

**No.70**
OCTOBRE 2018

SYNTHÈSES DE LA CNUCED

Messages clés

- Les gouvernements sont déterminés à utiliser le commerce pour favoriser l'égalité des sexes et l'autonomisation économique des femmes.
- Le manque de données sur les interactions complexes entre le genre et le commerce freine les progrès.
- La CNUCED appelle à la collaboration pour développer des statistiques officielles à l'appui d'une politique commerciale sensible au genre.

DE MEILLEURES DONNÉES ET STATISTIQUES POUR UNE POLITIQUE COMMERCIALE SENSIBLE AU GENRE

Une politique commerciale sensible au genre nécessite des données et des statistiques rigoureuses. Les interactions entre le genre et le commerce sont complexes et étroitement liées aux normes et institutions sociales. Les politiques commerciales interagissent avec les structures genrées des sociétés et ont de multiples effets différenciés selon le genre. Ceux-ci sont difficiles à analyser en raison d'un manque de données. De plus, il n'existe pas de cadre statistique permettant de mesurer les interactions entre le genre et le commerce, particulièrement pour les pays en développement où les femmes sont souvent confrontées à de graves contraintes économiques aggravées par le genre.

La structure conceptuelle proposée s'attaque aux défis de mesure multidimensionnelle posés par les effets conjugués du genre et du commerce dans une méthodologie cohérente. La présente note établit également un cadre politique orienté vers l'action visant à combler les lacunes actuelles des statistiques officielles en matière de politique commerciale sensible au genre, étant conforme aux objectifs de développement durable et aux mandats politiques plus élargis de la CNUCED.

Pourquoi avons-nous besoin de meilleures données sur le genre et le commerce ?

Le commerce et le genre sont liés de nombreuses façons. Les changements dans les politiques commerciales ont un impact sur la composition sectorielle de l'économie, affectant les perspectives d'emploi et le bien-être des femmes et des hommes. Les politiques commerciales peuvent donc avoir des effets redistributifs importants au sein d'une économie, ce qui peut

amplifier ou réduire les disparités existantes, y compris l'inégalité entre les sexes.

Il est essentiel que les décideurs politiques soient en mesure d'évaluer la façon dont les politiques affectent l'égalité des sexes afin de renforcer les mesures actuelles ou d'introduire des actions correctives.

Il existe de multiples canaux d'interaction entre le genre et le commerce, et de meilleures données sont nécessaires pour formuler des politiques efficaces. Dans de nombreux pays, le manque de données menace de devenir un obstacle

à l'élaboration de politiques commerciales sensibles au genre et inclusives.

Nous avons besoin de données fiables pour mesurer et établir les bases de décisions efficaces et évaluer leur impact dans le temps. Malgré les efforts récents pour améliorer les statistiques désagrégées par sexe, les statistiques permettant d'analyser le lien entre genre et commerce sont rares.

Les gouvernements sont déterminés à faire progresser le commerce équitable et inclusif. Déjà en 1995, le Programme d'action de Pékin (par. 206) demandait des statistiques qui « reflètent la problématique hommes-femmes existant dans la société », et des statistiques « sur la totalité des apports des femmes et des hommes à l'économie, notamment sur leur participation aux secteurs informels ».

La nécessité de disposer de données sur le genre et le commerce a été de plus en plus exprimée au fil du temps, et plus récemment avec la signature de la Déclaration de Buenos Aires sur le commerce et l'autonomisation économique des femmes en décembre 2017.

Le programme d'action d'Addis-Abeba (PAAA) a également souligné (par. 21) que « les faits montrent que l'égalité des sexes, l'émancipation des femmes et leur pleine et égale participation à l'économie et à la direction de celle-ci sont des conditions indispensables pour réaliser le développement durable et améliorer de façon appréciable la croissance économique et la productivité ». Le PAAA a également (par. 90) reconnu « le rôle critique que jouent les femmes dans la production et le commerce » et noté l'importance de faciliter « la participation active des femmes, à égalité avec les hommes, au commerce national, régional et international ».

La problématique hommes-femmes est au cœur de l'Agenda 2030 pour le développement durable. Celui-ci compte 53 indicateurs qui font référence au genre, dont 20 concernent l'autonomisation et la participation économiques. En outre, la cible 17.10 appelle à promouvoir « un système commercial multilatéral universel, réglementé, ouvert, non discriminatoire et équitable... » qui bénéficierait de meilleures données sur le genre et le commerce.

En juillet 2016, les États membres ont donné mandat à la CNUCED de « Renforcer ses travaux sur les liens entre l'égalité des sexes et l'autonomisation des femmes et des filles d'une part, et le commerce et le développement de l'autre »¹. Pour remplir ce mandat, la CNUCED a lancé un groupe de travail sur la mesure de la parité hommes-femmes et du commerce, entre autres initiatives.

Cette note est basée sur les résultats de

la première phase de travail : une analyse documentaire pour comprendre les enjeux qui devraient être mesurés, un inventaire des statistiques officielles disponibles, et un bilan des initiatives internationales visant à améliorer les données sur le genre et le commerce. Sur la base de cette analyse, la CNUCED appelle à une collaboration pour développer des statistiques officielles à l'appui d'une politique commerciale sensible au genre.

Les dimensions clés du genre et du commerce - que faut-il mesurer ?

Une relation bidirectionnelle² existe entre le genre et le commerce : les résultats répartis du commerce varient selon le genre, et les inégalités entre les sexes affectent les stratégies commerciales et l'impact souhaité des mesures commerciales sur les performances économiques.

Recueillir les données nécessaires sur les multiples interactions pour les analyser représente un défi. L'analyse documentaire a permis de mieux comprendre les dimensions de genre du commerce en identifiant les enjeux à mesurer :

- **Conditions préalables** à la participation des femmes et des hommes au commerce : motivations et aspirations, ressources et contraintes ;
- **Résultats** reflétant le degré de participation et les rôles des femmes et des hommes ;
- **Impacts**, y compris les effets du commerce sur l'emploi, la division du travail, les revenus, l'autonomisation, le bien-être, etc. ;
- **La politique commerciale** et les autres interventions gouvernementales pouvant influencer l'égalité des sexes.

Le cadre conceptuel³ EDGE (Faits et données sur l'égalité des sexes) ci-après, adapté au commerce, désagrége les défis interdépendants liés à la mesure du genre dans le commerce, selon les quatre dimensions clés suivantes : conditions préalables, résultats, impacts et politique commerciale. Un élément « politique » y a été ajouté, car la politique commerciale peut influencer d'autres dimensions de l'égalité des sexes.

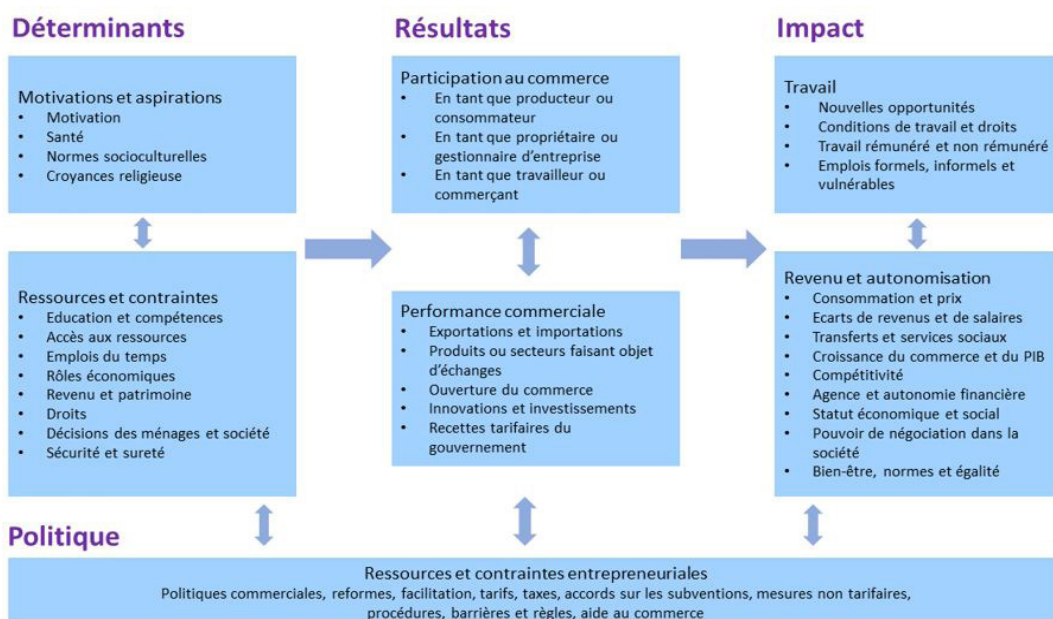
Statistiques sur le genre et le commerce - quelles sont les données dont nous disposons ?

Malgré des progrès significatifs dans la disponibilité des statistiques sur le genre, des données nationales incomplètes et des problèmes de comparabilité persistent dans de nombreux domaines. La disponibilité actuelle

¹ Nairobi Maafikiano, par. 55(bb).

² CNUCED (2014) Matériel pédagogique de l'Institut virtuel sur le commerce et le genre. Genève.

³ Initialement développé pour mesurer l'entreprenariat dans une perspective de genre DSNU : pages du projet EDGE : <https://unstats.un.org/edge/methodology/entrepreneurship/>



des données peut être sommairement résumée comme suit :

- Les statistiques sur l'éducation et la santé sont en tête en matière de couverture nationale ;
- Les taux de participation au marché du travail sont généralement disponibles, de même que ceux de participation politique ;
- Les statistiques sur les conditions de travail, la consommation et l'emploi du temps sont disponibles à de longs intervalles ;
- Les données sur les opportunités économiques et l'entrepreneuriat sont disponibles par genre à partir d'enquêtes ad hoc mais doivent être améliorées ;
- Les statistiques sur les politiques et les lois influençant l'égalité des sexes restent difficiles à trouver ;
- Les statistiques sur le bien-être subjectif et la prise de décision au sein des ménages sont rares ; et
- Il existe peu d'informations sur la dimension de genre de la sécurité et des conflits.

Au fil des ans, les instituts nationaux de statistique ont élaboré des statistiques sur le genre, et les organisations internationales mènent des enquêtes et rassemblent des statistiques provenant de sources nationales. Les variations entre les pays en ce qui concerne la disponibilité des statistiques sont importantes. L'examen par la CNUCED des statistiques disponibles sur le genre et le commerce a révélé de nombreuses statistiques pertinentes, mais aussi des limites et des lacunes en matière de données.

Une difficulté particulière réside dans l'impossibilité de lier les données entre les domaines. Les échantillons de ménages et d'entreprises sont basés sur des populations différentes. Les statistiques sont collectées à des fins spécialisées

pour différentes unités statistiques. Par exemple, les statistiques sur les entreprises collectent des données sur les produits, et les statistiques sociales sur les particuliers et les ménages.

Il arrive que les statistiques ne soient pas assez granulaires pour être désagrégées : les données sur les ménages ne peuvent pas toujours être divisées en individus pour révéler le volet genre. De nombreuses mesures subjectives⁴ font défaut en raison des coûts élevés des entretiens et de la charge qui pèse sur les répondants. Les données sur l'agence, les normes culturelles, les relations sociales et la prise de décision des ménages qui ont une incidence sur la participation au commerce sont rares.

Les structures sexuées sont profondément ancrées dans les sociétés et sont difficiles à saisir. Ces structures et habitudes influencent la manière dont les rôles des femmes et des hommes sont définis par les statistiques. Par exemple, les valeurs culturelles établies peuvent avoir une influence sur l'identification des femmes comme gestionnaires d'entreprises familiales.

De nombreuses limites découlent de l'utilisation prévue des statistiques. Les statistiques sur les entreprises, par exemple, se concentrent généralement sur les grandes entreprises, alors que dans de nombreux pays, les femmes sont plus souvent employées dans des activités informelles et des petites entreprises.

Des séries chronologiques cohérentes ne sont pas faciles à trouver car de nombreuses variables proviennent d'enquêtes ad hoc ou d'enquêtes réalisées tous les cinq ou dix ans, telles que les enquêtes sur l'emploi du temps qui fournissent des informations précieuses sur le genre.

Accroître la capacité des systèmes statistiques nationaux pour améliorer les données existantes est une manière durable d'aller de l'avant.

⁴ Les mesures subjectives analysent les propres sentiments et jugements de la personne sur les questions soulevées.

Il sera également important de développer l'infrastructure nationale de données⁵ afin que les nouvelles statistiques s'appuient sur les pratiques, méthodologies et outils existants.

Les sources statistiques contenant des informations pour l'analyse du genre et du commerce comprennent :

- Recensements économiques, démographiques et agricoles ;
- Enquêtes sur les ménages, par exemple sur la force de travail ;
- Enquêtes sur les entreprises et les établissements ;
- Enquêtes ad hoc nationales ou mondiales, par exemple sur le genre, les propriétaires et les gestionnaires d'entreprises ; et
- Registres administratifs et autres.

Les bases de données mondiales regroupent certaines de ces statistiques. Comme ces statistiques ont été principalement développées à d'autres fins, leur utilisation pour l'analyse du genre peut exiger des hypothèses. Par exemple, évaluer le rôle des femmes dans le commerce en déterminant simplement combien de femmes travaillent dans chaque industrie orientée vers l'exportation ou l'importation ne nous renseigne pas vraiment sur leur statut économique dans le commerce.

Établir un lien entre le genre et le commerce dans les statistiques

Comme le genre n'est pas habituellement mesuré dans les statistiques sur les entreprises, il est nécessaire d'établir des liens entre les données sur le genre et le commerce dans les systèmes statistiques. Ces liens peuvent être définis en examinant les rôles que les femmes et les hommes peuvent jouer dans le commerce :

- **Emploi** - les femmes et les hommes en tant qu'employés d'entreprises participant au commerce international comme exportateurs ou importateurs ;
- **Entrepreneuriat** - les femmes et les hommes en tant que propriétaires ou gestionnaires d'entreprises participant au commerce international ;
- **Production** - les femmes et les hommes en tant que producteurs de biens et de services échangés à l'échelle internationale, qui utilisent des intrants importés ou qui sont vendus sur des marchés en concurrence avec des produits importés similaires ; et
- **Consommation** - les femmes et les hommes en tant que consommateurs de biens et services échangés.

En outre, la recherche s'intéresse aux femmes et aux hommes en tant que contribuables, mais cet aspect n'est pas considéré séparément

du fait que les données pertinentes peuvent être dérivées des statistiques sur l'emploi et la consommation.

En ce qui concerne le rôle de l'emploi, l'établissement d'un lien entre l'employeur (dans le commerce) et les employés (par sexe) permettrait d'analyser les impacts de la participation au commerce sur les résultats économiques, les revenus et l'emploi, etc. Ces liens peuvent être analysés sur la base d'enquêtes auprès des entreprises ou des ménages mais ils ne sont généralement pas disponibles pour la population totale.

L'analyse du rôle de l'entrepreneuriat nécessite des informations sur le genre des propriétaires ou des gestionnaires d'entreprises. Celles-ci ne sont généralement pas collectées dans les statistiques sur les entreprises mais peuvent être disponibles à partir de recensements occasionnels, de registres des chambres de commerce ou de sources administratives. Certains instituts nationaux de statistique mènent des enquêtes ad hoc sur l'entrepreneuriat permettant d'analyser les dimensions de genre.

Le rôle de la production peut être examiné à l'aide des données des statistiques sur les structures et les performances des entreprises, les produits et les services, l'engagement dans le commerce et les changements dans les activités commerciales liées aux employés et à leur sexe.

La consommation peut être mesurée par des enquêtes sur la consommation des ménages, mais celles-ci ne sont généralement réalisées que tous les cinq ou dix ans. Il peut être difficile d'identifier qui a consommé le produit. Il n'existe pas de registres ou de recensements permettant de faire le lien entre les produits commercialisés et leurs consommateurs. Les possibilités d'examiner le rôle des consommateurs dans le commerce sont donc limitées.

Actions clés pour une politique commerciale sensible au genre

Les gouvernements prennent des mesures importantes pour intégrer la dimension de genre dans les politiques et les accords commerciaux. Les statistiques officielles doivent être développées en parallèle pour orienter l'action politique. À cette fin, la CNUCED lancera son nouveau volet de travail en collaboration avec les gouvernements et les organisations partenaires intéressés visant à :

- Demander l'avis des décideurs politiques en matière de commerce et de genre sur les besoins en données et inviter les statisticiens à réfléchir à la manière de répondre à ces besoins ;
- Améliorer l'accès aux statistiques existantes servant d'indicateurs pour évaluer le rôle des femmes et des hommes dans les industries

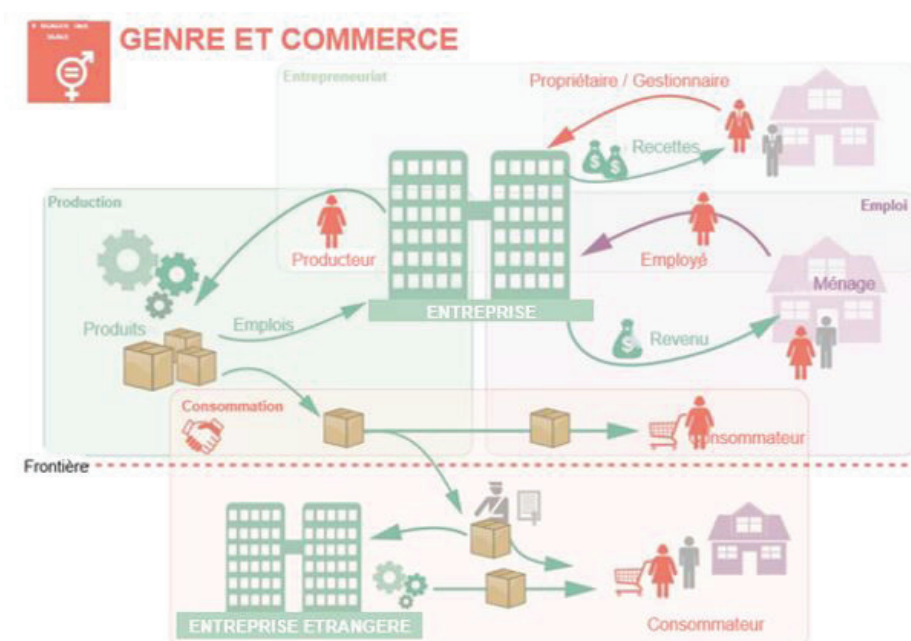
⁵ Voir l'objectif 9 dans : CNUCED (2016) : *Faits et chiffres sur le développement et la mondialisation*.

orientées vers l'exportation et l'importation ;

- Développer un cadre statistique pour l'analyse du genre et du commerce ;
- Développer un module d'enquête pour mesurer le genre et le commerce dans les pays présentant d'importantes lacunes en matière de données, grâce à une collaboration entre les organisations internationales ; et
- Contribuer aux études de cas nationales afin de tester les sources de données et les méthodes de compilation des statistiques en question.

Lesdites activités alimenteront un programme de renforcement des capacités, que la CNUCED prévoit de réaliser avec des partenaires en vue de renforcer la capacité statistique nationale à mesurer le genre et le commerce.

Cette initiative contribue à un commerce et un développement plus sensibles aux questions de genre et plus inclusifs, en vue d'atteindre les objectifs mondiaux de l'Agenda 2030.



UNCTAD/PRESS/PE/2018/7 (n°70)

Contact

M. Steve MacFeely et
Mme Anu Peltola

Service des statistiques et de
l'information de développe-
ment

Division de la mondialisation et
des stratégies de développe-
ment

Tél. 41 22 917 4113

anu.peltola@un.org

Service de presse

Tél. 41 22 917 5828

unctadpress@unctad.org

unctad.org



NATIONS UNIES
CNUCED