

United Nations 

I. INTRODUCTION

Au Sénégal, la mise en œuvre des politiques de stabilisation suivies des plans d'ajustement structurel a certes entraîné des performances économiques mais celles-ci n'ont pas contribué, de façon conséquente, à l'améliorati

II. LES POLITIQUES PRECEDENTES DE PROMOTION ECONOMIQUE DES FEMMES : REALISATIONS ET ECHECS

Depuis l'indépendance à l'année 2000, plusieurs tentatives ont été menées pour améliorer et promouvoir la condition des femmes. Mais force est de constater, que l'élaboration des politiques sénégalaises et africaines en général, concernant les activités et les préoccupations des femmes, obéissait à une « planification aveugle ». Les études et recherches devant aboutir à des données fiables sont rares et éparées; or ces données sont nécessaires pour un meilleur ciblage et une optimisation de l'intervention de l'Etat et des partenaires au développement, par une formulation plus coordonnée et harmonieuse des politiques et programmes.

Au Sénégal, l'institution chargée de la promotion de la femme a reçu au fil du temps, plusieurs dénominations et s'est vu confier des missions qui ont tenu à intégrer les préoccupations spécifiques des femmes. Cela a expliqué, la nette progression du nombre d'organisations et de Groupements de Promotion Féminines (GPF) à l'échelle nationale. Malgré un meilleur accès des femmes à l'éducation et le caractère plus spécialisé des organisations féminines qui se muent de plus en plus en Groupements d'Intérêt Economique (GIE), la situation de la femme est toujours préoccupante vu son niveau d'éducation encore bas et sa présence faible dans les sphères de pouvoir économique et politique.

En effet, de nombreux efforts entrepris durant la Décennie des Nations Unies pour la femme a permis de voir une évolution de la situation. Toutefois, des études se sont penchées sur le rôle et la place des femmes au sein de la famille et de l'économie pour comprendre les obstacles empêchant une mise en application des mesures internationales au plan national. Il en est ressorti, d'après l'ouvrage « Sénégalaises en chiffres, PNUD, 1999 », que: *cette sous représentation des données féminines dans les statistiques économiques est la manifestation d'un état d'esprit plus profond et fort partagé, y compris par les femmes elles-mêmes qui, ayant intériorisé leur subordination, tendent à se considérer d'abord comme ménagères .*

Pourtant, les données sexospécifiques, ainsi que l'utilisation d'outils d'analyse appropriés, sont nécessaires pour élaborer des politiques pertinentes de développement qui tiennent compte du potentiel réel des femmes et contribuent à améliorer leur sort par une élimination de toutes les formes de discrimination qu'elles subissent. Il est reconnu depuis longtemps et de façon indéniable que le travail et le dynamisme des femmes constituent une ressource vitale dans l'économie surtout dans les secteurs jugés porteurs comme ceux de l'agriculture, la pêche, l'élevage, les services, le textile-confection, l'artisanat...etc..

III. LES NOUVELLES STRATEGIES DE PROMOTION ECONOMIQUE DES FEMMES DEPUIS L'AVENEMENT DE L'ALTERNANCE POLITIQUE AU SENEGAL EN L'AN 2000 A NOS JOURS : L'EMERGENCE DE L'ENTREPRENARIAT FEMININ

3.1 Les données socio-économiques sur les femmes

Les statistiques les plus récentes fournies par la Direction de la Prévision et des Statistiques (Enquêtes Sénégalaises Auprès des Ménages, ESAM, 2001), indiquent que les femmes

représentent 52 % de la population totale, 39 % de la population active, 70% de la force de travail en milieu rural où elles assurent près de 80% des activités de transformation de la production agricole, 70% des actifs du secteur non structuré, 15% des effectifs du secteur public et 4% des effectifs du secteur privé formel.

Ces statistiques, qui montrent la part importante des femmes dans le secteur « dit informel », nous laissent suspecter que leur contribution dans le Produit Intérieur Brut est aussi négligée.

3.2 Les progrès dans l'atteinte de l'Objectif 3 des OMD : Promouvoir l'égalité des sexes et l'autonomisation des femmes (rapport 2006)

Dans le domaine de l'éducation, les statistiques scolaires indiquent que l'indice de parité fille/garçons est passé de 0.86 en 2000 à 0.95 en 2005 dans l'enseignement élémentaire. Cet indice s'abaisse quand le niveau s'élève : il est de 0.42 dans l'enseignement supérieur (Université Cheikh Anta Diop de Dakar).

Dans les partis politiques, les femmes représentent 14,4% des membres et occupent 19.2% des sièges à l'Assemblée nationale.

La parité dans les emplois permanents des entreprises du secteur moderne a régulièrement augmenté passant de 13.9 % en 2000 à 19% en 2004 avec une nette amélioration durant cette période. Ce phénomène peut s'expliquer par l'existence d'un ou de plusieurs favorisants.

3.4 Les cadres de référence

L'élaboration des politiques et programmes ainsi que leur mise en œuvre s'insèrent dans des cadres choisis par le Sénégal mais aussi par l'Afrique et le Monde.

Il est certain que pour jouer son rôle dans la globalisation de l'économie, et faire face aux nombreux défis qu'elle impose, le Sénégal doit développer dans des cadres de référence qui lui sont propres, ses stratégies de développement économique et social. Cela fait appel à une vision intégrant la dimension de l'égalité des chances entre homme et femme pour l'élaboration d'une société de bien-être, de justice et de paix.

Les grandes orientations sont définies dans des cadres de référence à travers le Document de Prospective 2015, le Document de Stratégie de Réduction de la Pauvreté notamment « l'axe création de richesses », le Dixième Plan de Développement Economique et Social où une attention particulière est accordée aux femmes pour atteindre les objectifs de développement et de la croissance. Ceux-ci étaient estimés à un taux de croissance de 7 à 8 % par an, durant la période de 2003 à 2005, un taux d'investissement atteignant 24% du PIB, une réduction de la pauvreté de 50% d'ici l'an 2015.

Les autres cadres de référence sont le Nouveau Partenariat Pour le Développement de l'Afrique (NEPAD), les Objectifs du Millénaire pour le Développement (OMD), et récemment la Stratégie de Croissance Accélérée (SCA). Cette dernière s'appuie sur un certain nombre de secteurs jugés porteurs de croissance à savoir l'agriculture et l'agro- industrie, les produits de la mer, le

tourisme, les industries culturelles et l'artisanat d'art, le textile confection, le secteur des services utilisant les technologies de l'information et de la communication.

Au plan régional et international, le Sénégal, membre de l'Union Monétaire Ouest Africaine (UEMOA) et de la Communauté Economique des Etats de l'Afrique de l'Ouest (CEDEAO), est partie prenante dans plusieurs accords commerciaux parmi lesquels ceux de l'Organisation Mondiale du Commerce (OMC), et de l'African Growth Opportunity Act.(AGOA).

Signataire du protocole facultatif relatif à la Convention sur l'Elimination de toutes les formes de

Une analyse diagnostique – évaluation des larges concertations avec les différents acteurs (associations et groupements féminins, organisations professionnelles), et l’organisation en mars 2003 du forum sur « l’Entreprenariat féminin et la microfinance, enjeux et perspectives au Sénégal et dans le Nepad », ont permis d’identifier des contraintes majeures auxquelles les femmes entrepreneures sont confrontées, Celles-ci sont liées à :

- l’accès à l’information économique et

Outre le problème de coordination et de cohérence dans les interventions de ces dispositifs d'appui, se pose le problème de l'accessibilité, surtout pour les femmes du monde rural, qui se trouvent éloignées de la capitale où sont concentrées ces structures.

3.5.4 Les contraintes liées à l'accès au financement

Le problème d'accès au crédit se pose de façon générale aux petites et moyennes entreprises, mais il est plus accentué pour les femmes qui ne disposent pas souvent des garanties nécessaires exigées par les banques classiques. Ceci explique qu'elles se tournent vers les systèmes financiers décentralisés. Là aussi, on se rend comp

Ces stéréotypes sont transférés dans la sphère publique et économique, où la femme chef d'entreprise a du mal à exercer son leadership aussi bien sur les hommes que les femmes.

3.6 Les atouts et tendance au changement

Pour appuyer la revalorisation culturelle du rôle de la femme sénégalaise dans la société, plusieurs mécanismes de financement et d'accompagnement ont été créés par les pouvoirs publics, les partenaires au développement, le secteur privé et ONG, afin de prendre en charge les problématiques de l'entrepreneuriat féminin pour en assurer la promotion.

Ainsi on assiste à un environnement de plus en plus favorable avec un renforcement du statut juridique de la femme relativement aux droits sur la propriété, la transmission des biens et en 2007, la Constitution a été révisée avec l'insertion d'un nouvel alinéa à l'article 7 où il est dit que « la loi favorise l'égal accès des femmes et des hommes aux mandats et fonctions ».

De plus en plus, les femmes font irruption dans la scène publique et occupent des postes de responsabilités qui leur étaient jusqu'ici inconnus, dans le pouvoir exécutif comme législatif, (nomination pour la première fois d'une femme Premier Ministre, élection de femmes vice-présidentes de l'Assemblée nationale).

Ces acquis qui témoignent d'une tendance au changement, concordent avec une scolarisation plus poussée des filles ainsi qu'une présence plus remarquée des femmes dans l'enseignement supérieur et technique. En effet, l'Etat du Sénégal octroie 40% de son budget à l'éducation nationale avec un programme décennal qui à terme, en 2010, devrait arriver à une scolarisation universelle et à l'éradication de l'analphabétisme.

3.7 La stratégie nationale de promotion de l'entrepreneuriat féminin

De façon plus concrète, la volonté politique s'est manifestée par la création depuis novembre 2002, d'un Ministère de l'entrepreneuriat féminin et du micro-crédit, qui a été intégré au département chargé de la femme et du développement social, pour devenir depuis 2007, le Ministère de la Famille, de l'Entrepreneuriat féminin et de la Microfinance. Le rattachement de ces institutions témoigne, si besoin était, d'une volonté réelle d'harmoniser les politiques et programmes en direction des femmes.

Dans ses missions, ce ministère est chargé de conduire la politique de promotion de la femme et de lutte contre les discriminations à l'égard des femmes. C'est à ce titre qu'il doit favoriser la formation des femmes chefs d'entreprises, notamment en matière de finances, de crédit, de comptabilité, de commerce national et international. Il est aussi chargé de veiller à la gestion des lignes de crédits destinés aux femmes entrepreneurs ainsi que la mise en place d'un fonds de refinancement au profit des systèmes financiers décentralisés et de l'entrepreneuriat féminin.

En partant de ces missions et des recommandations issues des différentes rencontres organisées sur les défis à relever par ce département ministériel, **une vision a été dégagée et consiste à amener les femmes, du milieu rural comme du milieu urbain, à créer, gérer et développer**

des entreprises modernes, selon des normes de standard international, dans les créneaux porteurs de notre économie.

Ainsi, après avoir développé des filets de sécurité pour sortir les femmes de la catégorie la plus pauvre du milieu urbain, périurbain et rural, il s'agit maintenant de les accompagner pour une émergence irréversible. Quant à celles qui se sont engagées dans la création d'entreprises, il faut renforcer leurs chances à faire le saut qualitatif et participer de manière visible et significative à la création de richesses et de fortes valeurs ajoutées.

C'est dans ce cadre que d'importants projets et programmes avec des systèmes de suivi et d'évaluation, sont entrain d'être mis en œuvre, pour aboutir au desserrement des contraintes auxquelles les femmes sont confrontées dans leurs initiatives entrepreneuriales.

Les programmes d'équipements d'allègement des travaux domestiques et de transformation des produits agricoles pour lesquels près de 4 milliards 400 millions de F CFA ont été investis de

d'organisation de séminaires portant sur le marketing, les accords commerciaux, le leadership