

# RBD VAM Genre + Marchés

## Note technique sur les enquêtes d'évaluation de marché fondées sur le genre et l'autonomisation intégrés Mars 2016

### Reconnaissance

Les questionnaires d'évaluation du marché intégrant le genre et l'autonomisation des femmes ont été initialement produits par l'équipe régionale VAM pour l'évaluation du marché régional 2016 du bassin lac Tchad. Des contributions ont été faites par le spécialiste en genre pour soutenir l'initiative d'analyse de marché et genre VAM, financée par l'USAID. Les instruments développés par Paige Enfinger (étudiant en maîtrise) pour y adapter des indicateurs agricoles (WEAI) ont également été intégrés aux questionnaires du PAM.

### Pour qui?

Ces questionnaires ont vocation à servir de référence de base pour les bureaux de pays qui ont l'intention de concevoir des évaluations intégrant le genre et l'autonomisation, soit pour le PAM ou pour des partenaires de coopération.

### Pourquoi en avons-nous besoin?

Les questionnaires intégrant le genre et l'autonomisation visent à recueillir des informations sur les dimensions sexo spécifiques des marchés alimentaires et l'autonomisation dans les marchés, en particulier pour les femmes. Cela soutient un meilleur ciblage des activités du PAM et de ses partenaires fondées sur le marché et contribue à la conception et au suivi des interventions plus équitables entre les sexes, y compris celles visant directement à la promotion de l'autonomisation des femmes.

### Comment pouvons-nous les utiliser?

Ces questionnaires sont des outils conçus pour le contexte régional, mais ne sont pas prêts à l'emploi. Les bureaux des pays sont encouragés à les adapter à leurs environnements nationaux et besoins spécifiques d'information.

En outre, lors de la conduite d'une enquête, il est important d'avoir des enquêtrices parce qu'elles peuvent être plus en mesure d'atteindre les femmes interrogées et obtenir d'elles des informations sur les dynamiques entre les sexes et l'autonomisation des femmes. Il est également important que, lorsqu'ils mènent des études de marché, les enquêteurs et enquêtrices cherchent un équilibre entre les répondants hommes et femmes, autant que possible.

### Quelles sont les composantes de genre et de l'autonomisation dans les questionnaires?

Il y a deux composantes majeures pour ces questionnaires qui en font des références en termes de genre et d'analyse de marché. D'abord, ils permettent une analyse plus profonde des résultats par sexe à plusieurs niveaux (commerçant, grossistes, clients, employés, transporteurs, etc.). Deuxièmement, les questions d'autonomisation des femmes sont intégrées dans les questions. Cela permet aux analystes d'aller au-delà du point de rapports sur le nombre de fournisseurs ou de transporteurs féminins et masculins dans un marché, à examiner exactement combien de ces vendeuses exercent un contrôle sur leur chaîne d'approvisionnement, la sélection de prix, le système de crédit en intégrant les questions de contrôle de prise de décision, le contrôle des actifs, l'accès, et d'autres facteurs clés pour lesquels les données ne seraient pas autrement disponibles dans le contexte des marchés alimentaires. Ce sont des éléments clés, à prendre en compte lors de la conception et le ciblage des interventions fondées sur le marché, y compris les achats locaux, les cash and vouchers et l'alimentation scolaire.

## Éléments clés d'analyse du genre et d'évaluation de l'autonomisation, par l'outil

<b>Questionnaire marchés</b>	
<b>Questions</b>	<b>Pourquoi est ce important?</b>
Combien de détaillants (qui vendent aux consommateurs) et de grossistes (qui vendent à d'autres commerçants) ont été actifs le jour le plus animé du marché la semaine dernière ? (Détaillants "Total Hommes, Femmes")	Cette question offre des informations sur la division par sexe des commerçants primaires, ce qui reflète un certain nombre de facteurs, principalement l'accès des femmes et des hommes aux marchés.
Question suivante "Est-il facile d'ouvrir une nouvelle affaire sur ce marché?": Si non, pourquoi ? (Réponse demandée: "Pour les hommes" et "Pour les femmes")	S'il y a des défis spécifiques au genre, cette question donne l'occasion de les éclairer.
Les commerçants rencontrent –ils des difficultés liées au taux de change ?": Si oui pourquoi ? Quel est la contrainte ? (Réponse demandée: "Pour les hommes" et "Pour les femmes");	Idem comme ci-dessus.
"L'accès au marché est fréquemment entravé par...", la réponse optionnelle a été changée à : " des incidents de sécurité (cambriolage, agression ...)"	Nous avons précisé l'agression comme un exemple de problème de sécurité à préciser aussi bien que les questions de violence sexuelle et / ou sexiste ainsi que la violence lors de l'accès au marché . Leurs impacts sont reconnus comme des problèmes de sécurité et donc un répondant qui éprouve ces défis marque cela en tant que tel dans le questionnaire. Lors de la collecte et l'analyse d'informations sur les agressions, les enquêteurs et les analystes doivent comprendre que cette attaque peut se produire dans les sphères publiques et privées (par exemple à la maison par les membres de la famille en utilisant la violence physique pour contrôler les activités du marché / Accès au marché).
Disponibilité et prix: Question ajoutée : "Est-ce que ce produit est principalement vendu par des hommes ou par des femmes? »	Cette question fournit des informations sur l'impact du genre sur les modèles potentiels de ventes de produits. Il peut également fournir des informations sur les modèles sexués dans lesquels les producteurs ont tendance à être et à quels niveaux de la chaîne de valeur.

<b>Questionnaire commerçant</b>	
<b>Questions</b>	<b>Pourquoi est ce important?</b>
Quel est votre âge? (en année)	Il est pertinent de comprendre non seulement la répartition par sexe des commerçants, mais aussi les groupes d'âge qui sont les plus dominants.
Question complémentaire : Niveau d'éducation (1=aucun, 2=primaire, 3=secondaire, 4=universitaire, 5=autre)	Idem comme ci-dessus
Question complémentaire : Avez –vous des employés dans votre commerce ? Si oui, combien? ( ___ total, ___ hommes, ___ femmes)	Savoir combien de personnes sont employées élargit notre connaissance sur le fonctionnement du marché au-delà du propriétaire d'une micro / petite entreprise. En désagrégeant par sexe, nous pouvons analyser les facteurs tels que les écarts entre les sexes dans la propriété par rapport à l'emploi, le nombre réel de femmes et d'hommes engagés dans un marché, en fonction du nombre de commerçants féminins et masculins etc.
"Combien de clients avez-vous eu pendant les derniers 7 jours?", la question complémentaire: principalement des hommes/ principalement des femmes/ le même nombre pas applicable?	Comme dans le questionnaire de marché, cette question offre des informations sur la ventilation par sexe des consommateurs primaires, ce qui reflète un certain nombre de facteurs, principalement l'accès des femmes et des hommes aux marchés.

<p>Qui décide si vous allez prendre un crédit pour financer des activités commerciales la plupart du temps? (1=vous-même; 2=partenaire /conjoint ; 3=vous-même et partenaire/ conjoint ensemble; 4=autre membre du ménage; 5= vous-même et autre membre du ménage; 6= Partenaire / conjoint et d'autres membres du ménage; 7=quelqu'un (ou groupe de personnes) à l'extérieur du ménage ; 8=autre)</p>	<p>Cette question vise à évaluer l'autonomisation et la capacité de prise de décision de l'opérateur vis-à-vis de son entreprise.</p>
<p>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=vous-même et partenaire/ conjoint ensemble; 4=autre membre du ménage; 5= vous-même et autre membre du ménage; 6= Partenaire / conjoint et d'autres membres du ménage; 7=quelqu'un (ou groupe de personnes) à l'extérieur du ménage ; 8=autre)</p>	<p>Idem.</p>
<p>Qui décide du produit vous allez vendre la plupart du temps? (1=vous-même; 2=partenaire /conjoint ; 3=vous-même et partenaire/ conjoint ensemble; 4=autre membre du ménage; 5= vous-même et autre membre du ménage; 6= Partenaire / conjoint et d'autres membres du ménage; 7=quelqu'un (ou groupe de personnes) à l'extérieur du ménage ; 8=autre)</p>	<p>Idem.</p>
<p>Qui décide du prix auquel vous allez vendre vos produits la plupart du temps? (1=vous-même; 2=partenaire /conjoint ; 3=vous-même et partenaire/ conjoint ensemble; 4=autre membre du ménage; 5= vous-même et autre membre du ménage; 6= Partenaire / conjoint et d'autres membres du ménage; 7=quelqu'un (ou groupe de personnes) à l'extérieur du ménage ; 8=autre)</p>	<p>Idem</p>
<p>Qui décide si vous allez donner gratuitement vos produits la plupart du temps? (1=vous-même; 2=partenaire / conjoint ; 3=vous-même et partenaire/ conjoint ensemble; 4=autre membre du ménage; 5= vous-même et autre membre du ménage; 6= Partenaire / conjoint et d'autres membres du ménage; 7=quelqu'un (ou groupe de personnes) à l'extérieur du ménage ; 8=autre)</p>	<p>Idem.</p>
<p>Qui décide de qui et où vous pourrez acheter la plupart du temps? ((1=vous-même; 2=partenaire /conjoint ; 3=vous-même et partenaire/ conjoint ensemble; 4=autre membre du ménage; 5= vous-même et autre membre du ménage; 6= Partenaire / conjoint et d'autres membres du ménage; 7=quelqu'un (ou groupe de personnes) à l'extérieur du ménage ; 8=autre)</p>	<p>Idem.</p>
<p>Quel est votre plus grand défi/obstacle pour votre activité à l'avenir?</p>	<p>En désagrégeant par sexe et âge, ainsi que d'autres facteurs , cette question permet l'analyse des défis/ obstacles potentiels des différents groupes.</p>
<p>Etes-vous à l'aise pour discuter des problèmes d'activités commerciales 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)</p>	<p>Ceci est destiné a mesurer l'autonomisation et la participation politique de l'opérateur vis-à-vis de sa participation sur le marché.</p>

## Questionnaire transporteurs

Questions	Pourquoi est ce important?
“Quelles sont les principales contraintes à la bonne marche de votre activité ?”, la réponse optionnelle a été changée en: “tâches domestiques”	Avant le changement, l’option était: "tâches familiales". Toutefois, en incluant les tâches domestiques cela permet que cela ne soit pas limitée à la reproduction travail / garde d'enfants, et s'étend plutôt de la production domestique de production /a la transformation / l'élevage animal / etc.
Quels sont les principaux défis pour les chauffeurs féminins ? Quels sont les principaux défis pour les chauffeurs masculins ?	Cette question permet d'analyser les motifs éventuels de défis pour les femmes par rapport aux hommes.

**Il convient de noter** que les questions et les analyses ci-dessus ne comprennent pas des aspects ultérieurement inclus dans les questionnaires d'évaluation standards du PAM. Les questionnaires standards comprennent des caractéristiques démographiques des répondants, accès au crédit et aux services financiers, frais/impôts, la facilité de création d'entreprise, etc. Donc, il est important que de tels aspects soient considérés avec une perspective genre, et que l'analyse des données collectées prennent en compte les différences entre les actrices et acteurs du marché.

### Ressources additionnelles

[Women's Empowerment in Agriculture Index \(WEAI\) - Resource Center](#) (USAID/IFPRI/Oxford Poverty and Human Development Center)

[VAM Thematic Guidelines—Gender](#) (PAM)

[Programme Guidance Manual: Gender and Food Security Analysis](#) (PAM)



Pour plus d'information, contacter le  
RBD VAM Market Analysis Unit:  
[rbd\\_rb\\_vam@wfp.org](mailto:rbd_rb_vam@wfp.org)