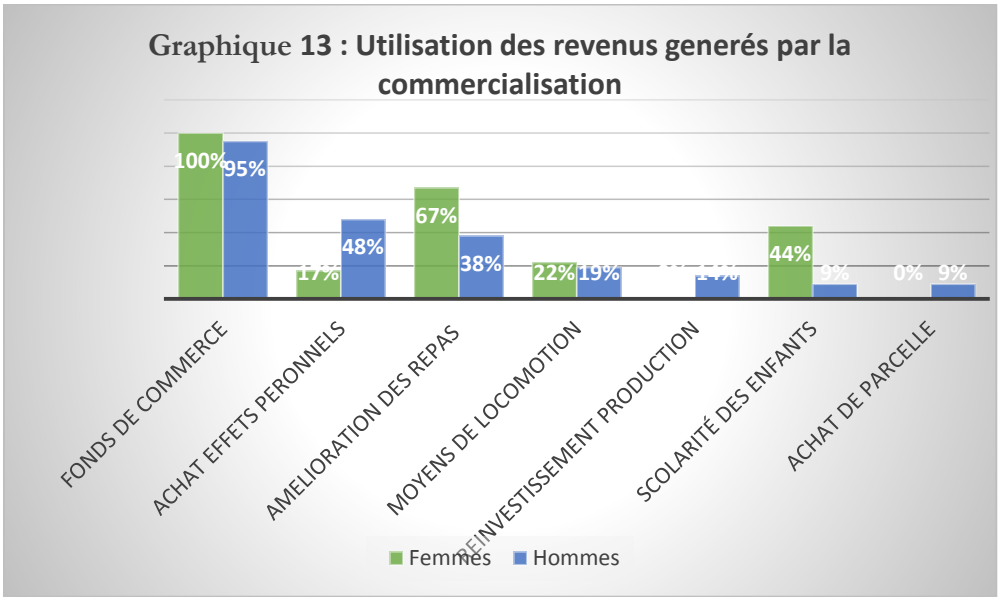


Sources : Enquête terrain, mai 2016

- *A quoi servent prioritairement les revenus générés par l'activité de commercialisation ?*

Le rôle des femmes a pris une importance accrue au moment où les pays africains souffraient de famine, de malnutrition. Ce sont les femmes qui veillent à l'alimentation des enfants et de toute la famille. Une étude effectuée au Burkina Faso (Spore CTA N° 44, Avril 1993) révèle que les hommes dépensent seulement 8% de leurs revenus en nourriture. En revanche les femmes dépenseraient 84% de leurs revenus pour les repas et pour les besoins de base de la famille, nonobstant le fait que le revenu des hommes est plus important que le revenu des femmes. Le revenu des hommes est plus consacré à l'habitat, aux obligations sociales, aux investissements agricoles et aux biens d'équipements (radios, bicyclettes, montres etc.).

Les résultats de l'enquête confirment cette réalité.



Sources : Enquête terrain, mai 2016

Conclusion partielle : au regard des capacités d'autonomisation des vendeuses/ commerçantes sur les marchés, les femmes sont autonomes en ce qui concerne, le choix des produits à vendre, le lieu d'approvisionnement, les quantités à vendre ou à donner, les prix de vente qui sont fonction des prix du marché et de l'affectation des montants de l'activité commerciale à l'affectation de l'alimentation des ménages. La fiche d'enquête proposée a été adaptée et utilisée pour cette étude. (cf. annexe 4 : les outils)

5.2 Analyse du mécanisme de suivi genre du VAM et des partenaires d'appuis des OP

En rappel, l'unité VAM fait la cartographie et l'analyse de la vulnérabilité dans plusieurs aspects et produisent des informations et des données qui doivent renseigner les programmes d'intervention tels que le P4P et d'autres programmes entrepris par le PAM. Mais pour l'étude de cas du Burkina Faso, on utilise le programme P4P pour analyser comment le VAM répond aux besoins d'information pour soutenir les interventions de P4P.

NB : ***Jusqu'à présent le VAM[17] et le P4P au Burkina ont travaillé de façon parallèle et parfois dans les mêmes zones d'intervention sans une approche concertée en termes d'outils ou***

de stratégie visant l'autonomisation des femmes, notamment dans la commercialisation des produits agricoles. Ce constat a été corroboré lors des entretiens avec les acteurs des deux unités. Par ailleurs, *le VAM au niveau régional vient juste de mettre en place une équipe spécifiquement pour l'analyse du marché prenant en compte la problématique du genre. Par conséquent, le VAM-Burkina est encore très neutre sur ces questions et souhaiterait mieux comprendre l'intérêt et le bien-fondé de l'intégration des analyses genre sur le marché. Ce même intérêt a été noté auprès des partenaires du VAM-Burkina qui du reste expriment une volonté d'élargir leurs réflexions dans ce domaine. Les acteurs clé ciblés et rencontrés au cours de nos investigations sont disposés à saisir des opportunités allant dans le sens de l'amélioration des outils de collecte des informations sensibles au genre et d'un appui technique pour les analyses genre.*

Il est important de relever que le VAM-Burkina a comme mission première d'accompagner les décideurs nationaux dans le domaine de la sécurité alimentaire et de la nutrition et dans la résilience aux chocs climatiques des ménages vulnérables. Leurs outils et stratégies ne sont donc pas sous le contrôle unique du PAM, mais plus avec et sous le lead des parties nationales. A ce titre, le VAM/PAM fait partie des acteurs, qui depuis 2004, en collaboration avec le CILSS, l'USAID, FEWS NET, la FAO, l'IGIMET-CNR, CARE, l'Union Européenne, ont pris l'initiative d'une harmonisation des méthodes d'identification et d'analyse des zones et groupes vulnérables au Sahel. Ces organisations internationales, régionales sont engagées dans la promotion des systèmes d'information (SI) pour la sécurité alimentaire, gage d'une paix sociale durable et de la garantie d'un niveau de vie décent pour l'ensemble des burkinabés. Ces acteurs se retrouvent au sein du Groupe de Travail des Partenaires du Système d'Alerte Précoce (SAP/GTP) qui assurent ensemble les missions de suivi de la campagne agricole et de la situation alimentaire et nutritionnelle des ménages, selon un calendrier régulier des missions de suivi et d'amendement des outils de collecte des données annuellement amendés. C'est donc une opportunité à saisir pour intégrer les besoins d'information à collecter qui seraient utiles pour améliorer les analyses genre, notamment sur les marchés des produits agricoles. De plus, le gouvernement du Burkina Faso a inscrit comme priorité nationale, la sécurité alimentaire et l'amélioration des conditions de vie des ménages dans toutes ses composantes. Toutes initiatives allant dans le sens d'une meilleure connaissance des réalités sociales dans le domaine de la commercialisation des produits agricoles seraient donc un atout.

Pour le moment, les différents rapports de suivi ou rapports d'études produits dans le cadre des initiatives de sécurité alimentaire restent relativement neutre aux questions de genre[18]. L'accent est mis sur le suivi des prix des denrées, de la disponibilité des céréales et du bétail sur les marchés, des flux commerciaux, etc. **sans un accent particulier sur des analyses différenciée hommes –**

[18] IABER (2013) Diagnostic des marchés céréaliers du Burkina, à réviser l'échantillon des marchés actuellement couverts par le SIM de sorte à assurer leur meilleure représentativité dans le pays avec la participation de SONAGES, PAM, FAO, MASA.
FWES NET, CILSS, PAM (2013) Evaluation conjointe des marchés et sécurité alimentaire. Synthèse régionale Bassin-Ouest (Mali-Mauritanie-Sénégal), neutre au genre.
Marie-Hélène DABAT, Issa ZONGO, Ruphin KIENDREBEOGO, CIRAD- PAM. Février 2012: Etude sur les relations entre marchés et sécurité alimentaire au Burkina Faso. Analyse des contraintes d'approvisionnement et des opportunités de commercialisation des produits agro-sylvo-pastoraux et halieutiques comme éléments d'appréciation de la performance des marchés de proximité pour la sécurité alimentaire des ménages. Enquêtes dans les régions Boucle du Mouhoun et Sahel. 99 pages. (Quelques informations sur les femmes mais assez limitées)
Ministère de l'Agriculture, des ressources hydrauliques, de l'Assainissement et de la sécurité alimentaire (Mars 2015) Résultats définitifs de la campagne agricole 2014/2015 et les perspectives de la situation alimentaire et nutritionnelle au Burkina Faso. 73 pages ((Neutre au Genre, aucune données sexo spécifiques).
SAVADOGO Madi(FAO), KIENOU Blaise (FEWS NET), OUEDRAOGO Abdou Karim (SE/ CNSA), NANEMA Leopold (DGESS/MAAH), PEMOU Bénédicte (SONAGESS)- Février 2016. Mission de suivi et d'évaluation des marchés et de la situation alimentaire dans les régions de la Boucle du Mouhoun, des Cascades et des Hauts Bassins. Direction Générale des études et des statistiques sectorielles. 18 pages. (Neutre au Genre). Etc.

femmes des différentes catégories d'acteurs (collecteur, détaillant, demi grossiste, grossiste, transporteur) impliqués dans les activités de commercialisation des produits agricoles sur les marchés (locaux, institutionnels, transfrontaliers).

Les outils de collecte d'informations produits par le Système d'Alerte Précoce (SAP) disponibles jusqu'à maintenant sont : le bilan céréalier ; le taux de couverture des besoins céréaliers provinciaux ; les analyses des prix des produits ; les rapports de suivi qualitatif de la campagne agro pastorale ; les rapports des missions conjointes ; l'estimation des besoins d'aide alimentaire aux populations vulnérables et en projet, le bilan fourrager. Mais tous ces outils permettent de connaitre renseigner au niveau global la situation alimentaire des populations, les zones à risque[19] où le besoin d'assistance peut se poser de () manière pouvoir anticiper sur les actions d'aides selon diverses modalités. Des fiches d'enquêtes sont conçues et classées par catégorie pour la collecte des données sur le terrain selon une planification annuelle. Si l'identité des enquêtés est demandée (homme ou femme), l'analyse différenciée homme – femme est rarement faite, parfois inexistante. Néanmoins dans les méthodes de collecte des informations, la « catégorie femme» en tant que cible à enquêter apparait. Il s'agit principalement d'animation de focus groups femmes et d'homme pour appréhender de façon plus spécifique la situation de vulnérabilité des ménages face à l'insécurité alimentaire et nutritionnelle des enfants.

Les étapes de collecte des données, les méthodes et les outils (fiches d'enquête, focus groups, visite/observation des marchés, entretiens ciblés, etc.) et les résultats des informations collectées se font en 4 grandes étapes selon une méthodologie et un cadre conceptuel actualisé et validé par l'ensemble des pays membres du CILSS. A chacun de ces () étapes, ***un affinement des analyses différenciées selon le genre peut être fait à condition que certaines informations à collecter soit sexo spécifique et donc intégrées dans la conception des fiches/ outils de collecte des données.*** *La méthodologie étant bien connue et maîtrisée par les acteurs impliqués dans ce processus, les améliorations éventuelles devraient faire l'objet de plaidoyer en conséquence.* Les habitudes et les méthodes de travail étant devenues routinières, il s'agira de mettre en évidence l'intérêt d'avoir une analyse différenciée homme-femme afin de rendre compte de son utilité et de sa pertinence. En effet, toute intervention planifiée a forcément une incidence sur la vie des femmes et des hommes, des filles et des garçons ; cibles pour lesquelles ces interventions sont retenues. La formulation d'un programme annuel d'intervention fait suite à l'analyse combinée et concordante des données qualitatives et quantitatives sur des risques alimentaires localisées ou non collectés plus hauts. Et un programme d'urgence est mis en exécution selon la situation nationale en partenariat avec plusieurs catégories d'acteurs (CT-CNSA, SE/CNSA, Conseil National de Secours d'Urgence et de Réhabilitation/ CONASUR, la SONAGESS, les Ministères en charge des productions végétales et animales, les administrations déconcentrées des localités concernées). Le PAM se retrouve ainsi être un acteur important qui offre une réponse adaptée[20] en lien avec ses missions d'aide d'urgence et d'assistance, mais également dans une vision d'appui au développement pour la recherche de solutions durables.

C'est l'Unité VAM qui participe à tout ce processus de suivi et de mise en œuvre des actions concertées avec les autres acteurs, pour ce qui relève des initiatives du PAM-Burkina. A titre

[19] Zone où les disponibilités alimentaires ou les conditions d'accès à l'alimentation sont à un niveau susceptible de conduire à une crise alimentaire. Méthodologie de suivi SAP révisée .

[20] C'est l'apport alimentaire et non alimentaire extérieur dont le but est de soulager les peines des populations sous le choc et empêcher que celles-ci ne bradent leurs assiettes, sous de demeurer hautement à l'avenir. ***Les types de réponses peuvent varier des approvisionnements des localités déficitaires, des ventes à prix sociaux, des vivres contre travail, des vivres au cours des formations à des distributions gratuites de vivres, ainsi qu'à une assistance non – alimentaire (moyens de production, couvertures, abris, etc.)*** Méthodologie de suivi SAP révisée, page 9.

illustratif, le plan de soutien aux populations vulnérables à l'insécurité alimentaire et à la malnutrition retenu au niveau national pour l'année 2016 a opté pour une stratégie d'intervention en lien avec les orientations genre du PAM[21].

En situation d'urgence et d'assistance, cependant, les acteurs sont davantage sensibles à la prévalence des incidences des crises alimentaires et des chocs climatiques sur la vie des enfants et des femmes en situation de vulnérabilité. Néanmoins, une stratégie genre implicite via une approche pro pauvre, axée sur la résilience des ménages vulnérables et des actions ciblées pour assurer une sécurité alimentaire de façon durable peut être relevée. La cible reste le MENAGE vulnérable avec parfois une priorité sur les femmes chef de ménage.

Le VAM-Burkina dispose d'une Unité de suivi évaluation chargé de la collecte d'information pour renseigner la base de données en lien avec toutes les opérations du PAM, exceptées celles relevant du P4P jusqu'en fin 2015[22]. Cette unité dispose d'un cadre logique de référence qui collecte et suit tous les indicateurs de résultats et d'effets. Par ailleurs, un check list de 19 dispositions à prendre par les partenaires d'exécution pour la prise en compte du genre dans les activités du PAM[23] a été élaboré et sert de guide de contrôle genre. La responsabilité genre est assurée par un point focal genre PAM. Un travail de coordination de suivi des effets différentiés selon le genre devrait être plus visible en concertation avec toutes les unités du PAM-Burkina.

Par ailleurs, le VAM développe depuis peu, la planification communautaire participative (PCP) en lien avec les opérations du VAM. Il s'agit d'une approche méthodologique qui tient compte des aspirations des différentes catégories d'acteurs en présence au sein de la communauté. Les femmes et les hommes sont bien identifiés comme cibles dont les préoccupations sont (à prendre en compte pour la planification des interventions dans le temps. Cet outil de planification assorti d'un plan d'action et d'un accompagnement du PAM sur une période de 3 à 5 ans est mis (mise)en œuvre dans trois zones de concentration Sahel, Nord et Est. Ces zones ont été identifiées à partir de communes de convergence à risque. Cette méthodologie a l'avantage de s'intéresser à l'ensemble des femmes et des hommes qui composent la communauté pour laquelle ces personnes auront des choix à faire. Il serait intéressant par contre de penser au suivi des interventions pour s'assurer des changements escomptés en fin de période d'exécution afin de s'assurer que les interventions du VAM s'addressent à tous ne laissent personnes en arrière.

5.3 Analyse des outils développés par P4P

Le P4P depuis sa mise en œuvre a opté pour une stratégie genre avec des évolutions positives enregistrées et documentées au travers des rapports d'études, des succès stories et la mutualisation d'expériences entre projets P4P et partenaires institutionnels. A ce jour, le P4P dispose de plusieurs types d'outils complémentaires qui lui permettent de disposer d'informations statistiques et sexo spécifiques actualisées. Il s'agit de :

- La *base de données des 16 OP partenaires* avec lesquelles, le P4P entretien des activités de mise en marché. Cet outil se présente sous forme d'un tableau Excel (17 lignes 52 colonnes). Si la lecture du tableau (très long) n'est pas aisée, il donne cependant des informations chiffrées dont l'exploitation permet des analyses comparatives hommes – femmes intéressantes sur le nombre

[21] CF. Annexe 5 : Tableau : Synthèse des actions planifiées pour le Plan de soutien aux populations vulnérables en 2016
[22] Il est prévu qu'à partir du prochain cycle (2017), le P4P soit totalement intégré au programme du pays du PAM et qu'il cesse d'être un projets spécifique, avec les mêmes règles et procédures de fonctionnement que les autres unités du PAM.
[23] Cf. annexe 5

de personnes par catégories d'acteurs (femmes, hommes, jeunes[24]) impliquées dans les activités de renforcement des capacités sur des thématiques très variées visant à améliorer la qualité et les quantités des produits. Cependant, les montants des crédits (intrants, investissement et commercialisation) et les taux de remboursement par OP (non par catégories d'acteurs impliqués dans les activités de commercialisation) ne sont pas différenciés par sexe dans le tableau Excel des données genre de (marché du PAM.

- *L'outil d'auto évaluation assistée des OP* qui a été conçue pour la phase post pilote du P4P (2015-2019) pour apprécier les capacités organisationnelles et institutionnelles de chaque OP à l'aide d'indicateurs visant à :
    - Evaluer les capacités des OP dans divers domaines de capacités;
    - Identifier les domaines prioritaires dans lesquels le P4P, les partenaires d'accompagnement et l'OP doivent concentrer leurs efforts de renforcement des capacités;
    - Impliquer et responsabiliser les OP dans leur propre développement;
    - Améliorer la collaboration et la coordination entre les parties prenantes (OP, P4P, partenaires d'appui);
    - Identifier le stade de développement actuel de l'OP et suivre sa progression dans le temps à travers les trois stades de développement qui ont été représentés par des symboles d'animaux (antilope, phacochère, éléphant) ;
    - Apprécier la prise en compte du genre au travers d'indicateurs cibles femmes et jeunes.

Cet outil spécifique aux organisations partenaires du P4P au Burkina Faso y compris les OP bénéficiaires de ses interventions se présente dans un fichier, développé par le P4P en collaboration avec ses partenaires. L'outil est organisé autour de cinq thèmes de développement des capacités, étoffés par 3-6 capacités spécifiques de la manière suivante : *Gouvernance - Production - Commercialisation – Entreprenariat - Communication et plaidoyer*. Les indicateurs sont soit quantitatifs, soit qualitatifs. Les résultats sont présentés sous forme graphique toile d'araignée) à plusieurs branches avec les scores validés sur chacune des branches correspondant aux 5 composantes de l'analyse. Cet exercice se fait annuellement[25] avec les représentant-e-s et membres des équipes techniques des OP, les partenaires techniques des OP et la Direction Générale de la Promotion et de l'Economie Rurale(DGEPER), point focal du P4P au ministère de l'agriculture. Le caractère participatif de l'outil engendre des échanges parfois très animés. Il offre l'opportunité aux acteurs en présence de démontrer et de discuter chaque critère et la notation validée de commun accord entre les parties. Chaque domaine d'évaluation intègre un « indicateur genre » pour rendre visible les interventions et offres de services aux membres femmes et hommes des OP. Les résultats de l'auto évaluation indiquent le domaine et les types de performance à améliorer. Un plan d'actions est alors défini et un suivi assuré à cet effet pour chaque OP. Avec cet outil, le P4P dispose de statistiques désagrégées selon le genre. Les analyses des écarts peuvent aider à expliquer et comprendre les raisons des écarts. Le caractère participatif de l'outil devrait faciliter les échanges et en même temps servir d'outil d'interpellation pour des actions correctives.

- En plus de ces outils, le P4P a initié et régulièrement tenu les *« rencontres de concertation des partenaires » et le bilan – planification annuel* avec l'ensemble de ses partenaires institutionnels et opérateurs d'exécution ou de mise en œuvre d'activités au travers de projets spécifiques. Ces

[24] La catégorie « jeune » gagnerait aussi à être sexo spécifique pour affiner les analyses (). Mais l'existence des statistiques sexo spécifique pour toutes les activités du P4P sont un bel exemple à saluer.
[25] Il n'y a pas eu de rapport de synthèse du processus et des résultats annuelles pour l'ensemble des 16 OP auto évalués. Cependant, chaque OP dispose de ses résultats et de son plan d'action.

cadres de concertations et d'échanges sont des espaces d'expression, d'enrichissement mutuel et surtout des espaces de plaidoyer sur des thématiques qui nécessitent des prises de position ou des interventions à un niveau plus stratégique. Ainsi, la problématique du genre et de l'autonomisation économiques des femmes productrices agricoles est débattue et des synergies d'actions sont développées entre partenaires d'appui pour répondre à ces préoccupations de genre de façon concrète sur le terrain.

- La compilation de *succes stories, la communication média, la production des bulletins* sont des outils dynamiques qui rendent visible comment l'autonomisation des femmes rurales se traduit de façon concrète dans la sphère familiale et dans la communauté de vie. Même si la compilation des effets et des impacts visant à rendre compte des « réalités de l'autonomisation des femmes » des données statistiques

- *Les campagnes de sensibilisation et de plaidoyer* initiées par P4P en partenariat avec l'OCADES Dédougou et l'Association AMMIE de Ouahigouya auprès d'OP partenaires (AFDR, CAP/YAKO, UGCPA, UGCPR). Le soutien financier du PAM et l'appui technique du Point Focal Genre du PAM, du P4P et du MPFG aux côtés des partenaires d'exécution ont permis de toucher les femmes et les hommes des localités concernées , mais surtout de faire prendre des engagements communs avec les notables et autorités traditionnelles et religieuses sur les rôles et responsabilités des femmes et des hommes à la gestion des affaires de la famille et des affaires locales en tant que citoyen et citoyenne. Au-delà des concepts de base pour comprendre l'approche genre et l'intérêt de la participation économique et politique des femmes aux actions de développement , un accent particulier a été porté sur les questions d'accès aux ressources, des facteurs de production et de contrôle des bénéfices. Plusieurs stratégies complémentaires de communication ont été développées (information/ communication thématique, échanges focus, causerie débat, conférence publics, émission radio, plaidoyer auprès des décideurs de proximité, théâtres forum, etc.) afin de toucher un public large et varié. Des outils et méthodes d'évaluation ont été développés pour tenter d'apprécier la réceptivité et l'appropriation des principales thématiques partagées. Quelques résultats ont pu être annoncés ainsi que quelques changements positifs. Des points focaux genre par OP ont été identifiés et responsabilisés pour le suivi des effets à la suite de cette initiative.

Cependant, le suivi des effets par le P4P/PAM n'a pas pu se faire comme souhaité, faute de ressources « temps-finance » pour la suite du projet. Néanmoins, lors de la mission terrain, les personnes consultées ont systématiquement bien apprécié les activités menées dans le cadre de ce projet. Ce qui témoigne de l'intérêt et de la prise de conscience des hommes et des femmes quant à la participation et la gestion partagée des responsabilités. A titre illustratif, les propos suivants ont été notés par exemple lors du focus femme de UGCPA Dédougou « certaines femmes ne savaient pas qu'elles avaient le droit et le devoir de prendre part à la prise de décision pour les aspects qui concernent la vie du ménage et les investissements communs possibles grâce aux revenus tirés de la vente des productions des céréales ».

Tous ces outils développés sont importants et offrent aux OP la possibilité de faire une analyse critique de leurs performances et de s'engager dans un processus d'amélioration de celles-ci. Les quantités vendues sont connues et analysées pour montrer la part contributive des hommes et des femmes au marché du PAM, afin que des améliorations soient apportées. Cependant, la question de l'autonomisation des femmes dans la commercialisation des produits agricoles pourrait être davantage mise en évidence . Pour l'instant, c'est la dimension « organisation paysanne » vue comme une entité globale qui est analysée sous différents angles. Il est assez difficile de « vérifier »

de façon formelle, les niveaux d'autonomisation individuelle des femmes et des hommes sans y adjoindre des enquêtes ou des sondages individuelles pour cerner la capacité de prise de décision sur les orientations et les choix stratégiques opérés au sein des ménages ruraux en ce qui concerne les activités de commercialisation des produits agricoles.

La problématique de l'autonomisation des femmes reste encore assez peu visible pour le PAM. Il n'existe pas d'outils systématiques pour mesurer l'autonomisation des femmes au PAM. La réflexion est juste amorcée. Pour l'instant, le Point Focal genre se sert du check list genre et renseigne ainsi annuellement les efforts genre. Les rapports annuels PAM présentent des données sexo spécifiques aussi bien pour les activités du VAM que pour le P4P. Le faible accès des femmes aux facteurs de production (terre, intrants agricoles, etc.) expliquent les écarts des quantités vendues par les hommes et par les femmes. D'où les plaidoyers menés par le P4P pour l'accès des femmes aux facteurs de production. *Les dispositifs de suivi évaluation gagneraient à affiner les analyses des écarts constatés homme – femme en lien avec les objectifs, les cibles et les indicateurs. Car l'autonomisation économique des femmes peut renforcer la position des femmes au sein des ménages et dans la communauté au travers des divers rôles qu'elles jouent (production – reproduction – communautaire – politique) dans la sphère privée comme dans la sphère publique.* En effet, comme relevé plus haut (point 4) du fait que les femmes consacrent en générale une part importante de leurs revenus générés par les activités de commercialisation dans les dépenses liées à l'entretien du ménage (nourriture, soins des enfants, scolarité des enfants, santé) et aux obligations familiales (visite aux parents, cas sociaux). Leur autonomie économique contribue donc directement à la sécurité alimentaire et à la réduction de la pauvreté.

La collecte des ***données manquantes*** *pourrait être resolue grâce au Groupe de Travail Pluridisciplinaire (GTP). En effet, chaque année en février-mars, une évaluation des marchés est faite par le GTP donc une opportunité pour intégrer les aspects genre* et l'évolution notamment sur :

- Les pratiques de commercialisation des produits agricoles selon les périodes (récolte, soudure) par les femmes en comparaison de celles des hommes ;
- Les modes de stockage, les conditions, les contraintes et les stratégies (locales) développées par les femmes et les hommes ;
- La qualité des produits et la gestion des stocks à domicile et dans les infrastructures en place ;
- Les unités locales de commercialisation utilisées par les femmes (stratégie des femmes pour la: tous type de forme et outils de mesure sur le marché) afin de mieux appréhender et évaluer les stocks disponibles pour la mise en marché et les quantités (parts) réservées pour l'autoconsommation, la transformation en fonction de la situation du ménage et de l'environnement sécuritaire national ;
- Les conditions de mobilisation de la main d'œuvre agricole et le traitement en terme d'équité et de rémunération « équitable » homme / femmes comme enjeu important pour les femmes ;
- Les capacités et opportunités de création et d'entretien de réseaux et d'un carnet d'adresses fiables pour assurer l'écoulement régulier des produits par les femmes à différents niveaux (province, région, sous-région) ;
- Les conditions d'accès aux infrastructures marchandes (occupation des places et condition d'accès et de sécurité) et les réalités sur le terrain afin d'en tenir compte dans les aménagements et les attributions de façon équitable ;
- Appréhender la marge bénéficiaire comparée des commerçants hommes et femmes par catégorie (collecteur-producteurs, demi grossiste ou grossiste et relation qui les lie, et celles qui collectent) pour mieux analyse les marges (cf. étude collecteur – grossiste et semi grossiste) liste des acteurs ;

- Les droits des femmes et la reconnaissance juridique de celles-ci en tant qu'actrice de développement à part entière.

Tableau 4 : Indicateurs du VAM et du P4P utilisés pour renseigner la prise en compte du genre

Indicateurs VAM (corporet indicator)	**Indicateurs P4P**	**Commentaires / information manquantes**
Proportion de ménages bénéficiant d'une assistance au sein desquels les décisions sur l'utilisation des espèces, des bons ou des produits alimentaires sont prises par l'homme, par la femme ou par les deux (nouvel indicateur d'effet direct, qui mesure l'égalité de genre dans le processus de prise de décision)	**La cible du P4P** ce sont les ***producteurs et productrices des OP engagées dans la commercialisation groupée des céréales*** (maïs, sorgho, niébé, riz, lait[26]	Informations partielles disponibles dans les rapports annuels PAM **La cible du VAM** c'est : - le ménage - le ménage vulnérable - le ménage ayant comme chef de ménage une femme
Proportion de femmes bénéficiaires exerçant des positions de responsabilité au sein des comités de gestion de projet (ancien indicateur de produit dans le SPR)	Proportion de femmes, d'hommes et de jeunes dans les OP Proportion de femmes, d'hommes et de jeunes au sein du Bureau Proportion de femmes, d'hommes et de jeunes dans les comités mis en place : comité crédit, comité vente groupée, comité gestion …..	Informations disponibles dans les rapports annuels PAM/ indicateurs VAM Informations disponibles dans tableaux Excel P4P (outil données genre et marché) + rapports d'activités P4P Données manquantes sur la catégorie jeune fille – garçon, les données désagrégées par sexe liées aux crédits
Proportion de femmes membres de comités de gestion de projet ayant reçu une formation sur les modalités de distribution de vivres, d'espèces ou de bons (ancien indicateur de produit dans le SPR) 3 nouveaux de produit (indicateurs K1, K2, K3dans le SPR) ont été introduits pour mesurer le niveau de participation des hommes dans la nutrition de l'enfant, traditionnellement un domaine des femmes : K1 : Proportion de femmes et d'hommes exposés aux messages nutritionnels supportés par le PAM par rapport au nombre planifié K2 : Proportion de femmes et d'hommes qui reçoivent une orientation nutritionnelle supportée par le PAM par rapport au nombre planifié K3 : Proportion des caregivers ciblés (femmes et hommes) qui reçoivent 3 messages clé livrés à travers les messages et l'orientation nutritionnelle supportés par le PAM	Pourcentage de femmes et d'hommes formés sur diverses thématiques (post récole, intrant/ qualité, planification et plan de campagne, utilisation des pesticides, gestion des plastiques, fumure organique, traitement des récoltes, etc.)	Informations disponibles dans les rapports annuels PAM/ indicateurs VAM Informations disponibles dans les tableaux Excel P4P (outil données genre et marché) + rapports d'activités P4P
	Proportion de femmes et d'hommes ayant accès aux technologies de stockage	Informations disponibles dans tableaux Excel P4P (outil données genre et marché) + rapports d'activités P4P Sans spécification des spéculations (mais on sait que le niébé concerne plus les femmes que les hommes)

[26] Le riz et le lait étant des nouveaux produits pour le PAM

	Proportion de femmes et d'hommes ayant participé aux achats groupés d'intrants	Informations disponibles dans tableaux Excel P4P (outil données genre et marché) + rapports d'activités P4P Sans spécification des spéculations (mais on sait que le niébé concerne plus les femmes que les hommes) + liste des fournisseurs des OP Les données sur les besoin en intrant, sur les quantités reçues et les montants remboursés ne sont pas sexo spécifiques.
	Proportion * de femmes et d'hommes ayant participé à la commercialisation groupée	Informations disponibles dans tableaux Excel P4P (outil données genre et marché) + rapports d'activités P4P Mais, sans spécification des spéculations (on sait que le niébé concerne plus les femmes que les hommes) + liste des fournisseurs des OP
	Quantité / contribution à la vente des femmes, des hommes des jeunes	Informations disponibles dans tableaux Excel P4P (outil données genre et marché) + rapports d'activités P4P Mais sans spécification des spéculations et des quantités selon le genre (mais on sait que le niébé concerne plus les femmes que les hommes) + liste des fournisseurs des OP
	Montant des crédits commercialisation / OP	**Pas d'information sur % crédit selon le genre**
	Montant des crédits intrants/ OP	Idem
	Montant des crédits commercialisation remboursés / OP	Idem
	Montant des crédits intrants remboursé / OP	Idem
	Appréciation du niveau de performance des OP/ P4P dans les 5 domaines suivants : 1. Gouvernance – gestion, participation, services aux membres, *genre et jeunesse* 2. Production - itinéraires techniques, intrants agricoles, gestion des pertes post-récoltes, considérations environnementales, *genre* ; 3. Commercialisation - collecte, infrastructures marchandes, gestion de la qualité, accès aux marchés, négociation et contractualisation, genre et jeunesse 4. Entreprenariat - esprit d'entreprenariat, financement, investissement, gestion des informations, *genre et jeunesse* ; et 5. Communication et plaidoyer - communication, partenariat, plaidoyer	Informations disponibles (2014- 2015) dans le Fichier « outil d'auto évaluation assistée des OP » pour apprécier les performances organisationnelles et institutionnelles des OP partenaires du P4P Dans chacun des domaines, la perspective genre a été appréhendée, cependant il aurait été intéressant au-delà de l'effort de catégorisation des acteurs (femmes, hommes, jeunes), de prendre en compte également le genre pour la catégorie « jeune ». Sinon il est difficile d'appréhender les relations hommes – femmes et filles – garçons.
	Niveau et classement des OP	**Progiciel de performance des OP en 3 catégories :** - Phacochère - Antilope - Eléphant

5.4 Analyse des mécanismes de suivi genre des partenaires d'appuis et des OP

Plusieurs partenaires d'appui au monde rural accordent de plus en plus d'intérêt à la question de l'autonomisation des femmes. Certains s'investissent davantage dans le domaine de l'accompagnement à la commercialisation (groupée) des produits agricoles avec un appui spécifique aux femmes au travers de leurs organisations de base ou des faîtières comme la Fédération des Professionnelles Agricoles de Burkina Faso (FEPAB), du Comité Interprofessionnel du Riz du Burkina (CIRB), de la CPF (Confédération Paysanne du Faso), de l'Union Nationale des Etuveuses de Riz (UNERIZ), etc.

Pour les partenaires d'appui, les critères d'autonomisation des femmes ont été définis comme suit :

Afrique Verte, dans le cadre des activités de la transformation, les éléments qui caractérisent l'autonomisation des femmes est la capacité de la transformatrice à nouer des relations durables avec des fournisseurs, sa capacité à rechercher des marchés, à être à l'affut des opportunités (concours, fond d'investissement), à prendre du crédit pour financer ses activités.

Pour **l'UGCPA,** les éléments caractéristiques de l'"autonomisation des femmes sont la définition et adoption d'une règlementation et d'un cahier des charges sur la production /commercialisation du bissap par les femmes elles-mêmes ; la responsabilisation des enquêtrices et des gestionnaires dans chaque groupement féminin ; la construction de deux magasins de stockages dans deux zones (Bomborokuy et Konankoïra) ou les femmes peuvent stocker directement leurs produits ; la mise en place d'un comité spécialisé chargé de la commercialisation du niébé[27] et bissap (ce comité qui fixe le prix de cession avec le bureau exécutif pour l'ensemble des productrices).

Pour la **FAO,** une « Etude formelle sur la perception de l'autonomisation des femmes en milieu rural » s'impose pour mieux comprendre les enjeux pour les femmes et les hommes de cette problématique. La FAO à travers son département "GENRE" au niveau régional s'est engagée à mener une étude spécifique plus approfondie sur "la contribution et l'évolution des indicateurs genre dans le secteur agricole au Burkina Faso". Les réflexions sont en cours.

En nous référant aux OP rencontrées, il existe un dispositif de suivi des activités mais les défis restent importants à relever. Les partenaires ont facilité pour certaines organisations la mise en place d'outils et des appuis parfois aux techniciens pour soutenir la professionnalisation et le développement des activités sur les chaînes de valeurs des filières agricoles porteuses. Cependant, en ce qui concerne spécifiquement la problématique de l'autonomisation économique des femmes, les outils de mesure sont le plus souvent inexistants pour la plupart des organisations. Même si la prise de conscience sur l'intérêt pour les femmes à 'avoir le contrôle sur leurs propres revenus n'est plus à démontrer. ***Les défis pour les femmes dans la commercialisation au-delà des aspects techniques et pratiques (transport, stockage, mobilité, prix, etc.) restent leur capacité*** à ***entrer dans une logique commerciale avec une maîtrise des charges inhérentes à l'activité afin de s'assurer de la rentabilité économique de l'activité***. Par ailleurs, du fait de la responsabilité sociale, du poids de la responsabilité de mère nourricière, première fonction de la femme, la perception des priorités et la valeur accordée au statut de la femme (pour éviter la honte de son conjoint) pèsent sur les épaules des femmes. D'où la pertinence du choix des indicateurs de mesure de l'autonomisation des femmes par elles-mêmes.

[27] Le comité niébé ne semble pas être encore fonctionnel selon les femmes rencontrées.

Certaines OP, à la faveur de projets d'accès sur la sécurité alimentaire[28] auront l'opportunité de travailler sur leur politique genre et donc de réfléchir à des outils et méthodes pratiques de mesure de l'autonomisation des femmes. Déjà le suivi individuel d'un nombre de femmes et d'hommes est retenu pour apprécier à la fin du programme les effets des interventions sur la vie des ménages. La prise de décision et l'implication des femmes dans les activités et les organes de décision seront appréhendés. Avec l'outil d'auto évaluation du P4P la démarche et les critères déjà expérimentés pourraient servir d'in put dans ce sens.

Il est important tout de même de noter, que des OP bénéficient d'appui méthodologique et d'aide à la décision, mais avec l'impression que les informations à collecter pour renseigner les bases de données sont « pour le partenaire technique ou financier » et non pour l'OP elle-même. C'est dommage de ne pas s'approprier les outils développés pour poursuivre les réflexions internes et l'actualisation systématique des données sur les activités. La question du suivi pose aussi le problème de la difficulté d'un dispositif interne efficace et efficient au regard des ressources financières que les OP arrivent à mobiliser. Pour la commercialisation groupée par exemple, la mise en place de comité mixte et la responsabilisation des acteurs de la base (village/ département) jusqu'au niveau central demande une capacité d'organisation et de communication interne avec des femmes et des hommes qui sont mandatés par leurs paires pour cette assistance.

5.5 Lien avec la stratégie nationale de l'autonomisation des femmes

Le Burkina Faso a souscrit aux accords de Beijing et à la Convention pour l'Elimination de toutes les Formes de Discriminations à l'Egard des Femmes (CEDEF). Les différents gouvernements se sont engagés au respect de ces engagements et ont affirmé leur volonté de travailler pour promouvoir les droits humains et les droits des femmes. Dans le domaine agricole, la direction générale de la promotion de l'économie rurale a mené une étude thématique dont les résultats ont été présentés en 2012 sur « le rôle des femmes dans l'agriculture du Burkina ». Cette étude de référence sur trois grands volets (i) femmes et activités agricoles (ii) femmes et production agricoles (iii) contribution des femmes à la formation du revenu des ménages fourni des statistiques désagrégées selon le genre indispensables à l'analyse différenciées hommes femmes pour mieux comprendre les écarts et donner des éclairages utiles aux décideurs quant à la situation de la femme dans le secteur agricole pour des stratégies et options de solutions adaptées. Ces statistiques restent à être actualisées (période d'enquêtes janvier – décembre 2008 dans le cadre du RGA 200820082006-2010) et complétées par de nouveaux besoins d'information pour faciliter les analyses de genre du mieux possible. Actuellement, les statistiques disponibles sont relatives à l'accès au foncier, l'accès au service de vulgarisation agricole, l'accès aux équipements et aux intrants, l'accès au crédit, l'accès à l'éducation formelle et informelle, l'emploi de la main d'œuvre féminine dans l'activité de production, l'accès aux revenus agricoles ou non agricoles et affectations aux besoins des ménages, etc., mais les données manquantes relatives à la mesure de l'autonomisation des femmes et à la prise de décision dans le domaine agricole (production – commercialisation – transformation) et des effets/ impacts des politiques, projets/programmes et la capitalisation de ces expériences seraient également intéressantes .

[28] Programme IMSA soutenu par Œuvre Léger/ Canada (AFDR, APIL, UGCPA) : Innovation et mobilisation pour la sécurité alimentaire sur 3 volets : sécurité alimentaire des populations, augmentation des rendements et leur résilience aux changements climatiques, augmentation des revenus des producteurs et productrices, services aux membres particulièrement des femmes et des jeunes pour leur implication à la prise de décision et aux activités, etc.

Dans, cette logique le Ministère de la Promotion de la Femme et du Genre a initié une revue des concepts et du diagnostic sur l'entreprenariat féminin et abordé aussi la problématique de l'autonomisation des femmes rurales. Ainsi, l'atelier de validation des programmes leviers tenu du 30 au 31 mai 2013 a retenu la définition suivante pour l'autonomisation économique des femmes au Burkina Faso : ***« La possibilité et la capacité pour les femmes d'avoir accès aux moyens et ressources économiques (emploi, services et revenu suffisant), de faire des choix économiques et d'influencer les structures de leurs sociétés pour répondre à leurs besoins, à ceux de leurs familles et contribuer à la croissance économique et au développement durable»***

Plusieurs initiatives en faveur de l'autonomisation économique des femmes ont été conduites au niveau national, comme par exemple :

- l'accès aux financements, les principales interventions ont été le fonds d'appui aux activités rémunératrices des femmes (FAARF) créé en 1990 par le gouvernement du Burkina Faso, les autres fonds nationaux de financement (FASI, FAIJ, FAPE, FAAGRA, etc.), les mesures en faveur du développement des institutions de la Microfinance (IMF). Dans les appuis aux filières, on peut citer le projet national Karité (PNK) qui occupe plus de 500 000 femmes issues des milieux ruraux à travers les groupements féminins, les associations et les petites entreprises familiales ;
- l'accès des femmes à la terre a été soutenu à travers une loi votée en juillet 2009 qui octroie 30% des terres aménagées aux femmes. Cette volonté a été réaffirmée lors de la dernière JNP à Tenkodogo en avril 2016 ;
- l'accès des femmes aux énergies modernes a été soutenu par un Programme national plates-formes multifonctionnelles pour la lutte contre la pauvreté (PN – PTFM/LCP) mis en œuvre depuis 2005 et qui a permis de créer 53 500 emplois directs et 800 emplois indirects ;
- l'accès des femmes aux technologies a aussi été promu par le Programme Spécial de Création d'Emploi (PSCE) depuis 2012, et l'Opération 100 000 Charrues lancée en 2011 et visant spécifiquement les femmes agricultrices.

Malgré ces intuitives, le constat de la faible autonomisation économique des femmes au Burkina Faso est toujours d'actualité. Les facteurs explicatifs de cet état de fait résultent de la conjonction de plusieurs facteurs[29] dont les plus importants ont été relevés dans le document diagnostic réalisé à cet effet. Les principales contraintes et défis relevés recouvrent celles principalement rencontrées par les femmes dans la commercialisation des produits agricoles et développées au point III du présent document. Une analyse des forces et des faiblesses de ces interventions a été conduite afin de parvenir à un nouveau Programme d'appui à l'autonomisation économique des femmes avec pour ambition de capitaliser les expériences antérieures pour les nouvelles actions devant permettre d' (1) avoir une vision globale de l'effort gouvernemental en faveur de l'autonomisation économique des femmes, (2) développer des stratégies de collaboration et de suivi avec les Ministères et acteurs concernés, (3) *doter le MPFG d'outils de plaidoyer et de mise en cohérence de l'effort global de promotion de l'autonomisation économique de femmes*, (4) doter le MPFG d'instruments politiques de mobilisation de ressources en faveur de l'autonomisation économique des femmes.

[29] Programme d'Appui à l'autonomisation des femmes au Burkina Faso : analyse diagnostique s'appuie sur deux sources d'informations : (1) l'analyse documentaire, (2) l'enquête auprès des associations de femmes actives dans les principaux domaines d'activités. Cette enquête a touché une quarantaine d'associations dont la liste et le guide d'entretien figurent en annexe. Une analyse causale détaillée est donnée dans le document de stratégie d'appui à l'autonomisation économique des femmes.

6. SOLUTIONS PROGRAMMATIQUES POSSIBLES

6.1 Importance des données désagrégées selon le genre

Le constat actuel[30] de la mise en œuvre du dispositif de suivi de la sécurité alimentaire et de l'alerte précoce (dans lequel le VAM est fortement impliqué) indique que des possibilités d'amélioration peuvent toujours être conçues et planifiées pour leur adoption. Ainsi selon les grandes étapes de collecte des données, prendre en compte la dimension genre amènerait par exemple à revoir certains indicateurs ; préciser qui (femme ou homme) est impliqué et/ou contribue à l'action ; qui décide (contrôle et prise de décision) des modalités de prise en charge des besoins alimentaires, du soin des enfants, des priorités d'affectation des ressources du ménage, etc. ce qui renvoie à une amélioration des questionnaires ou fiches d'enquêtes afin de capter les réalités et d'approfondir les analyses différenciées hommes – femmes. Des statistiques existent déjà et pourraient être utilisées par le dispositif de suivi.

Mais auparavant, il est important que les responsables des structures chargées de la collecte des données et du processus de suivi de la situation alimentaire et nutritionnelle des ménages intègrent le bien fondé de l'approche genre et y voient l'intérêt de disposer des données statistiques désagrégées et sexo-spécifiques pour mieux se renseigner sur les réalités des femmes et des hommes en situation d'aide/ assistance ou urgence (chocs et résilience aux chocs)afin de mettre en place des stratégies ciblées et durables pour réduire et/ou éliminer les risques de retomber en situation d'insécurité alimentaire ou de mal nutrition pour les enfants.

Soutenir la recherche et l'évaluation rigoureuse de l'impact différencié selon le genre au travers d'études spécifiques demande des ressources conséquentes et de l'expertise. Les connaissances fondées sur la recherche peuvent orienter les processus politiques sur la base de données fiables. Les évaluations de pays et l'assistance technique sexo-spécifiques, ainsi que les travaux d'analyse et de conseil qui fournissent des informations utiles à l'élaboration des politiques et à la conduite des opérations revêtent une grande importance. Des organisations comme la FAO, le FIDA et la Banque Mondiale ont un avantage comparatif considérable dans la réalisation de ce type de travail. Mais ces institutions ne sont pas toujours motivées pour entreprendre une telle tâche à moins qu'il n'y ait une demande de la part de pays clients et des raisons de croire que les recommandations se traduiront en politiques plus rationnelles. C'est donc au pays à en faire la demande. Le dispositif actuel de suivi de la sécurité alimentaire et du système d'alerte précoce pourrait bien saisir cette opportunité pour lancer une requête. Cela d'autant plus qu'avec le RGA et le RGPH planifiés pour 2016, les partenaires techniques et financiers et les agences de système des nations unies (PNUD, UNFPA) pourraient être intéressées à soutenir ce processus de collecte des données et des études thématiques en fonction des besoins d'information. Au-delà des chiffres, c'est plus le traitement des informations collectées et l'analyse différenciée homme – femme qui devrait être renforcée. L'expertise en la matière existe et le partage des connaissances avec les autres pays pourrai être enrichissant.

6.2 Besoins pratiques des hommes et des femmes pour un meilleur accès au marché

L'expérience a montré que le potentiel des femmes en tant qu'agents économiques doit être soutenu et que certaines conditions préalables doivent être activement remplies pour que ce potentiel se réalise. Le PAM dans sa stratégie genre intègre les grands points suivants :

[30] En référence aux entretiens avec les membres du dispositif de suivi SAP et de la méthodologie révisée.

- Les femmes qui ont *confiance en leur aptitude* à affirmer leurs droits sont en meilleure position pour endosser avec succès de nouveaux rôles, et une fois qu'elles les ont assumés, elles sont plus enclines à investir leur temps et leurs ressources dans des activités productives rémunératrices.
- Les femmes dotées de *compétences pour la vente et qui ont accès aux ressources et services* en rapport avec leurs moyens d'existence sont mieux à même de répondre aux opportunités économiques et ont plus de chances de disposer d'une part suffisante du revenu du ménage pour peser sur les décisions économiques intéressant leur foyer.
- Les femmes qui reçoivent *des informations sur l'évolution de la demande* relative à des marchés éloignés sont en meilleure position pour prendre des décisions rationnelles en matière d'investissement, y compris des décisions sur l'utilisation de leur propre travail.

Pour soutenir ces points, les stratégies suivantes peuvent également être planifiées :

- Renforcer la confiance en soi des femmes, prévoir une place pour les femmes productrices et transformatrices de céréales dans les appels d'offre tout en n'oubliant pas les petites unités de transformation.
- Renforcer la capacité de négociation des femmes pour s'adresser aux fournisseurs et clients afin de négocier les prix, d'avoir les informations justes et en temps réel.
- Poursuivre les séances de sensibilisation pour la prise en compte de la spécificité des femmes dans l'accès aux facteurs de production, l'accès au marché et l'accès aux ressources de la famille (main d'œuvre notamment).
- Mener une étude sur la « problématique des femmes et le système d'approvisionnement des centres urbains par les produits locaux céréaliers » où les femmes seraient nombreuses à se positionner et à gagner leur vie.
- Initier des espaces de partage d'expériences ou des foras de rencontres au travers d'évènements nationaux d'envergure comme la JNP, les foires promotionnelles, les participations à des voyages d'affaires, etc. pour les femmes au Burkina et dans la sous-région.

6.3 Intérêts stratégiques des femmes pour un meilleur accès au marche

Des opportunités à saisir au niveau national ou sous régional existent. An niveau national par exemple, dans le cadre des mesures sociales initiées en 2013 par le Gouvernement Burkinabé pour réduire les coûts des produits de grande consommation, 59 700 tonnes de céréales ont été acquises et mises à la disposition des populations dans 170 boutiques témoins reparties sur l'ensemble du territoire national. Ce projet a été reconduit en 2015 sous forme d'opération d'appui à la sécurité Alimentaire dénommée OASA. En 2016, il est prévu la mise en place d'un Stock de sécurité alimentaire d'intervention (SSAI) qui prendra en charge les attributions du système d'information(SI) et de l'OASA. Ce stock d'une quantité de 35 000 tonnes de céréales sera vendu à un prix social dans les boutiques témoins ouvertes sur le territoire national[31].

De même, la filière fonio a été citée[32] comme étant une filière qui rassemble beaucoup de femmes depuis la production jusqu'à la consommation. En effet il existe de nombreux groupements de productrices de fonio dans les zones de productions. La transformation primaire ou pillage est essentiellement exécutée par des femmes communément appelée « pilleuses ». La transformation

[31] Bénédicte PEMOU : Etude pour établir une situation de référence pour les stocks des commerçants et les stocks institutionnels du Burkina Faso. CILSS/ SIM SONAGESS. Rapport provisoire, avril 2016, page 40
[32] Appui Afrique Verte

secondaire, aussi essentielle est elle aussi assurée par des femmes. Pour la phase finale, la consommation, c'est encore elles qui connaissent la technique de préparation. Le fonio est donc une filière où les femmes sont présentes sur tous les maillons (production, transformation primaire, transformation secondaire, commercialisation et consommation). C'est une filière qui offre aussi beaucoup de débouchés (nutritionnelle, gastronomique, sanitaire…).

Le Projet Innovation et Mobilisation pour la Sécurité Alimentaire (IMSA) dans la Boucle du Mouhoun et le Yatenga conduit par UGCPA et à AFDR offre également des opportunités aux femmes d'accroitre leur capacités de production et de positionnement dans les instances de décision, tout comme l'accompagnement de P4P.

L'Acte uniforme de l'OHADA sur les coopératives agricoles offre des possibilités aux producteurs et productrices de développer des fonctions économiques afin qu'ils puissent mieux profiter des opportunités de marchés sous régionaux. Mais le défi reste important pour les femmes d'y accéder. Elles pourraient s'organiser au sein de faîtières paysannes comme la CPF pour mieux défendre les intérêts du monde paysan. Par exemple, le collège des femmes mis en place par la CPF porte les orientations genre et autonomisation des femmes dans le domaine agricole.

Au niveau national, la Journée Nationale du Paysan (JNP) offre un espace d'expression et de partage d'expériences inter-acteurs avec les décideurs. L'option faite cette année de promouvoir les initiatives d'approvisionnement des cantines scolaires par l'accès à des marchés de proximité entre en droite ligne de la politique du PAM. De même la question de l'assurance agricole maintes fois réclamée par les producteurs et productrices devrait être soutenue en concertation avec les partenaires d'appui.

6.4 Conclusion et recommandations

L'amélioration de l'accès des femmes rurales aux ressources productives et au contrôle des revenus/ressources de même qu'aux marchés entraîne un accroissement de la productivité des ménages et des bénéfices durables pour l'économie au sens large. Ainsi, les recommandations au VAM pour soutenir cette position portent sur quatre points essentiellement :

6.4.1 Poursuivre le rôle de plaidoyer, l'influence des politiques agricoles et de sécurité alimentaire

Le PAM a su développer des partenariats institutionnels dynamiques. La concertation et le développement de synergies d'action et d'espaces de partage et de négociation inter acteurs donnent des opportunités de sensibilisation et d'effort de prise en compte de l'approche genre. Le VAM qui fait partie du GTP et P4P qui co-animent les cadres de concertations des partenaires doivent être un des vecteurs de changement pour soutenir l'accompagnement technique et méthodologique, les réflexions genre et la mise en place d'outils spécifiques. Les engagements nationaux doivent être suivis. Le rôle des acteurs du monde rural est de jouer le rôle de veille, d'interpellation et de propositions pour assurer la définition de stratégie adaptés visant une amélioration du statut des femmes dans l'agriculture. L'existence de faîtières comme la CPF, la FEPAB, les unions des professionnelles des filières (riz, lait, céréales*, PFNL)* est d'avoir cette fonction. Lorsque les femmes constituent la majorité des petits paysans, le fait qu'elles ne réalisent pas pleinement leur potentiel dans le domaine agricole contribue à la lenteur de la croissance et à l'insécurité alimentaire.

Au niveau interne, le rôle central de l'unité VAM serait le suivi évaluation pour le genre avec une liste d'indicateurs et d'activités à renseigner régulièrement en se référant à la nouvelle politique genre du PAM. Le VAM-Burkina aura besoin d'assistance genre en appui au point focal genre du PAM pour la mise en œuvre de cette politique genre. Aussi, il serait urgent que le bureau régional instaure la communication auprès des partenaires du gouvernement pour expliquer la nouvelle orientation politique genre du PAM.

6.4.2 Poursuivre le renforcement des capacités organisationnelles des OP et stratégiques des femmes

L'approche genre invite à combler les écarts constatés, sources de discrimination femme- homme. Par conséquent, concevoir des interventions qui ciblent explicitement les femmes est recommandé en vue de réduire ces inégalités. Il est prouvé aussi que le soutien des hommes est déterminant, voire indispensable, pour le succès de projets sensibles aux questions de genre (exemple la problématique de l'accès des femmes à la terre ou du partage des tâches domestiques pour équilibrer le temps de travail et ainsi permettre aux femmes de s'investir également dans des activités économiques avec moins de pression physique et morale). Dans ce sens, les propositions faites au point 6 sont des orientations opérationnelles pour le VAM.

Par conséquent, la Responsabilité Genre du PAM-Burkina devrait être revue pour un meilleur positionnement. Des ressources conséquentes (budget et ressources humaines) devraient lui être affectées pour un meilleur suivi une meilleure supervision des initiatives genre sur le terrain. Des efforts restent à faire pour affiner les analyses. Les outils de collecte des données aussi demandent à être complétés.

L'appui à la structuration des groupements féminins pour améliorer les droits et l'accès aux services et aux facteurs de production est un élément reconnu d'autonomisation économique et sociale qui permet aux membres d'augmenter collectivement la productivité et les revenus. Des actions dans ce sens ont été développées (accès aux parcelles aménagées, formalisation des appuis contractuels, etc.) Il est nécessaire de renforcer les capacités pour s'assurer que les femmes restent des membres actifs et assument d'importantes responsabilités à l'échelon de la direction et de la prise de décision. Lorsqu'ils sont organisés à grande échelle, les groupements amplifient l'influence politique des femmes et stimulent leur participation active à la vie publique, pour exemple le collège des femmes de la CPF.

6.4.3. Accroître l'accès des femmes aux ressources productives, au capital financier et aux marchés

Les initiatives visant à permettre aux femmes de surmonter les défis liés à la commercialisation des produits agricoles devront être soutenues. La division sexo spécifique du travail entre hommes et femmes confine souvent les agricultrices à la production de subsistance destinée à la consommation du ménage. L'expérience montre que la prise en compte des contraintes et opportunités tout au long de la chaine de valeur augmente la probabilité de venir à bout des facteurs d'inefficacité découlant des rapports de pouvoir entre hommes et femmes.

Dans le domaine du crédit, les petits exploitants agricoles, notamment les femmes ont besoin d'un accès facilité et adapté à leurs besoins de financement pour accroître leur production, diversifier leurs produits, améliorer leurs techniques de stockage/de conservation ou de transformation avec un label de qualité qui garantisse une clientèle et l'écoulement de leurs produits dans de bonnes conditions. Hors, nos institutions financières tardent à accompagner les acteurs du monde rural faute de garantie suffisantes pour couvrir les risques financiers. Face à ce défi, les femmes développent des initiatives de crédits mutuels, de tontine, d'épargne pour le crédit avec l'appui de partenaires soutenant leurs activités économiques.

Le plaidoyer du PAM en direction des institutions de financement devrait se poursuivre pour maintenir les acquis et la confiance tissée avec les OP grâce notamment aux conventions signées et l'existence des contrats PAM qui atteste de la solvabilité de l'organisation. La capitalisation et la vulgarisation des alternatives de financement développént au niveau des OP devraient être davantage connues

6.4.4 Soutenir la création ou la dynamisation des services de soutien agricole sensibles au genre

Associer les femmes à la conception de produits et services novateurs adaptés à leurs besoins. Cela necessite de développer des approches participatives. Cette démarche est particulièrement efficace lorsqu'il s'agit d'introduire des technologies qui allègent le travail des femmes. Les produits et services dans le domaine de la finance rurale, de la vulgarisation et des technologies de l'information et des communications ont tous atteint plus efficacement les femmes lorsque les contraintes sexo-spécifiques étaient prises en compte dès le stade de la conception. Cela s'est confirmé avec le choix des kits et équipements adaptés pour les femmes (emballage pour petite quantité, construction d'espace de stockage plus petit pour les femmes, subvention de petits équipements pour l'allègement des tâches des femmes, égreneuse mobiles, etc.).

Le VAM devrait soutenir la diffusion large des résultats des études ou recherches (genre et marche et de l'étude sur les pertes post récolte) devrait aider l'ensemble des acteurs à avoir une meilleure connaissance de la problématique genre sur les marchés et orienter davantage les appuis aux femmes en fonction des filières porteuses pour elles.

6.4.5. Renseigner la problématique de l'autonomisation des femmes

Cette problématique reste encore assez peu visible pour le PAM. Il n'existe pas d'outils systématiques pour mesurer l'autonomisation des femmes au PAM. La réflexion est juste amorcée. La réflexion devrait se poursuivre pour affiner les méthodologies, les outils de suivi et de collecte des informations afin de répondre aux objectifs de la politique genre du PAM. La collecte des données manquantes est utile pour mieux cerner cette problématique (cf. point 5.3).

ANNEXES

ANNEXE 1 : TERME DE REFERENCES DE L'ETUDE

SUPERVISION: Chargé de l'analyse et cartographie de la vulnérabilité (VAM)
LIEU: Bureau pays du PAM, Burkina Faso
DURÉE: 35 jours (immédiat)
TYPE DE POSTE: Consultant national (de préférence)
OBJECTIF DU POSTE: Mener une étude de cas du pays pour soutenir l'évaluation en genre et marchés en Afrique de l'Ouest.

Introduction

Le bureau régional du PAM pour l'Afrique de l'Ouest a lancé une initiative régionale sur le genre et l'assistance alimentaire basée sur le marché sous la direction technique de l'unité régionale VAM. Le projet permettra de renforcer les liens entre l'analyse du genre et les évaluations de marchés, et permettra au PAM et ses partenaires de mieux concevoir et exécuter les interventions axées sur les marchés avec des objectifs explicites d'égalité des sexes. Plus précisément, le projet permettra de répondre aux questions de recherche suivantes:

- Quels sont les rôles des femmes et des hommes dans les marchés/la commercialisation de produits agricoles en Afrique de l'Ouest?
- Quels sont les défis spécifiques auxquelles les femmes sont confrontées pour leur inclusion économique dans les marchés/dans la commercialisation de produits agricoles?
- Quels sont les lacunes en matière du genre dans les interventions basées sur le marché et dans l'analyse des marchés du PAM?
- Quels sont les lacunes et les défis actuels dans le suivi de l'autonomisation des femmes dans le domaine des marchés de produits agricoles?
- Quelles sont les solutions programmatiques possibles pour relever les défis et combler les lacunes identifiées?

Responsabilités et tâches du consultant

Pour soutenir cette initiative, plusieurs études de cas par pays seront menées dans la région. Le candidat retenu sera chargé de la réalisation d'une étude de cas pour le Bureau Pays du Burkina Faso. Durant sa mission, le consultant se concentrera sur les cinq questions de recherche susmentionnées dans le contexte du pays. L'étude de cas comprendra une revue de documents et de données secondaires, des interviews, la collecte et l'analyse de données primaires et la production d'un rapport final. L'étude de cas devra s'inscrire en droite ligne avec la Politique Genre du PAM et à la Stratégie 2015 du PAM ainsi que la politique Genre et la stratégie régionale de l'Afrique de l'Ouest.
Activités Network African Women Economists Network African Women Economists.
En collaboration avec les Conseillers régionaux en matière de Marchés et les experts en genre au sein du Bureau régional du PAM, et sous la supervision technique de l'agent VAM du bureau pays, le consultant national devra mener les activités suivantes:

1. Effectuer un examen de fond / revue de la littérature (10 jours):

a. Collecter et exploiter la documentation sur le genre, la sécurité alimentaire et les marchés de produits agricoles dans le pays, y compris les évaluations de genre, les études de marchés et des évaluations de la sécurité alimentaire menées par le PAM et / ou des partenaires dans le pays au cours des 5 dernières années;
b. Examiner et compiler les documents sur l'évaluation et le suivi de l'autonomisation des femmes et des marchés de produits agricoles en particulier;
c. Faire une revue des données primaires et secondaires sur la sécurité alimentaire et les marchés et / ou des informations sensibles au genre pour le pays (tels que les bases de données statistiques gouvernementales, les données du VAM, etc.);
d. Identifier et rencontrer le personnel clé du PAM (en particulier ceux qui ont participé à l'initiative P4P, C&V et M&E, ainsi que les Points Focaux genre ainsi que les membres du Réseau Genre) et les partenaires dans le pays pour discuter des objectifs de l'étude; évaluer les perceptions et les approches dans l'analyse de genre et l'autonomisation; identifier les besoins d'information; obtenir

des données secondaires supplémentaires et, le cas échéant, identifier des partenaires de collaboration au niveau national(tels que FIDA, FAO, la Banque mondiale, OXFAM, IFDC, Afrique Verte, ACDI/VOCA, CRS, les groupements et les associations de producteurs et de commerçants, les universités nationales, les partenaires engagés dans les évaluations du PAM dans le pays, etc., selon le réseau du bureau pays et les besoins).

2. Collecte de données (15 jours):

a. Avec le soutien du Bureau régional, définir une méthodologie de collecte de données sur le terrain et une méthodologie de revue de littérature pour compléter les données et informations manquantes.
b. Concevoir les outils de collecte et le faire valider par le Bureau régional
c. Recueillir des données primaires en utilisant les outils développés / adaptés avec la méthodologie auprès de l'ensemble des acteurs.

3. Analyse (7 jours):

a. Identifier des propositions ou des sous-questions dérivées de chaque question de recherche et les mesures à prendre pour étudier les propositions;
b. Identifier les critères pour l'interprétation des études de cas trouvés (plan d'analyse);
c. Identifier les éléments à utiliser pour traiter la question de recherche / qui soutiennent la question de recherche et déterminer comment les éléments seront combinés pour répondre aux questions;
d. Examiner l'éventail des résultats possibles identifier d'autres explications de ces résultats, et identifier toute information nécessaire pour faire la distinction entre ces résultats.

4. Rapports (3 jours):

a. Elaborer un rapport final résumant tous les résultats et l'analyse pour répondre aux questions de recherche, et notamment des recommandations;
b. Compiler le matériel de collecte de données utilisé/revu (c'est-à-dire les enquêtes d'évaluation de marchés, le curriculum de formation des enquêteurs, les questionnaires d'interviews) en l'annexe 1;
c. Compiler et revoir les données (primaires et secondaires) en annexe 2;
d. Faire une liste compilée des partenaires et de la nature du partenariat en annexe 3 ;
e. Restituer les résultats provisoires de l'étude au niveau national au cours d'une séance de présentation.

PRINCIPAUX RESULTATS:

Network African Women Economists

- Un rapport résumant: la méthodologie de recherche développée et appliquée; revue de la littérature,'analyse de données secondaires, liste des partenaires clés et du personnel interviewé; conclusions relatives à chaque question de recherche; et recommandations pour le renforcement de l'analyse du genre et évaluation de l'autonomisation des femmes dans les marchés de produits agricoles. Le rapport devrait être disponible en français et en anglais;
- Un résumé des bases de données compilant tous les rapports d'évaluation et l'ensemble des données examinées au cours de l'étude;
- Une collecte et une analyse des données sur la base des outils conçus et appliqués;
- Un ensemble de données primaires collectées;
- Une base de données des partenaires.

CHRONOLOGIE:

La durée de la consultation est de 35 jours, entre le 29 Février et le 29 Avril 2016. Le tableau ci-dessous donne le calendrier auquel doit se conformer le consultant.

Description des activités	Jours de travail (une journée = 8 heures de travail)
Date de démarrage (au plus tard)	29 Février
Revue de la littérature et examen des données secondaires (y compris les interviews avec le personnel et les partenaires clés)	10 jours
Collecte de données (y compris la conception de la méthodologie et des outils, entretiens avec des informateurs clés, les groupes de discussion et les sondages)	15 jours
Analyse des résultats	5 jours
Rapport sur les résultats	3 jours
Date limite pour le dépôt du rapport provisoire	13 Avril
Discussions avec le superviseur et les collègues du Bureau régional du PAM	2 jours
Date limite pour le dépôt du rapport final	(au plus tard) Le 29 Avril

EXPERIENCES ET DE COMPETENCES SOUHAITES POUR LE POSTE:

- Etre un expert en genre dans le contexte de l'analyse de la sécurité alimentaire et / ou les marchés de produits agricoles et / ou de l'intervention humanitaire.
- Avoir l'expérience de collecte spécifique au contexte socio-économique basé sur le marché et la sécurité alimentaire, avoir conduit des analyses de données quantitatives et qualitatives, et avoir une capacité d'analyse et de synthèse.
- Avoir mené des enquêtes, des évaluations au niveau des pays, y compris la conception, la collecte et l'analyse de données.
- Avoir participé à la conception et à la mise en œuvre des programmes axés sur le genre et les marchés de produits agricoles dans le cadre d'une analyse genre et sécurité alimentaire.
- Etre familiarisé à l'autonomisation des femmes avec des indicateurs d'agriculture (WEAI) et / ou des méthodes d'analyse de la pauvreté multidimensionnelle.
- Préférence pour ceux qui maîtrise des logiciels de statistiques (SPSS, Stata, SAS).

FACTEURS CRITIQUES DE SUCCÈS:

- Capacité à collecter, compiler, traiter et analyser les données, préparer des rapports et de tirer des conclusions et recommandations.
- Capacité à maintenir des relations de travail efficaces avec ses homologues au niveau national, régional et du siège du PAM.
- Interaction efficace et opportune avec les collègues et les autres parties internes et externes concernées.
- Capacité à traiter patiemment et avec tact des personnes de différentes origines, nationalités et cultures.
- Aptitude à démontrer à établir et maintenir des relations de travail efficaces avec les pays homologues / régionaux et du personnel au sein du bureau, de la population d'accueil, des donateurs, des ONG et d'autres agences des Nations Unies.

QUALIFICATIONS NORMES MINIMALES UNIVERSITAIRES:

Formation: Diplôme universitaire en études de genre, économie, sécurité alimentaire, statistiques, sociologie, sciences de données, de la santé publique / Nutrition, géographie, études des femmes, ou autres domaines connexes, avec 3 ans ou plus d'expérience de travail connexe.

Langues: très bonne maîtrise de la langue française (niveau C) et maîtrise de l'anglais.

DEPOT DES CANDIDATURES

Les candidat(e)s intéressé(e)s par cette offre doivent envoyer leur curriculum vitae :

- Sous pli fermé avec la mention « Termes de référence pour le recrutement d'un consultant national en Genre et Marchés » au plus tard le … 2016 à … heures à la Représentation du Programme Alimentaire Mondial, 11 BP 1754 Ouagadougou 11, Burkina Faso,
- Tél. 25 30 60 77.
- Ou par courrier électronique aux adresses suivantes, au plus tard le …….. 2016 à … heures.

ANNEXE 2 : LISTE DES STRUCTURES RENCONTREES

EQUIPE PAM-BURKINA
VAM DU BUREAU PAYS PAM- BURKINA
P4P / PAM – BURKINA
POINT FOCAL GENRE PAM-BURKINA
POINT FOCAL GENRE P4P-BURKINA

PARTENAIRES INSTITUTIONNELS PAM- BURKINA
CT-CNSA : COMITE TECHNIQUE DU CONSEIL NATIONAL DE SECURITE ALIMENTAIRE
DDMPA /DGPER
FAO
FEPAB
FEWSNET (USAID)
MINISTERE DE LA FEMME, DE LA SOLIDARITE NATIONALE ET DE LA FAMILLE
OXFAM
SECRETARIAT PERMANENT DU CONSEIL NATIONAL DE SECURITE ALIMENTAIRE
SIM/ SONAGES
SAP
PARTENAIRES D'APPUI AUX OP/ PERSONNES RESSOURCES
AFDI
AFRIQUE VERTE
FONDATION NEW FIELD

ORGANISATIONS PAYSANNES
AFDR
FNZ
UGCPA- DEDOUGOU
UPPA – HOUET
FOCUS FEMMES /FNZ
FOCUS HOMMES/FNZ
FOCUS FEMMES/UPPA- HOUET
FOCUS HOMMES/UPPA – HOUET
FOCUS FEMMES/ GROUPEMENT BENKADI DEDOUGOU
FOCUS HOMMES/ GROUPEMENT SANABA/ DEDOUGOU

ENQUETES MARCHE
60 QUESTIONNAIRES RENSEIGNES : 32 FEMMES ET 28 HOMMES, SOIT 53% DE FEMMES

TOTAL GENERAL DE PERSONNES CONSULTEES : 201 AVEC 107 FEMMES, SOIT 53 % DE FEMMES

ANNEXE 3 : LISTE DES DOCUMENTS CONSULTES

Agnès GNISSI Janvier 2013. *Rapport final étude complémentaire genre P4P*. 60 pages

Alain Traore, Geneviève Audet- Bélanger, Alladari Traore: *Contributions du P4P au renforcement des capacités des organisations paysannes*. Rapport Pays : Burkina Faso 2011. PAM et Royal Tropical Institut. 50 pages

Aziz Elbehri et Maria Lee : *Le rôle des organisations de productrices dans les chaines de valeur des produits agricoles, enseignements pratiques tirés d'expériences en Afriques et en Inde*. Rome 2011. 73 pages.

Banque Mondiale, FAO, FIDA. 2008 : *Investir Dans Les Femmes En Tant Que Moteurs De La Croissance Agricole*. Gender in Agriculture. 8 pages

CEFECOD. Avril 2013 : *Situation de référence des principales filières agro-sylvo-pastorales et halieutiques au Burkina Faso*. 74 pages. (Genre moyen)

Conseil National de Sécurité Alimentaire (SE-CNSA). Février 2016 : *Plan de soutien aux populations vulnérables à l'insécurité alimentaire et à la malnutrition au titre de l'année 2016*. Ministère de l'Agriculture et des Aménagements Hydrauliques. (Présentation PTT)

Direction de la Prospective et des Statistiques Agricoles et Alimentaires (DPSAA) / DGPER - 2009 : *Evolution du secteur agricole et des conditions de vie des ménages au Burkina Faso et mesures de politiques agricoles et alimentaire face à la vie chère, seconde édition.* 166 pages.

Direction des statistiques agricoles (DSA). Juin 2005 : *La féminisation de l'agriculture et l'accès à la terre. Analyse des statistiques agricoles désagrégées par genre de 1993, 1998 et 2001*. 52 pages

FAO. 2010- 2011 : *La situation mondiale de l'alimentation et de l'agriculture dans le monde : le rôle des femmes dans l'agriculture, combler le fossé entre les hommes et les femmes pour soutenir le développement.*174 pages

IABER/ SONAGES. Octobre 2013 : *Etude pour la révision de l'échantillon des marchés SIM- SONAGES*. 65 pages. (NG)

Marie-Hélène DABAT, Issa ZONGO, Ruphin KIENDREBEOGO, CIRAD- PAM. Février 2012: *Etude sur les relations entre marchés et sécurité alimentaire au Burkina Faso. Analyse des contraintes d'approvisionnement et des opportunités de commercialisation des produits agro-sylvo-pastoraux et halieutiques comme éléments d'appréciation de la performance des marchés de proximité pour la sécurité alimentaire des ménages. Enquêtes dans les régions Boucle du Mouhoun et Sahel*. 99 pages. (Quelques information sur les femmes mais assez limitées)

Ministère de l'Agriculture, des ressources hydrauliques, de l'Assainissement et de la sécurité alimentaire. Mars 2015. *Résultats définitifs de la campagne agricole 2014/2015 et perspective de la situation alimentaire et nutritionnelle au Burkina Faso*. 73 pages (NG aucune données sexo spécifiques)

Ministère de l'Agriculture, des ressources hydrauliques, de l'Assainissement et de la sécurité alimentaire. Mars 2015. Résultats définitifs de la campagne agricole 2015-2016 et perspective de la situation alimentaire et nutritionnelle au Burkina Faso. 73 pages (NG aucune données sexo spécifiques)

Ministère de la Promotion de la Femme et du Genre (2015). *Stratégie nationale de promotion de l'entreprenariat féminin au Burkina Faso (2016-2025)*. 55 pages.

Ministère de la Promotion de la Femme et du Genre (2015). *Plan d'action de la Stratégie nationale de promotion de l'entreprenariat féminin au Burkina Faso 2016-2018*. 28 pages

Ministère de la Promotion de la Femme et du Genre (2014). *Problématique de financement des activités économiques des femmes au Burkina Faso.* 69 pages.

Ministère de la Promotion de la Femme et du Genre (2016). *Rapport de l'étude sur le financement de l'entreprenariat féminin au Burkina Faso.* 221pages.

Monitoring African Food and Agricultural Policies (MAFAP/FAO/ OCDE), Janvier 2013: *ANALYSIS OF PUBLIC EXPENDITURES IN SUPPORT OF FOOD AND AGRICULTURE DEVELOPMENT IN BURKINA FASO 2006-2010.* 38 pages (NG)

OCDE : L*'Autonomisation économique des femmes*. Avril 2011. Réseau du CAD sur l'égalité hommes-femmes (GENDERNET). 37 pages.

Oxfam International avril 2013. *Action collective des femmes: Libérer le potentiel des marchés agricoles ; Un rapport de recherche d'Oxfam International.* 92pages

PAM/ P4P: *The Practical Actions to Enhance the Participation of Women in the Purchase for Progress Pilot Programme. Purchase for Progress- Occasional Paper*. Published by the WFP Gender Service and the P4P Coordination Unit. Issue 2. September 2010. 114 pages

PAM/ P4P: P4P's Women's Empowerment Pathways: Roadblocks and Successes – 2014. 52 pages.
Gwynne Zodrow: P4P Global Learning Series: Markets for Quality beyond the World Food Programme. March 2014. 30 pages.

PAM: Agricultural Learning and Impacts, Network (ALINe) P4P and Gender: Literature Review and Fieldwork Report. August 2011. 117 pages.

PAM : Rapport d'évaluation approfondie sur la sécurité alimentaire des ménages en situation d'urgence (EFSA) dans 170 communes déclarées à risque d'insécurité alimentaire au Burkina Faso. Avril 2012. 60 pages

PAM : *Politique en matière de problématique Hommes-Femmes (2015-2020).* Rome mai 2015. 25 pages

PAM/VAM : Analyse globale de la vulnérabilité, de la sécurité alimentaire et de la nutrition (AGVSAN) au Burkina Faso. Juillet 1014. 105 pages.

P4P/ PAM : *PAPIER GL 1 2012 : Capacity building, P4P et le renforcement des capacités des organisations paysannes*. 21 pages

P4P/ PAM : *PAPIER GL 1 2012 : Capacity building, le renforcement du rôle des femmes dans le P4P au Burkina Faso : L'expérience de la responsabilisation des femmes dans la commercialisation groupée et la vente au PAM et autres acheteurs*. 2012. 22 pages.

P4P Gender Strategy, Juin 2013

Paule Elise HENRY. *Septembre 2011 : Stratégie genre pour le projet P4P au Burkina Faso basé sur les recommandations du 2nd Occasional Paper*. Projet « Achats au service du Progrès » (P4P).. 64 pages.

Pasquale De Muro : *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.* Roma Tre University Department of Economics HDFS Master's Steering Committee. October 2015. 55 pages

Programme Régional d'Appui Accès aux Marchés (PRA/Marchés) du CILSS (Avril 2014) *Flux transfrontaliers agricoles et de bétail/viande en Afrique de l'ouest.* 11pages (Neutre au genre);

Marie Bambara, René Bougousaré, Zelhata Soubeiga: *Rapport de mission d'évaluation de la sensibilisation sur les questions de genre dans les régions du Nord et de la boucle du Mouhoun*. P4P/ PAM, Décembre 2013. 11 pages

Marthe Diarra Doka, Djibrilla Madougou, Alexandre Diouf. 2014: *Crise alimentaire, genre et résilience au Sahel ; enseignements tirés de la crise de 2012 au Burkina Faso, Mali, Niger. Rapport de recherche OXFAM.* 64 pages

Ministère de l'Agriculture et des Aménagements Hydrauliques. *Rapport de suivi et d'évaluation des marchés et de la situation alimentaire des ménages du Burkina Faso*. CILSS, FAO, PAM, FwFévrier 2016.

SAVADOGO Madi (FAO), KIENOU Blaise (FEWS NET), OUEDRAOGO Abdou Karim (SE/ CNSA), NANEMA Leopold (DGESS/MAAH), PEMOU Bénédicte (SONAGESS) Février 2016. *Mission de suivi et d'évaluation des marchés et de la situation alimentaire dans les régions de la Boucle du Mouhoun, des Cascades et des Hauts Bassins*. Direction générale des études et des statistiques sectorielles. 18 pages. (NG)

Simon Renk et Marie Ndiaye. *Empowering West African women through market-based food assistance - May 2015*. Concept Note. World Food Programme. 3 pages

RBD VAM Gender + Markets. *Technical Note on use of gender– and empowerment-integrated market assessment surveys*. Internal RBD VAM Technical Note February 2016. 4 pages.

Unité de Coordination de l'initiative Achats au service du progrès. *Les achats au service du progrès (P4P), Document de base.* Programme Alimentaire Mondial, Rome, 2012. 45 pages

VAM 2016. Literature & Secondary Data Review: *Gender and Market Analysis Initiative—Empowering Women in West Africa.* 20 pages

World Food Programme. Gender Results Network Digest. Issue No.1 November/ 2015. wfp.gendernetwork@wfp.org. 6 pages

World Food Programme. Regional Gender Implementation Strategy West and Central Africa. Dakar, February 2016. 27 pages

WFP STRATEGIC RESULTS FRAMEWORK (2014–2017) *to facilitate implementation of the Strategic Plan 2014–2017*. 23 pages

ANNEXE 4 : LISTE DES OUTILS DE COLLECTE DES INFORMATIONS

GUIDE 1 : ENTRETIEN EQUIPES VAM/ P4P, C&V, GENRE SE,

Identification des répondants :

Qualification et responsabilités :

Ancienneté au PAM :

1. Quelles appréciations faites-vous de l'évolution de la stratégie genre du PAM et des résultats atteints / et l'approche analyse de genre et d'autonomisation du VAM ?
2. Comment les Stratégies d'intervention basée sur le marché du PAM, ont- elles évolué pour prendre en compte les préoccupations et l'autonomisation des femmes et des hommes sur les marchés des produits agricoles (P4P/C&V/School-feeding/FFA) ? Et comment le VAM et le S&E ont répondu aux changements?
3. Quelles sont les critères de sélection des produits, des fournisseurs ?
4. VAM et évolution : principaux enseignements/ leçons apprises sur les marchés avec le genre et l'autonomisation des femmes (succès et limités) ? **(en comparaison avec ceux de P4P)**
5. Quelles sont les défis des femmes et des hommes des OP accompagnées par le **VAM/ P4P** pour les marchés des produits agricoles ?
6. Quels types de mécanisme de suivi –évaluation existent au **VAM et niveau de fonctionnalité sur l'autonomisation des femmes ? Est-ce qu'ils sont différents pour le P4P**
7. Quels sont les outils de collecte et d'analyse existant/ utilisés **par VAM pour apprécier l'autonomisation des femmes ? Est-ce que le P4P à des autres outils, et si oui, est-ce qu'il y a des différences?**
8. Quelles sont les données et analyses nécessaires sur les dynamiques de genre et d'autonomisation des femmes sur le marché pour informer les projets du P4P? Est-ce que ces informations sont disponibles dans les rapports/ études du VAM?
9. Quelles sont les points forts et les lacunes dans l'approche du VAM **(par rapport aux évaluations « Genre et marché » du P4P, appréciation des indicateurs le P4P ?**
10. Quelles sont les défis auxquelles VAM est confronté pour récolter et analyser ces données genre et marché manquantes ?
11. Quels sont les indicateurs qui ne sont pas renseigner, pourquoi et comment les collecter (quelle approche ou outils)?
12. Existe –il d'autres sources (données secondaires, …..) pour combler les lacunes de donnée à collecter ?
13. Qu'est ce qui manque pour que les femmes aient un meilleur accès aux marchés, **et plus d'autonomisation aux marchés,** selon vous?
14. Avez-vous connaissance d'autres expériences ou stratégies (différents niveaux et différentes natures) pour accompagner les femmes dans l'accès **et l'autonomisation** aux marchés (pour elles – mêmes et dans quelles conditions ? sur quelles filières/ spéculations les femmes auraient plus de possibilités d'accès aux marchés ?
15. Y a -t-il d'autres opportunités ou spéculations porteuses pour les femmes ?
16. Quelles sont les perspectives ou réflexions en cours pour l'autonomisation des femmes dans le domaine **des marchés** (produits agricoles) ?
17. Pouvez-vous nous fournir les statistiques sur les marchés du **VAM** (+ analyse genre) des 5 dernières années http://vam.wfp.org/CountryPage_assessments.aspx?iso3=BFA?

GUIDE 2 : ENTRETIEN PARTENAIRES INSTITUTIONNELS DU VAM/P4P/ PAM

Nom de la structure / Equipe :

Entretien réalisé le :

Pouvez-vous s'il vous plaît décrire brièvement votre rôle, en particulier en ce qui concerne les femmes, le Genre, les marchés des produits agricoles ? Quelle a été votre implication dans le VAM, et/ou le programme P4P du PAM? Travaillez-vous avec d'autres partenaires internationaux de développement sur la question de la sécurité alimentaire ?

1. Avez-vous une politique ou des orientations genre au niveau institutionnel **pour les marchés agricoles** au niveau national ? (donner références) ?
2. Comment ces orientations sont traduites sur le terrain auprès de vos partenaires d'exécution ?
3. Quels sont vos résultats actuelles/ études ou statistiques disponibles ? (références études, ou rapports ou capitalisations, etc. ?
4. Quels sont les **dispositifs de suivi actuel sur la problématique de l'autonomisation des femmes et « genre et marché » ?**
5. Quels sont les éléments importants qui caractérisent l'autonomisation des femmes ?
6. Quelles sont les **principaux défis** auxquelles les femmes et les hommes sont confrontées pour les marchés des produits agricoles (maïs, riz, sorgho, niébé) ?
7. Quelles sont les motivations **et mesures incitatives prises** au sein de votre institution pour l'implication des femmes sur les marchés des produits agricoles et l'autonomisation des femmes ?
8. Quelles sont les contraintes ou difficultés que vous rencontrez pour prendre en compte les réalités du marché pour les femmes ?
9. Qu'est ce qui **manque pour que les femmes** aient un meilleur accès aux marchés des produits agricoles selon vous ?
10. Suggestions/ recommandations au VAM pour soutenir les femmes sur les marchés des produits agricoles ?
11. Avez-vous connaissance d'autres expériences ou stratégiques (différents niveaux et différentes natures) pour accompagner les femmes sur les marchés des produits agricoles ? sur quelles filières/ spéculations les femmes auraient plus de possibilités d'accès aux marchés ?

Renvoyer s'il vous plaît vos réponses et commentaires à :
Consultante Genre VAM : Paule Elise HENRY tél 78 81 80 42 et au mail : sarelhfr@yahoo.fr
Suivi étude Genre et Marché VAM : Télesphore Ouédraogo : telesphore.ouedraogo@wfp.org

GUIDE 3 : FOCUS FEMMES – GUIDE FOCUS HOMMES /OP (entretiens séparés)

Structure OP rencontrée :

Date et lieu de la rencontre :

Nombre de personnes et profil (cf. liste de présence)-

A) Rôles et responsabilités des hommes et des femmes dans la mise en marché des produits agricoles

1. Avant de commencer les exercices, chaque vendeurs/ commerçant-e-s se présente et donne les quantités par type de spéculation des produits agricoles mis sur le marché (par marché, par période, par mois)

2. Quels sont les produits agricoles spécifiquement vendus par les hommes, spécifiquement vendus par les femmes sur votre marché ? **(tableau)**

3. Demander aux vendeurs/ commerçant-e-s de décrire toutes les activités **liées à la mise à marché** (de la maison au lieu de vente)/ « Profil des activités selon le genre dans la commercialisation ». Le nombre de croix indique le degré de participation des hommes et des femmes à l'activité.
   - XXX indiquent qu'il s'agit d'une tâche exclusivement exécutée par des hommes ou des femmes.
   - XX indiquent que la tâche est principalement exécutée par des hommes ou des femmes.
   - Une seule croix (X) dans les deux colonnes indique que des hommes comme des femmes exécutent la tâche.

   NB : demander aux participant-e- s s'il y a des périodes spécifiques (saison sèche, saison pluvieuse, ou autre période de l'année)

4. Demander aux vendeurs/ commerçant-e-s quelles sont les activités accomplies par une main- d'œuvre salariée.

5. Lorsqu'il existe une stricte division du travail, demandez pourquoi un seul sexe s'acquitte-t-il de cette tâche ? Est-ce la personne qui l'effectue décide d'elle-même de la manière ou des ressources utilisées pour son exécution ? À la fin de la séance, compléter le tableau ci-dessous

Tableau : Profil des activités selon le genre *(réponses focus femmes + réponses focus hommes)*

Tâches / activités	***Femmes***	***Hommes***	***Filles***	***Garçons***
Récolte				
Stockage				
Transport				
Contrôle/ qualité				
Commercialisation				
Qui decide des quantités à vendre				
Qui décide du prix de vente				
Transformation				
Revenus				
Utilisation des produits				
Utilisation des revenus Qui decide du type d'utilisation des revenus				

B) **Quelles sont les principales contraintes des femmes et des hommes** pour la commercialisation des produits agricoles par **ordre d'importance**[33] et donner les raisons/ causes ? :
- marché local
- les marchés du P4P
- les autres marchés (institutionnels ou autres)

C) **Quels sont les éléments qui caractérisent « l'autonomisation des femmes »** et comment cela se traduit-it dans la réalité ?

D) **Quelles recommandations** ou pistes de solutions à différents niveaux (ménage – OP de base/ union – faîtière – marché local – marché régional – marches institutionnels) feriez-vous pour l'autonomisation des femmes pour une meilleure commercialisation des produits agricoles ?

GUIDE 4 : ENTRETIEN OP / Fournisseurs PAM

Structure et ancienneté avec le PAM :

Nombre et montants des contrats (les 5 dernières années)

Volume/ spéculation vendue – livrée

Identification des répondants :

Qualification et responsabilités :

1. Quelles sont les évolutions dans vos relations avec le PAM (activité, contractualisation, équipements, appui-accompagnement) ?
2. Qui est impliqué dans la mise en marché des produits agricoles dans votre structure (statistiques sur nombre de bénéficiaires femmes et hommes volume vendue) ?
3. Quelles sont les types de spéculations qui concernent plus les hommes ? les femmes ?
4. Quel est le montant des achats qui a été reversé aux femmes chaque année ?
5. Aves vous des mesures/ conditions favorables pour la participation des femmes à la commercialisation des produits agricoles dans votre localité ?
6. Quelles sont les catégories d'acteurs qu'on retrouve dans la commercialisation des produits agricoles : où y a-t –il plus de femmes ou d'homme et pour quelles raisons ?
7. Sur quels section de marché (local, département, région, province, sous-région) sont plus présents les hommes et les femmes ? et pourquoi ?
8. Quelles sont les contraintes spécifiques des femmes et des hommes sur la commercialisation des produits agricoles ? et pour quelles raisons ?
9. Quels sont les éléments importants qui caractérisent l'autonomisation des femmes ?
10. Quel mécanisme de suivi est mis en place pour le suivi de l'autonomisation des femmes ?
11. Quels sont les outils développés par P4P/PAM apprécié (mesurer) l'autonomisation des femmes ?
12. Quelles sont les contraintes spécifiques des femmes sur les marchés ? et les marchés du PAM ?
13. Quelles sont les enseignements/ leçons tirés de la collaboration avec le PAM ? Que faut- il améliorer (recommandations au PAM) ?
14. Quelles sont les opportunités à saisir par les femmes dans la commercialisation des produits agricoles ?

QUESTIONNAIRE MARCHE VENDEUSES – VENDEURS[34]

Questions	**Modalités**
Q101. Région	_____
Q102. Province	_____
Q103. Commune	_____
Q104. Sexe 1. Femme 2. Homme	|____|
Q105. Age	|___|___|ans
Q106. Niveau d'instruction 1. Aucun 2. Primaire 3. Secondaire 4. Supérieur 5. Autres (à préciser)	|____|_____
Q107. Est-il facile d'obtenir une place (étal, boutique, hangar) ou agrandir son affaire dans ce marché? 1. Oui 2. Non	|____|
Q108. Si non, pourquoi ?	1._____ 2._____ 3._____
Q109. Si oui, selon quelles conditions ?	1._____ 2._____ 3._____
Q110. Quels sont les produits agricoles principalement vendu par des hommes par ordre d'importance dans votre marché?	1er_____ 2e _____ 3e _____ 4e _____
Q111. Quels sont les produits agricoles principalement vendu par des femmes par ordre d'importance dans votre marché?	1er_____ 2e _____ 3e _____ 4e _____
Q112. Avez –vous des employés (des gens qui travaillent avec vous) dans votre commerce ? 1. Oui 2. Non	|____|
Q112. Si oui, combien au total ?	|___|___|___|
Q114. Si oui, combien de femmes ?	|___|___|___|
Q115. Si oui, combien d'hommes ?	|___|___|___|
Q116. Quels produits agricoles vendez-vous le plus souvent sur votre marché ?	1._____ 2._____ 3._____
Q117. Quelle quantité de vos produits mettez-vous sur le marché chaque jour de marché?	1. |___|___|___|___|___|___|. |___|__|___|(en Kg) 2. |___|___|___|___|___|___|. |__|___|___|(en Kg) 3. |___|___|___|___|___|___|. |__|___|___|(en Kg)
Q118. Quelle est la périodicité ?	_____
Q119.Combien de clients avez-vous eu pendant votre dernier marché?	|___|___|___|
Q120. Quelle est votre principale clientèle ? 1. Homme 2. Femme 3. Non applicable	|____|

[34] Questionnaire WAI/ VAM adapté pour le Burkina Faso

Q121. Etes-vous sur le marché (régularité/ occasionnel/ permanent) ? 1. Toute l'année 2. Pendant la période de soudure 3. A la récolte 4. Autres moments (à préciser)	|____|_____
Q122. Qui décide si vous allez prendre un crédit pour financer des activités commerciales la plupart du temps? 1. Vous-même 2. Partenaire/conjoint 3. Ensemble : vous-même et partenaire/conjoint 4. Autres membres du ménage (à préciser)	|____|_____
Q123. Qui décide du montant de votre revenu généré qui sera consacré à la nourriture pour votre ménage la plupart du temps? 1. Vous-même 2. Partenaire/conjoint 3. Ensemble Vous-même et partenaire/conjoint 4. Autres membres du ménage (à préciser)	|____|_____
Q124. Qui décide quel produit vous allez vendre la plupart du temps? 1. Vous-même 2. Partenaire/conjoint 3. Ensemble Vous-même et partenaire/conjoint 4. Autres membres du ménage (à préciser)	|____|_____
Q125. Qui décide à quel prix vous allez vendre vos produits la plupart du temps? 1. Vous-même 2. Partenaire/conjoint 3. Ensemble Vous-même et partenaire/conjoint 4. Autres membres du ménage (à préciser)	|____|_____
Q126. Qui décide si vous allez donner gratuitement vos produits la plupart du temps? 1. Vous-même 2. Partenaire/conjoint 3. Ensemble Vous-même et partenaire/conjoint 4. Autres membres du ménage (à préciser)	|____|_____
Q127. Qui décide auprès de qui vous pourrez acheter vos produits à vendre la plupart du temps? 1. Vous-même 2. Partenaire/conjoint 3. Ensemble Vous-même et partenaire/conjoint 4. Autres membres du ménage (à préciser)	|____|_____
Q128. A quoi servent prioritairement les revenus (bénéfice) générés par votre activité de commercialisation des produits ?	Augmentation du fonds de commerce |___| Amélioration des repas |___| Achat d'effets personnels |___| Acquisition de moyen de locomotion |___| Autres (préciser) _____|___|
Q129. Selon vous l'accès au marché est fréquemment entravé par… ?	1. Oui 0. Non Des incidents de sécurité (cambriolage, agression …) |___| Des problèmes de déplacement |___| Autorisation du conjoint |___| Les tâches domestiques |___|

	Les violences sexuelles (harcèlement/ viol...) ___| Autres (à préciser) _____|___|
Q130. Quelles sont les principales difficultés que vous rencontrés dans la vente de vos produits ?	1._____ 2._____ 3._____
Q131 Pourquoi vous rencontrez ces difficultés dans la vente de vos produits ?	1._____ 2._____ 3._____
Q132. Quel est votre plus grand défi/obstacle pour améliorer votre activité de commercialisation 1. Collecte 2. Transport 3. Stockage 4. Autres (à préciser)	|___|_____
Q133. Pourquoi ce défi ?	1._____ 2._____ 3._____
Q134. Etes-vous à l'aise de discuter des problèmes d'activité commerciale en public? 1. Non, pas du tout 2. Oui, mais c'est très difficile 3. Oui, mais c'est un peu difficile 4. Oui, à l'aise 5. Oui, très à l'aise	|___|_____
Q135. Quel est le temps que vous consacré à vos différentes activités ?	1. Activités domestiques |___|___| (en heure) 2. Activités de commercialisation |___|___| (en heure) 3. Activités de production |___|___| (en heure) 4. Activités de transformation |___|___| (en heure) 5. Autres (préciser) _____ |___|___| (en heure)
Q136. Etes-vous membre d'une organisation (COGES, Groupement, Union) liées à votre activité commerciale ? 1. Oui 2. Non	|____|
Q137. Si oui lesquelles ?	1._____ 2._____ 3._____
Q138. Si non pourquoi ?	1._____ 2._____ 3._____

Commentaires sur le marché/ observation (photo) et questions qui pose problème.

ANNEXE 5 : CHECKLIST GENRE PAM DES DISPOSITIONS A PRENDRE PAR LES PARTENAIRES D'EXECUTION POUR LA PRISE EN COMPTE DU GENRE DANS LES ACTIVITES

1. Tenir compte de la participation équitable des hommes et des femmes dans la planification, l'exécution et le suivi-évaluation des activités ;
2. Encourager la participation des femmes aux activités et les amener à accepter des postes de responsabilité ;
3. Prioriser les femmes chefs de ménage comme bénéficiaires de l'assistance ;
4. Faire en sorte que le pourcentage de femmes occupant des postes de responsabilité dans les comités de gestion soit d'au moins 50 % ;
5. Encourager les femmes à former des associations/regroupements ;
6. Veiller à ce que la distance à parcourir par les bénéficiaires de l'assistance n'excède pas 5 km ;
7. Pour ce qui concerne particulièrement les activités de Cash contre actifs productifs/Cash contre formation, le nombre d'hommes bénéficiaires ne doit pas être supérieur à celui des femmes bénéficiaires
8. Tenir compte de la nature physique différente des hommes et des femmes dans l'exécution des travaux (pour les activités de vivre ou cash contre actifs productifs) ;
9. Délivrer **si possible**, la carte de rations de vivres du ménage au nom de la femme (Ne pas insister en cas d'opposition, pour ne pas créer de tensions familiales et/ou sociales – aspect culturel à prendre en compte)
10. Encourager les femmes à aller prendre les dotations de vivres ;
11. Choisir les horaires de distribution en fonction des occupations/activités des femmes ;
12. Veiller à ce que l'équipe de distribution soit composée des deux sexes (hommes et femmes) ;
13. Faire les distributions au moins deux fois par mois pour réduire les quantités de vivres à transporter ;
14. Etablir pour les familles polygames, une carte de bénéficiaire pour chaque femme participant aux activités ;
15. S'agissant de l'assistance alimentaire, recenser l'époux polygame sur la carte d'une de ses épouses. Dans le cas des activités de Cash for assets, l'époux et chaque épouse est détenteur d'une carte de bénéficiaire ;
16. Veiller à ne pas exposer les bénéficiaires femmes notamment, à des risques d'insécurité ;
17. Tenir compte des femmes dans la distribution des parcelles à aménager ou à exploiter **dans la mesure du possible** (tout ce qui touche à la terre étant toujours délicat), et faire figurer leurs noms sur les listes de bénéficiaires de l'activité ;
18. Veiller à la diffusion et au respect du code de conduite en matière de protection à l'attention des partenaires et **de leur personnel**, pour protéger les bénéficiaires contre l'exploitation et l'abus sexuels :
19. Entre autres informations, faire figurer dans les rapports d'activités :
    - Le nombre de bénéficiaires, désagrégé par sexe (nombre et %),
    - le nombre de femmes chefs de ménage bénéficiaires,
    - Le nombre et pourcentage de femmes occupant des postes de responsabilité dans les comités de gestion,
    - le montant total (cash) distribué aux femmes et aux hommes, en pourcentage.

ANNEXE 6 : SYNTHESE DES ACTIONS PLANIFIEES POUR LE PLAN DE SOUTIEN AUX POPULATIONS VULNERABLES EN 2016

Le VAM/PAM qui accompagne la partie nationale interviendra dans certaines des principales activités planifiées en trois phases (mitigation, atténuation, relèvement). A titre illustratif, une analyse genre de ce plan permet de relever ce qui suit.

Principales actions	Cible des interventions	Prise en compte du genre/VAM-PAM Burkina (en lien avec le cheik list[35] genre du PAM)
1. Opérations de Cash For Work et de cash inconditionnel	L'opération « Cash For Work » (CFW) consiste en la mise à disposition d'une certaine somme d'argent à une catégorie de personnes **(Ménages)** en contrepartie d'un travail exécuté, qui porte sur des travaux communautaires et la mise en œuvre de ces activités permet d'améliorer et de diversifier les sources de revenus et de renforcer les moyens d'existence des populations bénéficiaires (aménagement de périmètres maraîchers, aménagement de bas-fonds, récupération des terres dégradées). L'estimation des bénéficiaires est faite sur la base de la proportion des populations très pauvres définies selon les critères HEA dans les 35 communes à risque.	- Prioriser les femmes chefs de ménage comme bénéficiaires de l'assistance
	La distribution de cash inconditionnel est complémentaire à l'opération de distribution gratuite de céréales pour la réponse aux autres besoins essentiels. Elle consiste en la mise à disposition d'une somme d'argent sans conditions (sans contrepartie ni financière, ni en travail) aux populations très pauvres des communes de Oursi, Déou et Tin-Akoff dans la province de l'Oudalan. Durant la période, 3 045 ménages (soit 18 269 personnes) bénéficieront chacun d'une somme totale de 60 000 FCFA repartie en 3 phases, à raison de 20 000 FCFA par mois.	- Pour ce qui concerne particulièrement les activités de Cash contre actifs productifs/Cash contre formation, le nombre d'hommes bénéficiaires ne doit pas être supérieur à celui des femmes bénéficiaires (point 7 check list genre du PAM). - Tenir compte de la nature physique différente des hommes et des femmes dans l'exécution des travaux (pour les activités de vivre ou cash contre actifs productifs) ; - Délivrer si possible, la carte de rations de vivres du ménage au nom de la femme (Ne pas insister en cas d'opposition, pour ne pas créer de tensions familiales et/ou sociales – aspect culturel à prendre en compte) - Encourager les femmes à aller prendre les dotations de vivres - Choisir les horaires de distribution en fonction des occupations/activités des femmes ; - Veiller à ce que l'équipe de distribution soit composée des deux sexes (hommes et femmes) ; - Faire les distributions au moins deux fois par mois pour réduire les quantités de vivres à transporter ;

[35] Cf. annexe 5 : liste de contrôle du genre PAM

		- Etablir pour les familles polygames, une carte de bénéficiaire pour chaque femme participant aux activités ; - S'agissant de l'assistance alimentaire, recenser l'époux polygame sur la carte d'une de ses épouses. Dans le cas des activités de Cash for assets, l'époux et chaque épouse est détenteur d'une carte de bénéficiaire ; - Veiller à ne pas exposer les bénéficiaires femmes notamment, à des risques d'insécurité ;
2. Opérations de vente de céréales à prix social et de distribution gratuite de vivres	Dans le but de renforcer l'accessibilité des populations vulnérables pauvres et très pauvres des communes à risque. Cette opération de vente à prix subventionné durant la période est une continuité de celle réalisée pendant la phase de mitigation au profit des 35 communes à risque. Elle vise à faciliter l'accès des ménages pauvres aux denrées alimentaires pendant la période de soudure. A cet effet, 2 800 tonnes de céréales de base à raison de 80 tonnes en moyenne par commune seront mises à la disposition de ces communes à risque au plus tard au mois de juin 2016 compte tenu de l'inaccessibilité de certaines communes en saison pluvieuse.	- Les opportunités des marchés P4P/PAM offrent la possibilité aux femmes de participer à la mise à marché des surplus céréaliers, notamment le niébé prioritairement pour les femmes
3. Vente à prix subventionné d'aliments bétail et mise en place de stocks de sécurité	Cette opération consiste à apporter un soutien alimentaire au bétail dans les 19 provinces qui connaitront des difficultés d'alimentation du bétail. La mise en œuvre de cette action à la première phase du plan a l'avantage de prendre en compte non seulement les ménages qui se trouveraient en situation difficile de mars à mai 2016 mais aussi ceux qui seront en situation de crise alimentaire à la période de soudure. Le principe retenu est la vente à prix subventionné. Le niveau du prix est fixé à 3 000 FCFA par sac de 50 Kg d'aliment bétail soit une subvention d'environ 50% du prix actuel du marché. Afin de permettre aux éleveurs de disposer de l'aliment bétail à tout moment, il serait mis en place de stocks de SPAI dans les provinces des régions du Nord, Centre Nord et du Sahel à hauteur de 495 tonnes, soit 45 tonnes par province pour une valeur globale de 59 400 000 FCFA. Ces stocks destinés prioritairement aux ménages vulnérables, seront cédés au prix du marché.	-
4. Soutien aux ménages vulnérables avec des petits ruminants et de la volaille	Dans le souci d'améliorer la capacité des ménages vulnérables à faire face à l'insécurité alimentaire et nutritionnelle, sur un effectif total de plus de 68 000 ménages exposés à la crise alimentaire, 15 024 ménages (25%) recevront chacun un noyau de volaille (neuf poules et un coq) et 6 009 autres ménages (10%) bénéficieront chacun d'un noyau de petits ruminants (deux femelles et un mâle) dans les provinces vulnérables avec une attention particulière aux femmes chefs de ménages. Le reste des ménages (65%) seront prioritaires pour les autres formes d'intervention prévues dans ce plan. Pour encourager la production de fourrage cultivé afin de rendre plus disponible les stocks fourragers de haute valeur nutritive soutenant l'alimentation des animaux, des semences améliorées de niébé fourrager seront mises à la disposition des ménages vulnérables. Pour ce faire,	-

	10% des ménages vulnérables bénéficiaires de petits ruminants dans les provinces à fort taux de population en phase 3 (crise alimentaire) seront touchés. Ainsi, 30 tonnes de semences améliorées de niébé fourrager seront mises à la disposition de 6 009 ménages éleveurs vulnérables	
5. Mise en œuvre d'activités génératrices de revenus	Il s'agira d'apporter une assistance à 9 481 femmes de préférence chefs de ménage dans l'objectif de couvrir au moins 5% des ménages exposés aux crises alimentaires à travers le financement d'activités génératrices de revenus telles que la construction des unités de transformation d'infrastructures de commercialisation de produits forestiers non ligneux et le petit commerce. Pour chaque bénéficiaire, un montant de 25 000 F CFA a été retenu.	-
6. Soutien à la production maraîchère et pluviale	En vue de renforcer les moyens d'existence des ménages vulnérables, 319 sites maraîchers ont été déterminés sur la base du recensement des sites maraîchers réalisé en 2015 par la DGESS/MAAH et de l'exploitation du répertoire 2014 de la DGAHDI. Ces sites bénéficieront d'un appui en semences et en petit équipement à usage collectif au profit de 22 855 ménages très pauvres dans les 35 communes à risque. Ainsi, chaque bénéficiaire recevra un kit d'une valeur de 27 500 F CFA constitué de semences maraîchères (chou, oignon, laitue, tomate, carotte) et d'un sac de 50 Kg d'engrais. Par ailleurs, un kit constitué de pelles, de brouettes, d'arrosoirs, de binettes et de pioches d'une valeur de 255 000 F CFA sera remis à chaque site. Il sera encouragé l'insertion des ménages très pauvres sur les différents sites.	- Tenir compte des femmes dans la distribution des parcelles à aménager ou à exploiter dans la mesure du possible (tout ce qui touche à la terre étant toujours délicat), et faire figurer leurs noms sur les listes de bénéficiaires de l'activité
	Appui des producteurs de cultures pluviales des zones vulnérables : Afin de renforcer la résilience des populations vulnérables à travers la protection de moyens d'existence, il est prévu un appui en intrants principalement des semences de céréales et de niébé. Ainsi, des kits de 15 kg de céréales seront distribués aux ménages vulnérables en situation de risque de crise alimentaire des zones identifiées. Par ailleurs, les femmes chef de ménage (8,7% des chefs de ménage) bénéficieront de 48,6 tonnes de niébé au cours de la campagne à raison de 7 kg par bénéficiaire. Les besoins en semences améliorées de cultures pluviales sont de 1 104,6 tonnes pour 478 745 personnes exposées au risque de crise alimentaire, soit environ 79 791 ménages pour les céréales et 6 942 femmes chef de ménages pour les semences de niébé.	
7. Prise en charge et prévention de la malnutrition	Les actions de prévention et de prise en charge de la malnutrition seront conduites prioritairement dans les régions où la prévalence est au-dessus du seuil d'alerte selon l'OMS (10). Huit (8) régions sont concernées : Centre-Ouest, Sahel, Sud-Ouest, Est, Centre-Nord, Nord, Centre-Sud et Boucle du Mouhoun. La population cible (enfants de moins de 5 ans malnutris) est estimée en appliquant les prévalences de la malnutrition issues de l'enquête SMART de 2015. Les incidences de 2,6 (pour les MAS) et 1,5 (pour les MAM) ont été appliquées aux effectifs de population d'enfants malnutris pour avoir la totalité des cibles pour l'année 2016. Le coût de prise en charge d'un enfant MAS est de 60 000 FCFA et de 20 000 FCFA pour un enfant MAM. En rappel, les actions de prise en charge doivent être accompagnées de séances de sensibilisation, formations et éducation nutritionnelle.	Le Projet lait du PAM et l'appui aux Unités de transformation du Lait dans la région du Sahel a été amorcé. Mais la cible concerne les enfants scolarisés du primaire pour l'amélioration des rations de cantine scolaire avec un apport de yaourt.

	Conformément aux normes en vigueur, la prévention de la malnutrition (blanket feeding), consistera en la distribution de rations de protection aux enfants de 6 à 23 mois. La détermination des bénéficiaires MAS et MAM pour cette période, est la même que celle utilisée pour la période de mitigation. Quant à la détermination des enfants pour ce qui concerne le blanket feeding, la proportion de tranche d'âge 6 à 23 mois a été appliquée à l'effectif de l'ensemble des populations projetées (0-59 mois).	-
8. Soutien à l'approvisionnement en eau potable	Les résultats des analyses de la vulnérabilité indiquent une mauvaise utilisation des aliments liée principalement à un faible taux d'accès à l'eau potable en particulier dans les provinces de l'Oudalan, du Soum et du Kourwéogo. Afin de remédier à cette insuffisance, il s'avère indispensable de réhabiliter et/ou réaliser des forages dans les localités concernées. Sur la base de la norme 1PMH/300 habitants, 637 forages devraient être réalisés pour desservir la population cible. Cependant, dans l'urgence il est nécessaire de réaliser 40 forages positifs et réhabiliter 75 forages.	-
9. Soutien à la prévention des risques d'invasion (aviaire, acridienne)	Au cours des trois (3) dernières campagnes, les attaques d'oiseaux granivores et de criquets se sont intensifiées dans la bande frontalière nord avec le Mali. Il s'agira alors de localiser et neutraliser toute présence de groupes d'oiseaux granivores ou d'essaims de criquets avant qu'ils n'atteignent les zones de cultures et d'éviter tout départ d'essaims à partir des aires de grégarisation et de reproduction. La lutte sera menée dans le strict respect de la santé humaine et de la préservation de l'environnement. Les zones concernées sont surtout les provinces de l'Oudalan, du Séno, du Soum et du Sourou. Pour ce faire, un stock de sécurité de 10 000 litres de pesticides pour les régions du Sahel et du Nord et de 1 500 filets japonais pour toutes les régions sera constitué.	

***ANNEXE 7 :* ANALYSE DE GENRE, AUTONOMISATION ET ACTION HUMANITAIRE EN AFRIQUE DE L'OUEST**

Bureau PAM de l'Afrique de l'ouest— Atelier Régional Dakar, Sénégal (Hotel Savana) 14-15 juin 2016

Jour 1 (14 Juin)

8:30-9:00 Emargement

9:00-9:45 Session 1: Accueil, présentation de l'atelier et introduction des participants

Energizer : Etes-vous un expert en analyse genre ?

Modératrice de l'atelier : Véronique Sainte-Luce (PAM HQ)

9:45-11:00 : *Analyse genre et autonomisation dans l'action humanitaire*

Intervenants : Jean-baptiste Mikulu (GenCap) & Simon Renk/Analee Pepper (PAM RBD)

11:00-11:15 Pause-Café

11:15-13:00 Pourquoi le genre et l'autonomisation sont importants du point de vue de l'intervention humanitaire?

Présentations de diverses organisations humanitaires partenaires

13:00-14:00 Pause déjeuner

14:00-14:45 Activité : Pourquoi le genre et l'autonomisation sont importants du point de vue de l'intervention humanitaire?

Modératrice de l'atelier : Véronique Sainte-Luce (PAM HQ)

14:45-17:00 Café Mondial: Partage des approches, identification des contraintes en terme d'analyse genre et d'autonomisation (Pause-Café 15:30-15:45)

Selon les thématiques suivantes:

1. Situation d'urgence: Développement d'outils de collecte et d'analyse de données ventilées par sexe et par âge en situation d'urgence *(UNICEF – Paola Babos)*
2. Indicateurs : Usage du WEAI (Women's Empowerment in Agricultural Index) *(USAID/IFPRI – Salamata Ly)*
3. Autonomisation : Mener des analyses genre en vue d'appuyer les projets d'autonomisation économique dans la région (cas d'études réalisées dans des pays Sahéliens et affectés par Ebola) *(Hellen Keller International-Stella Nordhagen)*
4. Analyse de marché : Conduite d'une analyse genre-sensible des marchés au Mali *(World Vision-Charles Bakhoum)*
5. Collecte de données : Défis à relever lors de l'évaluation de la dynamique genre pendant la collecte de données à distance *(PAM RBD – William Olander)*

17 :00-17 :30 Résumé et clôture de la journée

Jour 2 (15 Juin)

9:00-9:30 Résumé du Jour 1 et présentation du Jour 2

Modératrice de l'atelier : Véronique Sainte-Luce (PAM HQ) & Simon Renk (PAM RBD) + 2 participants volontaires

9: 30-11: 00 L'analyse de genre en pratique – Principales conclusions de l'Etude Genre et Analyse de Marché

Présentation des cas d'études menées pour l'étude Genre et analyse de Marché sous le lead du PAM RBD

Présentation 1: Un chercheur de l'Université de South Florida présente ses recherches dans la région du Sahel, en étudiant les dynamiques genres et l'autonomisation dans les marchés au Tchad, Mali et Niger.

Intervenant: Micah BOYER (University of South Florida)

Présentation 2: Analyse de l'autonomisation des femmes sous la perspective des interventions basées sur le marché au Burkina Faso

Interventante : Paule Elise Henry (PAM Burkina Faso/ Sociologue Genre)

Présentation 3: L'expert analyste de marché du RBD PAM présente les éléments du genre et l'autonomisation dans l'Évaluation du Marché Régional du Lac Tchad, et l'analyse de marché sensible au genre menée au Cameroun.

Intervenant: Matthieu Tockert (PAM RBD)

11:00 -11:15 Pause-café

11:15-11 :30 Photo de groupe

11:30-12:45 L'analyse de genre en pratique – Principales conclusions de l'Etude Genre et Analyse de Marché

Présentation 4: Analyse de l'autonomisation des femmes sous la perspective des interventions basées sur le marché au Sénégal

Intervenant : Cheikh Abdoul Khadre Mané (PAM Sénégal/ Université Cheikh Anta Diop)

Présentation 5: Analyse de l'autonomisation des femmes sous la perspective des interventions sur le marché au Cameroun

Intervenant : Thadée Yossa (PAM Cameroun/ Consultant Cameroun)

Présentation 6: Présentation des experts genre du RBD PAM sur les approches et les outils sensibles au genre développés pour la réalisation d'analyses genre-sensibles de marché pour la programmation de l'approvisionnement local au Burkina Faso et au Ghana.

Intervenante: Analee Pepper (PAM RBD)

12:45-13:45 Pause déjeuner

13:30-14:30 Construire la voie à suivre – Développement de plans de travail, domaines de recherche et partenariat en vue de renforcer les capacités d'analyse genre au niveau régional

Division des participants en groupe de travail, réalisation d'activités de développement de plans d'action, domaines de recherche et partenariat en vue de renforcer les capacités d'analyse genre au niveau régional.

15:45-16:00 Pause-Café

16:00-16:45 Récapitulatif des outils développés, des leçons apprises et des bonnes pratiques, et une discussion ouverte sur les démarches à entreprendre

Modérateurs : Simon Renk (PAM RBD) + 2 participants volontaires